



**EUROMED
AUDIOVISUEL**

Un programme financé par l'Union européenne



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

FILM AND AUDIOVISUAL DATA COLLECTION PROJECT
PROJET DE COLLECTE DE DONNÉES SUR LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL

**PROJET DE COLLECTE DE DONNÉES STATISTIQUES SUR LES MARCHÉS
CINÉMATOGRAPHIQUES ET AUDIOVISUELS DANS 9 PAYS
MÉDITERRANÉENS**

Monographies nationales : 2. MAROC

**EUROMED AUDIOVISUEL III / CDSU en collaboration avec l'OBSERVATOIRE EUROPEEN DE
L'AUDIOVISUEL**

**Dr. Sahar Ali, Expert Médias, CDSU Euromed Audiovisuel III
Sous la supervision de Dr. André Lange, Responsable du département Information sur les marchés et
les financements, Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe).**

Mars 2012

Clause de non-responsabilité

«La présente publication a été élaborée avec l'aide de l'Union européenne. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité de l'unité d'appui au développement des capacités du programme Euromed Audiovisuel III et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne, ni de l'Observatoire européen de l'audiovisuel ou du Conseil de l'Europe dont celui-ci fait partie.»

Le rapport est disponible sur le site web du programme :

www.euromedaudiovisuel.net

Préface

Le présent rapport constitue la deuxième monographie nationale d'une série entreprise dans le cadre du Projet de collecte de données dans les 9 pays du Partenariat Euromed Audiovisuel III entrepris par le Programme Euromed Audiovisuel III de l'Union européenne en collaboration avec l'Observatoire européen de l'Audiovisuel (Conseil de l'Europe).

L'objectif du rapport est de fournir une vue d'ensemble des développements récents du secteur audiovisuel au Maroc. Pour une analyse des développements plus anciens, le lecteur pourra se reporter à d'autres rapports plus anciens, cités en bibliographie.

Le rapport témoigne de l'effort important mené par les autorités marocaines et les professionnels du secteur pour définir une politique audiovisuelle et cinématographique ambitieuse, tenant compte du nouveau contexte juridique établi par la Constitution adoptée par le peuple marocain le 1^{er} juillet 2011. Cette politique s'accompagne d'une volonté d'améliorer la transparence du secteur et la richesse de ce rapport en informations aussi bien sur la télévision que sur le cinéma en témoigne.

Le Programme Euromed Audiovisuel et l'Observatoire européen de l'audiovisuel tiennent à remercier les différents organismes marocains qui ont aidé Mademoiselle Sahar Ali dans la préparation de ce rapport.

Ce rapport a été réalisé par Sahar Ali, Expert Médias, auprès du Programme Euromed Audiovisuel III de l'Union européenne, sous la direction d'André Lange, Responsable du département information sur les marchés et les financements, Observatoire européen de l'audiovisuel. Les analyses proposées sont celles de l'auteur et n'engagent pas la responsabilité de la Commission européenne, ni celle de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, de ses membres ou du Conseil de l'Europe.

Tunis/Strasbourg, 21 mars 2013

Berthold Wohlleber
Team Leader
Euromed Audiovisuel III

André Lange
Responsable du département
information sur les marchés et les
financements
Observatoire européen de
l'audiovisuel (Conseil de l'Europe)

LES PAYSAGES AUDIOVISUELS NATIONAUX DANS LES NEUF PAYS PARTENAIRES

MAROC.

Préface

1. DONNÉES DE BASE.....	7
1.1. Institutions.....	7
1.2. Repères.....	8
1.3. Contexte économique.....	9
1.4. Appartenance du Maroc et de ses organismes audiovisuels publics aux organisations internationales actives dans le secteur audiovisuel.....	11
1.5. Le rapprochement avec les institutions européennes.....	12
1.5.1. L'Union européenne.....	12
1.5.2. Le Conseil de l'Europe.....	15
1.5.3. OSCE.....	17
2. LE DEVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES DE TELECOMMUNICATION.....	18
2.1. Une politique visant au développement des infrastructures de télécommunication.....	18
2.2. Données sur les infrastructures de télécommunication.....	21
3. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA TELEVISION.....	25
3.1. La loi n°77_03 relative à la communication audiovisuelle (2005).....	25
3.2. La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA).....	26
3.3. Les Cahiers des charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public.....	29
3.4. La Constitution de 2011.....	29
3.5. Les limites à la liberté d'expression.....	30
4. LES MODALITES DE DISTRIBUTION DES SERVICES AUDIOVISUELS.....	31
4.1. Nombre de foyers et nombre de foyers TV.....	31
4.2. Diffusion terrestre.....	31
4.2.1. La télévision analogique terrestre (TAT).....	31
4.2.2. La télévision numérique terrestre (TNT).....	31
4.3. La télévision par satellite.....	34
4.4. La télévision par réseaux câblés.....	35
4.5. La télévision sur réseaux ADSL (IPTV).....	35
4.6. Télévision Mobile Personnelle (TMP).....	37
4.7. La télévision sur réseau 3G.....	38
4.8. La télévision sur Internet.....	38
4.9. La télévision connectée.....	39
5. LE PAYSAGE TELEVISUEL MAROCAIN.....	41
5.1. Du monopole à la libéralisation théorique de l'espace hertzien terrestre.....	41
5.2. Les axes de la politique audiovisuelle du nouveau gouvernement.....	42
5.3. Le Pôle Public.....	44
5.3.1. La Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT).....	44
5.3.2. La Société d'Études et de Réalisations Audiovisuelles (SOREAD/ 2M).....	45
5.3.3. Médi 1 TV.....	45
5.4. Service public vs Institutions étatiques.....	48
5.4.1. Visions du service de l'audiovisuel public.....	48
5.4.2. Diversité sociale et culturelle.....	49
5.5. L'offre des chaînes du Pôle public.....	55

5.5.1.	Présentation des chaînes de télévision	55
5.5.2.	Réalisations de la SNRT au titre de l'année 2010	58
5.5.3.	Réalisations de la SOREAD 2M au titre de l'année 2010	60
5.6.	Contribution des sociétés de radiodiffusion publiques à la production cinématographique nationale	61
5.7.	Financement du secteur audiovisuel public	62
5.8.	La réforme des cahiers des charges de la SNRT et de la SOREAD-2M.....	67
5.9.	Les propositions de la loi de finances pour 2013	68
5.9.1.	Situation financière et bilan des réalisations de la SNRT pour 2011.....	68
5.9.2.	Les réalisations et la situation financière de la SOREAD-2M pour 2011.....	69
5.9.3.	Dotation prévue pour le Fonds de promotion du paysage audiovisuel en 2013 ...	70
5.10.	La production audiovisuelle indépendante au Maroc	70
5.10.1.	Association des entreprises du secteur audiovisuel (ASESA) :	70
5.10.2.	Association des créateurs et des professionnels de l'audiovisuel (ACPAV).....	75
6.	LA MESURE DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES DE TÉLÉVISION : MAROCMÉTRIE	77
6.1.	Caractéristiques du dispositif Marocmétrie	77
6.2.	Structure du capital	77
6.3.	Mission de Marocmétrie	77
6.4.	Indicateurs d'audience.....	78
6.5.	Règles de diffusion.....	78
6.6.	Émission spéciale du mercredi 6 juin 2012.....	78
6.7.	Panel annuel/ mensuel de mesure d'audience	79
7.	LA TÉLÉVISION SUR INTERNET ET LES SERVICES AUDIOVISUELS A LA DEMANDE	87
7.1.	Les chaînes diffusées via Internet	87
7.2.	Les sites de partage vidéo.....	88
7.3.	Les chaînes de marques des diffuseurs marocains sur les chaînes de partage vidéo	88
7.4.	L'audience des sites de vidéo en ligne au Maroc	89
8.	LE MARCHÉ DU CINÉMA.....	91
8.1.	Bref historique	91
8.2.	Le Centre Cinématographique Marocain (CCM).....	93
8.2.1.	Les missions du CCM	93
8.2.2.	Fonds d'aide à la production cinématographique nationale	94
8.3.	La production cinématographique au Maroc.....	101
8.3.1.	La politique d'accueil des tournages étrangers.....	101
8.3.2.	Liste des films de longs métrages étrangers tournés au Maroc en 2012	102
8.3.3.	Les sociétés de production.....	104
8.3.4.	Données sur la production et les coproductions	105
8.3.5.	La politique de coproduction.....	106
8.3.6.	La ville du cinéma : Ouarzazate	107
8.4.	Bilans du CMC 2010 - 2011 - 2012	109
8.5.	La distribution cinématographique.....	112
8.5.1.	Les sociétés de distribution	112
8.5.2.	Distribution des films étrangers au Maroc.....	112
8.6.	L'exploitation cinématographique	113
8.6.1.	Les salles	113
8.6.2.	Exploitation des salles de cinéma – Année 2012.....	114
8.6.3.	L'effondrement de la fréquentation	115
8.6.4.	Problématique de l'exploitation.....	116
8.6.5.	Les aides à l'exploitation	119
8.6.6.	Données sur le succès des films	120

8.7. Distribution du film marocain à l'étranger.....	126
8.8. Le marché de la vidéo physique.....	130
8.9. Les débuts récents de la VoD et la piraterie en ligne.....	130
8.10. Manifestations cinématographiques nationales.....	131
8.10.1. Manifestations organisées en collaboration avec le CCM.....	133
8.11. Participation du cinéma marocain aux festivals internationaux.....	134
8.12. Un nouveau mouvement de réformes.....	134
8.12.1. Les Assises du cinéma d'octobre 2012.....	135
8.12.2. Le cinéma dans la loi de finances 2013.....	137
8.12.3. La mise en place de deux nouvelles commissions.....	138
8.12.4. Les aides au festival.....	139
9. LE BUREAU MAROCAIN DU DROIT D'AUTEUR (BMDA).....	140
9.1. Comité de suivi et de gouvernance dans le domaine du droit d'auteur et droits voisins.....	142
10. LA FORMATION DES PROFESSIONNELS DE L'AUDIOVISUEL.....	143

1. DONNÉES DE BASE

1.1. Institutions

Le Maroc – officiellement Royaume du Maroc – est une monarchie constitutionnelle¹ Sa première Constitution fut proclamée en 1962 par le Roi Hassan II. Selon l'article premier, paragraphe 1 de la nouvelle Constitution de 2011, « *Le Maroc est une monarchie constitutionnelle, démocratique, parlementaire et sociale. Le régime constitutionnel du Royaume est fondé sur la séparation, l'équilibre et la collaboration des pouvoirs, ainsi que sur la démocratie citoyenne et participative, et les principes de bonne gouvernance et de la corrélation entre la responsabilité et la reddition des comptes* ».

Le Roi joue un rôle important dans le système politique. Selon l'article 42, paragraphe 1 de la nouvelle Constitution de 2011, « *Le Roi, Chef de l'Etat, son Représentant suprême, Symbole de l'unité de la Nation, Garant de la pérennité et de la continuité de l'Etat et Arbitre suprême entre ces institutions, veille au respect de la Constitution, au bon fonctionnement des institutions constitutionnelles, à la protection du choix démocratique et des droits et libertés des citoyennes et des citoyens, et des collectivités, et au respect des engagements internationaux du Royaume. Il est le garant de l'indépendance du Royaume et de son intégrité territoriale dans ses frontières authentiques* »,

La nouvelle Constitution de 2011 a renforcé le rôle du Parlement et reconnaît le rôle de l'Opposition : « *Le Parlement est composé de deux Chambres, la Chambre des Représentants et la Chambre des Conseillers. Leurs membres tiennent leur mandat de la Nation. Leur droit de vote est personnel et ne peut être délégué. L'Opposition est une composante essentielle des deux Chambres. Elle participe aux fonctions de législation et de contrôle telles que prévues, notamment dans le présent titre* » (article 60 de la nouvelle Constitution)

Enfin, le rôle du Gouvernement est défini par l'article 88 paragraphe 1 de la nouvelle Constitution : Composé du Chef du Gouvernement, et des ministres, le gouvernement est responsable devant le Roi et devant le Parlement. « *Après la désignation des membres du gouvernement par le Roi, le Chef du Gouvernement présente et expose devant les deux Chambres du Parlement réunies, le programme qu'il compte appliquer* ».

¹ Le portail officiel du Royaume du Maroc est : <http://www.maroc.ma/>

1.2. Repères

Le Maroc est un pays qui a le privilège d'être situé géographiquement au carrefour de l'Europe, de l'Afrique et du Monde arabe¹.

Les principaux indicateurs de la Banque mondiale²

	2200	2003	2010	2011
PNB per capita, PPP (USD international courant)	2,850.0	3,060.0	4,570.0	4,880.0
Population, total (en millions)	29.5	29.8	32	32.3
PIB (USD courant) (en millions)	40,416.1	49,822.7	90,802.9	100,221.0
Croissance annuelle du PIB	3.3	6.3	3.7	4.5
Espérance de vie à la naissance (années)	69.4	69.8	71.9	72.1

Source : Banque mondiale

- Population : 32.614.001 selon les estimations du Haut-commissariat au Plan (HCP), juillet 2012. ; 32,3 million en 2011 selon le *Rapport 2011 Etat de la population mondiale* de l'UNPFA³
- Le taux de natalité (TBN) est estimé à 18,3 % (2011/2012).
- En 2010, les jeunes âgés de moins de 15 ans représentent 27,4% de l'ensemble de la population contre 64,2% pour les personnes en âge d'activité (15 à 59 ans) et 8,4% pour les personnes du troisième âge (60 ans et plus)⁴.
- Ratio de la population pauvre en fonction du seuil de pauvreté national (% de la population) : 1999 : 6.3%, 2001 :15,3%, 2007 : 9%.
- Alors que le taux d'accroissement global (TAG) de l'ensemble de la population du Maroc est estimé à 10,3%, celui de 2020 est de 9,1% et de 2030 est de 6,8%⁵.

¹ Hassan ZAOUAL, « Le Maghreb, carrefour entre l'Afrique, la Méditerranée et l'Europe. Vers un monde pluriel ». *Foi et développement*, n° 317, pp. 1-4, octobre 2003, Centre L. J. Lebreton, Paris.

² http://search.worldbank.org/data?qterm=Morocco&language=EN&format=html&_type_exact=Indicators

³ <http://foweb.unfpa.org/SWP2011/reports/FR-SWOP2011.pdf>

⁴ *Les Indicateurs sociaux au Maroc en 2010*, Haut Commissariat au Plan, Royaume du Maroc, 2010, p. 14.

⁵ Taux (en p mille) de natalité, de migration, d'accroissement naturel et global pour l'ensemble de la population du Maroc 2004-2030, Projections de la population du Maroc par milieu de résidence 2005-2030, p.15, Centre d'études et de recherches démographiques, Haut Commissariat au Plan, décembre 2007.

- Monnaie/ taux de change : Dirham marocain (MAD)¹, 100 MAD = 8.9604 EUR au 30.6.2012.
- Le Maroc est la cinquième puissance économique d'Afrique. Il est la deuxième puissance économique maghrébine, après l'Algérie.

Selon les estimations provisoires du Haut Commissariat au Plan, le PIB était de 802,6 milliards de MAD (72 milliards d'EUR) en 2011, soit une croissance de 5 % par rapport à 2010.²

Du premier trimestre de l'année 2011 au même trimestre de l'année 2012, le taux de chômage est passé de 9,1% à 9,9%³.

- Les langues officielles du Maroc sont l'arabe, et depuis 2011 l'amazighe. Le français reste très présent.

1.3. Contexte économique

En vue de conforter la position du Royaume dans les espaces euro-méditerranéens et arabe et de consolider ses relations avec les principaux moteurs de la croissance économique mondiale l'UE et les États-Unis, le Maroc a engagé un mouvement de réformes économiques et politiques avec l'appui de l'union européenne en vue de créer les conditions propices à une croissance durable et à un progrès social soutenu.

La politique d'ouverture de l'économie marocaine sur son environnement régional et international n'est plus une perspective ou un horizon lointain, mais une dynamique quotidienne et une réalité vécue.

Actuellement, le Maroc jouit d'une bonne image auprès de plusieurs agences et institutions publiques internationales en raison des efforts réalisés en matière de gouvernance, de libertés publiques et d'assainissement macroéconomique. Pour ne citer que la Banque Mondiale et la Société Financière Internationale, elles ont accordé, en 2006, au Maroc le premier rang dans la zone MENA. Cette confiance facilite son ascension dans le baromètre des réformes économiques, politiques et sociales menées un peu partout dans le monde. Il cherche sa voie dans l'ouverture et le respect de ses spécificités. Ainsi son attractivité économique s'en trouve renforcée au plan des IDE et de la confiance dont il jouit, actuellement, auprès de la communauté internationale et des institutions financières.

Selon les statistiques officielles, l'amélioration de la croissance et de l'emploi s'est traduite par une augmentation du niveau de vie moyen des citoyens marocains⁴.

¹ L'abréviation courante au Maroc pour le dirham est MDH. Nous utilisons ici le code ISO : MAD.

² HCP, « Les comptes nationaux provisoires de 2011 », http://www.hcp.ma/Les-Comptes-nationaux-provisoires-de-2011_a1022.html

³ Note d'information du Haut Commissariat au Plan au sujet de la situation du marché du travail au premier trimestre de l'année 2012. P.3. Enquête nationale sur l'emploi, Haut Commissariat au Plan (Direction de la Statistique), <http://www.hcp.ma>

⁴ Il ne peut être question ici d'une analyse économique détaillée de la situation de l'économie marocaine. Parmi les sources officielles, on peut citer les rapports de la Bank Al Maghrib (<http://www.bkam.ma>), du Ministère de l'Économie et des Finances (<http://www.finances.gov.ma>), du Haut Commissariat au Plan (<http://www.hcp.ma/>).

Le PIB par habitant passe de 15 800 MAD en 2001 à 20 400 MAD en 2006. Du même coup, l'Indice de Développement Humain progresse de 1,4% et, par conséquent, la pauvreté s'en trouve réduite à 14,2% en 2004, selon le dernier recensement de la population effectué par le Haut Commissariat au Plan¹.

Réaffirmée avec force dès le début du règne de Mohamed VI, l'intégration économique approfondie à l'économie de l'Union Européenne est considérée comme un instrument au service de la modernisation institutionnelle et du redéploiement économique de notre pays.

Ce nouveau statut a pour ambition d'accélérer le mouvement du partenariat Maroc-UE et d'accompagner la dynamique endogène du Maroc qui s'articule autour de la consécration de la pratique démocratique, de la promotion des droits de l'homme, de la modernisation économique, de la cohésion sociale et du développement humain.

La croissance économique s'est inscrite dans une tendance haussière durant la période 2004-2008 se situant en moyenne à 4,8% par an après 3,8% entre 1999 et 2003. Cette amélioration qui a concerné la plupart des secteurs d'activités est due à la consolidation de la demande intérieure et à l'accroissement de la contribution de la productivité globale à la croissance².

La vague de démocratisation qui a balayé la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA) en 2011 n'a pas épargné le Maroc, même si les événements ont gardé un tour relativement pacifique. Le Royaume présentait les mêmes conditions à l'origine du Printemps arabe mais il avait déjà engagé un processus de réforme.

Depuis l'accession au trône de Mohamed VI, en 1999, les gouvernements qui se sont succédé ont présidé à une transformation politique, économique et sociale de taille, sans pour autant parvenir à bout de la corruption endémique, de la pauvreté généralisée et d'une situation qui fait du Maroc le champion du monde arabe pour les écarts entre riches et pauvres.

