International journal of applied management and economics
Vol : 02 , N° 12, Février 2025
ISSN : 2509-0720

Le Tramway de Casablanca : Une Révolution Urbaine au Service du Marketing Territorial

The Casablanca Tramway: An Urban Revolution in Service of Territorial Marketing.

- **Auteur 1 :** IBOURK Mouad,
- **Auteur 2 :** SGHIR Saïd,

(1) : Doctorant chercheur en géographie, Equipe de Territoire : Dynamique, Aménagement et Développement Durable (TEA2D)
Université Sultan Moulay Slimane, Beni Mellal/ Faculté Polydisciplinaire de Khouribga, Maroc.

(2) : Enseignant chercheur en géographie, Equipe de Territoire : Dynamique, Aménagement et Développement Durable (TEA2D)
Université Sultan Moulay Slimane, Beni Mellal/ Faculté Polydisciplinaire de Khouribga, Maroc.

Conflit d'intérêt : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêt.

Pour citer cet article : IBOURK .M & SGHIR .S (2025) « Le Tramway de Casablanca : Une Révolution Urbaine au Service du Marketing Territorial»,

IJAME : Volume 02, N° 12 | Pp: 122 – 140.

Date de soumission : Janvier 2025
Date de publication : Février 2025

DOI : 10.5281/zenodo.14780160
Copyright © 2025 – IJAME

Résumé :

Le tramway de Casablanca est un élément clé du marketing territorial, projetant une image moderne et innovante de la ville tant sur le plan national qu'international. En tant qu'infrastructure emblématique, il symbolise le renouveau urbain et la transformation de Casablanca en une métropole connectée. Ce projet phare améliore la qualité de vie des habitants tout en répondant aux défis de la mobilité durable, renforçant ainsi l'attractivité de la ville pour les investisseurs, entreprises et touristes. Le tramway illustre également la capacité de Casablanca à intégrer des infrastructures de pointe, consolidant son statut de hub économique et culturel. L'article met en lumière le rôle stratégique du tramway dans le développement urbain durable, soulignant sa contribution à la réduction des inégalités territoriales et à l'amélioration des conditions de vie. Cependant, malgré ces avancées, le tramway fait face à des défis, notamment la saturation des lignes et la nécessité d'étendre son réseau pour répondre pleinement aux besoins croissants de la population. À travers son impact social et économique, il s'impose comme un levier stratégique pour le marketing territorial et le rayonnement international de Casablanca.

Mots clés :

Tramway, projet urbain, marketing territorial, Casablanca, image de marque, territoire, Maroc.

Abstract

The Casablanca tramway is a key element of territorial marketing, projecting a modern and innovative image of the city both nationally and internationally. As an iconic infrastructure, it symbolizes urban renewal and the transformation of Casablanca into a connected metropolis. This flagship project enhances the quality of life for residents while addressing the challenges of sustainable mobility, thereby increasing the city's attractiveness to investors, businesses, and tourists. The tramway also illustrates Casablanca's ability to integrate cutting-edge infrastructure, reinforcing its status as an economic and cultural hub. The article highlights the strategic role of the tramway in sustainable urban development, emphasizing its contribution to reducing territorial inequalities and improving living conditions. However, despite these advancements, the tramway faces challenges, including line saturation and the need to expand its network to fully meet the growing demands of the population. Through its social and economic impact, it emerges as a strategic lever for territorial marketing and the international influence of Casablanca.

Keywords:

Tramway, urban project, territorial marketing, Casablanca, brand image, territory, Morocco.

1. Introduction

Tout d'abord, il faut noter que le tramway de Casablanca représente une étape majeure dans le développement des infrastructures de transport urbain au Maroc, symbolisant à la fois modernité et durabilité. Inaugurée en 2012, ce projet emblématique a profondément transformé le paysage urbain de la plus grande métropole du pays[1]. Le projet répond à des défis pressants liés à l'urbanisation rapide, à la congestion routière et à la pollution[2], tout en s'inscrivant dans une stratégie plus large de marketing territorial visant à renforcer l'attractivité de Casablanca au niveau national et international.

En plus, L'étalement urbain et les besoins croissants de mobilité ont mis en exergue les limites des systèmes de transport traditionnels. En réponse, des initiatives innovantes, comme le tramway de Casablanca, ont été mises en œuvre pour offrir des solutions de transport intégrées, accessibles et respectueuses de l'environnement[3]. Le tramway ne se contente pas de fluidifier les déplacements urbains ; il est devenu un levier stratégique pour améliorer la qualité de vie des habitants, réduire les inégalités territoriales et promouvoir une ville plus inclusive. En ce sens, il agit comme un catalyseur de transformation urbaine et sociale[4].

Toutefois, malgré ces avancées, le tramway de Casablanca fait face à des défis persistants. Parmi ceux-ci figurent la saturation des lignes existantes, la nécessité d'étendre le réseau pour répondre à une demande croissante, et les contraintes financières associées à ces expansions[5]. Ces enjeux soulignent l'importance d'une gestion rigoureuse et d'une planification urbaine adaptée pour maximiser l'impact de ce projet sur la ville et ses habitants[6].

Sur le plan méthodologique, cette recherche adopte une approche combinant des méthodes qualitatives et quantitatives pour analyser les impacts du tramway sur le marketing territorial et le développement urbain. Les données collectées proviennent de sources diverses, notamment des rapports officiels, des enquêtes de terrain et des entretiens avec des parties prenantes clés,

[1] Pierre Arnaud Barthel, « Souami T., Verdeil E., 2006, Concevoir et gérer les villes - Milieuxd'urbanistes du sud de la Méditerranée, Economica, Anthropos, collection « Villes », 230 p. »,Cybergeo: European Journal of Geography .

