

ROYAUME DU MAROC  
SOCIETE CASABLANCA TRANSPORT EN SITE AMENAGE



AVIS D'APPEL A MANIFESTATIONS D'INTERET  
N°01/2025/CTSA-AMI

**APPEL A MANIFESTATION D'INTERET  
POUR SELECTIONNER DES REGIES PUBLICITAIRES POUR L'EXPLOITATION DU  
RESEAU TCSP DE LA VILLE DE CASABLANCA.**

Casa transport SA, acteur majeur de la mobilité durable dans la Région de Casablanca-Settat, Société de développement local chargée principalement de la mise en place et la gestion des transports en Commun en site Propre, lance un appel à manifestation d'intérêt en application des dispositions de l'article 15 du règlement des marchés, ayant pour objet d'identifier préalablement **les régies publicitaires intéressées pour l'exploitation du réseau TCSP de la ville de Casablanca.**

Le dossier peut être retiré au département des marchés de la société Casa transports sis à l'adresse suivante : **Crystal 2-BS, Immeuble n° 2, 9ème étage, Casablanca Marina – Bd des Almohades - 20 010 Casablanca – Maroc**, ou téléchargeable au portail des marchés public.

Les offres seront remises dans les conditions prévues au dossier de consultation, au plus tard **le vendredi 14 février 2025 avant 16h00 (heure locale)**, sous plis fermés et cachetés, adressés à :

**Monsieur le Directeur Général de la société Casablanca Transport en Site Aménagé SA  
Bureau des marchés sis Crystal 2-BS, Immeuble n° 2, 9ème étage,  
Casablanca Marina – Bd des Almohades - 20 010 Casablanca**

Ce pli doit comprendre :

- Le nom et l'adresse du concurrent ;
- Le numéro de l'avis d'appel à manifestation d'intérêt ;
- L'objet de l'appel à manifestation d'intérêt.

Ou par courrier recommandé avec accusé de réception ou déposés contre récépissé au département des marchés de la Société. Les plis reçus postérieurement à la date et heure ci-dessus ne seront pas admis.

Pour tout éclaircissement concernant les modalités de retrait du dossier, contacter le département des marchés :  
Tél : +212 522 641 510 / [Marche\\_Casatransport@casatramway.ma](mailto:Marche_Casatransport@casatramway.ma)

**ROYAUME DU MAROC**  
**SOCIETE CASABLANCA TRANSPORT EN SITE AMENAGE SA**



**APPEL A MANIFESTATION D'INTERET**  
**N° 01/2025/CTSA-AMI**

**LES REGIES PUBLICITAIRES POUR L'EXPLOITATION  
DU RESEAU TCSP DE LA VILLE DE CASABLANCA.**

**JANVIER 2025**

Appel à manifestation d'intérêt passé en application de l'article 15 du Règlement des marchés de la société CASATRANSPORT fixant les conditions et les formes de passation des marchés de la société ainsi que certaines règles relatives à leur contrôle et à leur gestion.

## OBJET DE L'APPEL A MANIFESTATION D'INTERET

Le présent appel à manifestation d'intérêt porte sur la sélection de sociétés pour la contractualisation de droits de dénomination commerciale de stations voyageur des lignes du réseau de transport en commun en site propre de Casablanca.

L'objet est de recevoir des candidatures en vue de contractualiser avec des sociétés pour le sponsoring d'une ou plusieurs station au choix du réseau de Tramway de Casablanca.

L'opération consiste en l'acquisition des droits de dénomination d'une ou plusieurs stations parmi 135 stations voyageur commercialisées dans le réseau de transport en commun en site propre.

En cas d'acquisition de plusieurs stations par un même sponsor, chaque station fera objet d'une dénomination spécifique et unique.

La carte réseau opérationnel est comme suit :



## **PRESENTATION DE CASA TRANSPORT SA**

Casa transport SA, société de développement local est missionnée par la ville de Casablanca pour construire et exploiter un réseau exhaustif de transport en commun en site propre.

Ce réseau est issu des recommandations du plan de déplacement urbain, développé en 2007 afin de pourvoir la métropole des facteurs de mobilité permettant aux citoyens et résidents casablancais de se déplacer en toute simplicité, sécurité, rapidité et au moindre coût. Le PDU vise par ces mesures d'améliorer la mobilité dans la ville, d'accompagner l'évolution et l'essor de la ville et de la doter d'atouts compétitifs que ce soit à l'échelle nationale ou internationale en tant que métropole économique du Royaume.

Les principales préconisations du PDU sont ainsi :

- Un investissement important pour augmenter l'offre en transport collectif de masse
- Une restructuration des réseaux de bus, et mise en œuvre de l'intermodalité
- Une refonte du plan de circulation global de la ville
- Un programme de mise à niveau de la voirie urbaine

Dans ce contexte 4 lignes de tramway et 2 lignes de busway totalisant 97 km de desserte et 151 stations sont opérationnelles (2 stations non ouvertes).