Le mouvement de protestation qui a vu le jour en 2011, dit « mouvement du 20 février » en référence à cette journée de manifestations monstres, a appelé au changement, à la lutte contre la corruption et à un processus de développement plus intégrateur. Des manifestations bien organisées ont eu lieu à intervalles réguliers dans tout le pays tout au long de l'année 2011, avec quelques rares flambées de violence. Mohammed VI a proposé un train de réformes politiques qui ont emporté l'adhésion d'une vaste majorité de la population (98,5 %) lors du référendum constitutionnel du 1er juillet 2011, avec un taux de participation de 73 %³.

¹ Hassan ZAOUAL, *Ombres et lumières sur l'économie du Maroc, Trajectoire et perspectives*, p. 4, 2009, <http://www.tanmia.ma/fr/thematiques/developpement-economique/economie-sociale-solidaire/1020-ombres-et-lumieres-sur-leconomie-du-maroc>. Cette synthèse sur l'économie marocaine repose sur un ensemble de travaux effectué au sein du Groupe de Recherche sur les Economies Locales, GREL, Laboratoire de recherche sur l'Industrie et l'Innovation de l'Université du Littoral Côte d'Opale en France. Ces études ont fait l'objet de publications internationales et de thèses de doctorat présentées par une quinzaine de jeunes marocains, aujourd'hui, Professeur-assistants et chercheurs au Maroc. Elle tire aussi sa substance de rapports officiels nationaux et internationaux portant sur l'économie, la société et l'environnement au Maroc.

² *L'économie marocaine : performances macro-économique et politiques de modernisation sectorielle*, Haut Commissariat au Plan, Centre National de Documentation, Royaume du Maroc, décembre 2010, <http://www.abhatoo.net.ma/index.php/Maalama-Textuelle/>

³ <http://www.banquemondiale.org/fr/country/morocco/overview>

1.4. Appartenance du Maroc et de ses organismes audiovisuels publics aux organisations internationales actives dans le secteur audiovisuel

Le Maroc est membre des Nations Unies et des différentes agences des Nations-Unies qui jouent un rôle dans le domaine audiovisuel, en particulier l'UNESCO et l'OMPI (l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle), l'OMC. Le Royaume est également membre de l'UIT (institution spécialisée des Nations Unies pour les technologies de l'information et de la communication). Il est aussi membre de la Ligue arabe et de l'ALESCO et de l'Organisation islamique pour l'Éducation, les Sciences et la Culture (ISESCO) et de l'Organisation internationale de la Francophonie.

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) est membre de :

- REFARM : Réseau Francophone des Régulateurs des Médias
- RIRM : Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes
- RIARC : Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication
- URI : Union des Radios des pays islamiques

Le radiodiffuseur public Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT) est membre dans sept organisations internationales actives dans le domaine de l'Audiovisuel. Ces organisations sont les suivantes :

- ASBU : Arab States Broadcasting Union
- EBU - UER : European Broadcasting Union
- COPEAM : Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators
- Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française
- URTI : Union radiophonique et télévisuelle internationale
- CMCA : Centre Méditerranéen de la Communication Audiovisuelle
- OIF : Organisation Internationale de la Francophonie (Fonds francophone de production audio du Sud).

1.5. Le rapprochement avec les institutions européennes

1.5.1. L'Union européenne¹

Dès 1963, le Maroc a demandé à la Communauté européenne l'ouverture de négociations pour conclure un accord commercial en 1969. Cette coopération a ensuite évolué pour aboutir à un nouvel Accord en 1976 contenant à la fois des dispositions commerciales et une participation financière sous forme de dons au développement socio-économique du Royaume.

Pour accompagner cet Accord, quatre protocoles financiers ont été signés durant la période 1976 à 1996 complétés par des prêts de la Banque Européenne d'Investissement. Durant la période qui a suivi les protocoles financiers, le programme MEDA I (1996-99), qui représente un triplement de l'aide au Maroc par rapport aux protocoles financiers, a permis d'appuyer la transition économique et l'équilibre socio-économique au Maroc. Le programme MEDA II, dont certains projets sont toujours en cours d'exécution, a permis d'augmenter considérablement le montant financier attribué au Maroc. Depuis le 1er janvier 2007, c'est l'Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat (IEVP) qui prend la relève avec une enveloppe budgétaire prévue pour la période 2007-2010 de 654 millions d'euros, ce qui fait du Maroc le premier bénéficiaire des fonds européens dans la région.

Sur le plan régional, la Conférence de Barcelone a réuni en novembre 1995 les 15 pays de l'Union Européenne et les 12 pays partenaires méditerranéens, ce qui a abouti à la Déclaration de Barcelone, un programme ambitieux de dialogue, d'échange et de coopération afin de garantir la paix, la stabilité et la prospérité dans la région. Cet engagement politique sans précédent englobe les volets " Politique et Sécurité ", " Économique et Financier " et " Social, culturel et humain ". Ce partenariat s'établit au niveau bilatéral par un accord d'association avec chaque partenaire méditerranéen et l'Union européenne.

Le Maroc, qui occupe une place stratégique dans le partenariat euro-méditerranéen, a signé cet Accord d'Association en février 1996. Après la ratification de l'Accord par tous les Parlements des états Membres de l'Union Européenne, l'Accord est entré en vigueur en mars 2000. Il a pour objectifs principaux de:

- renforcer le dialogue politique,
- fixer les conditions nécessaires à la libéralisation progressive des échanges de biens, services et capitaux,
- développer des relations économiques et sociales équilibrées entre les parties ;
- appuyer les initiatives d'intégration Sud-sud
- promouvoir la coopération dans les domaines économique, social, culturel et financier.

Le respect des principes démocratiques et des droits de l'Homme constitue également un élément essentiel des Accords d'Association.

La politique de voisinage : un nouveau cadre pour l'avenir

En 2003, l'Union européenne lance la politique de voisinage qui complète, précise et approfondit le partenariat euro méditerranéen.

¹ D'après la page "Union européenne et Maroc" de la Délégation de l'Union européenne au Maroc, consultée le 3 novembre 2012. http://eeas.europa.eu/delegations/morocco/eu_morocco/political_relations/index_fr.htm.

Voir également la page « Morocco » de la DG EuropeAid http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/country-cooperation/morocco/morocco_fr.htm

A travers la politique européenne de voisinage, l'UE tente d'éviter la création de nouvelles lignes de division entre l'UE élargie et ses voisins de l'est et des côtes sud et est de la Méditerranée. La PEV va au-delà des relations existantes pour offrir une relation politique et une intégration économique plus poussées, renforçant la stabilité, la sécurité et le bien-être de tous.

Cette relation est fondée sur un engagement mutuel à promouvoir des valeurs communes, comme :

- le respect des règles de droit,
- la bonne gouvernance,
- le respect des droits de l'Homme,
- la promotion de bonnes relations de voisinage,
- l'économie de marché
- le développement durable.

Ces idées sont concrétisées par des Plans d'Action différenciés, établis, de commun accord, par l'UE et chacun des pays partenaires et qui prennent en compte les spécificités de chacun d'entre eux. Ces Plans d'action définissent un programme de réformes économiques et politiques avec des priorités à court et moyen terme.

A l'occasion du Conseil d'Association UE-Maroc du 23 juillet 2007, le Maroc et l'Union européenne ont décidé de lancer un processus de réflexion conjoint visant à renforcer les relations bilatérales. Des propositions concrètes visant à donner corps au statut avancé auquel le Maroc aspire dans ses relations avec l'UE ont été élaborées. Le 13 octobre 2008, lors du 7^e conseil d'association à Luxembourg, le Statut avancé, premier dans la région du sud de la Méditerranée, a été accordé au Maroc en marquant une nouvelle phase de relations privilégiées. Un rapport conjoint traçant une feuille de route ambitieuse a été adopté. Le Statut Avancé, dont la feuille de route a été adoptée le 13 octobre 2008, a comme objectifs de traduire le renforcement du dialogue politique, de la coopération économique et sociale, dans les domaines parlementaire, sécuritaire et judiciaire et dans différents secteurs, notamment l'agriculture, le transport, l'énergie et l'environnement ainsi que l'intégration progressive du Maroc dans le marché intérieur commun et la convergence législative et réglementaire.

Ce document renforce le partenariat en précisant de nouvelles ambitions: un approfondissement des relations politiques, une intégration au marché intérieur sur base d'une convergence réglementaire, coopération sectorielle et dimension humaine. Le Maroc est devenu ainsi le premier pays de la région Sud méditerranéenne à bénéficier d'un Statut avancé dans ses relations avec l'Union européenne.

La participation au Programme Euromed Audiovisuel III

En matière de coopération audiovisuelle avec l'Union européenne, le Maroc a été partenaire des deux premiers Programmes Euromed Audiovisuel.¹

Le Maroc a participé à la Conférence ministérielle Euro-méditerranéenne pour la Culture qui s'est déroulée en mai 2008 à Athènes et a entériné la "Stratégie pour le Développement de la Coopération Audiovisuelle Euro-méditerranéenne²" développée dans le cadre du programme

¹ Programme Euromed Audiovisuel III (2011-2013),
<http://www.euromedaudiovisuel.net/p.aspx?t=general&mid=85&l=fr>

² <http://www.euromedaudiovisuel.net/general.aspx?treeID=9243&lang=fr&documentID=9244>

Euromed audiovisuel II et est actuellement partenaire du Programme Euromed Audiovisuel III (2011-2013).

L'accès au Programme MEDIA MUNDUS

Le Programme MEDIA MUNDUS de l'Union européenne de l'Union européenne a été adopté par la décision 1041/2009/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 21 octobre 2009 instituant un programme de coopération audiovisuelle avec les professionnels des pays tiers (MEDIA Mundus)¹ Avec un budget de 15 millions d'euros pour une période de 3 ans (2011 – 2013), ce nouveau programme a pour objectifs de renforcer la coopération culturelle et les liens commerciaux entre l'industrie cinématographique européenne et celle des pays tiers. Il succède au programme préparatoire MEDIA International. Sa mise en application répond à une forte demande de la part des différents acteurs de l'audiovisuel pour faciliter et renforcer la coopération entre les pays européens et les pays tiers.

Le programme MEDIA Mundus soutient des projets dans les domaines suivants :

- Le soutien à la formation : pour renforcer les compétences des professionnels d'Europe et des pays tiers.
- Le soutien à l'accès aux marchés : pour contribuer au financement de projets destinés à promouvoir l'accès des œuvres audiovisuelles aux marchés internationaux. Ces projets ont trait aux phases de développement et/ou de préproduction (par exemple les marchés internationaux de coproductions) et aux activités d'aval (notamment les manifestations facilitant la vente internationale des œuvres).
- L'aide à la distribution et à la circulation : pour favoriser la distribution, la promotion, la projection et la diffusion, dans des conditions optimales, d'œuvres européennes sur les marchés des pays tiers et d'œuvres audiovisuelles de pays tiers en Europe.
- Les activités transversales : pour contribuer au financement de projets transversaux portant sur² plusieurs priorités du programme, par exemple des formations suivies d'événements promotionnels lors des réunions de coproduction.

Pour pouvoir être financés au titre de MEDIA Mundus, les projets doivent être proposés et mis en œuvre conjointement par des professionnels européens et des professionnels de pays tiers et viser à promouvoir la création de réseaux au niveau international.

Dans ce Programme le Maroc est considéré comme pays tiers et des projets marocains introduits en partenariat avec des pays tiers sont éligibles.

Le futur Programme Créative Europe

Le 25 novembre 2011 la Commission européenne a adopté sa Proposition pour un Règlement du Parlement européen et du Conseil établissant le Programme Créative Europe.³ Cette proposition a fait l'objet d'une première « Approche globale » adoptée par le Conseil des Ministres le 10 mai 2012. Elle est en cours d'examen au Parlement européen⁴.

¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:288:0010:0017:FR:PDF>

² <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/12/st09/st09097.en12.pdf>

³ http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/documents/proposal-regulation_fr.pdf

⁴ <http://www.europarl.europa.eu/committees/fr/opinions.html?linkedDocument=true&ufolderComCode=&ufolderLegId=&ufolderId=&urefProcYear=2011&urefProcNum=0370&urefProcCode=COD;>

L'article 16 de la proposition de la Commission prévoit l'accessibilité au futur Programme des pays relevant de la politique européenne de voisinage (dont le Maroc fait partie), selon les modalités définies avec ces pays dans les accords-cadres prévoyant leur participation à des programmes de l'Union. Cette participation serait possible sous réserve que les conditions requises, y compris, pour le volet MEDIA, celles établies par la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, soient remplies et moyennant le versement de crédits supplémentaires.

En mars 2013 la décision relative au Programme Créative Europe est en cours de négociation tripartite entre le Conseil de Ministres, le Parlement européen et la Commission européenne. Son adoption est prévue pour juin 2013.

1.5.2. Le Conseil de l'Europe

Le Maroc a également entrepris un rapprochement avec le Conseil de l'Europe, en particulier dans le cadre de la politique à l'égard de son voisinage mis en place par celui-ci dans le contexte du Printemps arabe de 2011.

Le rapprochement entre le Maroc et le Conseil de l'Europe s'est effectué graduellement: suite à l'organisation d'un séminaire sur «Les perspectives de coopération entre le Maroc et le Conseil de l'Europe », les 22 et 23 février 2010, au sein du Ministère des Affaires Etrangères et de Coopération à Rabat. Ce séminaire, tenu pour la première fois dans un pays du voisinage Sud, a regroupé des responsables gouvernementaux, des acteurs politiques et parlementaires ainsi que des représentants de la société civile des deux Rives.¹. Ce séminaire a permis de promouvoir davantage la coopération à travers l'adhésion progressive et méthodique aux Accords et Conventions du Conseil de l'Europe.

Ultérieurement, en février 2012, dans le cadre de la politique à l'égard de son voisinage, des consultations approfondies ont eu lieu entre le Conseil de l'Europe et les autorités du Maroc, en vue de définir des priorités de coopération. Ces échanges ont abouti dans l'approbation, par le Comité des Ministres et par les autorités de ce pays, en avril 2012, du document cadre « priorités de coopération pour le Maroc, 2012-2014 », comprenant également un volet sur la coopération dans le domaine de l'audiovisuel.

Les priorités de coopération identifiées sont mises en œuvre notamment par le biais de programmes de coopération avec l'UE ainsi que de contributions volontaires. La coopération UE/ CdE dans le Sud de la Méditerranée est particulièrement significative, et s'est matérialisée par un programme joint, le programme « renforcer la réforme démocratique dans les pays du voisinage méridional », d'un de 4,8 Millions d'Euros, financé par l'UE et mis en œuvre par le Conseil de l'Europe pendant la période 2012-2014, en faveur des pays de la région, notamment le Maroc et la Tunisie. Le Parlement marocain a obtenu le statut « de partenaire pour la démocratie », le 21 juin 2011 à Strasbourg, auprès de l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe. Le Parlement marocain est le premier parlement à bénéficier de ce statut créé au profit d'Etats non membres des régions voisines et qui souhaitent bénéficier de l'expérience de l'Assemblée en matière de consolidation de la pratique démocratique. Ce statut de « partenaire pour la démocratie » permet aux parlementaires marocains de siéger à

¹ «Le Maroc et le Conseil de l'Europe » Site du Ministère marocain des Affaires étrangères et de la Coopération, <http://www.diplomatie.ma/Politique%C3%A9trang%C3%A8re/LeMarocetleConseildeleurope/tabid/215/language/en-US/Default.aspx>

l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, sans droit au vote, en participant aux travaux des plénières et réunions des commissions de l'Assemblée pour débattre d'enjeux communs.

Le Maroc a adhéré à six Accords partiels, partiels élargis et élargis ouverts aux pays non membres du Conseil de l'Europe. Il a également demandé à être invité à adhérer à dix conventions clé du Conseil de l'Europe.

Les orientations du rapprochement sont définies dans un document *Priorités 2012-2014 pour le Maroc dans le cadre de la coopération avec le voisinage* établi par le Secrétariat du Conseil de l'Europe et publié le 2 avril 2012.¹ Ce document comporte un volet relatif à la coopération dans le domaine de l'audiovisuel, de la production cinématographique et du sport.

Coopération dans le domaine de l'audiovisuel, de la production cinématographique et du sport

Le Conseil de l'Europe dispose de toute une série de conventions et d'outils dans le domaine de la communication audiovisuelle, de la promotion de la production cinématographique, de l'éducation, de la culture et du sport pouvant accompagner le Maroc. Ce programme comporte une dimension régionale, visant à promouvoir la coopération entre les pays de la région.

Communication audiovisuelle

Dans le domaine de la communication audiovisuelle, de nombreuses évolutions ont eu lieu depuis l'abrogation du monopole de l'Etat en 2002 et la promulgation de la loi n° 77-03 en 2005, allant dans le sens d'un arrimage encore plus solide aux standards internationaux et à ceux du Conseil de l'Europe, en vue de garantir davantage la liberté d'expression, l'objectivité de l'information, le pluralisme des médias et des contenus, ainsi que la diversité culturelle et linguistique.

Ces processus s'accompagnent d'un mouvement d'intégration juridique et institutionnelle qui dans le domaine, en particulier, à l'aune du Statut Avancé auprès de l'Union Européenne, consistera probablement en l'adhésion graduelle du Royaume à certains Instruments juridiques du Conseil de l'Europe en rapport avec le domaine de la communication audiovisuelle.

Outre les nombreux défis qui s'imposent au secteur, en matière de convergence technologique et de développement économique notamment, des avancées importantes ont été réalisées dans le domaine de la régulation, donnant lieu à des résultats concrets consignés dans des documents de référence qui doivent bénéficier d'une large diffusion, mais ouvrant également la voie à des réflexions nouvelles appelant des efforts supplémentaires sur le plan analytique.

Objectif général : consolider la liberté d'expression, l'indépendance des médias et la déontologie professionnelle, tout en favorisant la convergence réglementaire du secteur audiovisuel marocain avec les instruments du Conseil de l'Europe.

Résultats attendus:

1. mise en relief de la question de la parité homme-femme dans les médias audiovisuels marocains, notamment à travers la traduction en anglais, français et espagnol du « Rapport de synthèse sur l'image de la femme », réalisé par la Haute Autorité de la Communication

¹<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=DGProg/Inf%282011%294&Language=lanFrench&Ver=rev&Site=COE&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864>

Audiovisuelle (HACA), en vue de le distribuer et de le discuter en marge du Festival International du Cinéma Méditerranéen de Tétouan ;

2. promotion du pluralisme interne et externe des médias audiovisuels marocains, à travers la programmation d'une Conférence Internationale pour faire le « Bilan de la gestion du pluralisme audiovisuel lors des campagnes référendaire et législative de 2011 au Maroc », en vue de la préparation des élections communales prévues en 2013 sur ce sujet ;

3. consolidation de la diversité culturelle et linguistique dans les médias audiovisuels marocains, à travers l'élaboration d'un rapport thématique avec le concours du Conseil de l'Europe, du Ministère de la Culture, des institutions publiques marocaines œuvrant dans le domaine culturel et de la HACA, impliquant une consultation large d'acteurs clés ;

4. dynamisation du processus d'adhésion du Royaume du Maroc à l'Observatoire européen de l'audiovisuel, en initiant à cette fin les démarches préparatoires pour la coordination technique à travers la HACA des conditions prévues par la résolution CM/Res (92) 70 tel que révisée par la Résolution Res (2000)7 du 21 septembre 2000, afin de permettre au Maroc de transmettre et d'avoir accès à des informations fiables, actualisées et pertinentes dans les différents domaines de l'audiovisuel, nécessaires au suivi des développements qui affectent ce secteur stratégique.¹

Partenaires : Ministère de la Jeunesse et des Sports, Ministère de la Communication, Ministère de la Culture, HACA, médias et société civile, organisations de jeunesse, éducateurs, institutions publiques marocaines œuvrant dans le domaine culturel.