[2] Criscuolo, E. (2021)- Le tramway : un outil d'aménagement urbain bas carbone. EUROVIA MANAGEMENT. Disponible Sur : https://www.construction21.org/france/articles/h/dossier-mobilites

[3] MAP Ecologie. (2016). Le tramway, l'un des modes de transport urbain les plus écologiques (étude). Disponible sur : https://mapecology.ma/entreprises/tramway-lun-modes-de-transport-urbain-plus-ecologiques-etude/

[4] SocioLogique. (2024). 10 raisons de préférer le Tramway aux Voitures Électriques en ville. Disponible sur : https://sociologique.ch/10-raisons-de-preferer-le-tramway-aux-voitures-electriques-en-ville/

[5] Hajji, K. (2014). Casablanca East Side Stories. Des espaces rassembleurs à l'Est de la ville (Casablanca, Maroc) (No. STUDENT).

[6] Casa Transport SA. (2024). Démarrage des essais d'ensemble des lignes T3 et T4 du Tramway de Casablanca.

incluant des résidents locaux, des décideurs politiques et des experts en urbanisme. Cette triangulation des données vise à garantir une compréhension nuancée et fiable des enjeux étudiés.

L'objectif principal de cet article est d'examiner dans quelle mesure le tramway de Casablanca contribue à repositionner l'image de la ville, à améliorer les conditions de vie des habitants et à renforcer son attractivité territoriale. En outre, il s'agit d'évaluer ses impacts sociaux, économiques et environnementaux, tout en identifiant les défis à relever pour optimiser ses retombées.

Dans ce contexte, la problématique posée est la suivante : **dans quelle mesure le tramway de Casablanca, au-delà de sa fonction première de transport, peut-il être considéré comme un levier stratégique pour le marketing territorial et le développement urbain durable ?**

Pour y répondre, cette étude se concentre sur trois axes principaux : l'amélioration de la mobilité urbaine, la réduction des inégalités territoriales et la transformation de l'image de la ville.

L'hypothèse principale de cette recherche est que le tramway de Casablanca, en tant que projet emblématique, ne se limite pas à résoudre les problématiques liées au transport, mais participe également à la création d'une identité urbaine forte, favorisant l'attractivité et le rayonnement de la métropole. Cette étude ambitionne de démontrer que l'intégration harmonieuse des infrastructures de transport dans le tissu urbain peut non seulement transformer les pratiques de mobilité, mais aussi renforcer la cohésion sociale et le positionnement stratégique de la ville sur les scènes nationale et internationale.

En résumé, cette introduction place le tramway de Casablanca au cœur des débats sur les transformations urbaines contemporaines. Elle souligne son rôle central dans la modernisation de la ville et sa contribution au développement durable, tout en présentant les objectifs et les contours méthodologiques de la recherche. Les résultats attendus devraient permettre d'appréhender comment cette infrastructure iconique influence la dynamique urbaine et les perceptions sociales, tout en offrant des pistes pour surmonter les défis qui subsistent.

2. Revu de la littérature et Méthodologie

2.1. Revu de la littérature

Le tramway de Casablanca marque une étape décisive dans le développement des transports urbains au Maroc. Selon Bonnel, Cabanne et Massot (2003), l'évolution des transports collectifs est une réponse essentielle aux besoins croissants de mobilité dans les villes modernes. Inaugurée en 2012, la première ligne du tramway s'inscrit dans une stratégie globale visant à

optimiser les réseaux de transport public et à réduire la dépendance aux véhicules individuels, contribuant ainsi à une mobilité plus durable.

En effet, le rôle des outils de gestion de la mobilité, souligné par Boubkr (2015), est crucial pour favoriser un transfert modal efficace. Dans un contexte comme celui de Casablanca, où la croissance rapide du trafic automobile représente un défi majeur, le tramway est perçu comme une solution durable. Ce projet contribue à réduire les émissions de gaz à effet de serre, tout en améliorant la qualité de vie des résidents urbains.

En outre, le tramway fait partie d'une vision plus vaste de planification urbaine, comme le souligne Sajid (2008), visant à intégrer plusieurs lignes de transport en commun d'ici 2030. Cette approche ne se limite pas à des considérations techniques, mais s'inscrit également dans un effort de marketing territorial, redéfinissant l'image de la ville et répondant aux attentes des citoyens (Mouad et Sghir, 2024).

En plus, les implications environnementales et urbaines du tramway sont abondamment discutées dans la littérature. Hassani et al. (2021) mettent en lumière les transformations du paysage urbain de Casablanca en utilisant des analyses modernes comme les thermographies satellitaires. Cette dynamique d'urbanisation illustre comment les infrastructures de transport peuvent remodeler les comportements de mobilité, tout en favorisant une intégration harmonieuse des considérations sociales et environnementales (Cattedra, 2002).

En ce sens, le tramway de Casablanca ne se contente pas d'améliorer la mobilité, mais participe également à la promotion d'un développement urbain durable et inclusif, un exemple emblématique d'adaptation aux défis contemporains des villes marocaines. L'impact du tramway sur le trafic urbain a fait l'objet de plusieurs études, notamment celles de Jaouad (2016), qui a utilisé des analyses mathématiques et des simulations numériques pour examiner les changements dans les dynamiques de circulation. Par ailleurs, Delahais et Alouis (2020) ont réalisé une évaluation ex post de la phase 1 du tramway, révélant une amélioration notable de la fluidité du trafic à Casablanca, mais également à Rabat-Salé.