- La ligne Casatramway T1 fut mise en service le 12/12/2012
- La ligne Casatramway T2, fut mise en service le 23/01/2019
- Les lignes Bw1 & Bw2, furent mises en service le 1<sup>er</sup> mars 2024
- Les lignes T3 & T4 furent mises en service le 23 septembre 2024



Il est possible de télécharger cette carte en ligne sur l'adresse :

<https://www.casatramway.ma/se-deplacer/plan-interactif>

## HISTOIRE DU RESEAU DE TRAMWAY DE CASABLANCA

Tout commence par le plan des déplacements urbains initiée en 2004 et pilotée par les pouvoirs publics de Casablanca, qui visait à établir un diagnostic de la mobilité à Casablanca. Pour ce faire, une vaste enquête ménages ainsi que des simulations et des modélisations sont menées. Il a permis d'identifier en 2007 les principaux « corridors » ou « lignes de désir de déplacement ». Il a fait également ressortir la nécessité de doter la ville de Transports en Commun en Site Propre (TCSP), qu'il s'agisse de métro, tramway ou busway (les Bus à Haut Niveau de Service ou BHNS), seule réponse efficace au regard de la dimension du trafic et du nombre d'habitants de la capitale économique du Royaume.

L'objectif principal étant simplement de permettre à l'ensemble des casablancais de transiter facilement d'une partie à l'autre de la ville, quels

que soient leur origine sociale ou leurs niveaux de motricité, à des coûts à la portée et en toute sécurité.

C'est alors, la genèse de la nouvelle approche de la politique de mobilité à Casablanca qui ne repose pas uniquement sur un seul mode de transport, l'automobile, mais, qui prend en compte la pluralité des demandes des casablançais afin de mettre en place une stratégie intégrée de mobilité.

Trois facteurs principaux sont pris en compte dans cette nouvelle approche volontariste :

- La mobilité pour tous
- La qualification des espaces urbains de mobilité
- Le développement favorisé de la multi et de l'inter modalité

Les études de définition et de faisabilité de la 1<sup>ère</sup> ligne de tramway s'en sont suivis et, en 2009, une structure dédiée au projet est créée pour la construction de la 1<sup>ère</sup> ligne de tramway, Casa Transport SA, une société de développement local. Son financement fait l'objet d'un tour de table auquel participent le ministère de l'Intérieur, le ministère des Finances, la Fondation Hassan II, la Commune, la Région, l'ONCF, la Banque Populaire et d'autres actionnaires minoritaires.

Lancée le 12 décembre 2012, le tramway de Casablanca, devient un véritable projet structurant. Il constitue un élément moteur pour la ville, instiguant une nouvelle dynamique urbaine et facilite notamment l'accès aux entreprises, commerces, centres touristiques et de loisirs et administrations publics via un moyen de transport rapide, efficace et écologique.

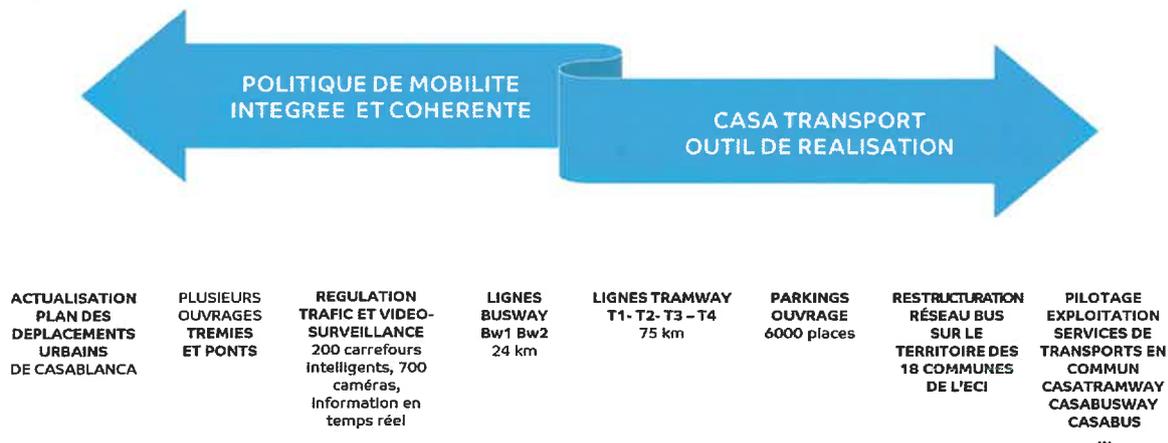
Outre la dimension transport, le projet du tramway représente un vrai projet politique de « ville globale », dont l'objectif est de hisser Casablanca au rang des grandes métropoles mondiales, lui offrant une identité résolument moderne mais fière de son patrimoine, et surtout, instaurant les valeurs de cohésion sociale entre les quatre coins de la ville.

La composante sociale du projet est ainsi prépondérante. Le tramway est pensé comme un outil fédérateur, permettant de retisser le lien entre les différents quartiers de Casablanca.