Production cinématographique

Objectif général : engager une coopération avec Eurimages et promouvoir des outils de coopération régionale dans le domaine de la production cinématographique.

Partenaires : Ministère de la Communication, Ministère de la Culture, médias et société civile, institutions publiques marocaines œuvrant dans le domaine culturel.

1.5.3. OSCE

Le Maroc a le statut de « Partenaire méditerranéen pour la coopération » au sein de l'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE).² En mai 2011, la Directeur des Droits de l'Homme de OSCE a offert la coopération de l'Organisation en vue de soutenir la politique des droits de l'Homme, notamment en ce qui concerne la liberté des médias.³

¹ La demande d'adhésion du Maroc à l'Observatoire européen de l'audiovisuel, Accord partiel élargi du Conseil de l'Europe, a été formulée par le Ministère des Affaires étrangères du Maroc en 2010. Le 8 novembre 2012 le Conseil exécutif de l'Observatoire a émis un avis favorable sur la demande d'adhésion. Celle-ci doit à présent être confirmée par les Autorités marocaines et approuvée par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe.

² <http://www.osce.org/who/84>

³ "OSCE human rights chief offers support for reforms in Morocco", OSCE Press Release, 26 May 2011, <http://www.osce.org/odihr/78196>

2. LE DEVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES DE TELECOMMUNICATION

2.1. Une politique visant au développement des infrastructures de télécommunication

Depuis la fin des années 90, les autorités marocaines ont mis en place une politique visant au développement des infrastructures de télécommunication, qu'il est utile de présenter ici dans la mesure où elle influence de manière assez importante l'évolution des conditions de distribution des services audiovisuels (télévision et services audiovisuel à la demande).

L'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT)¹ est l'établissement public chargé de la régulation et de la réglementation du secteur des télécommunications. L'Agence est instituée auprès du Chef du Gouvernement et elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

L'ANRT a été créée en février 1998, en application de la loi n° 24-96, relative à la Poste et aux Télécommunications, qui a fixé les contours généraux de la réorganisation du secteur. En vertu de la loi n° 24-96 telle que modifiée et complétée par la loi n° 55-01 de 2004², l'agence œuvre, tout en se voulant motrice de la croissance du secteur, à l'instauration d'un environnement juridico- économique propice à son développement.

L'ANRT veille à mettre en place et à pérenniser les conditions d'une concurrence saine et loyale sur les marchés des télécoms. Les actions de l'ANRT contribuent, par la garantie de bonnes conditions de marché, à alléger la facture des usagers, et à leur permettre une qualité d'accès aux services de télécommunications.

Dans le but d'attirer les investisseurs mondiaux, le gouvernement marocain a entrepris des réformes particulières basées sur des politiques de libéralisation et de privatisation dans les domaines des finances et des télécommunications, et ce tout en investissant largement dans le développement et l'expansion de l'infrastructure nécessaire. Ainsi le secteur des télécommunications (téléphonie, internet) a connu une croissance rapide sans précédent.

La transition d'une économie fortement administrée à une économie de l'initiative privée constitue la base principale de la réussite de ce secteur. Par conséquent, le Maroc s'est érigé en tant que centre régional de la délocalisation pour les sociétés européennes françaises et espagnoles³. Selon une étude McKinsey *"Offshoring and call centers could add 0.3 percent annually to GDP growth from 2003 to 2018, thus reducing the international trade deficit by around 35 percent. The off shoring is expected within the same period to create 100,000 new jobs"*⁴. Le Maroc a été élu meilleure destination de l'offshoring pour l'année 2012 par l'association européenne de l'offshoring (EOA). Le Royaume a pu ainsi surclasser cinq

¹ <http://www.anrt.ma/>

² Quatre lois promulguées entre 1997 et 2007 régissent à ce jour le secteur des télécommunications au Royaume du Maroc : Loi n°24-96(1997); loi n°79-99 (2001); loi n°55-01(2004); loi n° 29-06(2007). L'objet de ces lois est de définir le cadre juridique précisant le nouveau paysage du secteur de la poste et des télécommunications, notamment celui des réseaux des Télécommunications qui pourront être exploités par des personnes privées détentrices d'une licence qui sera accordée par décret délibéré conformément à l'article 66 de la Constitution. La compilation des quatre lois est reproduite dans ce document : « Loi n°24-96 consolidée relative à la poste et aux télécommunications, telle qu'elle a été modifiée et complétée » : <http://www.anrt.net.ma>.

³ *Mapping Digital Media: Morocco*, A report by the Open Society Foundations, by Dr.Bouziane Zaid & Dr Mohamed Ibahrine, May 2011, p.9. <http://www.soros.org/sites/default/files/mapping-digital-media-morocco-20110826.pdf>

⁴McKinsey & Company, "Morocco's Off shoring Advantage, http://www.mckinseyquarterly.com/Moroccos_off_shoring_advantage_1683

destinations sélectionnées pour ce prestigieux prix, à savoir, la Roumanie, la Serbie, la Slovaquie, l'Afrique du Sud et l'Égypte, et ce, sur un total de 15 pays candidats¹.

En plus des trois principaux opérateurs téléphoniques que sont Maroc Télécom (« Itissalat Al Maghrib » ou « IAM » dans la terminologie officielle)², Medi Télécom et Wana, le Maroc compte douze opérateurs satellites fournissant chacun des services divers sur le marché des télécommunications.

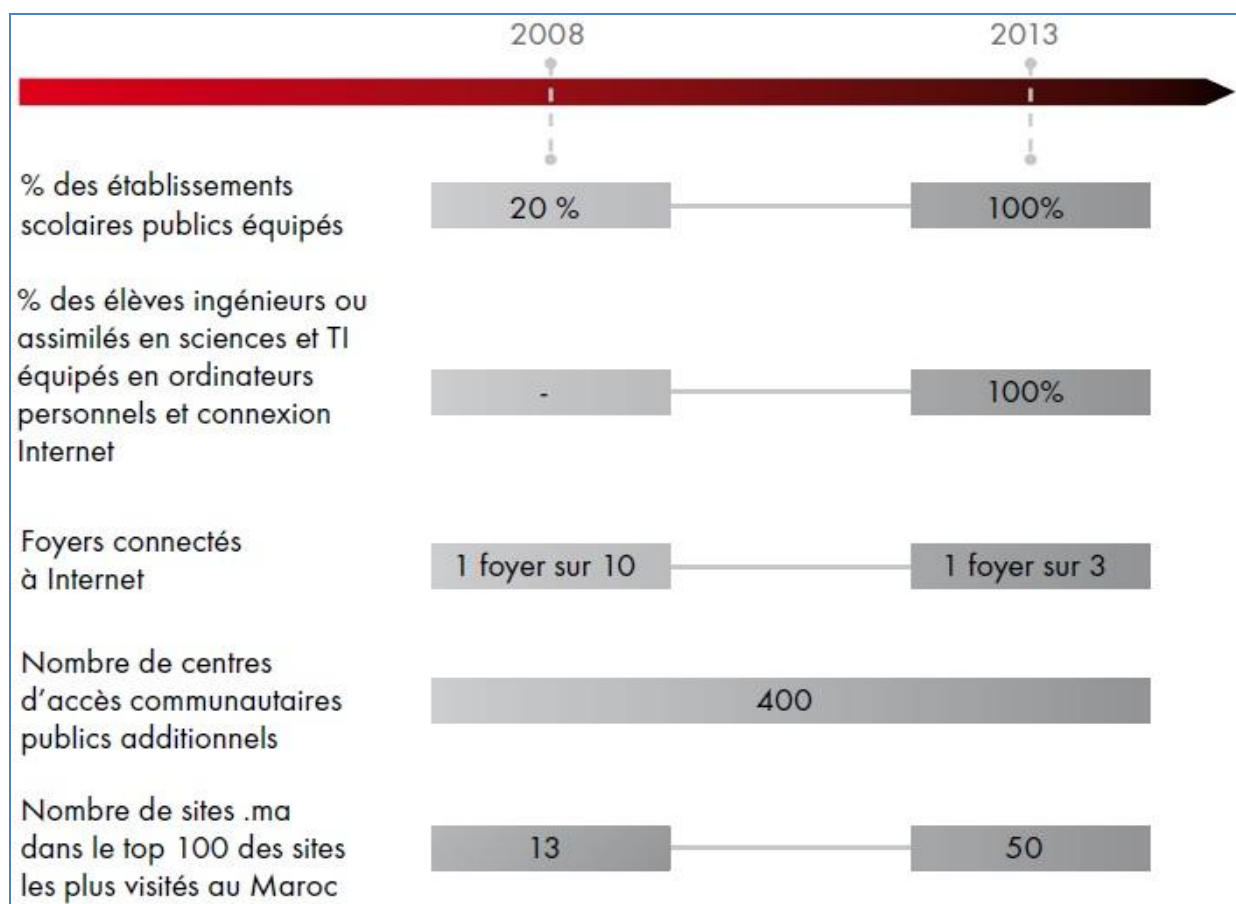
Il convient de noter que Maroc Télécom intervient, aujourd'hui, dans le capital de plusieurs entreprises africaines d'ampleur nationale: 50% dans le capital de Mauritel, 51% du capital d'Onatel, opérateur historique du Burkina Faso, 51% du capital de Gabon Telecom. Cet élargissement du portefeuille de l'opérateur national confirme le statut important du Maroc en tant leader africain en ce domaine, devenu fondamental dans les évolutions de l'économie contemporaine mondialisée.

Visant à positionner le Maroc parmi les pays émergents dynamiques dans les Technologies de l'Information et de la Communication, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies a lancé, en octobre 2009, la stratégie « Maroc Numeric 2013 ». Un programme doté d'un budget de 5,2 milliards de MAD pour le développement de la société de l'information et l'économie du numérique du Royaume. Il s'articule autour du développement de quatre axes: l'internet haut débit, l'e-gouvernement, la filière locale des technologies de l'information et l'informatisation des petites et moyennes entreprises (PME).

Le graphique suivant expose les objectifs de la stratégie Maroc Numérique 2013 aspirant, entre autres, à rendre accessible aux citoyens l'Internet Haut Débit et favoriser l'accès aux échanges et à la connaissance.

¹ «Stratégie de Maroc Numeric 2013 : un premier bilan globalement positif», Verbatim de Abdelkader Aâmara, ministre du Commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies, publié le : 14 Août 2012 - *Le Matin*, Voir : http://www.lematin.ma/journal/NTI_Strategie-de-Maroc-Numeric-2013--un-premier-bilan-globalement-positif/170317.html

² Maroc Telecom est le principal opérateur de télécommunications, créée en 1999 lors du démembrement de l'Office national des postes et télécommunications. En février 2001, le groupe français Vivendi (qui contrôle la SFR et le groupe Canal Plus) a acquis 35 % du capital. Par la suite, la part de Vivendi est montée à 53 %, le Royaume du Maroc ne possédant plus que 30 %. En octobre 2012, le groupe Vivendi, qui envisage de quitter le secteur des télécommunications, a indiqué son intention de vendre sa part dans Maroc Telecom. Qatar Telecom, Etisalat, Saudi Telecom et la société sud-africaine MTN sont citées par les repreneurs potentiels de cette part. The Economic Times, 24 October 2012. http://articles.economicstimes.indiatimes.com/2012-10-24/news/34708110_1_vivendi-shares-maroc-telecom-qvt



Source : Maroc Numeric 2013, *Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Économie Numérique*, <http://www.egov.ma/Documents/Maroc%20Numeric%202013.pdf>

La généralisation de l'accès aux technologies de l'information figure, pour cette raison, parmi les grandes priorités du Maroc. L'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT) joue un rôle important dans le pilotage de plusieurs projets et programmes illustrant la généralisation du processus d'accès aux TIC, tels que : GENIE, PACTE, INJAZ, NAFID@, E-SUP, Centres d'Accès Communautaires (CAC) aux TIC.

Dans son rapport *Measuring the Information Society 2011*, l'UIT¹ précise que le Maroc a enregistré, depuis 2008, un accroissement de 300% dans ses réseaux larges bandes. L'adoption du mobile haut débit a permis au Royaume d'accroître le taux de pénétration d'internet pour atteindre environ 50%, grimant ainsi de 2.3% en 2009 à 10% en 2011. Par contre, l'évolution du segment du fixe ne témoigne pas de la même croissance malgré un certain développement réalisé récemment.

¹ International Telecommunication Union (ITU), *Measuring the Information Society 2011: The ICT development Index 2011* accessible au <http://www.itu.int/net/pressoffice/backgrounders/general/pdf/5.pdf>

2.2. Données sur les infrastructures de télécommunication

Le développement des infrastructures de télécommunication est analysés de manière régulière par l'ANRT, qui publie des indicateurs trimestriels à travers ses Observatoires, accessibles en ligne.¹

Secteur TIC: Indicateurs d'infrastructure

Indicateur	Unité de mesure						Taux de croissance trimestrielle	Taux de croissance annuelle
		T2 2011	T3 2011	T4 2011	T1 2012	T2 2012		
Abonnements téléphonie mobile	En millions	34 975	36 150	36 554	36 239	37 422	3.27	
Taux de pénétration de la téléphonie mobile	%	108.66	112.31	113.57	112.59	115.07		
Parc global* téléphonie fixe	En millions	3.646	3.523	3.566	3.534	3.444	-2.55%	
Taux de pénétration de la téléphonie ligne fixe	%	11.33	10.95	11.08	10.98	10.59		
Utilisateurs internet (estimé)	En millions	2.345	2.881	3.182	3.444	3.759	9.13	60.27
Taux de pénétration internet	%	7.29	8.95	9.89	10.7	11.56		
Abonnements haut débit (ADSL)	En milliers	527.016	550.508	589.678	610.949	629.049	2.96	19.36
Part des utilisateurs internet haut débit (3G)	%	77.45	80.83	81.41	83.28		10.46	72.2
Débit internet international	Gigabytes par seconde							

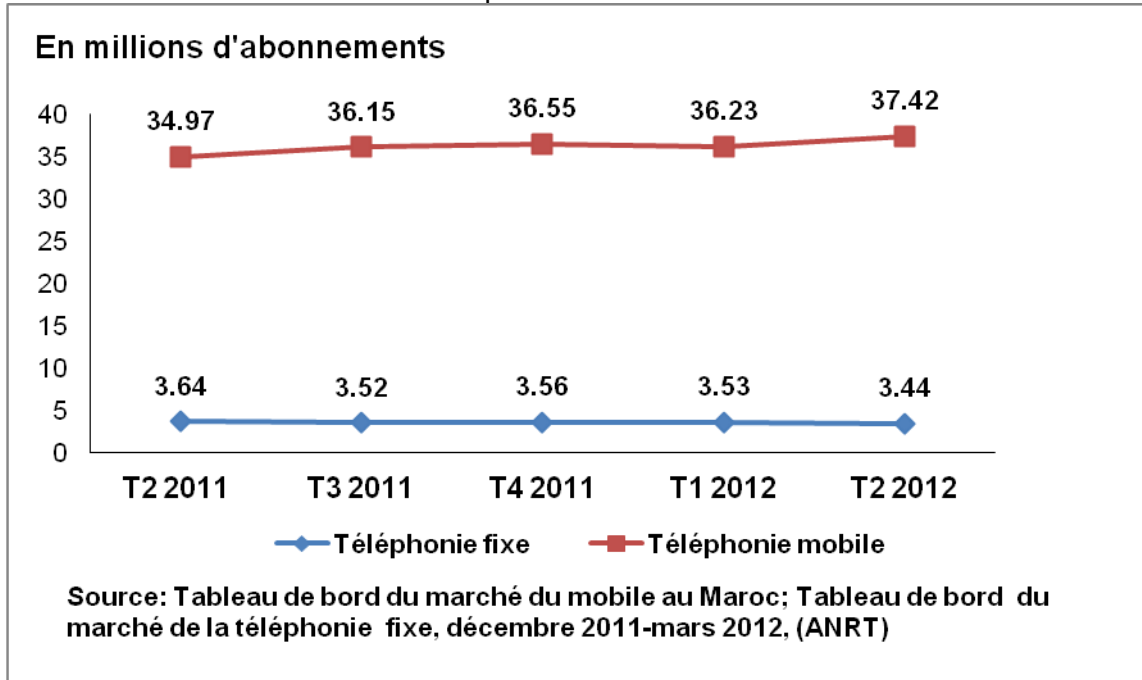
* Ce chiffre regroupe les abonnés résidentiels, professionnels ainsi que les publiphones utilisant le réseau fixe.

*La croissance en % du trimestre N : (Le parc global à la fin du trimestre N – Le parc global à la fin du trimestre N-1) / Le parc à la fin du trimestre N-1.

