



DOSSIER
Crise, le luxe ne perd rien de son éclat



2012
Ni «printemps» ni «hiver» arabe...

L'Observateur

www.observateur.info

N°198 du 28 décembre 2012 au 10 janvier 2013 - 15 DH

du Maroc



CE QUI RESTERA
DE 2012



- 06 | Digest Politique
- 10 | Digest Economie
- 14 | Digest Société
- 18 | Digest Monde

N° 198

Du 28 décembre 2012 au 10 janvier 2013

www.observateur.info



P. 24



P. 68

CE QU'ILS RETIENNENT DE 2012



P. 42



BALADES LITTÉRAIRES

Les Top 10 des écrivains les plus influents dans le monde
P. 78



CULTURE

P. 70

L'œil tranchant et l'oreille en coin



RETRO SPORT

MAZAGAN
Enfin une académie de golf!
P. 80



RETRO AUTO

Fiat 500 et Gucci
Mamma Mia!
P. 63

L'Observateur

Directeur de la publication et de la rédaction

Abdoul Chamal
a.chamal@observateur.tn

Directeur Général

Habib Amel
h.abemel@observateur.com

Rédacteur en Chef

Mohamed Zouadi
mohamed.zouadi@gmail.com

Production IT

Samia Arit

Journalistes

Fatima Zahra Billy

fbilly@observateur.tn

Nouza Mousli

nmouza@observateur.tn

Aoua Hajjam

ahajjam@observateur.tn

Salaheddine Lemrali

salem.journalist@gmail.com

Hayat Kamal Idriani

hkamal@observateur.tn

Moussa Kabiri Krtoui

krtouimoussa@gmail.com

Karim Rachad

krachad@observateur.tn

Bajaj Dimaak

bajaj@observateur.tn

Chroniqueurs

Imed Gannou

Mirabelle Douad

Vincent Ferronnet

Webmaster

Tarek Belkacem

Conception graphique

Graphic Factory

Infographistes

Wissal El Hachak

Samia Tricouk

Photographe

Khalid Chouari

Credits photos

AFP, MAP

Mardi Edition

Bar de Rome,

Ras Yalla, Appartement

Quartier des hôpitaux,

Casablanca.

Tel: 05 22 47 54 55

05 22 48 59 60 - Fax: 05 22 28 02 47

Email: redaction@observateur.tn

Site Web: www.observateur.info

Régie Publicitaire

Marc Télematique

Tel: 05 22 47 54 08 / 22

Fax: 05 22 47 54 27

Direction ressources humaines

Marc Télematique

Distribution

Société Maroc

Impression

GMSprint

Dépôt légal

01/12



Support inscrit à l'OID pour contrôle de diffusion



COMMERCE ET DISTRIBUTION

2012, le grand tournant du commerce moderne

Le commerce traditionnel n'est plus ce qu'il était. Les époques changent et le consommateur évolue. Le secteur a été soumis au cours de cette année principalement à de puissantes forces de changements grâce à l'ouverture notamment du Morocco Mall. L'année prochaine sera encore prometteuse pour le secteur.

Le Morocco Mall crève le plafond

MOUMIA KABIRI KETTANI

Avec l'ouverture du Morocco Mall en décembre 2011 à Casablanca, projet lancé par le Groupe Aksal, un pas de géant a été franchi dans le domaine des grandes surfaces dédiées à l'habillement et aux produits de luxe. La prési-

dente et fondatrice du groupe marocain Aksal a consacré quatre années à ce projet d'un coût de près de 150 millions d'euros. De prestigieuses enseignes n'ont pas résisté à l'attrait de cette grande réalisation comme Louis Vuitton, Galeries Lafayette, Penyadi...