Suite à la réussite de la première ligne de tramway de Casablanca mise en service le 12.12.2012, le plan de Développement Stratégique de Casablanca 2015- 2020 a accéléré la cadence de mise en œuvre de la politique de mobilité.

C'est ainsi que 16 milliards de dirhams, soit plus de la moitié de l'enveloppe d'investissement arrêtée pour le Plan de Développement de la ville, est dédiée à la concrétisation d'une offre de transport en site propre permettant d'irriguer l'ensemble de la ville y compris les périphéries.

Cette vision intégrée concerne l'implémentation d'un bouquet d'offres de solutions de mobilité touchant à l'ensemble des fonctionnalités de déplacement en ville.



Avec la mise en service de la 2<sup>ème</sup> ligne de tramway en 2019, le long de 47 km, les quartiers de Sidi Moumen et de Sidi Bernoussi à la corniche de Aïn Diab et au quartier des Facultés et Laymoun en passant par le centre-ville historique, Derb Sultan, Hay Mohammadi, Ain Sebaa, les hôpitaux, les principaux quartiers d'affaires et les 5 gares ferroviaires, sont désormais desservis par un moyen de transport unique, moderne, rapide et convivial.

Les lignes T3 (14 km) et T4 (12 km) traversent la ville du Nord au Sud, reliant ainsi Casa Port à Moulay Rachid et Sidi Othmane, des quartiers à forte densité de population, le long de deux grandes pénétrantes : le boulevard Mohammed VI et Ouled Ziane, et les lignes busway complètent le maillage sud du réseau tramway en longeant d'une part le boulevard Al Qods, et d'autre part en desservant Errahma / Oulad Azzouz..

## **HABITUDES DE DEPLACEMENT ET STATISTIQUES**

*Etude réalisée par Quadrant Conseil, Systra et BJ Group pour la STRS, Casa Transport, AFD. 2020*

Une étude réalisée sur financement de l'AFD en 2019 / 2020 dans l'objectif de rendre compte des impacts des lignes de tramways, non seulement en termes de mobilité, mais sur tous les aspects de la vie urbaine ressort que le tramway est bien rentré dans les habitudes du plus grand nombre : ainsi, un tiers des Bidaouis l'utilisent au moins une fois par semaine, et seul un tiers ne l'avait jamais utilisé.

Le tramway est en particulier un succès auprès des étudiants et des jeunes actifs qui n'ont pas de voiture, et spécifiquement auprès des femmes (soit près de la moitié de la clientèle 49%) alors qu'elles sont en général moins mobiles et moins actives que les hommes. En effet, dans la zone de chalandise du tramway 13,5% de femmes par rapport à 7,7% des hommes préfèrent le tramway aux autres moyens de transport et l'empruntent pour des motifs plus variés que le motif contraint domicile / étude ou domicile / travail.

Ces trois profils représentent le « segment de marché » tramway, pour qui le tramway est très abordable, tout en offrant une solution de transport qui préserve leur dignité ou l'idée qu'ils se font de leur statut social. Le tramway est un mode confortable, perçu comme moderne, et les usagers apprécient

cette « bulle de vivre ensemble », paisible, qui correspond aussi à leur idéal de société. Il « vaut la voiture » pour ceux qui le prennent.

**A la question: PENSEZ-VOUS QUE LE TRAMWAY SOIT UN MODE DE TRANSPORT DEGRADANT POUR VOUS ?**

**LES USAGERS DE TRAMWAY ONT REPONDU : 99% NON**

Les récentes études menées en 2024 pour le tramway et busway de Casablanca révèlent les enseignements suivants :

**Les usagers des TCSP sont des usagers réguliers :**

- Ils utilisent le tramway ou le busway 5 fois et plus par semaine
- 71% des usagers Tramway (+31 pts depuis 2022).
- 74% des usagers Busway
- Intensif 2 fois ou plus par jour (73%)
- Régulier au moins une fois par semaine (21%)

**Ils ont recours aux TCSP principalement en semaine du lundi au vendredi**

- 54% des usagers Tramway (+18 pts depuis 2022).
- 62% des usagers Busway

**Ils font des déplacements plutôt obliges**

- Ils se déplacent majoritairement en destination du travail (47%) ou étude (30%)
- Les visites familiales ou de loisir viennent en 3ème lieu (12%) des motifs de déplacement
- La même tendance est enregistrée au busway comme au tramway

**Ils font confiance aux TCSP car ils sont motivés par des caractéristiques clés du service :**

- La sécurité
- La disponibilité de service

- L'accessibilité au réseau
- Le budget
- La ponctualité & la maîtrise de temps

**Ils ont leur lieu de départ ou destination à proximité du réseau. Ils n'ont pas recours à un autre mode de transport avant ou après leur utilisation du TCSP**

**Accès direct au réseau**

- 79% des usagers Tramway
- 67% des usagers Busway

**Accès direct à la destination**

- 85% des usagers Tramway
- 69% des usagers Busway

**Ils ont recours à la correspondance au sein du réseau. Ils combinent tramway et busway lors d'un même trajet.**

**Pour accéder au tramway ou busway**

- 21% des usagers tramway via le busway 19%
- 33% des usagers busway via le tramway 43%

