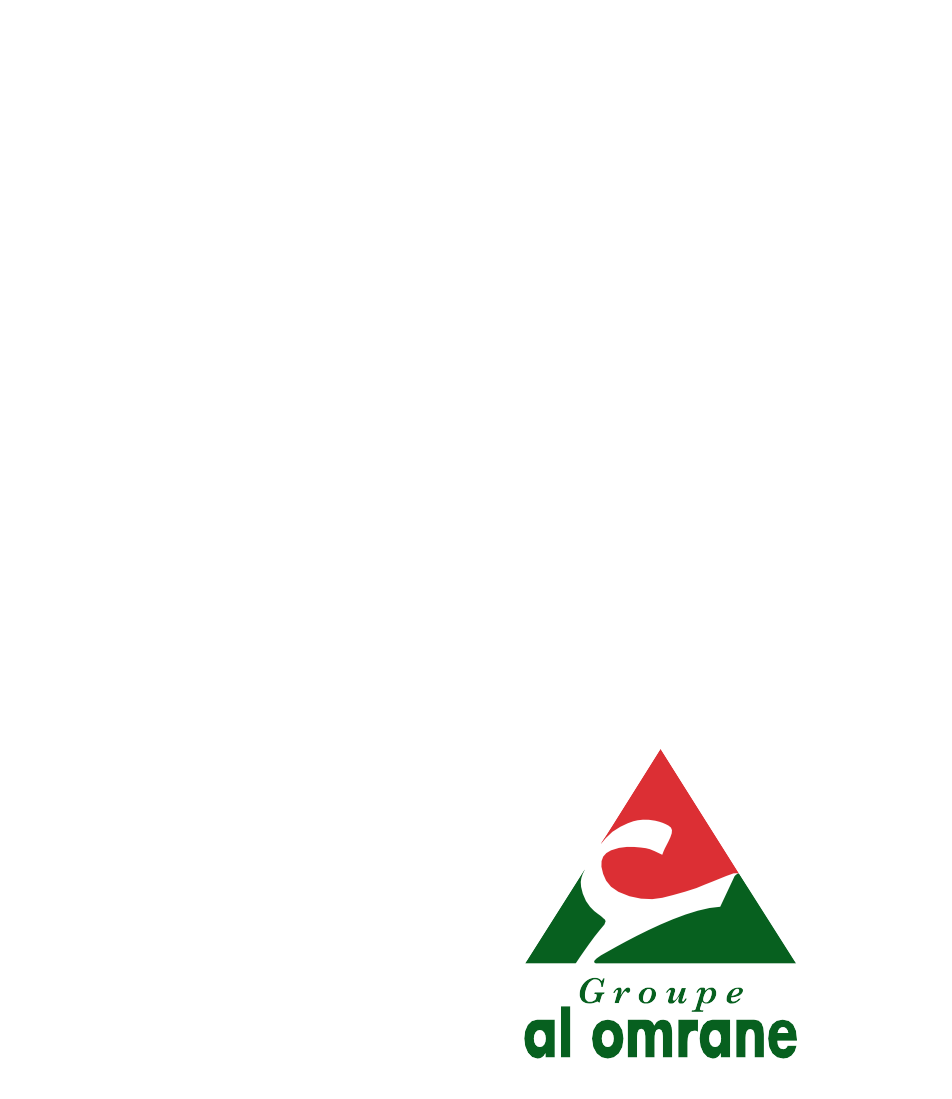
Royaume du Maroc



**MANUEL DE COMMERCIALISATION**

**LOTISSEMENT SIDI MOUSSA 901275.01**

**Version Juin 2018**

### **Sommaire**

### AIRE



**3**

**Présentation du projet**

**7**

**Volet Marketing, Communication et Promotion**

**10**

**Volet Commercialisation et Recouvrement**

**17**

**Annexes**

Présentation du Projet



|  |  |
| --- | --- |
| PRESENTATION DU PROJET | |
| DENOMINATION DU PROJET | SIDI MOUSSA |
| TYPE DE PROJET | LOT PROMOTIONNEL R+2 |
| Propre | OUI (MOD HAO) |
| En partenariat |  |
| Localisation | TASSOULTANTE |
| Région économique | MARRAKECH SAFI |
| Préfecture ou province | MARRAKECH |
| Commune | TASSOULTANTE |
| Ville | MARRAKECH |
| Consistance | 342 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre d’unités | | Nombre de bénéficiaires | | Superficie | | Coût en Dirhams | |
| Lot social | 295 |  |  | 295 | 23 427 |  |  |  |
| Logement social |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot économique |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement économique et FVIT |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot promotionnel | 41 |  | 41 |  | 4 098 |  |  |  |
| Logement promotionnel |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement de la classe moyenne |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Villa |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’activité commerciale | 2 |  | 2 |  | 1 046 |  |  |  |
| Local commercial |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot industriel |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’activité artisanale |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’équipement socio- administratif | 4 |  | 4 |  | 2 961 |  |  |  |

Présentation du Projet



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| DATES PREVISIONNELLES D'EXECUTION DU PROJET | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 |
| Date de lancement des travaux | 2011 |  |  |  |
| Date d’achèvement des travaux | Décembre 2024 |  |  |  |
| Date de mise en commercialisation | Octobre 2024 |  |  |  |
| Date de livraison | Janvier 2024 |  |  |  |
| Date de remise des contrats | Janvier 2025 |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| OBJECTIFS DU PROJET | |