D'autres chercheurs, comme Asmaa (2016), ont exploré les défis inhérents à la gestion des grands projets d'infrastructure, particulièrement durant les phases initiales. Enfin, Beier et Nolte (2020) adoptent une perspective critique en analysant les connexions locales et globales des projets de tramway, mettant en lumière les enjeux politiques et sociaux qui influencent leur mise en œuvre.

2.2. Méthodologie

Cette étude explore le rôle du tramway de Casablanca dans le marketing territorial et ses impacts sur la ville en mobilisant une méthodologie rigoureuse et diversifiée. L'approche adoptée combine des méthodes qualitatives et quantitatives, permettant une analyse approfondie et multidimensionnelle. La démarche méthodologique se décline en trois grandes étapes : la description du site d'étude, l'échantillonnage et les analyses.

2.2.1. Site d'étude

L'étude a été menée dans la ville de Casablanca, la plus grande métropole du Maroc et un centre économique stratégique du pays. Le tramway, inauguré en 2012, constitue un élément clé du réseau de transport urbain, avec des lignes qui traversent différents quartiers, allant des zones périphériques aux centres d'affaires. Les sites d'étude incluent les lignes de tramway L1, L2, L3 et L4, qui couvrent une variété de paysages urbains : quartiers résidentiels, zones commerciales et espaces publics réaménagés autour des stations. Ces zones offrent une représentativité géographique et socio-économique suffisante pour examiner les transformations urbaines et sociales attribuées au projet. Les observations sur le terrain ont permis de repérer des changements notables dans l'utilisation des espaces publics et les dynamiques d'interaction sociale autour des stations.

2.2.2. Échantillonnage

L'échantillonnage a été conçu pour garantir une représentation diversifiée des parties prenantes et des habitants concernés par le projet. Il s'est déroulé sur une période de deux mois, couvrant des différentes zones afin de capturer une variété de comportements et de perceptions.

- **Entretiens semi-dirigés**

Un total de 15 entretiens a été réalisé auprès de trois groupes principaux :

- **Résidents locaux (9)** : Ils ont partagé leurs expériences quotidiennes et leur perception de l'impact du tramway sur leur qualité de vie, Chaque entretien a duré en moyenne une heure et a été enregistré avec le consentement des participants.
- **Décideurs politiques (2)** : Notamment des membres du conseil communal de Casablanca, ils ont apporté une perspective institutionnelle sur le rôle stratégique du tramway dans la planification urbaine.
- **Experts(4)** : Urbanistes et spécialistes en marketing territorial ont fourni une analyse critique sur l'efficacité du projet.

Les entretiens ont suivi un guide structuré autour de thématiques clés, comme les transformations urbaines, la mobilité et l'image de la ville.

- **Enquêtes par questionnaire**

Un échantillon de 50 personnes issues de divers quartiers de Casablanca a été interrogé à l'aide de questionnaires structurés. Cet échantillon inclut une répartition équilibrée selon l'âge, le genre et le niveau socio-économique. Les questionnaires visaient à recueillir des opinions sur :

- La satisfaction vis-à-vis du tramway en termes de mobilité.
- Les perceptions concernant l'amélioration de l'attractivité urbaine.
- Les impacts environnementaux et sociaux perçus.

L'échantillonnage a été aléatoire, mais stratifié pour inclure des résidents proches des stations et des quartiers éloignés.

- **Observations sur le terrain**

Les observations directes ont été menées aux abords des stations des lignes de tramway. Ces observations ont permis d'évaluer visuellement :

- Les infrastructures associées, telles que les zones piétonnes et les espaces verts.
- L'intensité et les types d'interactions sociales autour des stations.
- L'évolution de l'utilisation des espaces publics, notamment en termes de sécurité et de convivialité.

Ces observations ont été consignées sous forme de notes de terrain et photographies, offrant un support visuel pour appuyer les résultats.

2.2.3. Analyses

Les données recueillies ont été analysées selon des approches adaptées à la nature qualitative et quantitative des informations collectées.

- **Analyse qualitative**

  Les entretiens ont été transcrits et analysés à l'aide d'une méthode d'analyse thématique. Cette approche a permis d'identifier des motifs récurrents dans les discours, tels que les bénéfices perçus pour la qualité de vie ou l'amélioration de l'image de la ville. Les observations sur le terrain ont enrichi cette analyse en mettant en lumière des éléments non verbaux, comme l'utilisation des infrastructures.

- **Analyse quantitative**

  Les données des questionnaires ont été traitées à l'aide de statistiques descriptives, permettant de dégager des tendances générales. Ces analyses incluent des distributions de fréquences et des croisements entre variables démographiques et opinions exprimées.

- **Considérations éthiques**

  L'étude a été menée dans le respect des principes éthiques de recherche. Tous les participants ont été informés des objectifs de l'étude et ont donné leur consentement éclairé avant de participer. Les données personnelles ont été anonymisées pour préserver la confidentialité.

Les incertitudes liées aux méthodes d'échantillonnage et d'analyse ont été soigneusement prises en compte. Par exemple, les biais potentiels dans la sélection des répondants ont été minimisés par la diversité géographique et sociale de l'échantillon. De même, les limitations des observations sur le terrain, notamment leur caractère ponctuel, ont été compensées par des visites répétées. En combinant des approches qualitatives et quantitatives, cette méthodologie offre une compréhension approfondie et nuancée des impacts du tramway de Casablanca sur le marketing territorial et le développement urbain. Les outils méthodologiques choisis, allant des entretiens aux observations de terrain, permettent d'assurer la validité et la fiabilité des résultats, tout en respectant les normes éthiques et scientifiques.

