



# Manuel de Commercialisation du Projet

**LES LAURIERS TR 1 GH2**  
**Code opération : 900602.03**

# SOMMAIRE

- 1- Présentation du Projet.
- 2- Volet Marketing, Communication et Promotion.
- 3- Volet Commercialisation et Recouvrement.
- 4- Annexes.

# Présentation du Projet

## PRESENTATION DU PROJET

DENOMINATION DU PROJET	LES LAURIERS GH2
TYPE DE PROJET	LOGEMENTS SOCIAUX
Propre	<input checked="" type="checkbox"/>
En partenariat	<input type="checkbox"/>
LOCALISATION	VILLE NOUVELLE CHRAFATE
Région économique	TANGER TETOUAN
Préfecture ou province	TANGER FAHS ANJRA
Commune	CR JOUAMAA
Ville	VILLE NOUVELLE CHRAFATE
CONSISTANCE	100 appartements sociaux d'habitation d'une superficie Entre 45m2 et 76m2 et un local commercial de 650m2

	Nombre d'unités	Nombre de	Superficie	Coût en Dirhams
Lot social				
Logement social	100		6243m2	31,59 MDH
Lot économique				
Logement économique et FVIT				
Lot promotionnel				
Logement promotionnel				
Logement de classe moyenne				
Villas				
Lots d'activités commerciales				
Locaux commerciaux	1		650 m <sup>2</sup>	1 MDH
Lots industriels				
Lots d'activités artisanales				
Lots d'équipements socio administratifs				

4

# Présentation Du projet

DATES PREVISIONNELLES D'EXECUTION DU PROJET	Tranche 1	Tranche 2	Tranche 3	Tranche 4
Date de lancement des travaux	24/08/2020			
Date d'achèvement des travaux	24/08/2021			
Date de mise en commercialisation	16/12/2020			
Date de livraison (estimation)	24/08/2022			
Date de remise des contrats (estimation)	24/08/2022			

## OBJECTIFS DU PROJET

### OBJECTIFS SOCIAUX

- Réalisation de logements sociaux pour répondre aux besoins sociaux en matière d'habitat
- Résoudre la problématique de l'habitat insalubre au niveau de la région
- Amélioration de la qualité de vie sociale de la clientèle ciblée.

### OBJECTIFS COMMERCIAUX

- Dynamisation de la ville nouvelle Chrafate en produit sollicité et bon marché
- Répondre et satisfaire la demande de ce type de produit
- Renforcer l'attractivité de la nouvelle ville Chrafate.

## COÛT DE L'OPERATION

	Coût du m <sup>2</sup> en Dirhams	Coût total en Dirhams	Date
Cout initial	4962,50	32 593 728,20	14/09/2020
Coût actualisé s'il y a lieu			

Ln

# Présentation du Projet

## CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

Types d'unités	Superficie du terrain		Superficie construite		Nombre de travaux		Destination des lots
	De	A	De	A	De	A	
Lot social							
Logement social			45m2	76m2			
Lot économique							
Logement économique et faible VIT							
Lot promotionnel							
Logement Promotionnel							
Logement de classe moyenne							
Villas							
Lots d'activités commerciales							
Locaux commerciaux 650m2							
Lots industriels							
Lots d'activités artisanales							
Lots d'équipements socio administratifs							

*Handwritten mark*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

# Présentation du Projet

## CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION

	OUI	NON
ETUDE DE FAISABILITE	X	
ETUDE DE MARCHE	X	
SITUATION DU TERRAIN	X	
Propriété de la Société	X	
Libre de toute occupation	X	
AUTORISATIONS ADMINISTRATIVES	X	
MONTAGE FINANCIER	X	
CATALOGUE DES PRIX	X	
PLAN D'ACTION MARKETING OPERATIONNEL		
Interne		
Par un cabinet externe	X	
APPROBATION DU PROJET PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LE DIRECTOIRE	X	
MEDIATISATION		
Publicité obligatoire	X	
Autres actions de communication et de promotion telles que prévues au niveau du plan de communication		