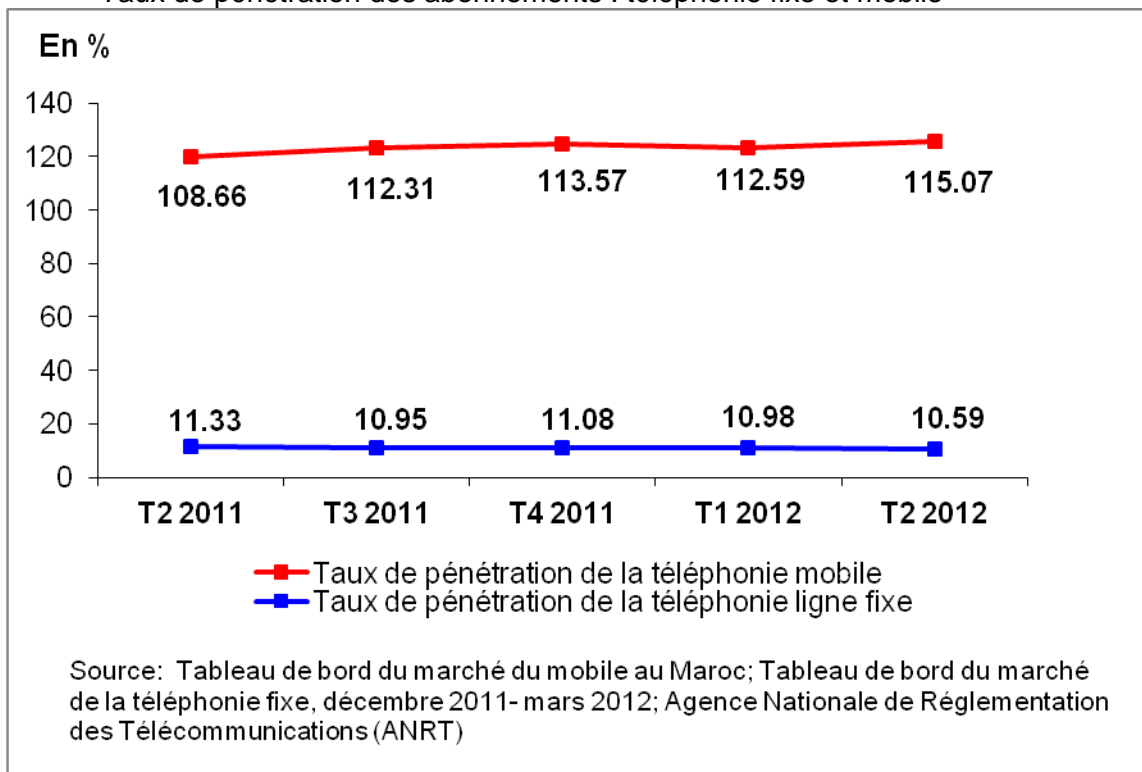
Source: Tableaux de bord marché internet au Maroc: juin 2011- septembre- décembre 2011- mars 2012- juin 2012; Agence Nationale de Régulation des Télécommunications (ANRT)

¹ <http://www.anrt.ma/indicateurs/observatoires/analyse-des-marches>

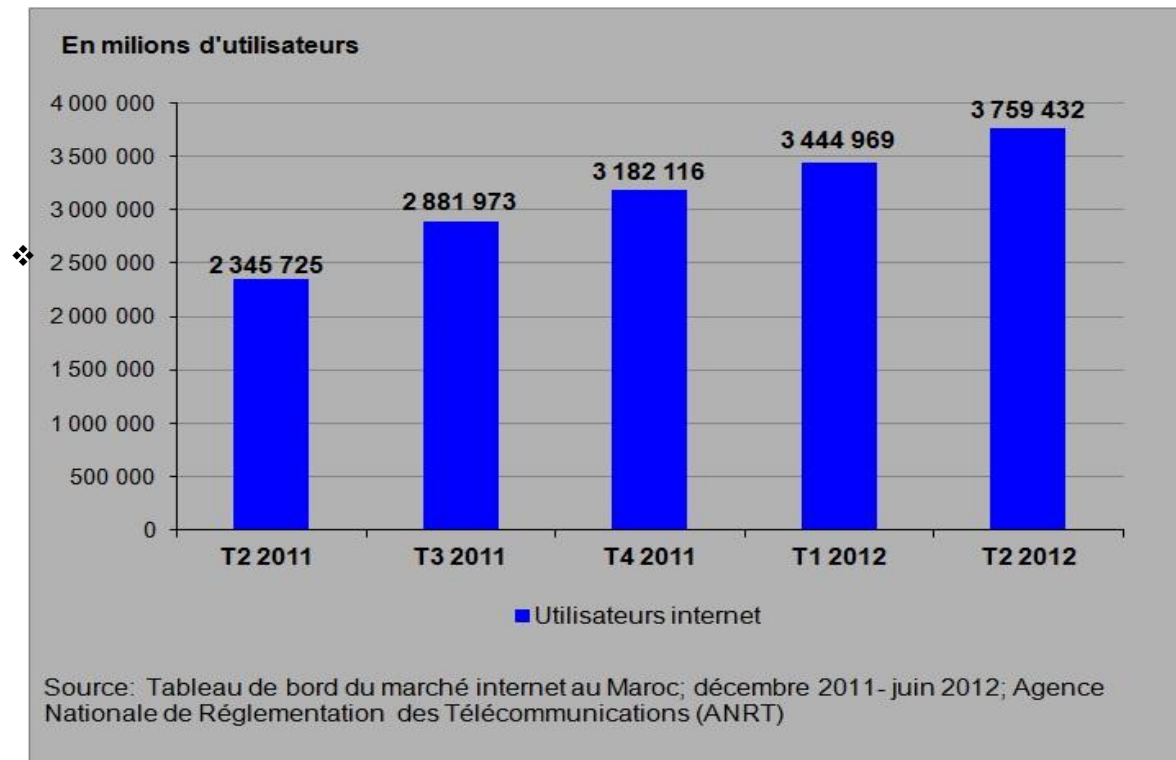
- Nombre d'abonnements : téléphonie fixe et mobile



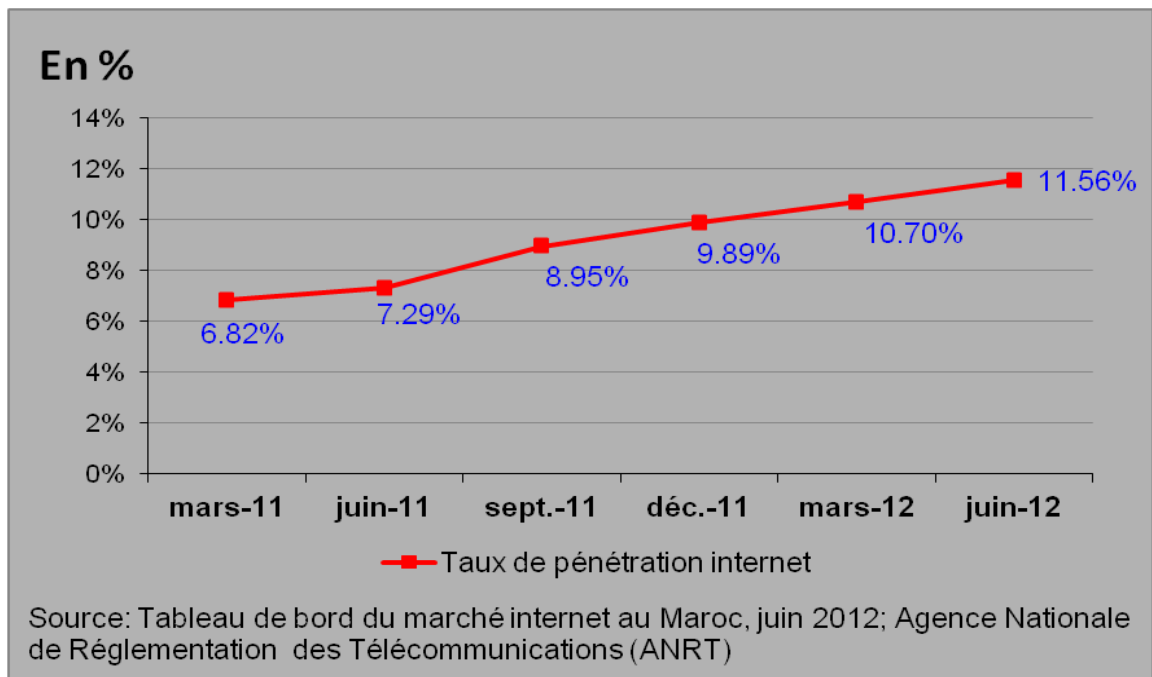
- Taux de pénétration des abonnements : téléphonie fixe et mobile



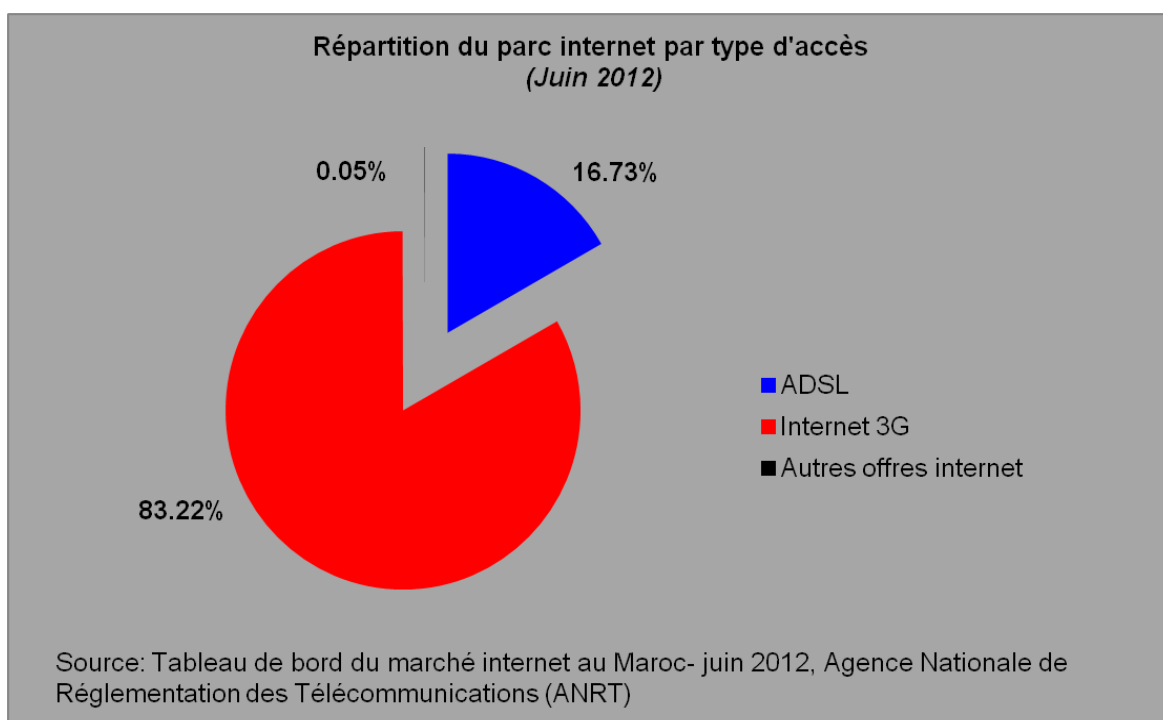
- Nombre d'utilisateurs d'internet



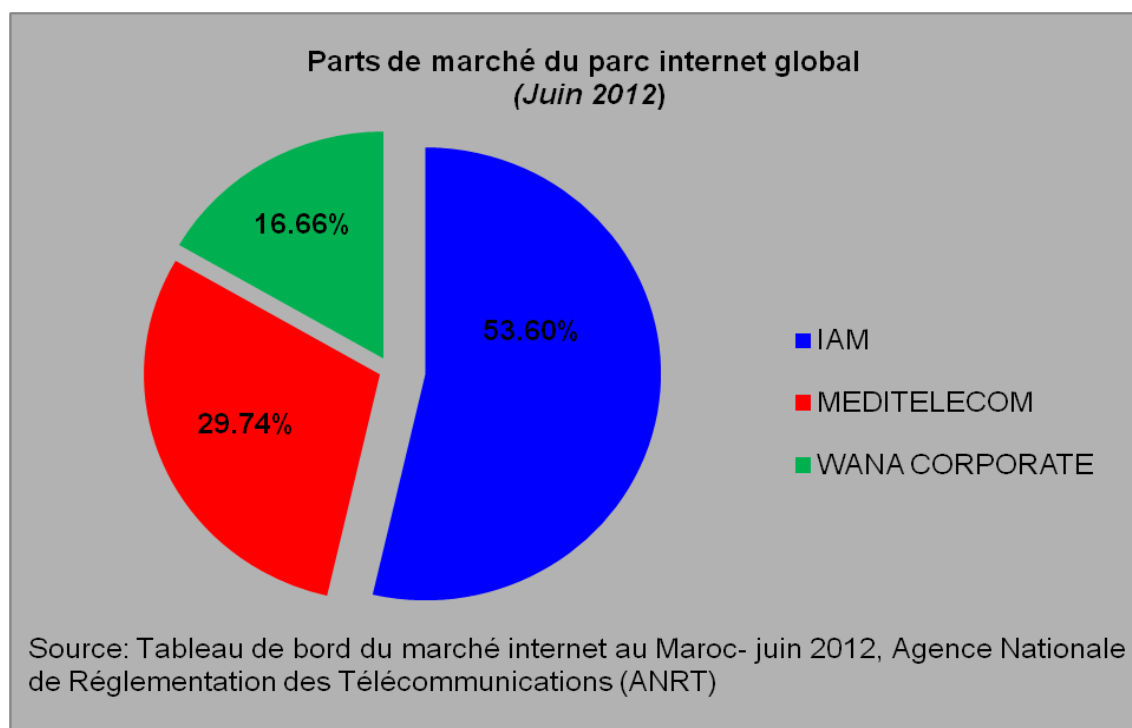
- Évolution trimestrielle du taux de pénétration de l'internet



- Répartition du parc internet par type d'accès (juin 2012)



- Parts de marché du parc internet global



3. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA TELEVISION¹

3.1. La loi n°77_03 relative à la communication audiovisuelle (2005)

La loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle constitue un jalon important dans le processus visant à mettre en place le cadre juridique de la libéralisation de ce secteur et qui a débuté avec la promulgation du dahir n°1-02-212 du 22 *joumada* II 1423 (31 août 2002), relatif à la création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle et le décret-loi n° 2-02-663 du 2 *reheb* 1423 (10 septembre 2002) portant suppression du monopole de l'État en matière de radiodiffusion et de télévision, ouvrant ainsi la voie à la libre entreprise de communication audiovisuelle².

La réforme du secteur de la communication audiovisuelle s'inscrit dans le cadre de cette volonté de réformes engagée visant la consécration des valeurs de liberté et le développement de l'option démocratique et du pluralisme dans le pays.

Considérée comme étant le prolongement de toutes les lois en vigueur dans le domaine de l'information, la loi n°77-03 instaure un contexte de diversification en offrant des perspectives d'installation et d'exploitation de réseaux de communication audiovisuelle à de nouveaux opérateurs privés dans un cadre organisé et transparent.

Le dahir confère à la HACA dans le cadre des prérogatives et des attributions qui l'ont instituée, ainsi qu'aux différents pouvoirs publics compétents, les outils nécessaires pour réguler le secteur et accompagner son développement tout en prévoyant les différents mécanismes, procédures et mesures à mettre en œuvre³.

¹ Ce chapitre vise simplement à fournir les informations de base sur le cadre réglementaire de la télévision. Il n'a pas la prétention de fournir une analyse juridique approfondie. Toutefois, il a été supervisé par M. Michel Gyory l'expert en charge des questions juridiques au sein d'Euromed Audiovisuel III.

² Après la promulgation du décret-loi n°2-02-663 du 10 septembre 2002 mettant fin au monopole de l'État sur l'espace audiovisuel et la promulgation du Dahir n°1-02-212 du 31 août 2002 portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), le ministère de la Communication a élaboré la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle, qui a été approuvée en Conseil du Gouvernement le 4 décembre 2003, puis en Conseil des Ministres le 3 juin 2004, et a été promulguée le 7 janvier 2005 par le Dahir n° 1-04-257 accessible au : <http://www.haca.ma/pdf/commaudiovisuelle.pdf>

³ Ibid., p.4



3.2. La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA)¹

- Mission et fonction

Le décret-loi n° 2-02-663 du 2 regeb 1423 (10 septembre 2002) porte suppression du monopole de l'État en matière de radiodiffusion et de télévision².

En vertu de ce décret-loi, la Haute Autorité de la communication audiovisuelle a été créée par le dahir n° 1-02-212 du 22 jourmada II 1423 (31 août 2002) Enfin, la réforme du paysage audiovisuel s'est concrétisée avec l'adoption, à l'unanimité, par le Parlement de la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle, le 25 novembre 2004³.

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle HACA est une Autorité Administrative Indépendante (AAI) qui joue le rôle de régulateur. Selon la description que la HACA donne d'elle-même sur son site ; « Elle est placée à cet effet sous la protection tutélaire de Sa Majesté le Roi, la mettant ainsi à l'abri des pressions de nature à entraver l'impartialité qu'exige sa mission de régulation. Sa mission première est de veiller au respect des principes du pluralisme, de la diversité et de la liberté d'expression dans le secteur de la communication audiovisuelle, dans le respect des valeurs civilisationnelles fondamentales et des lois du Royaume. »⁴

La notion de « protection tutélaire » royale figure dans le troisième considérant du dahir instituant l'Autorité. Le Président, les 8 membres du Conseil supérieur (dont 4 sont proposés par SM le Roi, 2 par le Chef du Gouvernement et 2 par les deux chambres du parlement) et le Directeur Général sont nommés par le Roi.

- Composition interne de la HACA

La Haute Autorité est composée du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle (CSCA), instance délibérante, et de la Direction Générale de la communication audiovisuelle (DGCA), instance administrative et technique.

- Le Conseil Supérieur de la communication audiovisuelle (CSCA) est l'instance délibérante de la Haute Autorité. De ce fait, ses décisions sont de nature administrative et peuvent, à ce titre, faire l'objet d'un recours auprès du tribunal administratif de Rabat. Toutefois, seules les personnes morales, ayant la forme juridique de société anonyme,

¹ <http://www.haca.ma>

² <http://www.haca.ma/pdf/monopole.pdf>

³ Loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle, op.cit.

⁴ HACA, Présentation, <http://www.haca.ma/indexFr.jsp?id=27> (Consulté le 15 février 2013).

peuvent créer une chaîne de télévision ou une station radio. Par conséquent, un parti politique ou une association ne peut créer une chaîne de télévision ou station radio¹.

- La Direction Générale de la Communication Audiovisuelle (DGCA), placée sous l'autorité du Directeur Général nommé par SM le Roi, regroupe les services administratifs et techniques de la HACA en cinq départements: (Administratif et Financier, Suivi des Programmes, Etudes Juridiques, Infrastructures techniques et veille technologique, et Etudes et Développement). Elle remplit ses missions grâce aux efforts conjoints de ses différents services et unités, tel que : l'unité d'Audit et de Contrôle de Gestion, l'unité de l'Informatique et enfin l'unité de la Documentation.

- Les missions du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle

L'article 3 du Dahir énumère les 17 missions du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle :

« 1. donne avis à Notre Majesté sur toute question dont Notre Majesté le saisit et relative au secteur de la communication audiovisuelle ;

2. propose au choix de Notre Majesté les personnalités dont la nomination relève de Notre Majesté à raison des fonctions ou emplois publics qu'elles doivent exercer à la tête des organismes publics intervenant dans le domaine audiovisuel ;

3. donne avis au Parlement et au gouvernement sur toute question dont il serait saisi par le Premier ministre ou les présidents des chambres du Parlement et relative au secteur de la communication audiovisuelle ;

4. donne obligatoirement avis au Premier ministre sur les projets de lois ou projets de décrets concernant le secteur de la communication audiovisuelle, avant leur présentation au conseil des ministres ;

5. donne obligatoirement avis aux présidents des deux chambres du Parlement sur les propositions de lois relatives au secteur de la communication audiovisuelle, avant leur examen par la chambre concernée ;

6. propose au gouvernement les mesures de toute nature, notamment d'ordre juridique, à même de permettre le respect des principes énoncés dans le préambule et les dispositions du présent dahir ;

7. suggère au gouvernement les modifications de nature législative et réglementaire, rendues nécessaires par l'évolution technologique, économique, sociale et culturelle des activités du secteur de l'audiovisuel ;

8. veille au respect, par tous les pouvoirs ou organes concernés, des lois et règlements applicables à la communication audiovisuelle ;

9. instruit les demandes d'autorisation de création et d'exploitation des entreprises de communication audiovisuelle, selon les procédures légales et réglementaires en vigueur et accorde les autorisations y afférentes, conformément à la législation et la réglementation en vigueur ;

¹ <http://www.haca.ma>

10. *accorde les autorisations d'utilisation des fréquences radioélectriques affectées par l'Agence nationale de réglementation des télécommunications au secteur de la communication audiovisuelle. A cette fin, et en cas de besoin, le conseil est habilité à créer une commission de coordination avec les autres organismes publics chargés de gérer le spectre des fréquences et d'en assurer le contrôle ;*

11. *contrôle le respect, par les organismes de communication audiovisuelle, du contenu des cahiers de charges et, de manière générale, le respect, par lesdits organismes, des principes et règles applicables au secteur ;*

12. *approuve les cahiers de charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public et en contrôle le respect ;*

13. *veille au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion, notamment en matière d'information politique, tant par le secteur privé que par le secteur public de l'audiovisuel. A cette fin, le conseil transmet, suivant la périodicité qu'il établit, au gouvernement, à la présidence des deux chambres du Parlement et aux responsables des partis politiques, des organisations syndicales et des chambres professionnelles représentés au Parlement, le relevé du temps d'intervention des personnalités politiques, syndicales ou professionnelles dans les émissions des organes de radiotélévision; il peut, à cette occasion, formuler toutes remarques qu'il juge utiles ;*

14. *veille au respect de la législation et de la réglementation applicables aux règles et conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales que les organismes de communication du secteur public et du secteur privé doivent respecter ;*

15. *veille au respect, par les organismes de communication audiovisuelle, de la législation et de la réglementation en vigueur en matière de publicité ;*

A cet effet, le conseil exerce un contrôle, par tous les moyens appropriés, sur les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les organismes relevant du secteur public de la communication ou, bénéficiaires d'un titre quelconque d'exploitation dans le cadre de ce secteur ;

16. *sanctionne les infractions commises par les organismes de communication audiovisuelle ou, propose aux autorités compétentes, conformément à la législation en vigueur et aux cahiers de charges concernés, les sanctions encourues ;*

17. *édicte les normes d'ordre juridique ou technique applicables à la mesure de l'audience des entreprises de communication audiovisuelle. »*

L'article 63 de loi n° 77-03 sur la communication audiovisuelle stipule que : « Les opérateurs de communication audiovisuelle sont tenus de mettre à la disposition de la Haute Autorité les informations ou documents nécessaires pour s'assurer du respect par lesdits opérateurs des obligations qui leur sont imposées par les textes législatifs et réglementaires ainsi que par leur cahier des charges. La Haute Autorité est habilitée à procéder auprès des mêmes personnes à des enquêtes et ce, conformément aux dispositions de l'article 15 du dahir n°1-02-212 relatif à la Haute Autorité.