| CTIFS SOCIAUXOBJE | * Encourager Les citoyens à différents revenus désireux d’acquérir et de construire un ou plusieurs lots destinés à leur habitation personnelle ou à la vente ou à la location. * valoriser les terrains disponibles au niveau du lotissement dans les meilleurs délais. * Satisfaire la demande locale caractérisée par sa tendance à l’auto- construction. * Mettre sur le marché une offre structurée répondant aux besoins notamment des différentes classes. * Satisfaire les attentes de l’autorité locale et communale par la participation au développement Socioéconomique de la localité. |
| OBJECTIFS COMMERCIAUX | * Assurer la rentabilité de ce type de produits. * Commercialiser et livrer la totalité des produits dans les meilleurs délais. * Réaliser les objectifs tracés dans le plan d’action. * Assurer le recouvrement suivant l’échéancier. * Renforcer le positionnement de la société * Atteinte des objectifs (recettes, CA…) |
|  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| COÛT DU PROJET | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  | Coût du m² en Dirhams | Coût totalen Dirhams | Date |
| Coût initial | | | | | | |  |  |  |
| Coût actualisé s’il y a lieu | | | | | | |  |  |  |

Présentation du Projet



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CARACTERISTIQUES DES PRODUITS** | | | | | | | | |
| Types d'unités | | Superficie du terrain | | Superficie construite | | Nombre de travaux | | Destination |
|  |  | De | A | De | A | De | A |
| Lot social | | 67 | 130 |  |  |  |  |  |
| Logement social | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot économique | |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement économique et FVIT | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot promotionnel | | 80 | 168 |  |  |  |  |  |
| Logement promotionnel | |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement de la classe moyenne | |  |  |  |  |  |  |  |
| Villa | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’activité commerciale | | 521 | 525 |  |  |  |  |  |
| Local commercial | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot industriel | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’activité artisanale | |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot d’équipement socio- administratif | | 269 | 2961 |  |  |  |  |  |