*Ch*  

# Volet Marketing, Communication et Promotion

## PLAN D'ACTION MARKETING

### ETUDE DE MARCHÉ

#### CONCLUSIONS DE L'ETUDE DE MARCHÉ

La réussite du projet chrafate réside dans la création, dans un premier temps, d'un premier noyau d'habitants suffisamment dense pour permettre le développement des équipements de proximité et de transports en communs. L'étude suggère un repositionnement articulé autour de 2 axes principaux :

- 1- Attraction des « EARLY ADOPTERS » : l'attraction des « EARLY ADOPTERS » est cruciale pour le lancement du projet. En effet, sans ces premiers habitants la ville nouvelle ne peut exister. « EARLY ADOPTERS » dans le contexte de la NV chrafate sont les salariés (ouvriers et petits cadres) des sociétés installées à TAC et qui n'auront pas eu accès à la propriété hors chrafate
- 2- La diversification : la diversification de l'offre de produits de la nouvelle ville permettra d'élargir la cible pour toucher un maximum de personnes et assurer une mixité sociale.

#### POLITIQUE DES PRIX (MOTIVATION)

Des appartements économiques à des prix imbattables et offrant un cadre de vie agréable et adapté à la vie en famille dans des résidences où est assuré un sentiment de sécurité. Un bon cadrage des surfaces et de l'aménagement est très important.

#### POLITIQUE DE RECOUVREMENT (MOTIVATION)

#### POINTS D'ACCUEIL-DE VENTE ET LES MANAGERS Agence chrafate

Nom et prénom du Chef de Groupe Monsieur EL KADAOUI Taoufik responsable force de vente

Managers commerciaux

Points d'accueil-de vente	Missions (accueil et/ou vente)	Noms et prénoms des managers commerciaux	Produits a vendre
---------------------------	--------------------------------	--	-------------------

ca



# Volet Marketing, Communication et Promotion

## Publicité obligatoire

### LA PRESSE

DESIGNATION	NOMBRE	NOMBRE APPARITION	DATES
Quotidiens	2	2	27.11.2020
Hebdomadaires			
Mensuels			
Autres			

Action / événements	Support / canal de communication(1)	Descriptif	Contenu	Objectifs	Consistance(2)	Produits concernés	Calendrier	Prestataire	Observations
---------------------	-------------------------------------	------------	---------	-----------	----------------	--------------------	------------	-------------	--------------

Accompagnement des actions  
Prévues par le HAO

Actions proposées par la société

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 (bus, tramway, etc.) Caravanes, salons, forums, stands, journées portes ouvertes, etc.

2 - 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.

Ch

# Volet Marketing, Communication et Promotion

## BUDGET DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION

### BUDGET DE COMMUNICATION

Supports ou actions	Budget en Dirhams	Observations
Dépliants	20.000.00	
Flyers	20.000.00	
Affiches	10.000.00	
Brochures		
Plaquettes		
Banderoles		
Revue et journaux	60.000.00	
Radio		
Télévision		
Frais d'études et conception		
Autres		
Total	110.000.00	



# Volet Commercialisation et Recouvrement

## CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

Conditions d'éligibilité

Fourchette des revenus

DE

A

Oui

Non

Avoir bénéficié d'un produit du Groupe Al Omrane

Être propriétaire d'un logement ou d'un lot de terrain constructible

Résider dans la localité du programme

Autres conditions

Être de nationalité marocaine, âgé de 18 ans révolus.

S'engager à résider pendant une durée de 4 ans révolue dans ledit logement

x

x

Ordre d'importance des conditions d'éligibilité

1

2

3

4

5

6

Modalités d'attribution

Modalités de passage du mode « Vente sur Offres de Prix » au mode « Vente libre »

