

Casablanca Marina

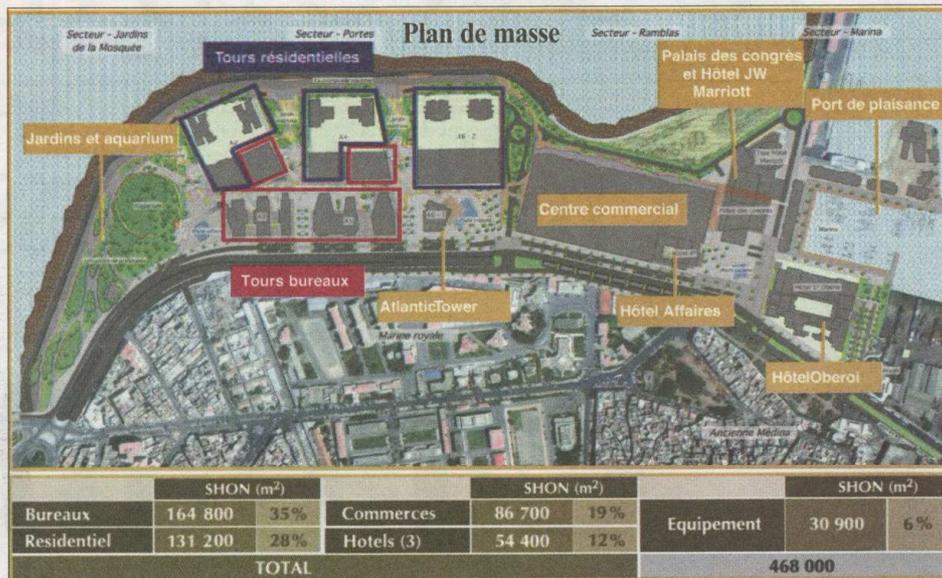
Les premiers magasins ouvrent en 2016

• Lancement de la commercialisation dès ce lundi 7 décembre

• Le résidentiel suivra avant la fin de l'année

• L'immobilier professionnel écoulé à plus de 50%

CASABLANCA Marina sera fin prête pour accueillir dans quelques mois le nouveau pôle d'attraction de la métropole. Après l'immobilier professionnel, Al Manar Development Company (entreprise en charge du projet) lance, à partir de ce lundi 7 décembre, la commercialisation des magasins de retail. Les locaux commerciaux, situés au niveau de l'allée principale, démarrent à des superficies de 62 m². Ils donnent sur la rue piétonne de 1,5 km, mais jouissent également d'une visibilité depuis le boulevard des Almohades (le long de la muraille de l'ancienne médina). Les nou-



veaux locaux sont destinés à accueillir un certain nombre de franchises d'enseignes de prestige nationales et internationales. «Ces commerces constituent un prolonge-

Chiffres-clés

- Assiette foncière: 26 ha dont 12 gagnés sur la mer
- Montant de l'investissement: 8 milliards de DH
- Superficies construites :
 - 672.000 m² SHO (superficie hors oeuvre)
 - 468.000 m² SHON (surface hors oeuvre nette)
 - 5.500 places de parkings en sous sol
- Période de réalisation du projet: 2006-2018
- Livraison des premières unités: décembre 2013
- Occupation prévue à terme:
 - 2.400 résidents
 - 7.000 employés
 - 85.000 nuitées par an. □

ment naturel des autres composantes du projet et bénéficient d'une zone de chalandise très intéressante», annonce-t-on auprès d'Al Manar Development Company, filiale de la CGI (Groupe CDG Développement) et société véhicule du projet Casablanca Marina.

Dans le détail, la vente sur offre de prix (VOP) concernera un total de 25 locaux commerciaux (semi-finis), ainsi qu'un espace fitness (plus de 2.850 m²) et un auditorium (1.050 m²). Ils abriteront les différentes activités commerciales de proximité destinées à l'ensemble des occupants et utilisateurs du site Casablanca Marina. «Les candidats auront le droit d'exercer l'activité de leur choix parmi celles proposées sur la liste», précise-t-on auprès d'Al Manar Development. Ces activités suggérées vont du simple bureau tabac aux services financiers, en passant par les enseignes de pâtisserie, restauration, agences immobilières, agences de voyages, électroménager, coif-

ture... Les nouveaux locaux commerciaux ouvriront leurs portes en 2016 au fur et à mesure que les aménagements avancent. Pour rappel, 5 autres locaux sont déjà vendus pour faire office d'agences bancaires, télécoms et pharmacie. Quant à la partie espaces bureaux (dont la commercialisation a démarré fin 2013), elle est aujourd'hui écoulée à plus de 50%. Plusieurs entreprises y ont déjà élu domicile dont Philips, Centrale Danone, Samir, les

SDL Casa-Transports et Casa-Aménagements...

L'offre retail de la Marina est, rappelons-le, répartie sur l'ensemble du site de manière à créer une animation permanente et des circuits de promenades commerciales. Parmi les composants de cette offre, figurent le mall (qui sera livré en 2016 par Marjane Holding), les magasins répartis au rez-de-chaussée des tours de bureaux, au niveau de la promenade commerciale piétonne centrale qui traverse l'ensemble du projet du port de plaisance jusqu'à la Mosquée Hassan II, ainsi que le long du boulevard des Almohades.

Ce futur pôle multifonctionnel, situé en plein centre-ville, est censé ainsi développer un nouveau quartier d'affaires qui offre une qualité de vie, inspirée par le site et renforcée par les services associés. Non loin, sera érigé le mégapole urbain de Wisal Capital.

Le programme des différentes composantes compte un port de plaisance, trois unités hôtelières (dont Marriott et Oberoi), un palais des congrès, un centre commercial, un centre d'affaires composé de 9 tours bureaux intégrant l'ensemble des services aux entreprises (fitness, crèche, restaurants...), des résidences de luxe sur 10 immeubles et un grand aquarium (dont le promoteur sera connu mi-2016).

Avec le Morocco-Mall, AnfaPlace, le Mall de la Marina, ceux en projet sur boulevard Ibn Tachefine et la Californie (à côté de Marjane) ainsi que Zenata (sans oublier Twin center, boulevard Massira, quartier Racine...), la métropole Casablanca confirme donc son ambition de devenir une destination phare de shopping. □

Aziza EL AFFAS

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com