Présentation du Projet



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION | | |
|  | OUI | NON |
| ETUDE DE FAISABILITE | x |  |
| ETUDE DE MARCHE | x |  |
| SITUATION DU TERRAIN | x |  |
| PROPRIETE DE LA SOCIETE | x |  |
| LIBRE TOUTE OCCUPATION | x |  |
| AUTORISATIONS ADMINISTRATIVES | x |  |
| MONTAGE FINANCIER | x |  |
| CATALOGUE DES PRIX | x |  |
| PLAN D'ACTION MARKETING OPERATIONNEL | x |  |
| Interne | x |  |
| Par un cabinet externe |  | x |
| APPROBATION DU PROJET PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LE DIRECTOIRE | x |  |
| MEDIATISATION | x |  |
| Publicité obligatoire | x |  |
| Autres actionsdecommunicationetdepromotiontellesqueprévuesauniveauduplandecommunication | x |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PLAN D’ACTION MARKETING | | | | | |
| ETUDE DE MARCHE | | | | x | |
| CONCLUSIONS DE L'ETUDE DE MARCHE  Localité privilégiée et à fort potentiel, d’où la nécessité de mettre en vente sur offres de prix les lots promotionnels de type HC2 comme suit :  Mise à prix :  HC2 : 6 000 – 12 000 Dhs/m² | | | | x | |
|  | | | | | |
| POLITIQUE DES PRIX (MOTIVATION)   * Adopter les mises à prix progressivement selon les différentes emplacements des lots ; * Prendre en considération les prix pratiqués dans le marché secondaire de la localité. | | | | x | |
|  | | | | | |
| POLITIQUE DE RECOUVREMENT (MOTIVATION)  Assurer le recouvrement selon l’échéancier et en fonction de l’avancement des travaux de viabilisation et la création des TF. | | | | x | |
|  | | | | | |
| POINTS D'ACCUEUIL-DE VENTE ET LES MANAGERS | | | | x | |
| Nom et prénom du Chef de Groupe | | Mme BARDA MALIKA | | | |
| Managers commerciaux | | Mme SALIMA EL GHATTAS | | | |
| Points d’accueil de vente | Missions (accueil et/ou vente) | | Noms et prénoms des managers commerciaux | | Produits a vendre |
| Bureau de vente mobile | accueil | | x | | x |
| Agence commerciale Tassoultant | vente | | Salim GHATTAS  Malika BARDA | | HC2 |



Volet Marketing,

Communication et Promotion

Volet Marketing,



Communication et Promotion

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Publicitéobligatoire | | | |
| LA PRESSE | | x | |
| DESIGNATION | NOMBRE | NOMBRE DE | DATES de PARUTION |
| Quotidiens | 3 | 3 | 29.03.2019  21.02.2019  24.02.2019 |
| Hebdomadaires | 0 | 0 | 0 |
| Mensuels | 0 | 0 | 0 |
| Autres | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autres Actions et/ou Evènements | | | | | | | | | | |
|  | Actions / événements | Support / canal de communication (1) | Descriptif | Contenu | Objectifs | Consistance (2) | Produits concernés | Calendrier | Prestataire | Observations |
| Accompagnement des actions prévues par le HAO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actions proposées par la société |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. - Télévisions, radios, journaux, magazines, Messagerie SMS, Messagerie électronique (email), Mailing, Web Social, Dépliants, plaquettes, Flyers, banderoles, Affichage Urbain (panneaux publicitaires), affichage sur les moyens de transports, etc.
  2. ) Caravanes, salons, forums, stands, journées portes ouvertes .., etc.
  3. –Pour la presse, préciser le nombre et la date de parution,
     + Pour la radio et la télévision, préciser le nombre, la période et la durée des spots,
     + Pour l’affichage, préciser le type, la période et le lieu de l’affichage,
     + Pour les Dépliants, plaquettes, Flyers, préciser le nombre,
     + Pour les banderoles, préciser le nombre et le lieu de l’installation.

Volet Marketing,



Communication et Promotion

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| BUDGET DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION | | |
| BUDGET DE COMMUNICATION | | |
| Supports ou actions | Budget en Dirhams | Observations |
| Dépliants | 0 | x |
| Flyers | 0 | x |
| Affiches | 0 | x |
| Brochures | 0 | x |
| Plaquettes | 0 | x |
| Banderoles | 0 | x |
| Revues et journaux | 120 000,00 | x |
| Radio | 0 | x |
| Télévision | 0 | x |
| Frais d’étude et conception | 0 | x |
| Autres | 0 | x |
| Total | 120 000,00 | x |