Conditions de valorisation

Délai de valorisation

Pénalités prévues

Conditions d'aliénation

oui

Délai de non aliénation

4 ans

Indemnité pour lever la condition d'aliénation

Ch

# Volet Commercialisation et Recouvrement

## Conditions de désistement

Montant de l'indemnité

Ou

Taux appliqué par rapport au prix de vente

5% des montants versés

Oui

Non

Remboursement immédiat

x

Remboursement après commercialisation

x

Conditions de transfert

Montant de l'indemnité

Ou

Taux appliqué par rapport au prix de vente

Conditions de déchéance

Montant de l'indemnité

Ou

Taux appliqué par rapport au prix de vente

5% des montants versés

Pénalités de retard à appliquer en cas de non règlement d'une échéance

Mesures dérogatoires

Niveau de hiérarchisation de prise de décision de dérogation

Nom et prénom du décideur

Manager commercial

Chef de Groupe

Directeur Régional

Directeur Commercial

Directeur Général

Directoire ou Conseil d'administration

x

ABDEL MOHSSINE  
ELFAEZI

# Volet Commercialisation et Recouvrement

## MODALITE DE RECOUVREMENT (EN DIRHAMS)

Type d'unités	1 <sup>ère</sup> avance		2 <sup>ème</sup> avance		3 <sup>ème</sup> avance		4 <sup>ème</sup> avance	
	Taux	Date	Taux	Date	Taux	Date	Taux	Date
Lot social								
Logement social	20.000,00 DH							
Lot économique								
Logement économique et fiable VIT Lot promotionnel								
Logement de classe moyenne								
Logements promotionnels								
Villas								
Lots d'activités commerciales								
Lots commerciaux								
Lots industriels								
Lots d'activités artisanales								

A la signature de

A la réservation

Reliquat livraison

# Volet Commercialisation et Recouvrement

## PLANING DE COMMERCIALISATION

Tranche 1

Date de lancement de la publicité obligatoire : 27.11.2020

Date de lancement de la commercialisation : 17.12.2020

Numéros et types d'unités à commercialiser

Tranche 2

Date de lancement de la publicité obligatoire

Date de lancement de la commercialisation

Numéros et types d'unités à commercialiser

Tranche 3

Date de lancement de la publicité obligatoire

Date de lancement de la commercialisation

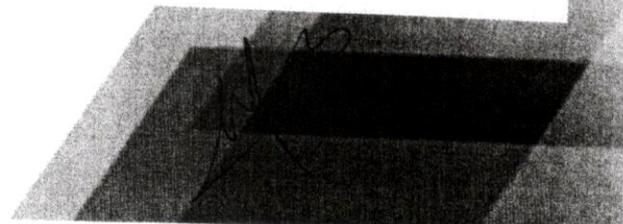
Numéros et types d'unités à commercialiser

Tranche 4

Date de lancement de la publicité obligatoire

Date de lancement de la commercialisation

Numéros et types d'unités à commercialiser



# Volet Commercialisation et Recouvrement

## OBJECTIFS DES MANAGERS COMMERCIAUX

### 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

h  

# Volet Commercialisation et Recouvrement

## LIVRAISONS ET CONTRATS

Nom et prénom du manager commercial	Nature des produits	Nombre d'unités à livrer	Nombre de contrats à établir	Période
				DE      A

h            

# Chiffre d'affaire Prévisionnel

## CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL (EN DIRHAMS)

Type d'unités	Tranche 1	Tranche 2	Tranche 3	Tranche 4	TOTAL
Lot social					
Logement social					
Lot économique					
Logement économique et faible VIT					
Lot promotionnel					
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					

*[Signature]*

*[Signature]*

# ANNEXES

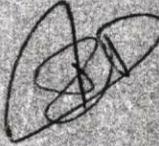
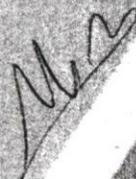
Annexe 1 : Eventuelles réserves et/ ou observations  
émises par les différents intervenants