**Après arriver à destination**

**15% des usagers tramway via le busway 30%**

**31% des usagers busway via le tramway 67%**

**Ils expriment une opinion largement positive, voire très favorable :**

- Modernité, développement et innovation
- Confiance, respect et confort
- Mixité et popularité
- Générosité.
- Mais aussi un emblème de... **Sécurité, Proximité et Accessibilité**
- Contribue à l'amélioration de la qualité de la vie
- Facilite les déplacements à Casablanca
- Inspire la confiance et la sécurité
- Permet d'aller partout à Casablanca

## Ils sont globalement satisfaits des services TCSP



**94%**  
Satisfaction  
Tramway

*Dont 52% des clients  
sont très satisfaits*

**92%**  
Recommandent  
le tramway

*Dont 43% des clients  
recommandent  
fortement le service*



**95%**  
Satisfaction  
Busway

*Dont 64% des clients  
sont très satisfaits*

**92%**  
Recommandent  
le busway

*Dont 54 % des clients  
recommandent  
fortement le service*

59% Non-usagers  
recommandant  
le service Tramway



58% non-usagers  
recommandant  
le service Busway

## PRESENTATION DES LIGNES TCSP

### LIGNE T1 : Lissasfa – Sidi Moumen

- 24 km
- 37 stations voyageur
- CDM Sidi Moumen
- 7 points de correspondance avec T2, T3, T4 et Bw1

#### Desserte :

Bds Md Zefzaf, Okba, Achouhada, Grande Ceinture, Ali Yaata, Bahmad, Mohammed V, Hassan II, Abdelmoumen, Mekka, Panoramique, des préfectures

### LIGNE T2 : Sidi Bernoussi – Ain Diab

- 23 km
- 33 stations voyageur
- CDM Sidi Bernoussi
- 6 points de correspondance avec T1, T3, T4 et Bw2

#### Desserte :

Bds Anoual, 2 mars, El Fida, Grande Ceinture, Al Yaata, Ibn Zair, Ain Sebaa, Mohammed Bouamrani, Abi Der El Ghafri,

### **LIGNE T3 : Salmia – Casa Port**

- 14 km
- 20 stations voyageur
- CDM EL Hantate
- 5 points de correspondance avec T1, T2, T4 et Bw1

#### **Desserte :**

Av. du 10 Mars, Bd Abdelkader Essahraoui, Av. Idriss El Allam, Bd Idriss El Harti, Bd Mohammed VI, Bd de Strasbourg, Place de la Victoire, Bd Mohammed Smiha, Place Zellaqa, Bd Moulay Abderrahmane, Gare Casa Port

### **LIGNE Bw1 : Salmia 2 – Lissasfa**

- 12,5 km
- 20 stations voyageur
- 2 points de correspondance avec T1, T3

#### **Desserte :**

Bd Al Joulane, Bd Moqdad Lahrizi, Bd Mohammed VI, Bd Al Qods, Bd Laymoun au croisement avec Bd Omar Al Khayam

### **LIGNE T4 : zone industrielle moulay Rachid - parc de la Ligue Arabe**

- 12 km
- 19 stations voyageur
- 5 points de correspondance avec T1, T2, T3

#### **Desserte :**

Bd Okba Ibn Nafii, Bd Idriss El Harti, Av. Idriss El Allam, Av. des Forces Auxiliaires, Bd du Nil, Av. Anoual, Bd du 10 Mars, Route Ouled Ziane, Rue Capitaine Puissesseau, Rue Barathon, Place de la Victoire, Bd Rahal El Meskini, Rue Allal El Fassi, Bd Moulay Youssef

### **LIGNE Bw2 : Errahma – Rond Point Oulmes**

- 12 km
- 22 stations voyageur
- 1 point de correspondance avec T2

#### **Desserte :**

RP 3003/ 3014, RP 3014, RN1, Bd Moulay Touhami, Bd Oum Rabii, Bd Abdellah Chérif, Bd Yaacoub El Mansour, Rond-point Oulmès

#### **Station voyageur :**

Le réseau TCSP offre une connectivité aux 5 gares ferroviaires et comporte 13 points de correspondance.

Afin de permettre aux voyageurs une flexibilité de parcours des supports d'information voyageurs et de signalisation visuelle et sonore sont mis à la disposition du voyageur en station, et dans certains cas à l'extérieur de la station, pour l'orienter au mieux dans son parcours.

Le service est présent dans le digital à travers un site web et une application mobile, et dans les prochaines semaines, il sera doté d'un service de recharge en ligne des titres de voyage.