Volet Commercialisation et Recouvrement



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CONDITIONS DE COMMERCIALISATION | | | | | | | | | | |
|  |  |  | | |  |  | | |  | |
| Conditions d'éligibilité | | | | |  |  | | |  | |
|  |  |  | | |  |  | | |  | |
|  |  |  | | |  | DE | | | A | |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Fourchette des revenus | | | | |  | - | | |  | - |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
|  |  |  | | |  | Oui | | | Non | |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Avoir bénéficié d'un produit du Groupe Al Omrane | | | | |  |  | | |  | X |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Etre propriétaire d'un logement ou d'un lot de terrain constructible | | | | |  |  | | |  | X |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Résider dans la localité du programme | | | | |  |  | | |  | X |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Autres conditions | | | | |  |  | | |  |  |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
|  | | | | |  |  | | |  | - |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
|  | | | | |  |  | | |  | - |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| Ordre d'importance des conditions d'éligibilité | | | | |  |  | | |  |  |
|  |  |  | | |  |  | | |  |  |
| 1 | - | | | | | | | | | |
| 2 | - | | | | | | | | | |
| 3 | - | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Modalités d'attribution | | |  |  | | |  |  | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| - Vente sur Offres de prix, puis vente à guichet ouvert des lots disponibles. | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Modalités de passage du mode « Vente sur Offres de Prix” au mode “Vente libre” | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Décision de la Direction Générale | | | | | | | | | | |
|  | | |  |  | | |  |  | | |
| Conditions de valorisation | | |  |  | | |  |  | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Délai de valorisation | | |  | NEANT | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Pénalités prévues | | |  | NEANT | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Conditions d'aliénation | | |  |  | | |  |  | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Délai de non aliénation | | |  | NEANT | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |
| Indemnité pour lever la condition d'aliénation (ADHESION) | | |  | NEANT | | | | | | |
|  |  |  |  |  | | |  |  | | |

Volet Commercialisation et Recouvrement



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Conditions de désistement | | | | |
| Montant d’indemnité | | | 0 | |
|  | Ou | | 0 | |
| Taux appliqué par rapport au prix de vente | | | **5%** | |
|  |  |  | Oui | Non |
| Remboursement immédiat | | |  | x |
| Remboursement après commercialisation | | | x |  |
| Conditions de transfert avant création des titres foncier | | |  |  |
| Montant d’indemnité | | | 0 | |
|  | Ou | | 0 | |
| Taux appliqué par rapport au prix de vente | | | A définir ultérieurement | |
| Conditions de déchéance | | |  |  |
| Montant d’indemnité | | | 0 | |
|  | Ou | | 0 | |
| Taux appliqué par rapport au prix de vente | | | **5%** | |
| Pénalités de retard à appliquer en cas de non règlement d'une échéance | | | % | |
| Mesures dérogatoires | | |  | |
| x | | | | |
| Niveau de hiérarchisation de prise de décision de dérogation | | |  | Nom et prénom du décideur |
| Manager commercial  Directeur d’agence  Directeur Général  Directoire ou Conseil d'administration | | |  | MOHAMED GHAZI  AMINE BOUIH  CHAKIR ZAHOUAN |
|  | | |  |  |
|  | | |  |  |
|  | | |  |  |

Volet Commercialisation et Recouvrement



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MODALITE DE RECOUVREMENT (EN DIRHAMS) | | | | | | | | |
|  | 1ère avance | | 2ème avance | | 3ème avance | | 4ème avance | |
| Type d'unités | Taux | Date | Taux | Date | Taux | Date | Taux | Date |
| Lot social |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement social |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot économique |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Logement économique et fiable VIT |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lot promotionnel | **70%** | Date de commercialisation | **30%** | à la livraison |  |  |  |  |
| Logement de classe moyenne |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Logements promotionnels |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Villas |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lots d'activités commerciales |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lots commerciaux |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lots industriels |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lots d'activités artisanales |  |  |  |  |  |  |  |  |

Volet Commercialisation et Recouvrement



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PLANNING DE COMMERCIALISATION | | |
| Tranche 1 | Date de lancement de la publicité obligatoire | 16/10/2024 |
| Date de lancement de la commercialisation | 16/10/2024 |
| Numéros et types d'unités à commercialiser | | |
| Tranche 2 | Date de lancement de la publicité obligatoire |  |
| Date de lancement de la commercialisation |  |