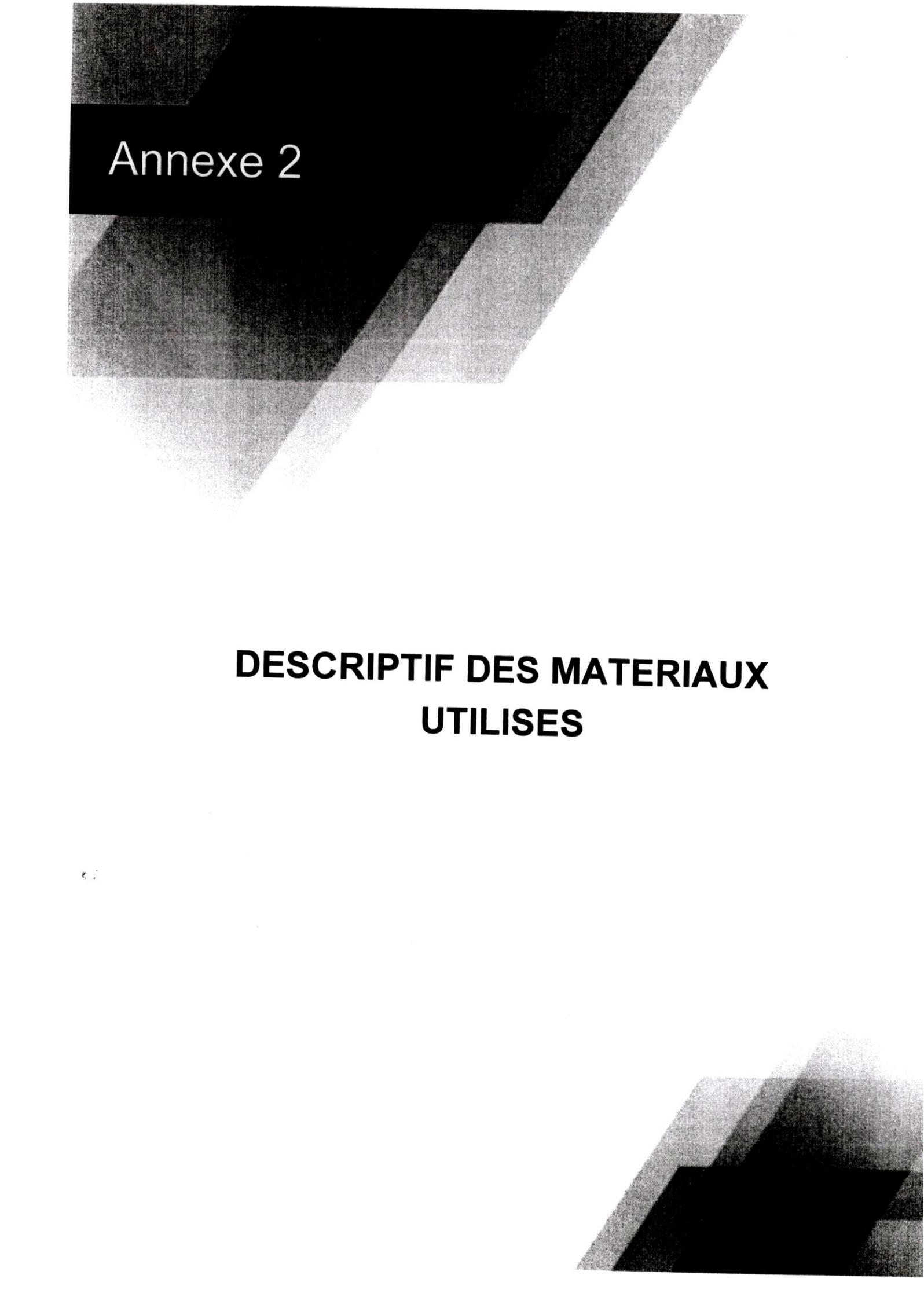
Annexe 2 : Descriptif des matériaux utilisés

Annexe 3 : Catalogue des prix de vente

Annexe 4 : Eléments d'argumentaires de vente

Annexe 5 : Plan autorisé

~  



# Annexe 2

## **DESCRIPTIF DES MATERIAUX UTILISES**

# Annexe 3

## Annexe 3 : CATALOGUE DES PRIX DE VENTES

### LES LOGEMENTS

Types de logement	Logement N°	Immeuble N°	Etage	Superficie	Dépendance	Prix de vente moyen du M <sup>2</sup>	Clef de pondé-ration	Prix de vente pondérée du M <sup>2</sup>	Prix de vente total
-------------------	-------------	-------------	-------	------------	------------	---------------------------------------	----------------------	--	---------------------