3. Résultats et discussion

3.1. Le Tramway : Un Outil de Modernisation Urbaine

3.1.1. Origines et objectifs du projet

Le projet de tramway à Casablanca, lancé pour répondre aux besoins croissants de mobilité dans cette métropole marocaine, illustre une ambition significative en matière de durabilité et d'accessibilité. Ce système de transport en commun a été conçu pour transformer le paysage urbain et améliorer la qualité de vie des Casablancais.

L'idée de développer un réseau de transport en site propre à Casablanca remonte au début des années 2000. Le Plan de Déplacement Urbain (PDU), présenté en 2006, a jeté les bases de ce projet ambitieux, prévoyant la création d'une ligne de métro et plusieurs lignes de tramway. Les premières études ont été menées entre 2007 et 2008, aboutissant à la création de la société Casa Transport SA, chargée de la maîtrise d'ouvrage du projet. La première ligne du tramway a été inaugurée le 12 décembre 2012 par le roi Mohammed VI, marquant un tournant dans le développement des infrastructures de transport à Casablanca[7].

[7] Alstom. (2012). Inauguration de la première ligne du tramway de Casablanca, au Maroc.

Casablanca, en tant que capitale économique du Maroc, fait face à des défis majeurs liés à la congestion routière et à la pollution[8]. La croissance démographique rapide et l'urbanisation ont exacerbé ces problèmes, rendant nécessaire l'implémentation d'un système de transport efficace. Le tramway a été conçu pour offrir une alternative viable aux véhicules personnels, réduisant ainsi les embouteillages et les émissions polluantes[9].

Les ambitions du projet de tramway à Casablanca se déclinent principalement en trois axes : mobilité, durabilité et accessibilité.

Mobilité : Le tramway vise à améliorer la connectivité entre les différents quartiers de la ville. Avec un réseau qui s'étend sur plusieurs lignes, il permet aux usagers de se déplacer facilement d'un point à un autre sans dépendre des transports individuels[10].

Durabilité : En favorisant un mode de transport électrique et moins polluant, le tramway contribue à la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Ce projet s'inscrit également dans une dynamique plus large visant à promouvoir des villes durables au Maroc[11].

Accessibilité : Le projet prend en compte les besoins des populations vulnérables, notamment en intégrant des infrastructures adaptées aux personnes à mobilité réduite. L'objectif est d'assurer que tous les citoyens puissent bénéficier des services offerts par le tramway.

En conclusion, le projet de tramway à Casablanca représente une réponse stratégique aux défis urbains contemporains. En améliorant la mobilité tout en respectant des objectifs environnementaux, il contribue à façonner une ville plus durable et accessible pour tous.

3.1.2. Les infrastructures et les phases de développement

Le développement du réseau de tramway à Casablanca est un projet ambitieux qui vise à transformer la mobilité urbaine dans cette métropole marocaine[12]. Ce projet comprend plusieurs lignes déjà opérationnelles et d'autres en cours de construction, chacune ayant des caractéristiques techniques spécifiques et des objectifs clairs en matière de connectivité et d'accessibilité.

[8] Hassani, N., Lebaut, S., Drogue, G., & Sghir, S. (2021). Dynamique d'urbanisation et thermographies satellitaires en milieu méditerranéen: le cas du grand Casablanca (Maroc). Bulletin de la Société Géographique de Liège.

[9] Systra. (2019). Tramway de Casablanca - Maroc.

[10] MobiliseYourCity. (2021). Évaluation ex post des impacts des tramways de Casablanca et de Rabat-Salé.

[11] RichezAssociés.LetramwaydeCasablanca.https://richezassocies.com/media/pages/telechargements/portfolios/ccb5f08fa3-1657009638/le-tramway-de-casablanca.pdf

[12] Cattedra, R. (2002). Les métamorphoses de la ville. Urbanités, territorialités et espaces publics au Maroc. *Géocarrefour*, *77*(3), 255-266.

