

Holding d'aménagement
AL OMRANE



Société d'Aménagement

Al Omrane Sahel Lakhyayta

MANUEL DE COMMERCIALISATION

*Opération : Pôle Urbain et Industriel
"Omrane Sahel" Tranche 5 à Had
Soualem*



15 FEV 2013

IDENTIFICATION DU PROGRAMME

DENOMINATION DU PROGRAMME

POLE URBAIN « OMRANE SAHEL »
TRANCHE 5

TYPE DE PROGRAMMES

LOTISSEMENT

PROPRE

NON (MOD HAO)

EN PARTENARIAT

LOCALISATION

REGION ECONOMIQUE

CHAOUIA OUARDIGHA

PREFECTURE OU PROVINCE

BERRCHID

COMMUNE

HAD SOUALEM

VILLE

HAD SOUALEM

✓ [Signature] [Signature]

DATES D'EXECUTION DU PROGRAMME

TRANCHE 1

TRANCHE 2

TRANCHE 3

TRANCHE 4

DATE DE LANCEMENT DES TRAVAUX

31/03/2009

DATE D'ACHEVEMENT DES TRAVAUX

DECEMBRE
2013

DATE DE MISE EN COMMERCIALISATION

MARS 2013

DATE DE LIVRAISON

MARS 2014

DATE DE REMISE DES CONTRATS

JUIN 2014

Recettes Prévisionnelles du programme s'élèvent à 753.267.260,00 DHS.

LE COUT DU PROGRAMME

COUT DU
M²

COUT
TOTAL

DATE

COUT INITIAL

522.00 DH

215,28 MDH

JUILLET 2009

PREMIERE ACTUALISATION

677.20 DH

279,29 MDH

FEVRIER
2010

SECONDE ACTUALISATION

(Handwritten signatures and initials)

OBJECTIFS DU PROGRAMME

LES OBJECTIFS SOCIAUX

Dans le cadre de la politique de développement du secteur de l'habitat et de l'intensification de l'offre des produits d'habitat et en vue de faciliter l'accès au logement individuel aux couches moyennes, la société Al Omrane Sahel Lakhiayta lance la commercialisation de lots destinés à la réalisation de villas isolées sur des parcelles équipées dans la superficie varie de 400 à 1000 m². Des parcelles équipées dédiées aux différents équipements d'accompagnement sont également projetées.

LES OBJECTIFS COMMERCIAUX

- Encaissement des avances clients conformément au plan d'action 2013 ;
- Susciter des activités commerciales et des investissements dans le Pôle Urbain ;
- Contribuer aux recettes et chiffre d'affaires du groupe Al Omrane.
- Encourager l'installation de familles issues de la couche moyenne pour assurer une véritable mixité sociale dans le Pôle 'Urbain Omrane Sahel '.

r A S 4

LES CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION

	OUI	NON
L'ETUDE DE FAISABILITE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
L'ETUDE DE MARCHÉ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SITUATION DU TERRAIN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PROPRIETE DE L'OPH	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LIBRE DE TOUTE OCCUPATION	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LES AUTORISATIONS ADMINISTRATIVES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE PLAN NO VARIETUR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE MONTAGE FINANCIER	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE CATALOGUE DES PRIX	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE PLAN D'ACTIONN MARKETING OPERATIONNEL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTERNE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PAR UN CABINET EXTERNE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
APPROBATION DU PROGRAMME PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LE DIRECTOIRE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Handwritten signatures and initials]

LE PLAN DE COMMUNICATION

LA PRESSE

QUOTIDIENS

NOM DU QUOTIDIEN	DATE DE PARUTION
L'économiste	25/02/2013
Al Ahdad (en arabe)	01/03/2013
Al Bayane	08/03/2013
Assabah	16/03/2013

L'AFFICHAGE

BANDEROLES
OU
PANNEAU

NOMBRE

2

LIEUX D'INSTALLATION

- Site du programme
- Siège de la société

R M J 6 *A*

DEFINITION DES CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

VENTE DES LOTS DES VILLAS ISOLEES

TYPES D'UNITES

CATEGORIES D'UNITES

SUPERFICIE
DU TERRAIN

SUPERFICIE
CONSTRUITE

NOMBRE DE
NIVEAUX

DE

A

DE

A

DE

A

lot promotionnel

400 m²

1090 m²

260 m²

650 m²

R+1

R+1

Unité d'habitat
promotionnel (UHP)

Logements
promotionnels

--	--	--	--	--	--

✓ [Signature] [Signature] 7 d

LE PLANNING DE COMMERCIALISATION

TRANCHE 1

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

25 Février 2013

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

26 Mars 2013

LES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

LES CONDITIONS D'ELIGIBILITE

FOURCHETTE DES REVENUS

DE

A

OUI

NON

AVOIR BENEFICIE D'UN PRODUIT DES OPH

ETRE PROPRIETAIRE D'UN LOGEMENT OU D'UN LOT DE TERRAIN
CONSTRUCTIBLE

RESIDER DANS LA LOCALITE DU PROGRAMME

En priorité.