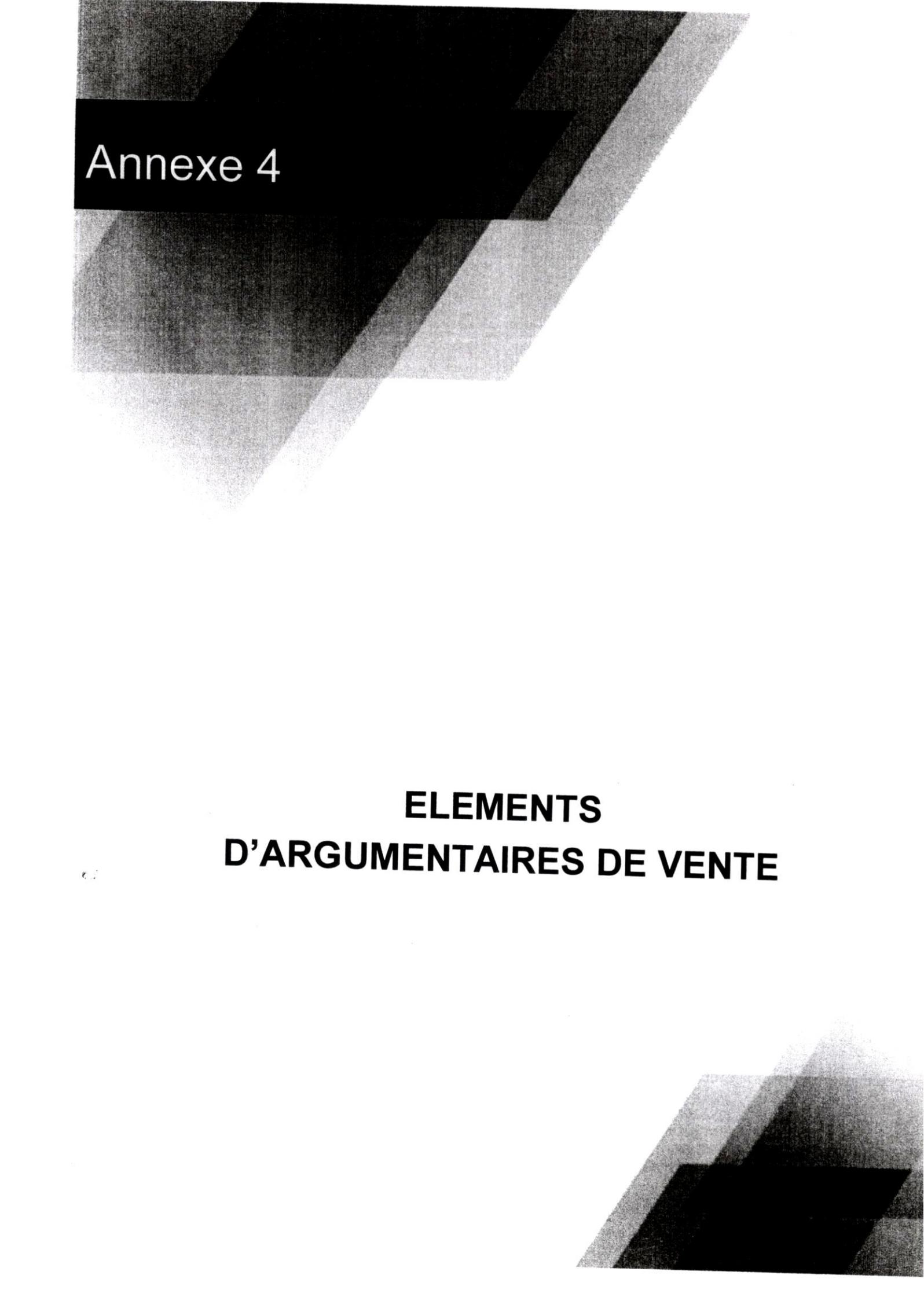
### LOTS

Types de lots	Lot N°	Emplacement	Nombre de façades	Superficie	Prix de vente moyen au M <sup>2</sup>	Clef de répartition	Prix de vente pondérée du M <sup>2</sup>	PV total
---------------	--------	-------------	-------------------	------------	---------------------------------------	---------------------	--	----------