Preuve de son succès, en l'espace d'une année, le Morocco Mall a accueilli quelque 7 millions de visiteurs, avec une moyenne de 58.000 visiteurs par jour. Un chiffre supérieur aux 40.000 entrées prévues dans le plan de développement initial. Ces



résultats le placent dès aujourd'hui parmi les trois centres commerciaux les plus importants du continent. C'est pour cela que ce projet ouvre la voie à la réalisation d'autres du même genre. Salwa Akhenouch a d'ailleurs révélé, à travers un entretien accordé à un confrère, que le groupe Akkal regarde avec attention ce qui se passe du côté de Rabat et d'Agadir, mais aussi à l'international. « Nous avons déjà été sollicités sur trois projets en Afrique », a-t-elle confié.

La marina aura aussi son centre commercial

L'ouverture de la Marina sera décalée à février 2013, les travaux n'ayant pu être achevés en 2012 comme prévu initialement. Casablanca Marina s'étend sur une superficie totale d'environ 450.000 m² avec un budget d'investissement global de 5 milliards de di-

le Morocco Mall a accueilli quelque 7 millions de visiteurs, avec une moyenne de 58.000 visiteurs par jour. Un chiffre supérieur aux 40.000 entrées prévues dans le plan de développement initial.

rhams. La partie commerciale qui s'étend sur une zone de 3,5 hectares représente un investissement de 829 millions de DH. Un nouveau mall y est prévu. Il permettra la création de plus de 1.500 emplois directs et 3.000 indirects.

BRE. Des projets de malls pour 2013

La dynamique d'installation et de progression d'Almaraz conforte Best Real Estate dans son ambition de développement au Maroc. En effet, le groupe

croît fortement en le développement du commerce moderne au Maroc et souhaite accompagner le Royaume à travers l'installation d'au moins un Mall d'envergure dans les principales villes et une galerie commerciale dans les villes secondaires. Aujourd'hui, le groupe détient un portefeuille de 5 centres opérationnels totalisant 60.000 m² de surface commerciale (GLA) et a pour ambition de quadrupler de taille dans un horizon de 3 ans en développant 100.000 m² GLA et un total de 9 projets, les plus imminents étant borj Fez à Fès (2013) et Socco Alto à Tanger. Pour l'heure, les travaux ont démarré il y a un an et demi et sont à un taux d'avancement de 85%. Le chantier a été retardé par des travaux de déviation d'une canalisation d'assainissement. En tout cas, il est prévu que Borj Fez ouvre ses portes au plus

tard en avril 2013. Le but est de faire coïncider son inauguration avec le lancement des collections estivales. Au nord, le Socco Alto est prévu sur Tanger. Devant s'implanter sur la colline au sein du quartier chic Californie, il sera livré au mois d'avril 2013. Ce sont les projets multifonctionnels qui ont le vent en poupe qui allient une offre de shopping aux modules résidentiels et hôteliers. ■

AnfaPlace, prêt pour l'aventure

AnfaPlace Living Resort a annoncé l'ouverture prochaine du mall AnfaPlace Shopping Center en février 2013. Construit sur une zone de 16 hectares, pour un montant total d'investissement de 829 millions de dirhams, AnfaPlace Shopping Center devrait être prêt à accueillir ses premiers clients au printemps prochain. Plusieurs marques telles que Marks & Spencer, Serge Blano, Caramelo, New Yorker, US Polo, Lipsy, F&G, Monsoon, ADK, Loft, Terranova, ainsi que la grande marque britannique de chaussures Clarks ont choisi AnfaPlace Shopping Center pour leur première implantation au Maroc. Le nouveau mall devrait ainsi offrir une grande diversité de styles et un niveau de qualité élevé, destiné à un public diversifié. AnfaPlace Shopping Center devrait ainsi constituer une composante importante dans le projet AnfaPlace Living Resort. Pour rappel, AnfaPlace Living Resort est un complexe urbain multifonctionnel intégré érigé sur une assiette foncière d'une superficie de 93 hectares. Il réunira, au cœur de la corniche casablancaise, un hôtel de luxe, des logements de haut standing, une résidence touristique, un centre commercial, un club financier et des plateaux de bureaux. L'investissement global pour le développement de ce projet d'envergure avoisine les 240 millions d'euros.