La qualité de service est garantie par le personnel présent sur toute la durée de service agent de station chef de zone agent de contrôle

## **POURQUOI DEVENIR SPONSOR D'UNE STATION DE TRAMWAY ?**

Les droits de dénomination d'une station tramway représentent la parfaite opportunité de communication et de consolidation de notoriété. Ils garantissent **l'activation d'évènements et de programmes dans le réseau de tramway auprès d'une cible captive toute la semaine et présente dans le réseau durant un minima de 25 minutes à chaque déplacement.**

Cette cible sera également exposée à l'affichage particulier du nom du sponsor sur **l'ensemble des supports d'information voyageur présents dans le réseau et les points de vente, ainsi que sur l'ensemble des outils et canaux de communication auprès des voyageurs.** Elle sera également exposée à la répétition du nom du sponsor dans les annonces sonores dans les tramways et busways plus de 1000 fois par semaine.

D'autant plus, le réseau de transport en commun en site propre est entièrement accessible aux personnes à mobilité réduite que ce soit à travers les aménagements autour des stations, dans les quais et à bord.

En 2024, le réseau a transporté **59,54 millions de voyages en 2024 (hors correspondances)**. 32% des voyageurs tramway et 25% des voyageurs busway effectuent une correspondance lors de leur trajet (correspondance gratuite au sein du réseau TCSP).

Ce réseau constitué transporte quotidiennement près de 380 000 voyages en semaine :

- La fréquentation journalière sur la ligne T1 est de plus de 150 000 V/J
- La fréquentation journalière sur la ligne T2 est de plus de 100 000 V/J
- La fréquentation journalière sur les ligne T3 et T4 est de plus de 75 000 V/J
- La fréquentation journalière sur la ligne Bw1 et Bw2 est de plus de 55 000 V/J

A travers le sponsoring d'une station voyageur du réseau de TCSP, le candidat positionnera sa marque en tant que destination, dans un contexte où plus de 1 millions de déplacements sont effectués chaque jour dans le territoire de l'ECI majoritairement pour des motifs obligés, de travail et études.

## **QUELS AVANTAGES PRESENTENT CE TYPE D'INITIATIVES**

### **Pour les Casablancais**

Consolidation des programmes de mobilité durable et des services publics, sans impacter le coût du voyage sur le citoyen

### **Pour le candidat**

- Des droits exclusifs sur une plateforme marketing unique et non investie au Maroc
- Participation majeure à la responsabilité sociale des entreprises
- Vecteur de renforcement de notoriété et d'affaires

### **Pour Casa Tramway**

- Soutenir les charges d'exploitation et maintenir une qualité de service optimum
- Soutenir les charges de maintenance

- Investir dans des services connexes de mobilité et dans l'expansion du réseau

## STATIONS CONCERNEES PAR L'ACQUISITION DES DROITS DE DENOMINATION

**33 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne T1:**

Ligne T1			
1	Ennasim	18	La résistance
2	Mohammed Zefzaf	19	Mohammed Diouri
3	Centre de maintenance	20	Marché Central
4	Hôpital Sidi Moumen	21	Place des Nations Unies
5	Attacharouk	22	Les hôpitaux
6	Okba Ibn nafi	23	Faculté de médecine
7	Forces Auxiliaires	24	<b>Abdelmoumen station de correspondance</b>
8	Hay Raja	25	Bachkou
9	<b>Ibn Tachfine station de correspondance</b>	26	Mekka
10	Hay Mohammadi	27	Gare Oasis
11	Achouhada	28	Panoramique
12	<b>Ali Yaata station de correspondance</b>	29	Technopark
13	Grande ceinture	30	Zénith
14	Les anciens abattoirs	31	Gare Casa Sud
15	Bahmad	32	Faculté
16	Casa Voyageur	33	<b>Laymoun station de correspondance</b>
17	Place Al Yassir		

**31 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne T2 :**

Ligne T2			
1	Littoral	17	Place Sraghna
2	Hay Hassani	18	Derb Sultan
3	Sidi Abderrahman	19	Hay El Farah
4	Cité de l'air	20	Derb Milan
5	<b>Abdellah Ben Chérif station de correspondance</b>	21	Cimetière Achouhada (ouverture prochaine)
6	Place Financière	22	Hay Adil
7	Anfa Park (ouverture prochaine)	23	<b>Mdakra station de correspondance</b>
8	Anfa Club	24	Qissariat hay Mohammadi
9	Beauséjour	25	<b>Carrières centrales station de correspondance</b>
10	Ghandi	26	Dar Laman
11	Riviera	27	Al Wifaq
12	Derb Ghellef	28	AL Amane
13	<b>Anoual station de correspondance</b>	29	Préfecture Ain Sebaa
14	Hermitage	30	Gare de Aïn Sebaa
15	02-mars	31	Abi Dar El Ghafari
16	El Fida		

**16 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne T3:**

<b>Ligne T3</b>			
1	<b>Mohammed Smiha station de correspondance</b>	9	Dar Attouzani
2	<b>Place de la Victoire station de correspondance</b>	10	6 novembre
3	Mohammed Zerktouni	11	Abdessalam Ennaciri
4	Garage Allal	12	Jardin Alesco
5	<b>Derb Tolba station de correspondance</b>	13	Hay Lalla Meriem
6	Derb Chorfa	14	<b>Idriss El Allam station de correspondance</b>
7	Abou Chouaïb Doukali	15	Abdelkader Essahraoui
8	Afriquia	16	10-mars