CATALOGUE DES PRIX : PROJET LES LAURIERS GH2 VILLE NOUVELLE CHRAFATE

LOT	SUJEFICIEI	TYPE	ETAGES	FACADES	PRIX M2 TTC	PRIX HT	PRIX TTC
2.1-0-1	57	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.1-0-2	57	APPART SOCIAL	RDC	CADES / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.1-0-3	57	APPART SOCIAL	RDC	CADES / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.1-0-4	45	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /EXTERIE	4 200,00	157 500,00	189 000,00
2.1-1-5	57	APPART SOCIAL	1	ACADE /INTERIEU	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.1-1-6	57	APPART SOCIAL	1	CADES / EXTERIE	4 884,21	232 000,00	278 400,00
2.1-1-7	57	APPART SOCIAL	1	CADES / EXTERIE	4 884,21	232 000,00	278 400,00
2.1-1-8	57	APPART SOCIAL	1	ACADE /EXTERIE	4 762,11	226 200,00	271 440,00
2.1-2-9	57	APPART SOCIAL	2	ACADE /INTERIEU	4 395,79	208 800,00	250 560,00
2.1-2-10	57	APPART SOCIAL	2	CADES / EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.1-2-11	57	APPART SOCIAL	2	CADES / EXTERIE	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.1-2-12	57	APPART SOCIAL	2	ACADE /EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.1-3-13	57	APPART SOCIAL	3	ACADE /INTERIEU	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.1-3-14	57	APPART SOCIAL	3	CADES / EXTERIE	4 273,68	203 000,00	243 600,00
2.1-3-15	57	APPART SOCIAL	3	CADES / EXTERIE	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.1-3-16	57	APPART SOCIAL	3	ACADE /EXTERIE	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.1-4-17	57	APPART SOCIAL	4	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.1-4-18	57	APPART SOCIAL	4	CADES / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.1-4-19	57	APPART SOCIAL	4	CADES / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.1-4-20	57	APPART SOCIAL	4	ACADE /EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.2-0-1	45	APPART SOCIAL	RDC	CADES /EXTERIE	4 200,00	157 500,00	189 000,00
2.2-0-2	57	APPART SOCIAL	RDC	CADES / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.2-0-3	57	APPART SOCIAL	RDC	ACADE / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.2-0-4	57	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.2-1-5	57	APPART SOCIAL	1	CADES /EXTERIE	4 762,11	226 200,00	271 440,00
2.2-1-6	57	APPART SOCIAL	1	CADES / EXTERIE	4 762,11	226 200,00	271 440,00
2.2-1-7	57	APPART SOCIAL	1	ACADE / EXTERIE	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.2-1-8	57	APPART SOCIAL	1	ACADE /INTERIEU	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.2-2-9	57	APPART SOCIAL	2	CADES /EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.2-2-10	57	APPART SOCIAL	2	CADES / EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.2-2-11	57	APPART SOCIAL	2	ACADE / EXTERIE	4 395,79	208 800,00	250 560,00
2.2-2-12	57	APPART SOCIAL	2	ACADE /INTERIEU	4 395,79	208 800,00	250 560,00
2.2-3-13	57	APPART SOCIAL	3	CADES /EXTERIE	4 273,68	203 000,00	243 600,00
2.2-3-14	57	APPART SOCIAL	3	CADES / EXTERIE	4 273,68	203 000,00	243 600,00
2.2-3-15	57	APPART SOCIAL	3	ACADE / EXTERIE	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.2-3-16	57	APPART SOCIAL	3	ACADE /INTERIEU	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.2-4-17	57	APPART SOCIAL	4	CADES /EXTERIE	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.2-4-18	57	APPART SOCIAL	4	CADES / EXTERIE	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.2-4-19	57	APPART SOCIAL	4	ACADE / EXTERIE	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.2-4-20	57	APPART SOCIAL	4	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.3-0-1	57	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.3-0-2	57	APPART SOCIAL	RDC	ACADE / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.3-0-3	56	APPART SOCIAL	RDC	ACADE / EXTERIE	4 101,43	191 400,00	229 680,00
2.3-0-4	45	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /INTERIEU	4 200,00	157 500,00	189 000,00
2.3-1-5	57	APPART SOCIAL	1	ACADE /INTERIEU	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.3-1-6	57	APPART SOCIAL	1	ACADE / EXTERIE	4 884,21	232 000,00	278 400,00
2.3-1-7	57	APPART SOCIAL	1	ACADE / EXTERIE	4 884,21	232 000,00	278 400,00
2.3-1-8	57	APPART SOCIAL	1	ACADE /INTERIEU	4 640,00	220 400,00	264 480,00
2.3-2-9	57	APPART SOCIAL	2	ACADE /INTERIEU	4 395,79	208 800,00	250 560,00
2.3-2-10	57	APPART SOCIAL	2	ACADE / EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.3-2-11	57	APPART SOCIAL	2	ACADE / EXTERIE	4 517,89	214 600,00	257 520,00
2.3-2-12	57	APPART SOCIAL	2	ACADE /INTERIEU	4 395,79	208 800,00	250 560,00
2.3-3-13	57	APPART SOCIAL	3	ACADE /INTERIEU	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.3-3-14	57	APPART SOCIAL	3	ACADE / EXTERIE	4 273,68	203 000,00	243 600,00
2.3-3-15	57	APPART SOCIAL	3	ACADE / EXTERIE	4 273,68	203 000,00	243 600,00
2.3-3-16	57	APPART SOCIAL	3	ACADE /INTERIEU	4 151,58	197 200,00	236 640,00
2.3-4-17	57	APPART SOCIAL	4	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.3-4-18	57	APPART SOCIAL	4	ACADE / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.3-4-19	57	APPART SOCIAL	4	ACADE / EXTERIE	4 029,47	191 400,00	229 680,00
2.3-4-20	57	APPART SOCIAL	4	ACADE /INTERIEU	3 907,37	185 600,00	222 720,00
2.5-0-1	58	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /EXTERIE	4 758,62	230 000,00	276 000,00
2.5-0-2	73	APPART SOCIAL	RDC	CADES / EXTERIE	3 698,63	225 000,00	270 000,00
2.5-0-3	72	APPART SOCIAL	RDC	CADES / OPPOS	3 833,33	230 000,00	276 000,00
2.5-0-4	69	APPART SOCIAL	RDC	ACADE / INTERIE	3 833,04	220 400,00	264 480,00
2.5-1-5	73	APPART SOCIAL	1	ACADE /EXTERIE	3 945,21	240 000,00	288 000,00
2.5-1-6	75	APPART SOCIAL	1	CADES / EXTERIE	4 000,00	250 000,00	300 000,00
2.5-1-7	72	APPART SOCIAL	1	FACADES /OPPOS	4 000,00	240 000,00	288 000,00
2.5-1-8	69	APPART SOCIAL	1	CADES / INTERI	3 833,04	220 400,00	264 480,00