Tableau N°1 : Description technique des lignes existantes

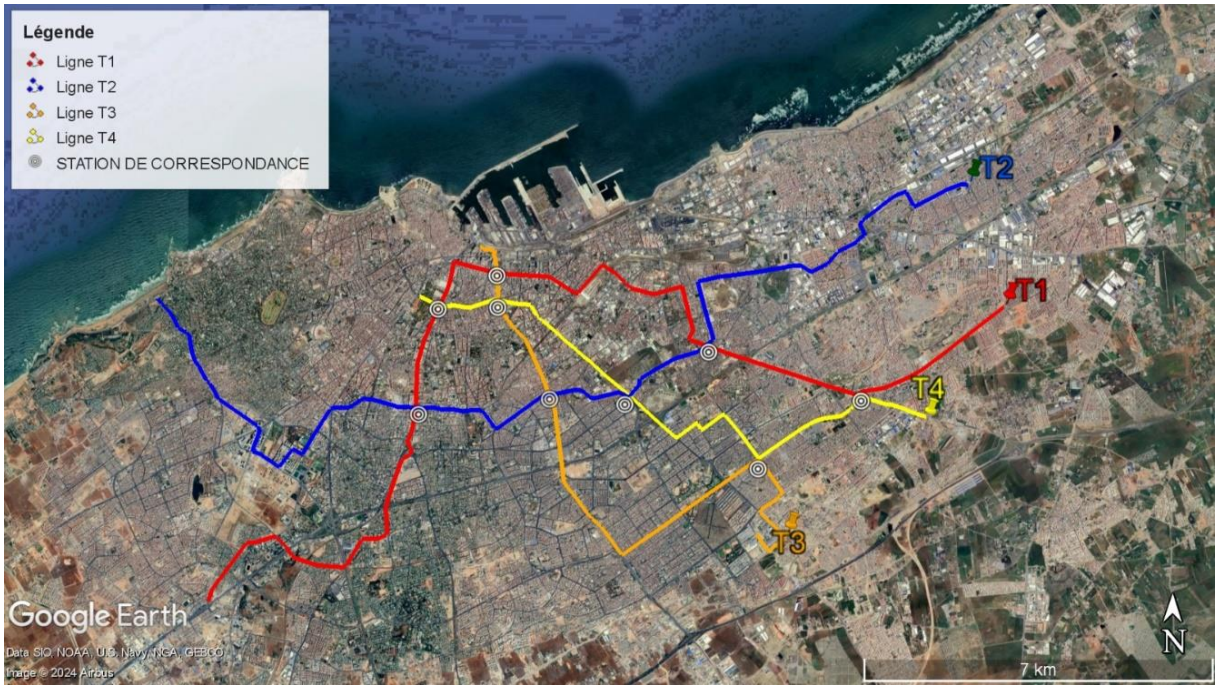
ligne	L1	L2	L3	L4
Inaugurée	2012	2019	2024	2024
Étendue	31 km	22,5 km	14 km	12.5 km
Nombre de stations	44	33	20	19

Source : informations réunies et mises en forme par nous-même à partir des données existantes, 2024

Le réseau de tramway de Casablanca a été conçu de manière stratégique pour couvrir les zones à forte densité de population ainsi que les principaux pôles d'activité économique. La ligne T1, par exemple, traverse des quartiers tels que Hay Hassani et Ain Diab, tandis que la ligne T2 relie des zones comme Sidi Bernoussi et Hay Mohammadi.

Avec l'extension progressive du réseau, désormais composé de quatre lignes (T1, T2, T3 et T4) totalisant 73 km et 120 stations, le tramway atteint de nouveaux quartiers, élargissant son impact sur la mobilité urbaine. Cette expansion répond aux besoins d'une population en constante augmentation tout en encourageant une utilisation accrue de ce moyen de transport. Bien plus qu'une simple infrastructure de déplacement, le tramway s'impose comme une solution intégrée, contribuant à fluidifier les trajets, à améliorer la qualité de vie et à soutenir les ambitions de développement durable de Casablanca.

Figure N°1 : Lignes de tramway de Casablanca



Source : Auteurs, 2024

Le tramway est intégré dans un système de transport multimodal qui inclut également des lignes de bus (BHNS) et des connexions ferroviaires. Par exemple, les gares Casa-Port et Casa-Voyageurs offrent des correspondances avec le réseau ferroviaire national, facilitant ainsi les déplacements interurbains. De plus, le projet prévoit des points de correspondance avec d'autres modes de transport en commun pour maximiser l'efficacité du système global.

En somme, le développement du tramway à Casablanca représente une avancée significative vers une mobilité durable et accessible. Avec ses lignes existantes et ses projets futurs, le réseau vise à répondre aux besoins croissants d'une population urbaine dynamique tout en contribuant à réduire l'empreinte carbone de la ville.

3.2. Un Levier de Marketing Territorial

3.2.1. Renforcement de l'image de Casablanca

Le tramway de Casablanca représente une avancée significative dans le développement urbain, incarnant les valeurs de modernité et de durabilité. En tant que projet phare, il contribue à transformer la perception de la ville en un espace dynamique et innovant. La mise en place d'un système de transport moderne favorise non seulement l'efficacité des déplacements, mais également l'amélioration de la qualité de vie des habitants. Cela s'inscrit dans une stratégie plus large de marketing territorial qui vise à positionner Casablanca comme une métropole moderne, capable d'attirer des investissements et des talents.

Figure N°2 : Tramway L2, station place financière (le pôle financier, Casa Anfa)

Source : photo prise par M .IBOURK, 2024

La durabilité est également au cœur des préoccupations du tramway, qui se veut un mode de transport écologique. En réduisant la dépendance aux véhicules individuels, le tramway aide à diminuer les émissions de gaz à effet de serre et à promouvoir une image positive de la ville sur le plan environnemental. Cette initiative est essentielle pour renforcer l'identité de Casablanca en tant que smart city, intégrant des solutions durables dans son développement urbain.

L'impact du tramway sur la perception de Casablanca s'étend au-delà des frontières nationales. Sur le plan national, il contribue à rehausser le statut de la ville comme capitale économique du Maroc, attirant ainsi l'attention des investisseurs et des touristes. La modernisation des infrastructures urbaines, symbolisée par le tramway, est perçue comme un signe d'engagement envers le progrès et le développement durable.

À l'international, le tramway participe à la construction d'une image moderne et attractive pour Casablanca. Les initiatives telles que la marque territoriale "Wecasablanca" visent à promouvoir cette image auprès d'un public global. En mettant en avant ses atouts tels que l'accessibilité, l'innovation et la qualité de vie, Casablanca se positionne favorablement sur la scène internationale. Les projets d'infrastructure comme le tramway sont souvent vus comme des indicateurs clés du développement urbain, influençant positivement les perceptions extérieures.

En somme, le tramway de Casablanca ne se limite pas à être un simple moyen de transport ; il est un outil stratégique dans le marketing territorial qui renforce l'image de la ville tant au niveau national qu'international.