3.3. Les Cahiers des charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public

En vertu de l'article 54 de la loi 77-03 sur la communication audiovisuelle : la «Radio Télévision Marocaine» (R.T.M) et le «Service Autonome de Publicité» (S.A.P) ont été transformés en une société anonyme dénommée «Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision» (S.N.R.T) régie par la législation relative aux sociétés anonymes, la présente loi et ses statuts. L'État détient la totalité du capital de la S.N.R.T ; Un pôle audiovisuel public comprenant aussi la chaîne 2M¹, fut ainsi constitué afin de relever le défi de la compétitivité qu'implique l'ouverture à la concurrence du paysage audiovisuel national.

Objet de définition de l'article 49 de la loi n°77-03, les cahiers des charges sont établis par le gouvernement, approuvés par la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle et publiés au Bulletin officiel.

Les cahiers des charges contiennent, en plus des principes et règles d'ordre public, l'ensemble des prescriptions relatives aux droits et aux obligations des sociétés nationales de l'audiovisuel public, principalement leurs engagements en matière :

- d'établissement du réseau et de zone de couverture;
- d'emploi des ressources humaines marocaines;
- de respect des droits d'auteur et droits voisins;
- de diffusion des œuvres audiovisuelles marocaines;
- de contribution à la production des œuvres audiovisuelles marocaines;
- d'honnêteté et de crédibilité de l'information, de protection du jeune public, de respect de la vie privée et d'indépendance par rapport aux intérêts privés et aux pouvoirs publics².

3.4. La Constitution de 2011

La nouvelle Constitution³ publiée le 17 juin 2011 et adoptée par le référendum du 1^{er} juillet 2011 a réaffirmé l'attachement du Maroc aux principes universels des Droits de l'Homme et a renforcé la protection juridique de la liberté d'expression.

L'article 25 stipule que « Sont garanties les libertés de pensée, d'opinion et d'expression sous toutes ses formes. Sont garanties les libertés de création, de publication et d'exposition en matière littéraire et artistique et de recherche scientifique et technique. »

Selon l'article 10 : « La Constitution garantit à l'opposition parlementaire un statut lui conférant des droits à même de lui permettre de s'acquitter convenablement de ses missions afférentes au travail parlementaire et à la vie politique. Elle garantit, notamment, à l'opposition les droits suivants :

- la liberté d'opinion, d'expression et de réunion,

¹ 2M a été lancée en 1989 comme une télévision à péage (TV à base d'abonnement). Depuis 1996, 2M fait partie du service public puisqu'elle est devenue entièrement détenue par l'Etat marocain suite à d'énormes difficultés financières, comme ce fut le cas avec la RTM la première et historique chaîne du pôle public.

² Ibid.

³ Le texte est disponible sur le Portail national du Maroc : <http://www.maroc.ma/PortailInst/Fr/logoevenementiel/Projet+de+la+nouvelle+constitution.htm>

- un temps d'antenne au niveau des médias officiels, proportionnel à leur représentativité ».

L'article 28 stipule que « La liberté de la presse est garantie et ne peut être limitée par aucune forme de censure préalable. Tous ont le droit d'exprimer et de diffuser librement et dans les seules limites expressément prévues par la loi, les informations, les idées et les opinions. Les pouvoirs publics favorisent l'organisation du secteur de la presse de manière indépendante et sur des bases démocratiques, ainsi que la détermination des règles juridiques et déontologiques le concernant. La loi fixe les règles d'organisation et de contrôle des moyens publics de communication. Elle garantit l'accès à ces moyens en respectant le pluralisme linguistique, culturel et politique de la société marocaine. Conformément aux dispositions de l'article 165 de la présente Constitution, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle veille au respect de ce pluralisme. »

L'article 165 confirme le rôle de la Haute Autorité de la Communication audiovisuelle : La Haute autorité de la communication audiovisuelle est une institution chargée de veiller au respect de l'expression pluraliste des courants d'opinion et de pensée et du droit à l'information, dans le domaine de l'audiovisuel et ce, dans le respect des valeurs civilisationnelles fondamentales et des lois du Royaume. »

3.5. Les limites à la liberté d'expression

L'article 9 de la loi relative à la communication audiovisuelle définit les limites relatives à la liberté d'expression.

Sans préjudice des sanctions prévues par les textes en vigueur, les émissions et les reprises de programmes ou de parties de programmes ne doivent pas être susceptibles de :

- *porter préjudice aux dogmes du Royaume du Maroc tels que définis par la Constitution, notamment ceux relatifs à l'Islam, à l'intégrité territoriale du Royaume et à la monarchie ;*
- *porter atteinte à la moralité publique ;*
- *faire l'apologie et servir les intérêts et la cause exclusifs des groupes d'intérêts politiques, ethniques, économiques, financiers ou idéologiques ;*
- *faire l'apologie de la violence ou inciter à la discrimination raciale, au terrorisme ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur origine, de leur appartenance ou non à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée ;*
- *comporter des incitations à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ;*
- *comporter, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs ;*
- *porter préjudice aux droits de l'enfant tels qu'ils sont universellement reconnus.»¹*

¹ Loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle, *op.cit*, article 9

4. LES MODALITES DE DISTRIBUTION DES SERVICES AUDIOVISUELS

4.1. Nombre de foyers et nombre de foyers TV

Le nombre de ménages était estimé en 2011 par le Haut commissariat au plan comme étant de 6,813 millions¹. TNS, organisme en charge de la mesure d'audience au Maroc, définit l'univers comme étant de 5,666 millions de foyers TV en 2011². Le taux de pénétration de la télévision serait de l'ordre de 85 %.

4.2. Diffusion terrestre

4.2.1. La télévision analogique terrestre (TAT)

La Conférence de Genève 2006 de l'UIT a arrêté, pour la Zone I, la date de transition pour le tout numérique et l'extinction de l'analogique en 2015 pour la bande UHF, 2020 pour la bande VHF (100% du réseau principal de la SNRT)³. En principe, la diffusion des services de télévision analogique terrestre devrait prendre fin d'ici 2012 dans tous les pays de l'Union Européenne.

En ce qui concerne le Maroc, conformément à l'Accord régional de Genève 2006, les réseaux de diffusion télévisuelle analogique terrestre dans la bande UHF doivent cesser d'émettre le 17 juin 2015 au plus tard. Cette date concerne la totalité du réseau terrestre analogique de la Soread-2M et partiellement celui de la SNRT (qui diffuse dans la bande VHF).⁴ Les licences accordées aux chaînes privées marocaines par la HACA prévoient l'extinction du signal analogique en juin 2015.

4.2.2. La télévision numérique terrestre (TNT)

En 2006, le Ministère de la communication a initié les travaux visant au développement de la télévision numérique terrestre (TNT).

Le calendrier de développement de la TNT a été le suivant :⁵

- Janvier - mai 2006: Etudes techniques de faisabilité conduites par un groupe de travail composé du Ministère de la Communication, de la HACA, de l'ANRT, de la SNRT et de la SOREAD-2M
- Avril 2006 : Assignation provisoire de deux canaux à la SNRT (Rabat et Casablanca) pour une exploitation expérimentale de la TNT. Début des expérimentations
- Mai 2006: Rapport sur l'introduction de la télévision numérique terrestre au Maroc (adoption de la norme de diffusion DVB-T pour la réception fixe; DVB-H pour la réception mobile et portable, adoption de la norme de compression MPEG 2 pour la TV Standard Définition et MPEG 4 pour la TV Haute Définition et la réception mobile)

¹ HCP, Evolution du nombre de ménages (en milliers) par milieu de résidence : 1960-2030, http://www.hcp.ma/Evolution-du-nombre-de-menages-en-milliers-par-milieu-de-residence-1960-2030_a707.html

² TNS TV Panel Diary, Morocco 2011 cité in EURODATA-TV Worldwide, *One Year TV Worldwide- One Television Year Partis*, March 2012.

³ Ahmed GHAZALI, Président de la HACA, 10 Décembre 2010 : Télévision Numérique Terrestre « Introduction de la TNT au Maroc », Maroc : <http://41.249.251.219/fra/news/20111203203926/20111203203926.html>

⁴ Mohamed HAMMOUDA, « La transition analogique numérique. Analogue Switch Off (ASO) ; Clés du succès ». Présentation aux Assises de la radiodiffusion numérique terrestre, Cotonou (20-22 décembre 2010), http://www.haacbenin.org/IMG/pdf/LA_TRANSITION_ANALOGIQUE_NUMERIQUE_Maroc_.pdf

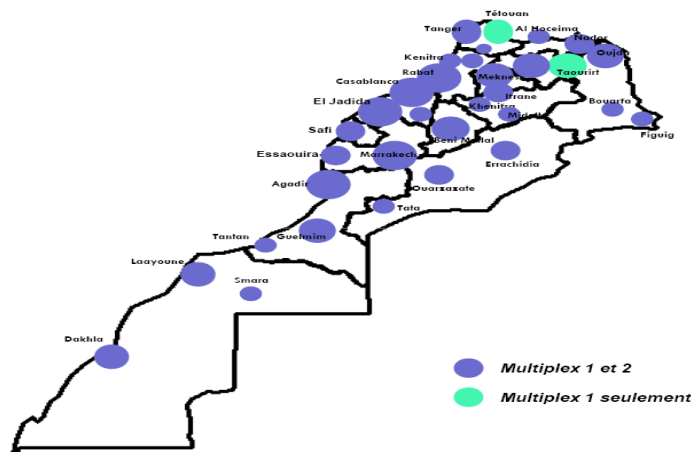
⁵ A. GHAZALI, op.cit.

- 17 Juin 2006: Adoption du plan de Genève
- Juillet 2006 à aujourd'hui : poursuite de la planification du spectre coordination internationale ; Etude des impacts juridiques immédiats;
- Juin 2007 : Assignation définitive à la SNRT des fréquences nécessaires au déploiement du réseau TNT diffusant les services du pôle public (6 bassins sur 12 en simulcast)
- Novembre 2007: Assignation provisoire d'une fréquence locale pour la chaîne du Festival International du Film de Marrakech. Expérimentation de l'implémentation d'un signal local dans un multiplex national.
- Mars 2008 : Assignation définitive à la SNRT des fréquences nécessaires au déploiement du réseau TNT (12 bassins sur 12 en simulcast)
- Mai 2008: Lancement de la Télévision Mobile Personnelle (DVB-H)
- Juillet 2008: Assignation à la SNRT d'une fréquence par site pour l'exploitation d'un deuxième multiplex (prévu pour accueillir les nouveaux éditeurs privés à compter de 2009)
- Aout 2008: Lancement d'un appel à concurrence pour deux télévisions privées à couverture nationale (en simulcast)
- En 2010, le réseau de télévision numérique terrestre de la SNRT comptait 35 stations, assurant une couverture de 73 % de la population.
- En octobre 2012, le service de la TNT est disponible pour 80% de la population..

Déploiement du réseau : Stations TNT (2010)

Etat des lieux du déploiement de la TNT au Maroc

1. Déploiement du réseau: Stations TNT



Le réseau est composé de deux multiplexes. Grâce à une simple antenne UHF et un récepteur TNT ou bien un téléviseur avec tuner TNT intégré, les téléspectateurs ont accès gratuit à la programmation digitale d'un bouquet de six chaînes marocaines généralistes et thématiques : Al Aoula, 2M, Arryadia, Arrabiâ et Assadissa. Depuis le 31 mai 2008, exclusivement sur la TNT, la nouvelle chaîne cinéma Aflam TV¹ est diffusée uniquement sur la TNT.

Etat des lieux du déploiement de la TNT au Maroc

2. Deux Multiplexes

Le 1^{er} multiplex

2 chaînes généralistes



3 chaînes thématiques



Le 2^{ème} multiplex

1 chaîne Cinéma



1 chaîne Amazigh



Haute Autorité
de la Communication Audiovisuelle

الهيئة العليا
للإتصال السمعي البصري

L'initiative d'assurer gratuitement le contenu numérique au téléspectateur marocain a coûté au gouvernement 12 millions USD². Pourtant la transition ne semble pas avoir passionné le public marocain : seulement 100,000 récepteurs TNT ont été vendus ce qui représente 0.3% des foyers TV au Maroc³. La non-réussite de la TNT au Maroc est due à la large proportion de foyers TV qui continue à avoir accès à la télévision via l'antenne analogique terrestre ou par satellite sans avoir à acheter un récepteur ou investir dans un écran plat numérique (Plasma ou TFT), comptant un minimum de 10.000 DH⁴. Le rapport « *Media et société au Maroc Synthèse et recommandations de la feuille de route Dialogue national « Media & Société »* » publié par le Parlement marocain en octobre 2011 constate que « Alors que le Maroc est en passe de réussir la couverture universelle par la TNT, il serait équitable qu'un abaissement de taxe sur les téléviseurs équipés en récepteur TNT (de 20%) soit accordé le temps d'atteindre un équipement en TNT de tous les ménages, soit un moratoire d'ici 2015, date butoir à l'échelle internationale pour l'universalisation de la TNT⁵ »

¹ Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision, SNRT : <http://www.snrt.ma/tnt.php>

² Ibid.

³ *Mapping Digital Media : Morocco, op.cit.*, p. 21

⁴ Maroc : Satellite contre la Télévision Numérique Terrestre (TNT), Europe Maroc, www.europemaroc.com, <http://europemaroc.com/tnt.html> , Maroc 2007.net

⁵ http://www.mediasociete.net/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=148&Itemid=77&lang=fr

L'attribution de nouvelles licences a été annoncée début 2012.. Selon Maroc-Hebdo, « *La HACA planche sur la préparation de la troisième vague de licences de télévision et de radio. Une étape qui ne s'annonce pas facile vu l'étroitesse du marché publicitaire et la faiblesse de la Télévision numérique terrestre (TNT). La troisième vague de licences de télévision et de radio, qui aura lieu pendant le premier semestre de l'année 2012, pourrait connaître l'attribution de plusieurs licences de télévision, selon Khalid Ourai, porte parole de la Haute Autorité de la Communication audiovisuelle (HACA). Mais tout dépend des fréquences disponibles et de la capacité du marché publicitaire à absorber les nouvelles chaînes. «Au moins, deux à trois chaînes pourraient ainsi voir le jour en 2012», estime le responsable de la Haca* »¹ L'attribution de nouvelles licences semble avoir pris du retard suite à la crise survenue à la HACA au printemps 2012 (voir ci-dessous 5.8)

Collaboration internationale en matière de TNT

En septembre 2012 une mission de la HACA auprès du CSA français avait pour objectif essentiel d'étudier les différents aspects de la transition française². Par ailleurs la HACA contribue à la réflexion et à la formation sur la transition dans les autres pays africains à l'occasion de la Présidence du Réseau des instances africaines de régulation de la communication qu'elle a assuré en 2011.³

4.3. La télévision par satellite

Les villes marocaines sont tapissées de paraboles et quasiment chaque foyer urbain a sa propre parabole qui lui offre plus de 800 chaînes gratuites. Le satellite est le moyen de diffusion le plus répandu, le plus efficace et le plus préféré par les ménages marocains.

Selon les données publiées par l'opérateur européen Eutelsat en 2010, le Maroc comptait 5,548 millions de foyers TV, dont 4,655 millions équipés pour la réception satellitaire⁴, soit 83,9 % des foyers TV équipés et 71,4 % des ménages. Les données de l'*Establishment Survey 2011* utilisé par TNS, en 2011, indiquent une pénétration plus réduite puisqu'elles estiment que 75 % des foyers TV reçoivent la télévision par satellite ou par IPTV.⁵

L'opérateur satellite européen Eutelsat assure la transmission de la quasi totalité des chaînes marocaines. Eutelsat annonçait en 2010 : 4,117 millions de foyers marocains recevaient la transmission des signaux via Atlantic BirdTM 4 A et 2,758 millions de foyers marocains susceptibles de recevoir les signaux des satellites Hot Bird (13° East). Le satellite égyptien Nilesat assure la transmission des chaînes marocaines pour atteindre le monde arabe. Le Maroc a recours à Hot Bird pour diffuser en Europe, et Telestar pour diffuser en Amérique du Nord.

¹ « De nouvelles licences de télévision pour 2012 », *Maroc Hebdo*, s.d ; http://www.maroc-hebdo.press.ma/Site-Maroc-hebdo/archive/Archives_958/html_958/nouvelles.html

² « Autorégulation de la publicité et l'exécution des cahiers des charges : Mission d'études de la HACA à Paris », *Libération*, 4 septembre 2012, http://www.libe.ma/Autoregulation-de-la-publicite-et-l-execution-des-cahiers-des-charges-Mission-d-etudes-de-la-HACA-a-Paris_a30402.html ; Voir également : *Mission d'études de la HACA à Paris sur l'autorégulation de la publicité et l'exécution des cahiers de charges*, Communiqué de presse de la HACA, 03 septembre 2012, accessible au <http://www.haca.ma/newsDetail.jsp?version=&idInfo=732>

³ Réseau des instances africaines de régulation de la communication : La HACA présente son bilan de présidence, *Libération*, 27 décembre 2011. http://www.libe.ma/Reseau-des-instances-africaines-de-regulation-de-la-communication-La-HACA-presente-son-bilan-de-presidence_a23936.html

⁴ EUTELSAT, Cable and Satellite TV Survey 2010, <http://www.eutelsat.com/products/pdf/cable-satellite-survey-2010.pdf>

⁵ EURODATA TV, *One Year in television 2012*, p.162.