LOT	SUPEFICII	TYPE	ETAGES	FACADES	PRIX M2 TTC	PRIX HT	PRIX TTC
2.5-2-9	73	APPART SOCIAL	2	ACADE /EXTERIE	3 945,21	240 000,00	288 000,00
2.5-2-10	75	APPART SOCIAL	2	CADES / EXTERIE	3 840,00	240 000,00	288 000,00
2.5-2-11	72	APPART SOCIAL	2	FACADES /OPPOS	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.5-2-12	69	APPART SOCIAL	2	ACADES / INTERIE	3 833,04	220 400,00	264 480,00
2.5-3-13	73	APPART SOCIAL	3	ACADE /EXTERIE	3 945,21	240 000,00	288 000,00
2.5-3-14	75	APPART SOCIAL	3	CADES / EXTERIE	3 840,00	240 000,00	288 000,00
2.5-3-15	72	APPART SOCIAL	3	FACADES / OPPOS	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.5-3-16	69	APPART SOCIAL	3	ACADE / INTERIE	3 833,04	220 400,00	264 480,00
2.5-4-17	73	APPART SOCIAL	4	ACADE /EXTERIE	3 945,21	240 000,00	288 000,00
2.5-4-18	75	APPART SOCIAL	4	CADES / EXTERIE	4 000,00	250 000,00	300 000,00
2.5-4-19	72	APPART SOCIAL	4	FACADES / OPPOS	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.5-4-20	69	APPART SOCIAL	4	ACADE / INTERIE	3 833,04	220 400,00	264 480,00
2.4-0-1	69	APPART SOCIAL	RDC	ACADE / INTERIE	4 000,00	230 000,00	276 000,00
2.4-0-2	72	APPART SOCIAL	RDC	CADES /EXTERIE	3 833,33	230 000,00	276 000,00
2.4-0-3	73	APPART SOCIAL	RDC	CADES / EXTERIE	3 780,82	230 000,00	276 000,00
2.4-0-4	58	APPART SOCIAL	RDC	ACADE /EXTERIE	4 560,00	220 400,00	264 480,00
2.4-1-5	69	APPART SOCIAL	1	ACADE / INTERIE	4 173,91	240 000,00	288 000,00
2.4-1-6	72	APPART SOCIAL	1	CADES /EXTERIE	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.4-1-7	76	APPART SOCIAL	1	CADES / EXTERIE	3 947,37	250 000,00	300 000,00
2.4-1-8	73	APPART SOCIAL	1	ACADE /EXTERIE	4 109,59	250 000,00	300 000,00
2.4-2-9	69	APPART SOCIAL	2	ACADE / INTERIE	4 173,91	240 000,00	288 000,00
2.4-2-10	72	APPART SOCIAL	2	CADES /EXTERIE	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.4-2-11	76	APPART SOCIAL	2	CADES / EXTERIE	3 947,37	250 000,00	300 000,00
2.4-2-12	73	APPART SOCIAL	2	ACADE /EXTERIE	4 109,59	250 000,00	300 000,00
2.4-3-13	69	APPART SOCIAL	3	ACADE / INTERIE	4 173,91	240 000,00	288 000,00
2.4-3-14	72	APPART SOCIAL	3	CADES /EXTERIE	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.4-3-15	76	APPART SOCIAL	3	CADES / EXTERIE	3 947,37	250 000,00	300 000,00
2.4-3-16	73	APPART SOCIAL	3	ACADE /EXTERIE	4 109,59	250 000,00	300 000,00
2.4-4-17	69	APPART SOCIAL	4	ACADE / INTERIE	4 173,91	240 000,00	288 000,00
2.4-4-18	72	APPART SOCIAL	4	CADES /EXTERIE	4 166,67	250 000,00	300 000,00
2.4-4-19	76	APPART SOCIAL	4	CADES / EXTERIE	3 947,37	250 000,00	300 000,00
2.4-4-20	73	APPART SOCIAL	4	ACADE /EXTERIE	4 109,59	250 000,00	300 000,00
EQUIPEMENT	325	VITE USAGE COMMERCIAL			3 384,620		1 100 001,50
<b>APPARTEMEI</b>	<b>6 243</b>					<b>21 677 300,00</b>	<b>26 012 760,00</b>