3.2.2. Attractivité pour les investisseurs et les touristes

Les utilisateurs du tramway bénéficient d'un service fiable et sécurisé, ce qui a conduit à un taux de satisfaction client élevé, atteignant 94,7 %. En outre, le tramway est devenu un moyen privilégié pour se rendre au travail, avec plus de 55 % des usagers l'utilisant à cette fin. Cette accessibilité accrue a également permis aux populations vivant en périphérie d'accéder facilement au cœur de la ville, renforçant ainsi leur intégration dans le tissu urbain. Ce système de transport en commun permet non seulement de désengorger le trafic urbain, mais aussi d'améliorer la fluidité des déplacements pour les habitants et les visiteurs.

L'impact du tramway sur les investissements locaux est significatif. En améliorant l'accessibilité à différentes zones de la ville, le tramway stimule l'intérêt des investisseurs immobiliers. Les quartiers situés à proximité des lignes de tramway voient souvent une augmentation de la valeur foncière et un développement accru d'infrastructures commerciales. Les entreprises locales

bénéficient également d'une clientèle élargie grâce à l'afflux de passagers qui utilisent le tramway pour accéder aux commerces.

Par ailleurs, le tramway favorise le développement de nouveaux services et commerces le long de ses lignes. Les entreprises commencent à s'adapter à cette nouvelle dynamique en modifiant leurs stratégies pour attirer les clients qui utilisent ce mode de transport. Ce changement pourrait entraîner une mutation du tissu économique local, avec une concentration accrue d'activités commerciales autour des stations de tramway.

En somme, le tramway de Casablanca ne se contente pas d'améliorer les déplacements ; il agit également comme un catalyseur pour le développement économique local, attirant des investissements dans l'immobilier et stimulant l'activité commerciale dans toute la métropole.

3.3. Impact sur la Qualité de Vie des Habitants

Le tramway de Casablanca, l'un des Grands Projets Urbains (GPU) les plus emblématiques, est largement reconnu par la population. Il incarne une étape clé dans la modernisation de la ville, à l'instar d'autres initiatives comme le Busway ou Casa Anfa. Perçu comme une pierre angulaire du développement urbain, le projet vise à améliorer la mobilité et renforcer l'image de Casablanca en tant que métropole moderne et accessible.

Le tramway de Casablanca a transformé les déplacements quotidiens en réduisant de manière significative les temps de trajet, parfois jusqu'à 40% pour certains parcours. Par exemple, les habitants de quartiers comme Ain Chock ou Salmia constatent une économie d'environ 30 minutes par jour dans leurs déplacements. Ce gain de temps considérable permet aux usagers de consacrer davantage d'attention à leurs activités personnelles et professionnelles, améliorant ainsi leur qualité de vie. En substituant les taxis et les bus souvent saturés, le tramway joue également un rôle clé dans la facilitation de l'accès à des opportunités d'emploi, d'éducation et à d'autres services essentiels, favorisant ainsi une meilleure intégration sociale et économique des habitants.

En plus de réduire les temps de trajet, le tramway améliore considérablement l'accessibilité entre les quartiers périphériques et les pôles économiques de Casablanca. Des zones historiquement enclavées comme Hay Mohammadi ou Sidi Moumen bénéficient désormais de connexions directes vers les centres d'activités, ce qui contribue à réduire les inégalités territoriales. Par ailleurs, l'implantation du tramway a encouragé le développement urbain autour de ses stations, attirant de nouveaux commerces et services qui renforcent l'attractivité des zones desservies. Ces améliorations, à la fois sociales et économiques, participent

activement à l'amélioration de la qualité de vie des habitants tout en dynamisant l'économie locale.

Le tramway de Casablanca joue un rôle déterminant dans la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre, avec une réduction estimée à 56 %[13]. En offrant une alternative écologique aux véhicules individuels polluants, il contribue non seulement à diminuer les embouteillages, mais aussi à réduire les nuisances sonores et à améliorer la qualité de l'air dans la ville. Cette transition vers un transport collectif durable marque une avancée majeure vers une métropole plus verte et respectueuse de l'environnement.

Par ailleurs, le tramway transforme le quotidien des habitants des quartiers périphériques et marginalisés (**Hay Mohammadi, Sidi Moumen et Hay Moulay Rachid)** Ces zones, souvent isolées, bénéficient désormais d'un meilleur accès aux services publics, aux opportunités économiques et aux infrastructures essentielles. En reliant des quartiers historiquement enclavés au reste de la ville, le tramway réduit les inégalités sociales et renforce l'inclusion. Ce mode de transport devient ainsi un levier puissant pour améliorer l'équité urbaine et offrir à tous une meilleure qualité de vie.

Malgré les nombreux avantages qu'il offre, le tramway de Casablanca nécessite encore des améliorations pour répondre pleinement aux attentes des habitants et maximiser son impact. L'un des principaux défis réside dans la saturation des lignes aux heures de pointe. Les tramways sont souvent surchargés, entraînant des délais et une expérience de transport moins fluide.