AUTRES CONDITIONS

✓ P J A

LES MODALITES D'ATTRIBUTION

Lots Pour Villas Isolées : La commercialisation se fera par tranche : la première tranche sur offre de prix en présence d'un notaire.

Pour les autres tranches elle se fera par une commission en présence également d'un notaire, et ce après avoir déterminé les prix de vente sur la base de la commercialisation de la première tranche.

Lots d'activités Commerciales : La commercialisation se fera sur offre de prix et cahier de charges en présence d'un notaire.

Pour les Equipements Socio-Administratif : Les lots y afférents seront cédés à la Direction des Domaines conformément au contrat de vente du 11/06/2008.

Ilots pour construction de villas : Appel à Manifestation d'Intérêt en présence d'un notaire avec priorité aux coopératives d'Habitat.

LES CONDITIONS DE VALORISATION

DELAI DE VALORISATION

24 mois.

PENALITES PREVUES

LES CONDITIONS D'ALIENATION

DELAI DE NON ALIENATION

LES CONDITIONS DE DESISTEMENT

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

5%

OUI

NON

REMBOURSEMENT IMEDIAT

X

REMBOURSEMENT APRES COMMERCIALISATION

X

(Handwritten signatures and initials)

LES CONDITIONS DE DECHEANCE

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

5%

**PENALITES DE RETARD A APLLIQUER EN CAS DE NON
REGLEMENT D'UNE ECHEANCE**

(Handwritten marks)

**RESERVES ET/OU OBSERVATIONS DES RESPONSABLES ET DES MANAGERS
COMMERCIAUX**

LE DIRECTEUR
GENERAL

LE DIRECTEUR
REGIONAL

LE DIRECTEUR
COMMERCIAL

LE DIRECTEUR DE
COMMUNICATION

LE DIRECTEUR
MARKETING

**LES MANAGERS
COMMERCIAUX**

**LE CHEF DE
GROUPE (nom et
prénom)**

**LES MANAGERS
(noms et prénoms)**

Mme. Amina HAMDOUN

M. Nabil WORIGHI

LE MODE DE RECOUVREMENT

1 ère avance

2 ème avance

3 ème avance

4 ème avance

TYPES D'UNITES

CATEGORIES D'UNITES

TAUX

DATE

TAUX

DATE

TAUX

DATE

TAUX

DATE

lot promotionnel

30%

A la signature de la promesse

20%

6 MOIS

20%

4 MOIS

30%

A la livraison

Lots promotionnels (lots ou lots groupés)

Unité d'habitat promotionnel (UHP)

Logements promotionnels

Villas économiques

(Handwritten initials)

LE MODE DE RECOUVREMENT

1 ère avance

2 ème avance

3 ème avance

4 ème avance

TYPES D'UNITES

CATEGORIES D'UNITES

TAUX

DATE

TAUX

DATE

TAUX

DATE

TAUX

DATE

Lots d'activités
commerciales

50%

A la
signature
de la
promesse

30%

Après six
mois

20%

A la
livraison

Locaux
commerciaux

Unité commerciale ou
industrielle (UCI)

Lots industriels

Lots d'activités
artisanales

Lots d'équipements
socio administratifs

Unité d'équipements
socio administratifs
(UES)

✓ Pyl d
14

LE NIVEAU HIERARCHIQUE DE PRISE DE DECISION DE
DEROGATION

NOM ET PRENOMS DU DECIDEUR

LE MANAGER COMMERCIAL

LE CHEF DE GROUPE

LE RESPONSABLE COMMERCIAL

LE DIRECTEUR GENERAL DELEGUE

LE DIRECTEUR GENERAL

Le Directoire

Mr. Nabil WORIGHI

Délégué Commercial

HAMDOU Amina

Déléguée Commerciale

Mohamed BOURIG
M. Mohamed BOURIG
Directeur Général Délégué
Al Omrane Bahel-Lakhiayta

M. Adnane FILALI

Adnane FILALI
Directeur Général

A. BELMAHI

Holding d'Aménagement Al Omrane
Directeur du Pôle Commercial
et Stratégie Marketing

Abdelhanine BELMAHI

15 FEV 2013