**17 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne T4:**

Ligne T3			
1	Mers Sultan	10	Hay Assalama
2	<b>Jaber Ibn Hayane station de correspondance</b>	11	Mohammed Bouziane
3	La Gironde	12	<b>Idriss El Harti station de correspondance</b>
4	Ifni	13	Hay El Falah
5	Ain Borja	14	Faculté Ben Msik
6	Gare Oulad Ziane	15	Mohammed Jaudar
7	Hay Tissir	16	Moulay Rachid
8	Jardin Chtaiba	17	<b>Zone Industrielle station de correspondance</b>
9	Boulevard du Nil		

**18 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne Bw1:**

ligne Bw1			
1	Sidi Maarouf	11	Sefrou
2	Al Moustakbal	12	<b>Al Qods station de correspondance</b>
3	Casa nearshore	13	Amgala
4	Californie	14	Jardin Sunday
5	Azzouhour	15	Lahrizi
6	Taddart	16	Al Joulane
7	Hay chrifa	17	Stade Tessema

8	Oulad Hadou	18	Sbata
9	Inara		
10	Taza		

**20 stations sont proposées pour l'opération de sponsoring sur la ligne Bw2:**

ligne Bw2			
1	Yacoub Al Mansour	12	Abouab Oulfa
2	CIL	13	La rocade
3	<b>Aéropostale station de correspondance</b>	14	La perception
4	Les musées	15	Les Jardins d'Errahma
5	Oued Oum Rabia	16	Errahma
6	Oued Laou	17	Ouad Sebou
7	Oued Beht	18	Les écoles
8	Moulouya	19	Oulad Ahmed
9	Haj Fateh	20	La ferme
10	Essafa		
11	Moulay Thami		

**Les fréquentations détaillées de la station d'intérêt durant 2024 et courant 2025 seront communiqués à chaque candidat à sa demande.**

### **PACKAGE D'ENTREE**

Le nom du sponsor figurera au même titre que l'ensemble des noms de stations dans les emplacements suivants :



Sur les abris de la station concernée côté quai et côté rue



Sur les 2 locaux techniques de la station concernée



Sur le plan du réseau global imprimé sur plexi glace et situé sur les locaux techniques de toutes les 149 stations en service soit 298 cartes plan au total



Sur les panneaux d'information affichés sur les abris



Sur les thermomètres de ligne disposés à l'intérieur de chaque tramway et busway en haut des portes et sur les écrans TFT



Sur les annonces sonores pré enregistrées et diffusées à l'intérieur des rames de tramway



Sur les afficheurs électriques situés au-devant et aux côtés des rames



Sur le plan du réseau global présent sur les sites internet [www.casatramway.ma](http://www.casatramway.ma) et [www.casablancatransport.ma](http://www.casablancatransport.ma)



Sur le plan de ligne et d'information voyageur



Sur les plans de réseau affiché dans les 5 agences commerciales



Sur les flyers et brochures de présentation du réseau du tramway de Casablanca



Sur tout autre support présent ou future de communication contenant le listing ou le tracé des lignes du réseau TCSP avec les noms des stations.

**Les noms des sponsors figureront en relief ou en gras sur tous les tracés d'itinéraire en station, dans le tramway ou le busway et les supports de communication.**

**Le coût du package d'entrée est arrêté à 800.000 dhs TTC. Ce budget couvre l'ensemble des frais de remplacement du mobilier de la station et des supports d'information voyageur dans le réseau.**

**La fin de la période contractuelle donnera lieu au paiement à Casa Transport de frais sous forme de droits de sortie afin de restituer la dénomination initiale dans le réseau tel qu'il sera opérationnel au moment de la fin de contrat. Le coût des droits de sortie sera estimé au moment de la fin du contrat et remis sous forme de devis au sponsor.**

## LES DROITS PUBLICITAIRES OU MARKETING D'ENTREE

Le sponsor sera offert les emplacements publicitaires suivants pour une période 2 mois pour la promotion de la nouvelle dénomination de station, les frais logistiques demeurent à la charge du sponsor :

- Un circuit de panneaux sucettes
- L'espace intérieur de 3 tramways
- Le pelliculage extérieur de 1 tramway (surface vitrée uniquement)
- Une publication hebdomadaire avec lien vers le site de l'sponsor sur la page facebook Casatramway et Casabusway
- Affichage dans les agences commerciales
- La possibilité de procéder à une opération de promotion ou d'habillage, validés au préalable par Casa Transport, de la station pendant une durée à déterminer
- Le droit d'utilisation du logo « Casatramway » ou « Casabusway » après validation de tous les support concernés par Casa Transport

