

MANUEL DE COMMERCIALISATION

*Opération : Centre Commercial RAWAJ
Pôle Urbain Et Industriel « Omrane Sahel »
à Had Soualem*



02 JUL 2014

IDENTIFICATION DU PROGRAMME

DENOMINATION DU PROGRAMME

Centre commercial " RAWAJ "

TYPE DE PROGRAMMES

**PROGRAMME DE CONSTRUCTION
d'un centre commercial**

PROPRE

PROPRE

EN PARTENARIAT

LOCALISATION

REGION ECONOMIQUE

CHAOUIA OUARDIGHA

PREFECTURE OU PROVINCE

BERRCHID

COMMUNE

HAD SOUALEM

VILLE

HAD SOUALEM

DATES D'EXECUTION DU PROGRAMME

TRANCHE 1

TRANCHE 2

TRANCHE 3

TRANCHE 4

DATE DE LANCEMENT DES TRAVAUX	10/06/2013			
DATE D'ACHEVEMENT DES TRAVAUX	31/12/2014			
DATE DE MISE EN COMMERCIALISATION	Juillet 2014			
DATE DE LIVRAISON	Mars 2015			
DATE DE REMISE DES CONTRATS	Septembre 2015			

Recette Prévisionnelle du programme s'élève à 8 050 000 DHS TTC.

LE COUT DU PROGRAMME

	COÛT DU M ²	COÛT TOTAL	DATE
COÛT INITIAL	7 643,00 dhs	6,74 MDHS	04/01/2013
PREMIERE ACTUALISATION			
SECONDE ACTUALISATION			

(Handwritten signatures)

OBJECTIFS DU PROGRAMME

LES OBJECTIFS SOCIAUX

Sensibiliser les visiteurs des centres commerciaux à des aspects essentiels de la vie collective.

Associer le plaisir du shopping avec ce qui facilite le quotidien.

LES OBJECTIFS COMMERCIAUX

- Se conformer aux objectifs du Groupe al Omrane ;
- Créer de l'activité pour notre Société.
- Réalisation des prévisions commerciales au titre de l'exercice en cours ;
- Augmenter le Chiffre d'affaires de la société ;
- Développer l'investissement de la Société Al Omrane Lakhiayta ;

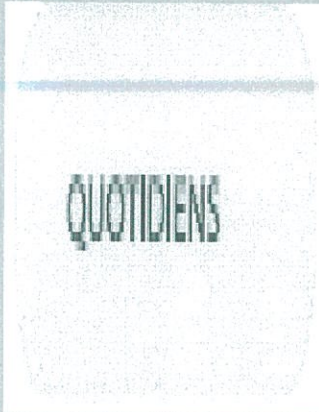
LES CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION

	OUI	NON
L'ETUDE DE FAISABILITE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'ETUDE DE MARCHE	<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'ACTIONS MARKETING OPERATIONNEL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTERNE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PAR UN CABINET EXTERNE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APPROBATION DU PROGRAMME PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LE DIRECTOIRE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Handwritten signatures]

LE PLAN DE COMMUNICATION

LA PRESSE



NOM DU QUOTIDIEN

DATE DE PARUTION

Le Matin

21-07-2014

La vie économique

18-07-2014

Al Akhbar

10-07-2014

Al Massae

19-07-2014

L'AFFICHAGE

TYPE D'AFFICHE

LE LIEU

LA PERIODE

FLYERS

BROCHURES

DEPLIANTS

PLAQUETTES

Siège

10-07-2014

25-07-2014

NOMBRE

LIEUX D'INSTALLATION

BANDEROLES

2

- Siège de la société ;
- Site du programme.

DEFINITION DES CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

VENTE CONDITIONNEE

TYPES D'UNITES

CATEGORIES D'UNITES

SUPERFICIE
CONSTRUITE

SUPERFICIE
DU TERRAIN

NOMBRE DE
NIVEAUX

DE

A

DE

A

DE

A

Locaux
commerciaux

Unité commerciale ou
industrielle (UCI)

15m²

92m²

RDC

R+1

TRANCHE 1

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

10-07-2014

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

25-07-2014

LES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

La commercialisation se fera sur la base d'un cahier des charges sur offre de prix.

LES MODALITES D'ATTRIBUTION

LES CONDITIONS DE DESISTEMENT

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

05%

OUI

NON

REMBOURSEMENT IMEDIAT

X

REMBOURSEMENT APRES COMMERCIALISATION

X

LES CONDITIONS DE DECHEANCE

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

05%

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

**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)

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

Locaux
commerciaux

Lots industriels

Lots d'activités
artisanales

Lots d'équipements
socio administratifs

Unité commerciale ou
industrielle (UCI)

Unité d'équipements
socio administratifs
(UES)

70%
du
Prix
de
vente

A la
signature du
compromis
de vente

30%
du
Prix
de
vente

A la
livraison

LE NIVEAU HIERARCHIQUE DE PRISE DE DECISION DE DEROGATION

NOM ET PRENOMS DU DECIDEUR

LE MANAGER COMMERCIAL

LE RESPONSABLE COMMERCIAL

LE DIRECTEUR GENERAL DELEGUE

LE DIRECTEUR GENERAL

Mr. Nabil WORIGHI
Délégué Commercial

HAMDOUN Amina
Déléguée Commerciale

M. Mohamed BOURIG
Mohamed BOURIG
Directeur Général Délégué
Al Omrane Lakhayta

M. Abdelhanine BELMAHI

Abdelhanine BELMAHI
Directeur Général P/L
Société Al Omrane Lakhayta