Il n'existe pas pour l'instant d'opérateurs marocains de télévision à péage par satellite. Les téléspectateurs marocains peuvent s'abonner aux offres des bouquets arabes (ART, Orbit, Showtime). En 2009, Canal Plus avait lancé une offre pour le Maghreb mais a interrompu son service fin 2011 en raison de l'importance du piratage.¹

4.4. La télévision par réseaux câblés

Il n'existe pas de distribution par câble au Maroc.

4.5. La télévision sur réseaux ADSL (IPTV)

A défaut de développement des réseaux câblés, les infrastructures de télécommunication (téléphonie mobile, réseaux DSL et large bande) apparaissent comme l'alternative principale à la réception satellitaire. En mai 2006, la HACA a autorisé le principal opérateur de télécommunication, Maroc Télécom, à diffuser les chaînes nationales et internationales via ADSL. L'opérateur national lança alors une offre de « Bouquet TV via ADSL », par la suite rebaptisée « Maroc Telecom TV ». Maroc Telecom offre les programmes de télévision existants sous forme de paquets à forfaits distincts et décidait des chaînes à y inclure². L'inclusion de nouvelles chaînes dans les bouquets commercialisés est soumise à l'autorisation de la HACA. En 2009, quatre bouquets différents, composés de plus de 80 chaînes nationales et internationales généralistes et thématiques faisaient l'objet de l'offre de Maroc Telecom ; une première au Maroc, en Afrique et dans le monde arabe. Par la suite, l'offre a été réduite à trois bouquets : un bouquet d'accès (48 MAD TTC/mois, bouquet prestige + bouquet d'accès (150 MAD TTC/mois), bouquet Evasion + bouquet prestige + bouquet d'accès (239 MAD TTC/mois).

¹ « Canal+ se retire des marchés algérien et marocain », *Le Monde*, 1^{er} mars 2011. http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2011/03/01/canal-se-retire-des-marches-algerien-et-marocain_1486969_3236.html Selon Nabil Ayouch, Président de l'Association marocaine de lutte contre le piratage (Amlp). « Dans l'audiovisuel, le taux de piratage a atteint 95% Le retrait de Canal plus Overseas au Maghreb est un exemple concret et tout récent ». Cité in "Contrefaçon et piratage, : 20 milliards de DH perdus chaque année", *L'Economiste*, 24 mai 2011, <http://www.leconomiste.com/article/883571-contrefaconpiratagebr20-milliards-de-dh-perdus-chaque-annee>

² <http://tvadsl.iam.ma/>

Offre de bouquets de chaînes de télévision par Maroc Telecom TV (novembre 2012)

Formulaire de parrainage

En option

The image displays three television bouquet packages from Maroc Telecom TV, each with a list of included channels and an 'En option' (Optional) callout for sports channels.

- Bouquet d'Accès (48 Dh TTC/mois):** Includes channels like GÉNÉRALISTES (2M, 2M+, LBC, TV5MONDE, etc.), MUSIQUE (MUSIQUE), INFORMATION (BBC WORLD NEWS, FRANCE 24, etc.), ENFANTS (liberty TV, MEDI1, etc.), and SPORT (Al Jazeera, Al Arabiya, etc.).
- Bouquet Prestige (150 Dh TTC/mois):** Includes channels like DIVERTISSEMENT (5, etc.), CINEMA (TCM, etc.), MBC (MBC 2, etc.), CANAL+ (CANAL+ CINÉMA, etc.), MUSIQUE (MUSIQUE), SPORT (EUROSPORT, etc.), DÉCOUVERTE (PLANÈTE+, etc.), ENFANT (CN, etc.), and INFORMATION (GAME ON, etc.).
- Bouquet Evasion (239 Dh TTC/mois):** Includes channels like DIVERTISSEMENT ET DÉCOUVERTE (histoire, Ushuala, etc.), CUISINE (Cuisine+, etc.), SPORT (MS, etc.), MUSIQUE (MCM, etc.), CINEMA (W9, etc.), and ENFANT (13^{ème} RUE, etc.).

Sur le plan de l'information et des nouvelles, les chaînes de télévision marocaines ainsi que la plupart des chaînes internationales d'information diffusant en streaming sont incluses¹. Toutefois, la dominance des chaînes françaises est à signaler, faisant ainsi prévaloir que le service est destiné à l'élite marocaine francophone². A l'exception d'Al Jazeera, d'Al Arabiya, des chaînes religieuses et de la chaîne gouvernementale Assadissa, les chaînes arabes sont absentes.

Maroc Telecom TV fournit également des services interactifs (possibilité de pause et de visionnement différé pour 14 chaînes, service de télévision de rattrapage pour trois chaînes RTM1, 2M et MediTV)³ ainsi que l'accès à 24 chaînes de radio.⁴

Mapping Digital Media souligne que Maroc Telecom n'a pas produit de contenu sur le plan de l'information mais n'a tout de même pas affecté la disponibilité des nouvelles. Les chaînes de télévision existent déjà dans les bouquets offerts et sont accessibles aux téléspectateurs marocains via satellite, excepté pour les chaînes de divertissement par abonnement telles que : Canal + et National Geographic⁵. On notera cependant qu'en 2008, Maroc Télécom a acheté 39% des actions de la chaîne Medi Sat 1.

¹ Al Oula, 2M, Medi 1 Sat, Al Jazeera (les deux services arabe et anglais), BBC News, CNN, Al Arabiya, etc.

² Les chaînes françaises incluses : TF1, France 2, France 3, France 5, TV5, LCI, Canal +, Canal + Cinéma, Canal + Famille.

³ http://tvadsl.iam.ma/Controle_du_directe.aspx

⁴ <http://tvadsl.iam.ma/Radios.aspx>

⁵ Mapping Digital Media: Morocco, op.cit, p. 60

Fin 2011, Maroc Telecom déclarait 494 754 abonnés à l'ADSL.¹ A la fin du troisième trimestre 2012, le nombre d'abonnés avait atteint 648 000 abonnés.²

Le monopole de Maroc Telecom sur l'IPTV fait l'objet de critiques. Ainsi Omar El Hyani, Ingénieur en télécommunications et blogueur, écrit « *De nombreuses raisons pourraient l'expliquer. Tout d'abord, hormis des infrastructures de fibre optique détenues par Méditel et Wana, Maroc Telecom reste le seul opérateur à détenir un réseau fixe au pays. Et ceci pour des raisons historiques évidentes. Du temps des PTT et de l'ONPT, le seul moyen d'acheminer le téléphone aux foyers marocains était la bonne vieille paire de cuivre classique. Maroc Telecom continue de gérer ce réseau et de l'étendre, mais d'une manière beaucoup plus lente que les réseaux mobiles. Pour éviter que les opérateurs historiques n'aient le monopole sur l'ADSL (technologie qui ne peut transiter que sur réseau fixe), les régulateurs ont instauré une pratique très commune dans d'autres coins du Globe : le dégroupage. Tout opérateur qui souhaite commercialiser des offres ADSL doit s'acquitter auprès de l'opérateur historique (à qui appartient le réseau fixe) d'une redevance qui correspond à un « loyer » de la ligne fixe. Ce dégroupage peut être partiel, si l'abonné choisit d'avoir un abonnement téléphonique classique avec l'opérateur historique et un autre abonnement ADSL avec un opérateur différent, ou total si l'abonné choisit de ne plus payer aucun abonnement à l'opérateur historique. L'équation est alors simple pour un opérateur ADSL. Si le prix de la redevance est suffisamment bas pour permettre de proposer un abonnement ADSL à prix attractif, le jeu en vaut la chandelle. Sinon, l'opérateur préfère proposer d'autres solutions à ses clients pour accéder à Internet. Et c'est justement la voie suivie par Méditel et Wana. La redevance (fixée par l'ANRT) à payer à Maroc Telecom est jugée trop élevée. Celle-ci est de 100 Dh HT par mois à payer par l'opérateur ADSL à Maroc Telecom. Ces opérateurs se sont donc tournés massivement vers la technologie 3G qui permet d'offrir des débits relativement élevés pour des réseaux mobiles, mais sans atteindre le confort d'utilisation qu'offre l'ADSL.* »³

4.6. Télévision Mobile Personnelle (TMP)

La télévision mobile personnelle (TMP) permettant de visualiser les programmes des chaînes de télévision sur son téléphone portable, même en situation de mobilité, a été introduite au Maroc en mai 2008 par la SNRT, qui a choisi la norme européenne DVB-H.

Se limitant d'abord à l'axe de couverture Casablanca-Rabat, elle a été généralisée, au courant de l'année 2009, pour couvrir l'ensemble du pays. Aujourd'hui, le service est disponible dans les villes de Casablanca, Rabat, Oujda, Tanger et Meknès⁴.

Seuls le Maroc et l'Afrique du Sud disposent de cette technologie en Afrique⁵. La SNRT offre gratuitement ce nouveau service permettant aux usagers de la téléphonie mobile de recevoir

¹ Dépliant Maroc Telecom 2011

<http://www.iam.ma/Lists/Tlchargement%20Finance/Attachments/354/D%C3%A9pliant-Maroc-telecom-2011.pdf>

² MAROC TELECOM, "Résultats consolidés des neuf premiers mois 2012", Communiqué de presse, 30 octobre 2012, http://www.iam.ma/Lists/Tlchargement%20Finance/Attachments/415/MarocTelecom_CP-Resultats-9M-2012-FR.pdf ; « Groupe Maroc Telecom : Un chiffre d'affaires consolidé en retrait de 3% à fin septembre 2012 », *Libération*, 31 octobre 2012, http://www.libe.ma/Groupe-Maroc-Telecom-Un-chiffre-d-affaires-consolide-en-retrait-de-3-a-fin-septembre-2012_a31902.html

³ Omar EL HYANI, "L'incompréhensible monopole de Maroc Telecom", *Blog de Omar El Hyani*, 2 février 2012, <http://www.elhyani.net/adsl-l%E2%80%99incompréhensible-monopole-de-maroc-telecom/>

⁴ <http://www.snrt.ma/tmp.php?page=1>

⁵ *La mise à niveau du paysage audiovisuel marocain*, la Division des Médias Audiovisuels, du Cinéma et des NTI/Direction des Etudes et de Développement des Médias/Ministère de la Communication, Rabat, 2011-2012, p.14

les chaînes nationales. Le bouquet de chaînes comprend deux chaînes généralistes Al Aoula et 2M et trois chaînes thématiques Arryadia, Arrabia et Assadissa.

Le développement des services de la TMP au Maroc dépendra fortement de la répartition des rôles entre diffuseurs hertziens terrestres, opérateurs mobiles et fournisseurs de contenus. La TMP demeure un marché encore émergent dans le Royaume et qui nécessite la définition d'un modèle économique précis et d'un mode de déploiement du réseau.

4.7. La télévision sur réseau 3G

Le 14 janvier 2009, la HACA a autorisé Maroc Télécom à commercialiser le bouquet « TV sur mobile »¹ défini comme service de communication audiovisuelle à accès conditionnel. Le bouquet de chaînes comprend huit chaînes marocaines : quatre chaînes généralistes Al Aoula, 2M, Medi1 TV et Al Maghribia, trois chaînes thématiques Arryadia, Arrabia et Assadissa, une chaîne régionale Laâyoune TV. Sont également disponibles six chaînes étrangères : TV5 Monde (FR), CNN International (GB²), Al Jazeera International (QA), Mazzika et Mazzika Zoom (EG).

La HACA a déterminé les conditions d'exploitation en matière de contenu, d'interopérabilité des terminaux et de compatibilité des services avec les appareils de réception. Ce service de haut débit mobile est diffusé en mode « point à point » et ce par opposition au mode « point à multipoint » dit « broadcast » de la TMP en mode DVB-H. Selon la HACA, à ce jour, un abonné ne peut accéder à des services audiovisuels sur son mobile que par la réception d'un flux constant (ou « streaming ») qui lui est spécifiquement dédié.

4.8. La télévision sur Internet

Comme dans le reste du monde, la réception des chaînes en live sur Internet (fixe ou mobile) est possible au Maroc. Les chaînes disponibles sont répertoriées sur des sites web tels que Global Internet TV³, IPTV Guide⁴ ou Lyngsat Stream⁵.

Les chaînes de web-TV peuvent également être reçues par le biais des services d'agrégateurs, qui insèrent le signal dans leur propre player. Un agrégateur de chaînes de web-TV tels que Livestation par exemple 14 chaînes d'information en arabe (dont Al Jazeera, BBC, France 24, Euronews, RT, CNBC, Deutsche Welle, Sky News)⁶. Maroc Fraja⁷ à la disposition des internautes les différentes chaînes marocaines : Al Oula, 2M, Arriyadia, Al maghribiya, Medi1 TV et Tamazight. Le site Arabe Media propose en streaming les chaînes de différents pays

¹ Décision du CSCA n° 01-09 DU 17 moharram 1430 (14 janvier 2009) portant autorisation de commercialisation du bouquet « TV sur Mobile » en faveur de la société « Itissalat Al Maghrib », http://www.haca.ma/html/decision_01_09_iam_VF.htm<http://www.iam.ma/Groupe/Institutionnel/Actualites/Pages/DetailEvenementsetCommerciales.aspx?itemID=11>

² La version de CNN reçue au Maroc est la version CNN/ Middle East / Africa, qui dispose d'une licence de l'OFCOM britannique. <http://www.ofcom.org.uk/static/tvlicensing/cs/1956.htm>

³ <http://www.global-itv.com/>

⁴ <http://www.iptv-guide.com/>

⁵ <http://www.lyngsat-stream.com/>

⁶ <http://www.livestation.com/en/wsj#>

⁷ <http://www.marocfraja.com/>

arabes, dont six chaînes marocaines.¹ Le site français TV-Direct.fr propose en streaming 2MTV et TV Sahara.²

Enfin les signaux de chaînes de télévision peuvent également être obtenus pour lecture sur PC ou tablette via des applications disponibles dans les « Application stores » tels qu' iTunes Stores (Apple), Google Play Store (Google), Amazon Appstore for Android (Amazon).

Des applications permettant d'accéder aux chaînes 2M Maroc, Medi1TV et Laâyoune TV sont disponibles dans l'iTunes Store français (fournis par la SARL iTunes basée au Luxembourg). On notera cependant qu'il n'existe pas d'iTunes Store destiné au Maroc (alors qu'il en existe pour la plupart des pays arabes). Cette absence d'iTunes Store au Maroc fait l'objet de commentaires critiques sur Internet³ et a induit des pratiques de « jailbrakage ».⁴

En ce qui concerne le Google Play Store (anciennement « Android Store »), le Maroc fait partie des pays où des applications gratuites⁵ et des applications payantes⁶ peuvent être distribuées. Des applications gratuites permettant l'accès aux chaînes marocaines Laâyoune TV⁷, Medi1 TV⁸ sont disponibles sur le Google Play Store.

4.9. La télévision connectée

La télévision connectée permet, grâce à des récepteurs « Smart TV » connecté à Internet de visionner des services audiovisuels accessibles par le biais d'applications qui sont soit installées sur les récepteurs soit peuvent être téléchargés par les utilisateurs à partir des *stores* créés par les constructeurs. L'accès aux stores est géo-localisé et il est donc possible d'identifier quels sont les services accessibles au Maroc.

- En novembre 2012, le store de LG pour le Maroc propose une vingtaine d'applications, mais une seule concerne une chaîne de télévision : la chaîne d'information internationale RT (Russia Today), établie au Royaume-Uni.⁹

Les autres constructeurs (Panasonic, Philips, Sony, Toshiba) ne proposent pas de *stores* pour le Maroc. Les acheteurs marocains de récepteurs SmartTV des appareils de ces marques trouveront sur ces récepteurs des applications installées, mais il n'est pas évident que l'accès aux services (susceptible d'être bloqué par les DRM) soit possible. Comme en Europe, un gros

¹ <http://www.arabe-media.com/>

² <http://www.tv-direct.fr/maroc.php>

³ Voir par exemple Fouad, « Le Maroc est prêt pour son iTunes Store », 15 mars 2012, <http://www.macmaroc.com/le-maroc-est-pret-pour-son-itunes-store/>

⁴ « Comment créer un compte iTunes Store, App Store sans carte de crédit », *Applestore Maroc* (site non officiel), 30 mars 2012. <http://www.applestore.ma/cydia-jailbreak-installous/comment-cree-un-compte-itunes-store-app-storesans-carte-de-credit-1062.html>

⁵ <http://support.google.com/googleplay/android-developer/bin/answer.py?hl=en&answer=138294>

⁶ <http://support.google.com/googleplay/android-developer/bin/answer.py?hl=en&answer=143779>

⁷ https://play.google.com/store/apps/details?id=com.app.tvlaayoune&feature=search_result#t=W251bGwsMSwLDEslmNvbS5hcHAudHZsYWF5b3VuZSjd

⁸ <https://play.google.com/store/apps/details?id=mediamobility.med1tv.android>

⁹ http://ma.lgappstv.com/appspc/main/main/main.lge?lang=fre_MA

effort de la part des constructeurs pour l'information des consommateurs sur les services accessibles dans le pays avec tel ou tel récepteur apparaît indispensable.

A défaut de disposer d'un récepteur SmartTV, le consommateur marocain qui dispose d'un récepteur avec prise HDMI et d'un accès à un réseau large bande peut connecter son ordinateur ou sa tablette à son téléviseur et visionner ainsi sur son écran de télévision les différents services audiovisuels (télévision et services à la demande) accessibles sur Internet dans le pays.

5. LE PAYSAGE TELEVISUEL MAROCAIN

5.1. Du monopole à la libéralisation théorique de l'espace hertzien terrestre

Durant la dernière décennie, l'univers télévisuel marocain a été marqué par de profondes mutations. La libéralisation du secteur, et l'évolution technologique et économique ont un impact important sur la modification radicale du paysage télévisuel marocain. Le système télévisuel marocain s'articule autour de deux pôles : un pôle public et un pôle privé. Il peut par ailleurs être décomposé en trois catégories de chaînes: chaînes de télévision à couverture nationale, chaînes de télévision à couverture multirégionale et chaînes de télévision à couverture régionale ou locale.

L'œuvre de démocratisation et de modernisation du secteur est jalonnée par la création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), la suppression du monopole de l'État en matière de radiodiffusion et de télévision (conformément au décret de loi de septembre 2002), et la promulgation de la loi n 77-03 relative à la communication audiovisuelle.

En définissant d'une part, le rôle et l'organisation du secteur public et d'autres parts les règles techniques et les dispositions juridiques ayant trait à l'exercice des opérateurs privés dans ce secteur, la loi a opéré la reconfiguration du paysage audiovisuel marocain. L'accès équitable des citoyens à une offre audiovisuelle diversifiée et complémentaire tenant compte des spécificités économiques et culturelles du marché ainsi qu'à la demande du public est désormais un objectif stratégique national.

Dans cet esprit, la loi a instauré un statut moderne et souple de certains organismes publics de radiodiffusion et de télévision. La Radiodiffusion Télévision Marocaine (RTM) et le Service Autonome de Publicité (SAP) ont été transformée en une société anonyme, nommée Société Nationale de la Radio et de la Télévision (SNRT).

D'autre part, en investissant la deuxième chaîne nationale SOREAD 2M d'une mission de service public, la loi lui a permis de constituer, avec la SNRT, un pôle audiovisuel public capable de relever le défi de la compétitivité qu'implique l'ouverture à la concurrence du paysage audiovisuel national.