# Annexe 4

## **ELEMENTS D'ARGUMENTAIRES DE VENTE**

# Annexe 5

## PLAN AUTORISE

# Annexe 1

## Annexe 1 : Eventuelles réserves et/ ou observations émises par les différents intervenants

Qualité des intervenants	Réserves et/ ou observations
LE DIRECTEUR GENERAL	EL FAEZI ABDEL MOHSSINE
LE CHEF DE PROJET	EL HARDOUZ OMAR
LE DIRECTEUR DE L'AGENCE	HARDOUMI INTISSAR
LE DIRECTEUR COMMERCIAL	IFRASSEN DRISS
LE CHEF DE LA DIVISION MARKETING	EL GHAMAD SOUFIANE
LE RESONSABLE DE LA FORCE DE VENTE	EL KADAQUI TAOUFIK

**Al Omrane Chrafate**  
Omar EL HARDOUZ

AL OMRANE TANGER TETOUAN AL HOCEIMA  
Chef de Projet  
Projets La Ville Nouvelle De Chrafate

Chargée Mission Auprès du directoire pour la  
Gestion des projets de la nouvelle ville chrafate

**AL OMRANE TANGER TETOUAN AL HOCEIMA**

**Driss IFRASSEN**

Directeur Commercial et Marketing

AL OMRANE TANGER TETOUAN AL HOCEIMA

EL GHAMAD Soufiane

Chef De La Division Marketing Et Prospectives

**Al Omrane Chrafate**

**Toufik EL KADAQUI**

Responsable Commercial

Projets La Ville Nouvelle De Chrafate