**Le sponsor supportera le coût de production de la campagne auprès de la régie normée du réseau tramway.**

**Toute campagne ou action doivent respecter les principes suivants :**

- **Ne pas entraver les chemins d'évacuation des voyageurs.**
- **Ne pas interférer avec les accès PMR**
- **Ne pas entraver la visibilité des voyageurs vis-à-vis de la signalétique implantée en station**
- **Ne pas entraver la visibilité du conducteur vis-à-vis :**
  - **des équipements de signalisation ferroviaires**
  - **des écrans de vidéosurveillance implantés à quai,**
  - **de l'échange des voyageurs entre le quai et le train (montée / descente à bord des rames)**
- **Ne pas entraver la visibilité des agents de station vis-à-vis des voyageurs**
- **Ne pas entraver les champs de vision des caméras de vidéosurveillance implantées en station.**
- **Ne pas perturber la diffusion des messages sonores du système de sonorisation implanté en station.**
- **Ne pas gêner l'accessibilité aux différents équipements implantés dans les stations (accès aux équipements de sécurité tels qu'extincteurs ou colonnes sèches, accès nécessaires à la maintenance, etc....).**

## DENOMINATION COMMERCIALE ET CONDITIONS FINANCIERES

Les candidats pourront soumettre des offres de dénomination de station et de prix parmi 3 options proposées :

- OPTION 1 : La station conservera son nom initial qui sera précédé de la dénomination commerciale.

*Exemple : station **SPONSOR** Place Financière*

**Offre minimale à partir de 800.000 dhs HT / an**

- OPTION 2: La station portera exclusivement la dénomination commerciale.

*Exemple : station **SPONSOR***

**Offre minimale à partir de 1.200.000 dhs HT / an**

- OPTION 3: Les stations de correspondance conserveront les termes indiquant leur fonction dans le réseau

*Exemple : **SPONSOR** Station de correspondance*

**Offre minimale à partir de 1.400.000 dhs HT / an**

Chaque candidat précisera dans son offre l'option choisie et l'offre de prix. Les stations de correspondance qui jouissent d'une exposition particulière, seront commercialisés après validation des propositions à l'offre la plus disante.

## DUREE DU CONTRAT DE DENOMINATION

L'acquisition des droits de dénomination sera conclue pour **une durée minimale de 6 années** reconductibles par tacite reconduction une seule fois pour une durée de quatre ans.

La période souhaitée est à proposer par chaque candidat en fonction de son projet.

## DOSSIER DE CANDIDATURE DES CANDIDATS

Chaque candidat présentera son offre sur support papier et digital. Le dossier de l'offre comprendra :

- Une présentation du candidat et le cas échéant, de son positionnement RSE
- La ou les stations demandées, éventuellement par ordre de priorité ainsi que le projet de dénomination pour chaque station
- Hors package d'entrée, un éventuel dispositif additionnel qui serait souhaité par le candidat
- Les programmes projetés d'activation du naming dans le réseau, comment le candidat se projet-il au fil de la période souhaitée ranimer et faire vivre sa marque dans le réseau ?
- L'intention de projet de campagne promotionnelle de lancement du sponsoring
- L'offre de prix proposée
- Les documents administratifs justificatifs de capacité financière et juridiques :
  - Déclaration sur l'honneur comprenant les mentions prévues à l'article 26 du règlement des marchés de la société Casa Transports relatif aux marchés passés par la société Justifier de leur stabilité financière
  - La ou les pièces justifiant les pouvoirs conférés à la personne agissant au nom du candidat
  - Attestation ou sa copie certifiée conforme à l'originale délivrée depuis moins d'un an par l'administration compétente du lieu d'imposition certifiant que le candidat est en situation fiscale régulière ou à défaut de paiement qu'il a constitué les garanties

prévues à l'article 24 du règlement des marchés de la société Casa Transports.

- Attestation ou sa copie certifiée conforme à l'originale délivrée depuis moins d'un an par la CNSS certifiant que le concurrent est en situation régulière envers cet organisme conformément à l'article 24 du règlement des marchés de la société Casa Transports ou de la décision du ministre de l'emploi ou sa copie certifié conforme à l'originale, prévue par le dahir portant loi n°1-72-184 du 27 juillet 1972 relatif au régime de la sécurité sociale assortie de l'attestation de l'organisme de prévoyance sociale auquel le concurrent est affilié et certifiant qu'il en situation régulière vis-à-vis dudit organisme ;
- Certificat d'immatriculation au registre de commerce pour les personnes assujetties à l'obligation d'immatriculation conformément à la législation en vigueur

Le candidat résumera l'essentiel de l'offre dans deux fiches selon les modèles ci-après.