Volet Commercialisation et



OBJECTIFS DES MANAGERS COMMERCIAUX

Recouvrement

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LES VENTES** | | | | | |  |  |  |  |  | |
| Nom et prénom du manager commercial | Types de produit | nombre d’unités à vendre | | Chiffre d'affaires à réaliser (en Dirhams) | | | Recettes à réaliser (en Dirhams) | | Période | | |
|  | | | | | | | | | DE | | A |
| BARDA MALIKA  EL GHATASS SALIMA | LOTS  PROMOTIONNEL | | **41** | | **36 436 600,00** | | **36 436 600,00** | | 16/10/2024 | | 31.12.2024 |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  | |  | |  | |  |

Volet Commercialisation et



OBJECTIFS DES MANAGERS COMMERCIAUX

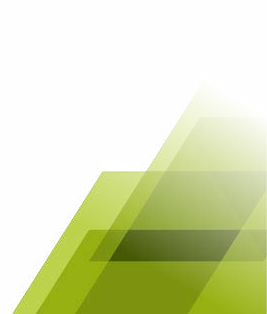
Recouvrement

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| LIVRAISONS ET CONTRATS | | | | | | | | | | | | |
| Nom et prénom du manager commercial | | Nature des produits | | Nombre d’unité à livré | | Nombre de contrats à établir | | | | Période | | |
|  |  |  |  |  |  |  | |  | | DE | | A |
| BARDA MALIKA  SALIMA EL GHATAS | | LOTS PROMOTIONNEL | | 41 | | 41 | | | | 30.04.2025 | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | | |  | |  | |
|  | |  | |  | | |  | |  | |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |
|  | |  | |  | |  | | | |  | |  |

Chiffre d’affaires prévisionnel



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL (EN DIRHAMS) | | | | | | | | | | |
| Type d'unités Tranche1 Tranche2 Tranche3 Tranche4 TOTAL | | | | | | | | | | |
| Lot social |  | | | | | | | | | |
| Logement social |  | | | | | | | | | |
| Lot économique |  | | | | | | | | | |
| Logement économique et faible VIT |  | | | | | | | | | |
| **Lot promotionnel** | **36 436 600,00**   **36 436 600,00** | | | | | | | | | |
| Logements promotionnels |  | | | | | | | | | |
| Logements de classe moyenne |  | | | | | | | | | |
| Villas économiques |  | | | | | | | | | |
| Lots d'activités commerciales |  | | | | | | | | | |
| Locaux commerciaux |  | | | | | | | | | |
| Lots industriels |  | | | | | | | | | |
| Lots d'activités artisanales |  | | | | | | | | | |
| Lots d'équipements socio administratifs |  | | | | | | | | | |
| Total | **36 436 600,00** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |



ANNEXES

Annexe1 : Eventuelles réserves et/ou observations émises par les différents intervenants

Annexe 2 : Descriptif des matériaux utilisés Annexe 3: Catalogue des prix de vente

Annexe 4 : Eléments d’argumentaires de vente Annexe 5 : Plan autorisé montage financier



Annexe 1

|  |  |
| --- | --- |
| Annexe 1 : Eventuelles réserves et/ ou observations émises par les différents intervenants | |
| Qualité des intervenants | Réserves et/ ou observations |
| Agence Al Haouz-Tassoultant  La Direction Commerciale & Marketing | * 36 lots HC2 à commercialiser * 5 lots obstacles HC2 à suspendre la commercialisation |
|  |  |
|  |  |



Annexe 2

**DESCRIPTIF DES MATERIAUX UTILISES**



Annexe 3

**CATALOGUE DES PRIX DE VENTE**



Annexe 4

**ELEMENTS D’ARGUMENTAIRES DE VENTE**



Annexe 5

Annexe 5

**PLAN AUTORISE**

**ET MONTAGE FINANCIER**



Signataires

**LES DELEGUES COMMERCIAUX**

**DIRECTEUR PI**

**AGENCE AL HAOUZ**

**LE DIRECTEUR**

**GENERAL**

**LE DIRECTEUR**

**TECHNIQUE**

**LE DIRECTEUR COMMERCIAL & MARKETING**

**LE RESPONSABLE MARKETING**