Le système médiatique marocain est composé d'un mélange de la propriété publique et privée et permet au gouvernement d'assurer un service public. La plupart des nombreuses publications de la presse écrite du Royaume appartiennent aux partis politiques et un nombre croissant est détenu par des particuliers. Les journaux des partis politiques reçoivent des subventions¹.

La télévision demeure largement la propriété de l'État et constitue le support éditorial du gouvernement. L'octroi de six licences de chaînes en 2006 était pour des télévisions gouvernementales à l'exception de celle de Medi1 TV (*Voir 5.3.3*). Toutes les nouvelles chaînes sont des chaînes thématiques sauf Laayoune et Medi1TV. Alors que Laayoune TV se veut une chaîne de proximité et couvre ainsi la totalité des provinces du sud, MEDI 1 TV se déclare la chaîne de l'information, des débats, de la connaissance et du divertissement. Les autres chaînes sont Arriyadia (Sport), Assadissa (religion), Arrabia (éducation et culture), Aflam TV (films) et Tamazight TV (généraliste d'expression amazigh).

En ce qui concerne les dispositions relatives à la propriété, l'article 21 de la loi 77-03 stipule qu'un opérateur de communication audiovisuelle déjà titulaire d'une licence, peut détenir, directement ou indirectement, une participation au capital social et/ou des droits de vote d'un

¹ *Mapping Digital Media : Morocco*, op.cit, p.63

autre opérateur titulaire d'une licence ayant le même objet social, et ce à condition que cette participation ne dépasse pas 30% du capital ou des droits de vote¹. Le but est d'éviter qu'une société de diffusion contrôle plus qu'un média.

Il convient de noter que la libéralisation du secteur audiovisuel marocain trouve sa meilleure expression dans le domaine radiophonique qui compte aujourd'hui 19 stations de radios privées² (RMI, SAWA, ATLANTIC, Radio Plus Agadir, Radio Plus Marrakech, MFM SAISS, MFM Souss, MFM ATLAS, MFM Sahara, MFM Oriental, Cap radio, ASWAT, CHADA FM, HIT Radio, Radio Mars, Radio Luxe, Medradio et Medina FM). En mai 2006, alors que la HACA ne délivra qu'une seule licence de télévision satellitaire, dix licences d'établissement et d'exploitation de stations radiophoniques sont venues étoffer le panorama national. En 2009, la HACA accorda quatre nouvelles licences d'établissement de radios ; aucune nouvelle licence de télévision privée n'a été délivrée.

Le marché des services audiovisuels marocain est composé principalement des chaînes locales et satellitaires du pôle public. En l'absence d'octroi de licence d'établissement et d'exploitation de service télévisuel à caractère privé, le paysage télévisuel en diffusion terrestre, avec ses multiples chaînes, demeure l'expression du monopole de l'État.

En dépit de la dernière décennie marquée par des profondes mutations du statut juridique et organisationnel du secteur audiovisuel, le marché télévisuel n'a pas assisté à la naissance de chaînes privées. Contrairement à d'autres marchés audiovisuels arabo-méditerranéens, tels que celui égyptien ou libanais dont le service télévisuel privé constitue plus que 70% des chaînes, l'offre du marché marocain est restreinte aux chaînes nationales publiques.

La définition d'une nouvelle politique des médias a fait l'objet d'une réflexion importante de la part des institutions et de la société civile marocaine dans le courant de l'année 2011. Les résultats de cette réflexion ont été synthétisés dans le rapport « *Media et société au Maroc Synthèse et recommandations de la feuille de route. Dialogue national « Media & Société »* » publié par le Parlement marocain en octobre 2011.³

5.2. Les axes de la politique audiovisuelle du nouveau gouvernement

L'arrivée au pouvoir du gouvernement de M. Abdel-Ilah Benkiran après la victoire du Parti de la Justice et du Développement aux élections législatives du 25 novembre 2011 a conduit à de nouveaux débats sur l'évolution du paysage télévisuel.

Dès sa prise de fonction, le nouveau Ministre de la Communication, M. Mustafa Khalfi a indiqué, dans une déclaration au quotidien *Aujourd'hui le Maroc* que son « premier objectif est d'assurer la mise en application des dispositions de la nouvelle constitution concernant les libertés de la presse. Nous agissons pour consolider les acquis et l'instauration des règles du professionnalisme et de la responsabilité »⁴. Il a également annoncé une « promotion du rôle

¹ Loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle, *op.cit*, article 21, p. 13

² Liste des services de radios du secteur privé au Maroc, HACA : <http://www.haca.ma/indexFr.jsp?id=41>

³ http://www.mediasociete.net/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=148&Itemid=77&lang=fr

⁴ « Portrait du nouveau ministre de la Communication Mustapha Khalfi », Site du Ministère de la Communication, <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/295-portrait-du-nouveau-ministre-de-la-communication-mustapha-khalfi.html>

des médias publics, tributaires de la valorisation des ressources humaines »¹ et une « renaissance du secteur de la communication ». ² Lors d'une intervention sur la chaîne Russia Al Ayoum, il a souligné que « Le Maroc œuvre à la consécration de médias démocratiques, libres, responsables et innovants »³.

Les premières mesures concrètes ont été annoncées par M. Khalfi lors de la présentation du premier bilan de sa politique, à l'occasion de la lecture du projet de loi de finance 2012, le 15 mars 2012⁴ : « *L'ensemble des partenaires, a été associé à l'évaluation et au réexamen des cahiers des charges du secteur audio-visuel dans le but d'élaborer des documents conformes à la constitution et aux règles de la gouvernance et reflétant la diversité politique, culturelle et linguistique de la société marocaine. Il s'agit également de répondre aux besoins des différentes composantes de cette société, a-t-il ajouté.*

Dans le cadre de la gouvernance au sein de la SNRT et la SOREAD-2M, il a été procédé à la réactivation des conseils créés (conseil d'administration, conseil de stratégie, conseil des salaires et indemnités, conseil de déontologie et conseil de l'audit), a affirmé le ministre, qui a annoncé la transformation de la quatrième chaîne en une chaîne culturelle, la redéfinition de ligne éditoriale de la chaîne "Al Maghribia" vers davantage de proximité avec la communauté marocaine à l'étranger. L'objectif, a-t-il expliqué, est de se doter d'une chaîne culturelle et d'un média d'information en quatre langues, outre le lancement d'autres chaînes.

M. El Khalfi, a en outre annoncé que les consultations se poursuivent avec le parlement, le ministère chargé des relations avec le parlement et la SNRT pour le lancement d'une chaîne de télévision parlementaire et d'une chaîne spécialisée dans les questions de la famille et de l'enfance. »

La création de chaînes privées n'a pour l'instant pas été évoquée par le gouvernement. Cependant, sous la rubrique « Paysage médiatique » de la rubrique « Les grands chantiers » du portail officiel du Maroc, la création de nouvelles chaînes est annoncée : « *En vertu de loi sur la communication audiovisuelle, de nouvelles chaînes de télévision et stations de radio vont voir le jour. Les principes généraux qui précisent les conditions dans lesquelles les autorisations seront délivrées et les conditions légales à respecter, relèvent de la compétence de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, qui constitue en fait la pierre angulaire du dispositif de la mise en œuvre de cette loi puisqu'elle est la seule institution habilitée à créer les conditions à la réglementation et la gestion du secteur audiovisuel public et privé et à veiller au respect des principes de liberté d'expression et de pluralisme. »*⁵

Le gouvernement mène une réflexion sur la possibilité d'autoriser des chaînes privées. Le principal obstacle est cependant la situation du marché publicitaire. Le « Pôle public » étant largement tributaire d'un financement par la publicité, le risque est grand que la création de chaînes privées ne déstabilise son économie. (Voir ci-dessous 5.7)

¹ <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/298-m-el-khalfi--la-promotion-du-role-des-medias-publics-tributaire-de-la-valorisation-des-ressources-humaines.html>

² <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/308-m-el-khalfi-le-secteur-de-la-communication-qconnaitra-bientot-une-renaissanceq.html>

³ <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/481--m-el-khalfi-le-maroc-oeuvre-a-la-consecration-de-medias-democratiques-libres-responsables-et-innovants.html>

⁴ <http://www.maroc.ma/PortailInst/Fr/logoevenementiel/projet+de+loi+de+finances.htm>

⁵ <http://www.maroc.ma/PortailInst/Fr/MenuGauche/Les+grands+chantiers/Paysage+m%C3%A9diatique/Contexte+de+la+lib%C3%A9ralisation.htm> (Consultée le 31 octobre 2012 ; Date de publication non précisée).

5.3. Le Pôle Public

Le secteur audiovisuel public marocain est composé de deux sociétés nationales que sont la SNRT et la SOREAD 2M. Le service télévisuel du pôle public compte aujourd'hui 10 chaînes de télévision.

En matière de radio, l'offre du pôle public se compose de cinq stations nationales d'expression arabe, amazighe et française ainsi que de dix radios régionales assurant l'information de proximité. La diffusion de ces services radiophoniques est assurée selon différents modes techniques, analogique ou numérique terrestre pour certaines, et satellitaire pour d'autres.

La décision de S.M. le Roi Mohamed VI de nommer M. Fayçal Laâraïchi en tant que Président commun des deux sociétés nationales en 2006, constitue la pierre angulaire du processus de restructuration et d'édification du secteur en pôle audiovisuel public.



5.3.1. La Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT)

La Radiodiffusion Télévision Marocaine (RTM) inaugurée en prévision de la fête du trône de mars 1962 et initialement rattachée au Ministère de l'information, sera transformée début 2005, en société anonyme, sous la dénomination de Société Nationale de Radio et de Télévision (SNRT) et ce en application de la loi n° 77-03. La SNRT est financée par des subventions de l'état, les recettes publicitaires et la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel national (TPPAN). Le groupe SNRT se compose de huit chaînes de télévision à vocation locale, régionale et satellitaire.

Plusieurs actions permettant à la SNRT d'assurer plus efficacement son rôle de service public ont vu le jour, à savoir :

- ❖ Un cahier des charges établi par le gouvernement et approuvé par la HACA en janvier 2006 ;
- ❖ Un contrat programme pluri annuel liant la SNRT au gouvernement. Ce contrat définit les principales missions et engagements de l'opérateur public en matière de couverture nationale, de standards technologiques, de diversification et développement des services, de soutien à la production et au sport nationaux, de gestion des ressources humaines, de modernisation et rationalisation de la gestion ;
- ❖ Le lancement de la chaîne Généraliste Tamazight TV afin de renforcer le bouquet SNRT. Cette chaîne demeure l'une des réalisations phares de la SNRT durant l'exercice du Contrat-Programme 2009-2011 ;
- ❖ La refonte de la grille de programmes de la SNRT¹.
- ❖ La participation de la SNRT au projet Med-Mem d'archives en ligne des télévisions de la Méditerranée, financé à 68 % par la Commission européenne et coordonné par l'INA et lancé en octobre 2012.² La SNRT a fourni quelques 400 programmes.¹

¹ La mise à niveau du paysage audiovisuel marocain, *op.cit*, p.6

² « Vidéotheque d'archives en ligne en Méditerranée : Le site Med-Mem lancé en grande pompe », Libération, 13 octobre 2012., http://www.libe.ma/Videotheque-d-archives-en-ligne-en-Mediterranee-Le-site-Med-Mem-lance-en-grande-pompe_a31488.html Le service est accessible (en français, anglais et arabe) à l'adresse : <http://www.medmem.eu/fr/>



5.3.2. *La Société d'Études et de Réalisations Audiovisuelles (SOREAD/ 2M)*

Moyennant une convention d'exploitation liant la Société d'Études et de Réalisations Audiovisuelles (SOREAD) à l'État marocain, la première chaîne commerciale privée au Maroc, en Afrique et dans le monde arabe, 2M est née le 04 mars 1989. La convention stipulait que cette nouvelle télévision diffusera des programmes cryptés avec deux pages en clair.

Au terme de cinq ans d'existence, la nouvelle chaîne souffrant de difficultés financières migra du concept thématique à vocation internationale conçu au départ, vers un format plus généraliste, de proximité, afin d'exprimer de manière encore plus évidente sa spécificité.

Le redressement financier de la société gestionnaire de la chaîne qui a eu lieu à travers le concours du Fonds pour la Promotion Audiovisuelle nationale et la dynamisation du marché publicitaire, donne naissance à une télévision hertzienne nationale publique, qui à partir du 10 janvier 1997 diffuse enfin ses programmes en clair et couvre actuellement la quasi-totalité du territoire marocain. Le cahier des charges établi par le gouvernement et adopté par la HACA le 27 juillet 2005, définit les activités du service télévisuel 2M.

Par ailleurs, la SOREAD a lancé, le 4 mars 2002, son service radiophonique généraliste : Radio 2M. Grâce à un matériel de pointe, Radio 2M diffuse aussi bien par satellite sur l'Europe, l'Afrique, le Moyen Orient que sur FM.

Comme la SNRT, la SOREAD est associée au projet La participation de la SNRT au projet Med-Mem d'archives en ligne des télévisions de la Méditerranée, financé à 68 % par la Commission européenne et coordonné par l'INA et lancé en octobre 2012.² La SOREAD a fourni quelques 150 programmes.³



5.3.3. *Médi 1 TV*

Lancée le 1^{er} décembre 2006 sous le nom de Medi 1 Sat, la chaîne fut au début créée par les pouvoirs publics français et marocains, afin de promouvoir les cultures francophone et maghrébine dans la région du Maghreb et du bassin de la Méditerranée⁴. Elle a été dotée d'un

¹ <http://www.medmem.eu/fr/collection/2/SNRT+%28MA%29/col>

² « Vidéotheque d'archives en ligne en Méditerranée : Le site Med-Mem lancé en grande pompe », Libération, 13 octobre 2012, http://www.libe.ma/Videotheque-d-archives-en-ligne-en-Mediterranee-Le-site-Med-Mem-lance-en-grande-pompe_a31488.html Le service est accessible (en français, anglais et arabe) à l'adresse : <http://www.medmem.eu/fr/>

³ <http://www.medmem.eu/fr/collection/13/SOREAD-2M+%28MA%29/col>

⁴ Voir MEDI1TV, *Plaquette de référence*, s.d., <http://www.medi1tv.com/support/Plaquette-Instiit-Medi1Tv2.pdf>

capital de 15 millions d'euros, pour accompagner ses premiers pas. 56 % de ce capital était détenu par Maroc Telecom et la CDG (Caisse de Dépôt et de Gestion). Le reste des parts de participation revenait à 30 % à des actionnaires français ainsi qu'à 14 % à la radio Medi 1.

En 2008, la chaîne devient marocaine à 100 % après l'annonce de l'acquisition des parts françaises par la CDG. Le 4 janvier 2010, quatre nouveaux actionnaires ont fait leur entrée dans le capital de la chaîne tangeroise, il s'agit des assurances MAMDA et MCMA, CIMR et le groupe des banques populaires¹.

Jusqu'au 4 septembre 2009, Médi-1-Sat, était le seul service de télévision privé ayant bénéficié d'une licence attribuée par la HACA lors de la première vague de 2006. Télévision à vocation internationale, Médi-1-Sat diffusait gratuitement par voie hertzienne satellitaire en mode numérique à destination d'auditoires marocains et étrangers, conformément à son cahier de charges approuvé par décision du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA) n° 33-06 en date du 10 mai 2006.

En septembre 2009, la société Médi-1-Sat, dénommée d'ores et déjà Médi 1 TV, est devenue une société anonyme de droit marocain dont le capital social est majoritairement détenu par l'État. Elle est désormais une société nationale de l'audiovisuel appartenant au secteur public de la communication audiovisuelle et diffusant sur le territoire national, par voie hertzienne terrestre analogique et/ou numérique. La programmation de la chaîne est axée principalement sur l'information, notamment, sur l'actualité nationale, maghrébine et méditerranéenne avec une ouverture sur l'actualité internationale.

En décembre 2011, le directeur de la chaîne, Abbas Azzouzi a tiré un premier bilan, rapporté par le quotidien *Libération*.² « Avec 17 millions de téléspectateurs par mois et un taux de notoriété de 91% auprès de la population totale urbaine, la chaîne tangeroise peut se targuer d'avoir fait le plus grand chemin, consciente qu'elle est désormais regardée par 80% de familles marocaines qui vraisemblablement y trouvent leur compte.

C'est ainsi que s'est réjoui le top management de la chaîne lors d'une rencontre avec la presse tenue mercredi 21 dans un palace à Casablanca. C'était l'occasion pour Medi1TV, dont c'est la première année d'activité, de dresser le bilan des réalisations et de présenter à l'assistance les perspectives de développement prévues pour l'année 2012. « Cette année, notre défi a été de transformer notre chaîne pour en faire une nouvelle expérience de la télévision au Maroc et au Maghreb », a d'emblée déclaré son président directeur général, Abbas Azzouzi, soulignant que 2011 a été « l'année d'une amélioration significative de notre part d'audience ». Passant en revue les différentes initiatives prises pour être le plus proche possible des spectateurs, ce dernier a expliqué que la chaîne a transformé sa grille et diversifié ses programmes en misant notamment sur l'information qui reste l'ADN de la chaîne, mais aussi les débats, la connaissance et le sport. L'innovation majeure a été aussi de structurer le divertissement avec des fictions, séries de qualité, de « la télé-réalité dans un axe propre à Medi1TV, un talk-show

¹ « Abbas Azzouzi nouveau PDG de Medi1Sat : La chaîne ouvre son capital à quatre nouveaux actionnaires », La Vie éco, 5 janvier 2010 <http://www.lavieeco.com/actualite/abbas-azzouzi-nouveau-pdg-de-medi1sat-3266.html>
Effectivement, Medi 1 TV est affiliée à Medi 1 radio. Medi 1 Radio a été lancée dans le cadre d'un partenariat franco-marocain comprenant des associés de banques et des majeures firmes des deux pays, fondée sur l'initiative du Roi Hassan II et du Président français Valéry Giscard d'Estaing, Medi 1 Radio et Media 1 TV sont des médias pro-gouvernementaux.

² « La chaîne tangeroise fête sa première année d'activité : Medi1TV séduit de plus en plus de téléspectateurs », *Libération*, 23 décembre 2011. http://www.libe.ma/La-chaîne-tangeroise-fete-sa-première-année-d-activité-Medi1TV-séduit-de-plus-en-plus-de-télespectateurs_a23834.html

inédit durant le Ramadan qui proposait un regard différent de ce qu'on pouvait avoir jusqu'à maintenant». Des défis relevés avec succès, rassure-t-on, puisque «dix-sept millions de téléspectateurs ont été au rendez-vous pour découvrir et suivre nos nouveaux programmes dans toutes leurs diversités».

Pour 2012, la chaîne généraliste s'est choisie comme : divertissement, innovation et proximité. Medi1 TV, s'engage à devise offrir à ses millions de téléspectateurs des productions inédites, spectaculaires, originales et le meilleur de la culture marocaine. Il est notamment question de renforcer «notre approche autour de la famille en créant des magazines, beaucoup de documentaires sur des faits sociaux, un top show dédié aux préoccupations quotidiennes des Marocains, une nouvelle télé-réalité dans la veine de la première», a confié Abbas Azzouzi. Autre nouveauté, rendre accessible Medi1TV à partir de février sur les téléphones (Iphone, blackberry, etc.)