En outre, Pour surmonter ces obstacles, plusieurs solutions concrètes peuvent être envisagées. Premièrement, une augmentation de la fréquence des tramways aux heures de forte affluence pourrait améliorer la fluidité et réduire la surcharge. Deuxièmement, l'élargissement du réseau pour inclure davantage de quartiers marginalisés offrirait un accès accru aux populations actuellement isolées ; De nombreux habitants réclament une couverture plus large qui desservirait davantage de quartiers périphériques, permettant ainsi à un plus grand nombre de personnes de bénéficier de cette infrastructure. En répondant à ces besoins, le tramway pourrait s'intégrer plus efficacement dans le système global de transport urbain, renforçant ainsi sa fonction de levier pour une mobilité accessible et équitable dans l'ensemble de la métropole. Cela pourrait être appuyé par des investissements ciblés dans des solutions de transport

[13] Casatramway. (2022). Dossier de Presse, 10 ans d'histoire au service de Casablanca.

complémentaires, telles que des navettes électriques ou des systèmes de bus à haut niveau de service (BHNS), pour connecter les zones périphériques au réseau principal.

En plus, une approche intégrée impliquant les parties prenantes locales est essentielle pour garantir la durabilité des améliorations proposées. La participation des habitants et des acteurs institutionnels dans la planification et la mise en œuvre des extensions du réseau permettrait d'aligner les initiatives sur les besoins réels. En complément, une campagne de sensibilisation pourrait encourager l'utilisation du tramway comme un choix de transport privilégié, en soulignant ses avantages en termes de durabilité, d'accessibilité et de qualité de vie. Ces actions combinées peuvent renforcer l'impact du tramway de Casablanca en tant qu'outil de marketing territorial, tout en consolidant ses contributions à l'inclusion sociale et à l'amélioration des conditions de vie.

En effet, Le marketing territorial, en tant que stratégie visant à promouvoir l'attractivité et l'image d'une région, est étroitement lié à des indicateurs sociaux tels que la qualité de vie et l'inclusion sociale. Dans le contexte du tramway de Casablanca, ces liens se manifestent à travers des améliorations tangibles dans le quotidien des habitants. En facilitant les déplacements et en réduisant les temps de trajet, cette infrastructure favorise un accès élargi à des opportunités économiques, éducatives et culturelles, contribuant ainsi à une meilleure qualité de vie. Par ailleurs, la conception inclusive du réseau, avec des stations accessibles aux personnes à mobilité réduite, reflète une volonté explicite de répondre aux besoins de l'ensemble des citoyens, réduisant ainsi les disparités sociales et territoriales.

De plus, en renforçant la connectivité entre les quartiers historiquement marginalisés et les pôles économiques, le tramway joue un rôle clé dans l'inclusion sociale. Les zones enclavées bénéficient désormais d'une meilleure intégration au tissu urbain, favorisant l'accès aux services publics et aux infrastructures essentielles. Cette dynamique stimule également un sentiment d'appartenance collective, renforçant la cohésion sociale et revalorisant l'identité territoriale. En somme, le marketing territorial, lorsqu'il s'appuie sur des projets inclusifs comme le tramway, ne se limite pas à promouvoir une région : il devient un outil puissant pour améliorer les conditions de vie des populations et renforcer l'équité sociale.

Enfin, Le tramway de Casablanca dépasse largement sa fonction initiale de transport pour devenir un véritable symbole de modernité et de fierté collective. Il incarne la transformation de la ville et reflète une vision ambitieuse d'une métropole dynamique et connectée. Des initiatives comme « **Hna Casawa, o hahowa dalil** » qui signifie « **Nous sommes**

Casablancais, et voici la preuve » renforcent ce sentiment d'appartenance, en invitant les habitants à percevoir le tramway comme un élément emblématique de leur identité urbaine.

Figure N°3 : L'initiative «Nous sommes Casablancais, et voici la preuve »

Source : www.casatramway.ma

Ce projet démontre qu'une infrastructure bien pensée peut jouer un rôle clé dans la construction d'une identité collective. En modernisant les mobilités tout en cultivant un lien affectif entre les citoyens et leur ville, le tramway contribue à redéfinir Casablanca comme une métropole où tradition et innovation coexistent harmonieusement.

Conclusion

Le tramway de Casablanca s'impose comme une infrastructure stratégique, incarnant à la fois une réponse aux défis de mobilité et un levier puissant pour le marketing territorial. À travers son intégration dans le paysage urbain, il a profondément transformé les dynamiques de la ville, améliorant non seulement les déplacements quotidiens des habitants, mais aussi leur qualité de vie. Ce projet phare reflète une vision ambitieuse d'un développement urbain durable, où la modernisation des infrastructures s'accompagne d'efforts significatifs pour réduire les inégalités territoriales et renforcer l'attractivité de la métropole.

Les résultats de cette recherche confirment que le tramway de Casablanca dépasse sa fonction première de transport en commun. Il constitue un vecteur de transformation urbaine, en favorisant l'interconnexion entre différents quartiers et en soutenant le développement économique le long de ses lignes. Grâce à son empreinte écologique réduite, il contribue également à la transition vers une ville plus verte et respectueuse de l'environnement. De plus, son rôle dans la revalorisation de l'image de Casablanca, tant sur le plan national qu'international, témoigne de son impact en tant qu'outil de marketing territorial.

Cependant, l'étude met également en lumière plusieurs défis. La saturation des lignes aux heures de pointe, la couverture limitée des zones périphériques et la nécessité d'une gestion financière rigoureuse pour étendre le réseau sont autant d'enjeux à surmonter. Ces contraintes soulignent l'importance d'une planification urbaine intégrée, qui prenne en compte la croissance démographique et les besoins diversifiés des usagers.

En outre, les preuves recueillies dans cette étude démontrent l'importance d'associer les parties prenantes, résidents, décideurs et experts dans la mise en œuvre et le développement de projets d'infrastructure. Cette collaboration garantit une compréhension approfondie des attentes et des besoins, tout en renforçant l'adhésion sociale aux initiatives de transformation urbaine.