**FICHE 1**

**SOCIETE / GROUPE / MAISON MERE / HOLDING :**

**SIGNATAIRE :**

**FONCTION :**

**NOMBRE DE STATIONS OBJET DE LA SOUMISSION :**

<b>PRIORITE</b>	<b>NOM EXISTANT DE LA STATION</b>	<b>NAMING PROPOSE</b>	<b>DUREE DEMANDEE (MINIMUM 6 ANS)</b>	<b>OFFRE DE PRIX GLOBAL</b>	<b>AVANTAGES ADDITIONNELS SOUHAITES</b>
1					
2					

**FICHE 2**

**OFFRE DE FINANCEMENT**

	<b>QUOTAS PROPOSE PAR CASA TRANSPORT</b>
<b>A la signature du contrat</b>	<b>Droits d'accès 800 000 DHS</b>
<b>Année 1</b>	
<b>Année 2</b>	
<b>etc</b>	
<b>A la fin de contrat</b>	<b>Frais de sortie Montant à budgétiser au moment T</b>

## **MONNAIE DE FORMULATION DES OFFRES :**

Conformément aux dispositions de l'article 18 paragraphe 3 du règlement des marchés de la société précitée, le dirham est la monnaie dans laquelle doivent être exprimés les prix des offres présentées par les candidats.

Après l'échéance de la 1<sup>ère</sup> année, un taux d'inflation annuel convenu sera appliqué au montant total du contrat

## **RESPONSABILITES DE CASA TRANSPORT**

Casa Transport s'engage à procéder au remplacement de tout le matériel contenant le nom de la station dans un délai de 3 mois, à partir de la date de signature du contrat et de réception du règlement du package d'entrée par le sponsor.

## **DEPOT DES OFFRES**

Conformément aux dispositions de l'article 15 du Règlement des marchés de la société Casa Transports, Le dossier doit parvenir sous plis fermés et cachetés, adressés à :

Monsieur le Directeur Général de la société Casablanca Transport en Site  
Aménagé SA

Bureau des marchés sis Crystal 2-BS, Immeuble n° 2, 9<sup>ème</sup> étage,  
Casablanca Marina – Bd des Almohades - 20 010 Casablanca

Ce pli doit comprendre :

- Le nom et l'adresse du concurrent ;
- Le numéro de l'avis d'appel à manifestation d'intérêt ;
- L'objet de l'appel à manifestation d'intérêt.

## **CRITERES DE QUALIFICATION**

Pour l'étude des offres des candidats, une commission sera constituée et procédera à l'analyse des dossiers sur la base des critères suivants :

### **Critères généraux**

- Les noms « corporate » ou « institutionnels » : banque, assurance, opérateurs, groupes, domaniaux, offices, hôtellerie de luxe, industries, téléphonie, technologie, etc
- Les noms de produits
- Toute autre catégorie sera étudiée
- Toute marque représentant les secteurs tel que le tabac, l'alcool ou des produits ou services portant atteinte aux règlements, us et mœurs locales ou en vigueur ne seront pas prise en considération

### **Critères marketing**

- Critère d'innovation :
  - Proposition d'actions et de programmes d'activation du naming innovants
  - Proposition d'actions ou de programmes participants à la promotion du réseau et appuyant sa notoriété de service de qualité, moderne, technologique etc
  - Proposition d'actions et de programmes pouvant générer des recettes additives au réseau de tramway de Casablanca
- Critère de sens « proximité géographique » : la nom de la station choisie est située à proximité du sponsor etc
- Critère de désirabilité : Le positionnement de la marque de l'annonceur et ses engagements sociétaux RSE ou son programme de développement durable etc

## **Critères financiers**

L'offre financière et l'échelonnement de paiement du candidat seront appréciés selon la pondération suivante :

- 60% : Offre de prix proposée
- 40% : La durée du contrat souhaité

**Casa Transport SA se réserve le droit de rejeter une offre sans pour autant devoir émettre une justification d'aucune sorte. Toutes les propositions retenues par Casa Transport seront soumises à l'autorités publique pour validation.**

**Les offres retenues seront sujet à une phase de négociation et de contractualisation.**

## **DELAI DE VALIDITE DES OFFRES**

Les soumissionnaires restent engagés par leurs offres pendant un délai de soixante-quinze (75) jours à compter de la date d'ouverture des plis.

## **VISITE DU RESEAU ET DEMANDE DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DES CANDIDTAS**

A la demande de chaque candidat, il sera convenu une visite du réseau ou de la ligne d'intérêt du sponsor.

**Les demandes d'informations ou renseignements formulées par les candidats doivent être adressées dans un délai de sept (07) jours au moins avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis au bureau du maître d'ouvrage sis à l'adresse indiquée dans l'avis de publicité d'appel à manifestation d'intérêt.**

Tout éclaircissement ou renseignement fourni par Casa Transport à un concurrent sera communiqué aux autres concurrents le même jour dans les sept (7) jours suivant la date de réception de la demande et au plus tard trois (3) jours avant la date prévue pour la séance de remise des plis lorsque la demande est intervenue entre le dixième et le septième jours précédant la date d'ouverture des plis.

La réponse du maître d'ouvrage est communiquée, par lettre recommandée avec accusé de réception ou par fax confirmé ou par voie électronique, aux candidats ayant retiré le dossier d'appel à manifestation d'intérêt. Elle est aussi mise à la disposition des autres concurrents et communiqué aux membres de la commission d'analyse des offres.