En conclusion, le tramway de Casablanca illustre comment une infrastructure bien pensée peut devenir un levier puissant pour relever les défis contemporains des villes en pleine croissance. En reliant les espaces urbains, en améliorant la qualité de vie et en renforçant l'identité territoriale, il contribue à façonner une métropole dynamique, inclusive et durable. Toutefois, pour maximiser son impact, il est essentiel d'investir dans son expansion, de résoudre les problèmes de congestion et d'assurer une intégration harmonieuse avec les autres modes de transport.

Ces conclusions invitent à une réflexion plus large sur le rôle des infrastructures de transport dans le développement urbain durable. Elles suggèrent également que des projets similaires,

menés dans d'autres contextes, pourraient bénéficier des leçons tirées de l'expérience casablancaise. Enfin, le tramway de Casablanca incarne une vision audacieuse et inspirante, démontrant que des initiatives bien conçues peuvent transformer non seulement les villes, mais également les vies de leurs habitants.

Références

- Référence à une publication de revue :

- ASMAA, A. B. (2016). Management des grands projets d'infrastructures de transport au Maroc analyse de la phase Amont-Projet et du choix modal cas de la réalisation de la 1ére ligne du tramway du grand-Casablanca.
- Beier, R., & Nolte, A. (2020). Global aspirations and local (dis-) connections: A critical comparative perspective on tramway projects in Casablanca and Jerusalem. *Political Geography*, *78*, 102123.
- Bonnel, P., Cabanne, I., & Massot, M. H. (2003). Evolution de l'usage des transports collectifs et politiques de déplacements urbains. Paris: La documentation Française.
- BOUBKR, A. A. (2015). Le marketing et le management de la mobilité, des outils au service du transfert modal: Application au projet de Tramway de Casablanca. Organisation et Territoires, (1).
- Casatramway. (2022). Dossier de Presse, 10 ans d'histoire au service de Casablanca.
- Cattedra, R. (2002). Les métamorphoses de la ville. Urbanités, territorialités et espaces publics au Maroc. Géocarrefour, 77(3), 255-266.
- Delahais, T. B. P., Alouis, J.(2020). Évaluation ex post de la phase 1 du tramway de Rabat-Salé et de la ligne 1 du tramway de Casablanca. Rapport final. *Évaluation réalisée à la demande de l'AFD, de la STRS et de Casa Transport*.
- Hajji, K. (2014). Casablanca East Side Stories. Des espaces rassembleurs à l'Est de la ville (Casablanca, Maroc) (No. STUDENT).
- Hassani, N., Lebaut, S., Drogue, G., & Sghir, S. (2021). Dynamique d'urbanisation et thermographies satellitaires en milieu méditerranéen: le cas du grand Casablanca (Maroc). Bulletin de la Société Géographique de Liège.
- JAOUAD, B. (2016). Analyse Mathématique et simulation numérique du problème de trafic urbain: Tramway de Casablanca.
- Massot, M.H. & Orfeuil,J.P. (2007). «La contrainte énergétique doit-elle réguler la ville ou les véhicules ? Mobilités urbaines et réalisme écologique». Les annales de la recherche urbaine, 103, 18-29.
- Mouad, I., & Sghir, S. (2024). Transformer Casablanca: Les Grands Projets Urbains au Service du Marketing Territorial Transforming Casablanca: Major Urban Projects at the Service of Territorial Marketing. *African Scientific Journal*, *3*(27).

- Pierre Arnaud Barthel, « Souami T., Verdeil E., 2006, Concevoir et gérer les villes - Milieuxd'urbanistes du sud de la Méditerranée, Economica, Anthropos, collection « Villes », 230 p. »,Cybergeo: European Journal of Geography .
- SAJID, M. (2008). Le projet de la première ligne de tramway de Casablanca. *Public transport international (Ed. française)*, *57*(5), 16-17.
- Troin, J. F. (2015). Quand les «marges» territoriales, sociales et économiques bougent. Le rôle du métro et des tramways dans les métropoles maghrébines: quelques pistes de recherche. Les Cahiers d'EMAM. Études sur le Monde Arabe et la Méditerranée, (27).

- **Référence à une source web:**

- Alstom. (2012). Inauguration de la première ligne du tramway de Casablanca, au Maroc.
- Criscuolo, E. (2021)- Le tramway : un outil d'aménagement urbain bas carbone. EUROVIA MANAGEMENT. Disponible Sur : https://www.construction21.org/france/articles/h/dossier-mobilites
- MAP Ecologie. (2016). Le tramway, l'un des modes de transport urbain les plus écologiques (étude). Disponible sur : https://mapecology.ma/entreprises/tramway-lun-modes-de-transport-urbain-plus-ecologiques-etude/
- RAUX. C.,(1996), Réduire ou repenser la mobilité urbaine quotidienne ? France, rapport de la 102e table ronde d'économie des transports, CEMT, Paris, OCDE, pp. 89-138.
- RichezAssociés.LetramwaydeCasablanca.https://richezassocies.com/media/pages/telechargements/portfolios/ccb5f08fa3-1657009638/le-tramway-de-casablanca.pdf
- SocioLogique. (2024). 10 raisons de préférer le Tramway aux Voitures Électriques en ville**.** Disponible sur : https://sociologique.ch/10-raisons-de-preferer-le-tramway-aux-voitures-electriques-en-ville/
- Systra. (2019). Tramway de Casablanca - Maroc.
- MobiliseYourCity. (2021). Évaluation ex post des impacts des tramways de Casablanca et de Rabat-Salé.