Evoquant la question des productions doublées en langue syrienne, le PDG a fait observer que «Medi1TV est une chaîne à petit budget (200 millions de MAD) ce qui ne nous permet pas de produire des séries dans nos langues. (Il se trouve que) les grosses productions sont achetées au Moyen-Orient et souvent donc doublées en syrien». Et de rappeler que si «toutes les chaînes d'informations sont financées sur le budget de l'Etat, Medi1TV est une chaîne qui se finance exclusivement par ses actionnaires et les publicités», a expliqué le président directeur général de la chaîne. Et d'ajouter que les recettes publicitaires ne représentaient que 7% du marché. »

5.4. Service public vs Institutions étatiques

Le secteur de la radiodiffusion est intimement lié au service public audiovisuel. Celui-ci dispose de deux chaînes nationales publiques Al Oula et 2 M. Conformément à la loi sur l'audiovisuel de 2004, les opérateurs de communication audiovisuelle dont le capital est détenu en majorité ou en totalité par l'État sont tenues d'assurer, dans l'intérêt général, des missions de service public tendant à satisfaire les besoins de culture, d'éducation, d'information et de divertissement du public et ce, par le canal de sociétés nationales de l'audiovisuel public.

Celles-ci présentent une programmation de référence généraliste et diversifiée à l'intention du public le plus large, fondée sur la civilisation marocaine, islamique, arabe et amazigh et les valeurs de démocratie, de liberté, d'ouverture, de tolérance et de modernité, comme elles favorisent la création de productions originales et assurent une information nationale et internationale. Les télédiffuseurs sont contraints de servir le grand public en concevant des émissions en arabe et en amazigh satisfaisant les besoins linguistiques dans le cadre de la diversité culturelle du Maroc.

Les sociétés nationales de l'audiovisuel public sont tenues à la diffusion des allocutions et des activités Royales, la diffusion des séances et des débats des deux Chambres du Parlement, et les communiqués de presse du gouvernement. Elles doivent également accorder un temps d'antenne équitable aux formations politiques et syndicales, notamment pendant les périodes électorales¹.

La presse marocaine se fait l'écho des polémiques entre Gouvernement et Opposition sur l'autonomie de l'information.² De telles polémiques n'ont rien de spécifique au Maroc et sont similaires à celles que l'on peut observer dans divers pays européens.

5.4.1. Visions du service de l'audiovisuel public

La compréhension du système du service de l'audiovisuel public du Royaume nécessite son insertion dans un contexte plus large, celui du développement sociopolitique entrepris depuis 2005. L'Initiative nationale pour le développement humain (INDH), lancée par le Roi Mohamed VI demeure le plus important projet de développement à long-terme visant à élever le niveau de la société³.

Incluant services gouvernementaux et société civile, L'INDH agit sur un large éventail de domaines. Ses projets traitent plusieurs domaines notamment l'éducation, l'analphabétisme et la santé. Le gouvernement marocain accorde un important intérêt politique à la régulation de l'usage des fréquences de radiodiffusion considérées comme sources génératrices de revenus et outils indispensables à la promotion et la concrétisation de ces objectifs de développement.

¹ Loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle, *op.cit*, articles 46-49, p. 20-22

² A titre d'exemple : « Le gouvernement Benkirane veut mettre 2M au pas : Menaces sur la démocratie cathodique », Libération, 1^{er} octobre 2012. http://www.libe.ma/Le-gouvernement-Benkirane-veut-mettre-2M-au-pas-Menaces-sur-la-democratie-cathodique_a31139.html ; « Les journalistes se battent pour leur indépendance professionnelle : Le SNPM dénonce l'instrumentalisation syndicale à des fins politiques à la SNRT », Libération, 2 juin 2012 ; http://www.libe.ma/Les-journalistes-se-battent-pour-leur-independance-professionnelle-Le-SNPM-denonce-l-instrumentalisation-syndicale-a-des_a27825.html ; « Abdelilah Benkirane accuse le pôle public de discréditer son image : "La télévision n'est pas l'attaché de presse de la Primature" », Libération, 1^{er} mai 2012, http://www.libe.ma/Abdelilah-Benkirane-accuse-le-pole-public-de-discrediter-son-image-La-television-n-est-pas-l-attache-de-presse-de-la_a26991.html

³ Le bilan établi depuis la création de l'INDH, du 18 mai 2005 à fin juillet 2009 précise que L'INDH a réalisé 18.755 projets précisément pour quelques 11 milliards de MAD; projets dont quelques 4,6 millions de personnes ont bénéficié que ce soit en milieu rural ou urbain, Voir : <http://maghrebinfo.actu-monde.com/archives/article5991.html>

Ainsi, il s'engagea à la réforme du système de radiodiffusion de l'État en le transformant en service de radiodiffusion public, tout en le libérant du contrôle du ministère de la communication. Par conséquent, une redéfinition de la structure des médias audiovisuels a eu lieu donnant naissance à une instance de régulation (HACA), tout en fournissant un cadre juridique pour l'audiovisuel privé¹.

Pourtant, le rapport *Mapping Digital Media* fait état de l'intervention continue du gouvernement dans le contenu médiatique diffusé sur les ondes, affectant ainsi la transition démocratique du pays et son image à l'étranger. Selon ce rapport, les pratiques médiatiques exercées par les chaînes publiques suscitent l'inquiétude et le suspect des politiciens, du public et des journalistes vis-à-vis de la marge de liberté qui leur est véritablement accordée. En dépit de la réforme du secteur engagée depuis presque une décennie, les caractéristiques de l'ancien système, notamment la langue de bois du discours médiatique, devise des médias des pays du tiers-monde continue à exister surtout dans les médias gérés et détenus par l'État.

5.4.2. Diversité sociale et culturelle

5.4.2.1 Questions sensibles : Inter-culturalité et multilinguisme

En termes de diversité sociale et culturelle, les questions sensibles portent sur la langue, les diverses composantes culturelles de la population, en particulier le rapport aux origines berbères de la majorité de celle-ci² et le genre. D'autres points existent aussi comprenant la sexualité, la religion, et les communautés émigrantes. Pourtant celles-ci ne font pas l'objet d'un traitement significatif par les médias afin de sensibiliser les preneurs de décisions politiques.

Une mosaïque multiculturelle marque le tissu sociolinguistique du Maroc. Il s'agit d'un brassage de populations et de langues, qui s'est enraciné à travers l'histoire dans le champ social et culturel du pays. Une interaction certes riche, mais qui renvoie à une réalité complexe. Diverses études anthropo-génétiques tendent à montrer que les berbères ou amazighs constituent la population ancienne de l'Afrique du Nord³. Selon le Professeur Jacques Rivet, par contre, « Arabes et Berbères ne constituent pas deux races différentes, même si des ethnotypes conservés dans des réduits enclavés entretiennent cette illusion. Le fond de la population est berbère, sur lequel se sont greffées des coulées de peuplement arabe fort minoritaires »⁴

¹ *Mapping Digital Media : Morocco, op.cit*, p.37

² La notion d'ethnie n'a pas de réalité juridique positive au Maroc, et sa pertinence sociologique est discutée avec passion. Comme le note l'historien français Daniel RIVET, "L'impression de compartimentage ethnique que procure un premier coup d'œil sur la société doit être corrigée par le constat que Berbères et Arabes constituent le socle de la population. (...)" (D. RIVET, *Histoire du Maroc*, Fayard, Paris, 2012). La notion d'ethnie est néanmoins utilisée dans la littérature anthropologique et culturelle. (Voir par exemple, M. CHATOU, La diversité culturelle et linguistique au Maroc : pour un multiculturalisme dynamique, *Asinag*, 2, 2009, Institut royal de la culture amazighe, 2009. http://www.ircam.ma/doc/revueasing/mohamed_chatou_asinag2fr.pdf) ou encore dans le langage médiatique. Voir, par exemple, le titre du reportage diffusé par MEDI1TV "Maroc : Couples mixtes, alliances ethniques", Repotage, MEDI1TV, 26 septembre 2012. <http://www.medi1tv.com/fr/medi-investigation-maroc-couples-mixtes-alliances-ethniques-emission-758-11>. La notion d'ethnie apparaît néanmoins dans l'article 9 de la loi sur la communication audiovisuelle (voir ci-dessous 3.5)

³ Voir notamment, E. Gómez-Casado [et al.], *HLA genes in Arabic-speaking Moroccans: close relatedness to Berbers and Iberians* dans *Tissue Antigens*, vol. 55(3) (2001), pp. 239-249 ; A. Sanchez-Mazas, *The Berbers of North Africa: genetic relationships according to HLA and other polymorphisms* dans *Arnaiz-Villena, A., eds. Prehistoric Iberia: Genetics, Anthropology and Linguistics*, (2000), pp. 65-77; J.-M. Dugoujon, O. Lemaire, E. Guitard, A. Sevin, G. Larrouy, P. Moral, B. Sabir, A. Baali et M. Cherkaoui, Diversité des allotypes des immunoglobulines (systèmes Gm et Km) d'une population berbère de la vallée de Tacheddirt (Haut Atlas, Maroc). Comparaison à d'autres populations africaines et européennes et histoire du peuplement de l'Afrique du Nord, Bulletin et mémoire de la société d'anthropologie de Paris, (200(1-2), <http://bmsap.revues.org/913>

⁴ D. RIVET, *op.cit.*, p.36.

Le paysage linguistique marocain est imprégné surtout par la présence des langues nationales dont l'arabe standard sous sa forme classique et moderne, l'arabe dialectal avec ses différents parlers, le berbère avec ses trois variantes (le rifain, le tamazight, le tachelhit) et par celle du français et de l'espagnol, implantés dans le champ linguistique depuis l'ère du colon. Enfin, l'anglais est venu s'imposer dans certains secteurs de la vie sociale, précisément ceux de la formation, de la technologie, de l'économie et des affaires.

Les marocains parlent la « *darija* », dialecte arabe ou dialecte marocain pratiqué par les deux tiers de la population. Langage oral, la *darija* n'est pas employée à l'écrit. Les langues nationales sont l'arabe standard sous sa forme classique et moderne. Pourtant, les services télévisuels publics et la presse écrite (à l'exception d'un seul magazine et de deux journaux) utilisent l'arabe standard, compréhensible par environ 40% de la population et le français, langue de l'élite dont seulement 10% des marocains le comprennent. Selon *Mapping Digital Media*, le choix du langage restreint l'accès d'une large proportion de la société à la télévision publique. Pour les analphabètes, pour qui la télévision demeure la principale source d'information et de divertissement, les programmes télévisés ne sont pas totalement accessibles.

Quant à la langue française, elle est une langue usuelle de fait, par legs historique, comme d'ailleurs l'espagnol au nord du Maroc pour la même raison (protectorats français et espagnol).

Une large partie de la population aurait abandonné les langues de la famille amazigh au profit de l'arabe. Selon Jacques Rivet, « Probablement la moitié de la population parlait le berbère au seuil du XXe siècle, un tiers environ au dernier recensement de 2004, mais avec un pourcentage de bilingues bien plus élevé qu'un siècle auparavant ».¹ Pour des raisons politiques, sous le règne de Hassan II, le régime identifiait la culture amazighe au panarabisme d'où la prédominance de la culture et de l'identité arabe. La culture et les différentes formes d'expression amazighes sont devenues minoritaires et ont été négligées pendant longtemps, donnant naissance à des mouvements communautaires défensifs. Ces mouvements ont réclamé une meilleure reconnaissance de la langue amazighe, de la contribution berbère à l'histoire et à la culture du Maroc et ont appelé à une représentation équitable dans les médias. Le Roi Mohamed VI répondit favorablement à ces réclamations. Dans son discours à la Nation du 9 mars 2011, introduisant la nouvelle réforme constitutionnelle, il a souligné « *la consécration constitutionnelle de la pluralité de l'identité marocaine unie et riche de la diversité de ses affluents, et au cœur de laquelle figure l'amazighité, patrimoine commun de tous les Marocains, sans exclusive* »²

La nouvelle Constitution de 2011 définit le Royaume du Maroc en tant monarchie constitutionnelle, démocratique, parlementaire et sociale. L'Islam est la religion de l'État et l'arabe demeure sa langue officielle. De même, l'amazighe constitue une langue officielle de l'État, en tant que patrimoine commun à tous les Marocains sans exception³. L'Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM) fut fondé en 2003 afin de sauvegarder et de promouvoir la langue et la culture amazighes dans toutes ses formes et expressions.

¹ D. RIVET, *op.cit.* p.36

² « Texte intégral du discours adressé par SM le Roi à la Nation », 9 mars 2011, <http://www.maroc.ma/NR/rdonlyres/00002015/pisgmllvmaxpxqbirtpudaflwnownkc/Texteint%C3%A9galdudiscoursadress%C3%A9parSMleRoi%C3%A0laNationmercredi09mars.pdf>

³ La Constitution édition 2011, (articles 1- 3 et 5), Royaume du Maroc, Secrétariat Général du Gouvernement, Direction de l'imprimerie officielle: <http://www.sgg.gov.ma/constitution2011Fr.pdf>

La commission bipartite créée en 2006 et groupant le ministère de la communication et l'IRCAM qui s'est attelée à l'élaboration d'une approche globale visant le renforcement de la position de la langue et de la culture amazighe dans l'audiovisuel public a fait état de la nécessité de créer une chaîne de télévision amazighe. Après moult tergiversations et de multiples reports, la huitième chaîne de télévision publique Tamazight TV a vu le jour le 1^{er} mars 2010¹.

Sur le plan de l'égalité et de l'équité genre, le statut civil de la femme au Maroc ne s'apparente pas aux droits constitutionnels qui lui sont accordés. Malgré les anciens acquis de droit au vote, de gestion d'affaires et de dépôt de candidature au service public, le droit du statut personnel relatif à la femme consacrait le modèle patriarcal, au sein duquel les femmes sont vouées à la reproduction. Fruit de la longue lutte des associations féministes, la réforme de la *Moudawana*² du statut personnel est venue accorder, protéger et garantir les droits de la femme³.

- *Couverture médiatique des problématiques socio-linguistiques*

Avant le lancement d'Amazigh TV et conformément à l'article 49 de la loi sur l'audiovisuel, les deux chaînes du service public de radiodiffusion Al Oula et 2 M diffusaient les journaux télévisés dans les trois dialectes Amazigh : Tarifit, Tachelhit et Tamazight. Les deux chaînes concevaient et diffusaient de nombreux programmes sur la culture Amazighe.

Dans le but d'examiner la représentation des problématiques linguistique et socio-identitaire dans les médias du service de l'audiovisuel public au Maroc, B. Zaid⁴ a effectué une analyse quantitative du contenu médiatique de la programmation des deux principales chaînes Al Oula et 2M. L'étude est basée sur les constats d'accès et de participation à la télévision publique. Ces deux constats sont susceptibles de nous renseigner, entre autres, sur le genre des invités des programmes, les langues utilisées et la représentation de l'équité du genre à la télévision. Les 78 programmes faisant l'objet de l'étude sont des productions locales incluant (info magazines, documentaires, émissions de jeu, programmes de télé-réalité) et s'étalent sur une année, de janvier 2007 à janvier 2008.

Sur les 78 programmes analysés, 33 ne reçoivent pas des femmes contre un seul *Sihatouka Koula Yawm* ou (Votre santé quotidienne), qui ne reçoit pas des hommes. En outre, *Al Oula Hiwar* et *Moubachatan Maakoum* de 2M, ces deux programmes à forte audience n'ont pas invité des femmes.

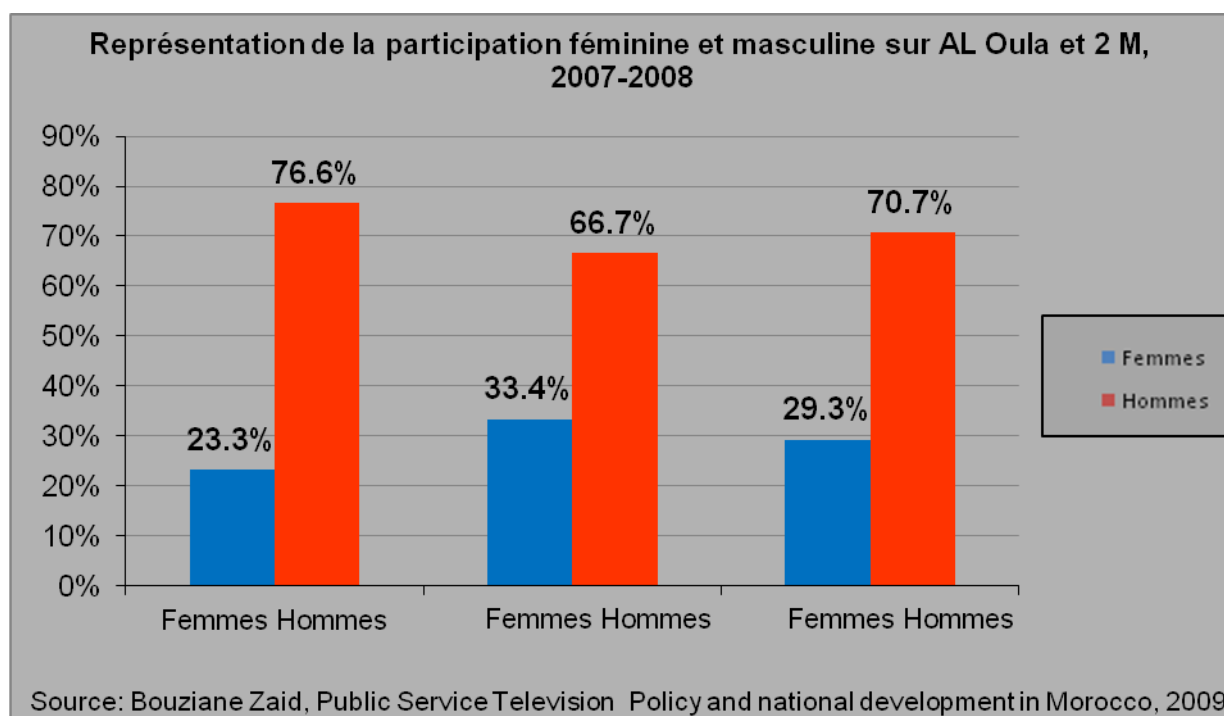
Au total, les programmes des deux chaînes invitent davantage d'hommes que de femmes, soit un taux de 70.7% d'hommes contre 29.3% de femmes. Concernant la chaîne Al Oula, le pourcentage de la participation féminine enregistre 23.3% contre 76.6% de participation masculine. Quant à la chaîne 2M, alors que le taux de la participation féminine de 33.4% est relativement plus élevé par rapport à la chaîne Al Oula, celui de la participation masculine le dépasse largement et atteint 66.7%.

¹ Lors de sa création, Tamazight TV est dotée d'un budget de 500 millions de MAD pour la période 2010-2013 ; http://www.cjb.ma/images/stories/TV_Tamazight.pdf

² *Réforme de la Moudawana au Maroc*, Dossier le statut des femmes, Revue de Presse (mars 2003 - novembre 2004), Centre de Documentation IMED Rome: [http:// www.paraenam.org](http://www.paraenam.org)

³ Hayat Zirari, *Société et culture /développement et coopération: Droits des femmes au Maroc : bilan et perspectives*, Med 2010, http://www.iemed.org/anuari/2010/farticles/Zirari_femmes_fr.pdf

⁴ Bouziane Zaid, *Public Service Television Policy and national development in Morocco*, 2009, University of South Florida (USF), Scholar Commons, *Graduate School Theses and Dissertations*: <http://scholarcommons.usf.edu/etd/100>

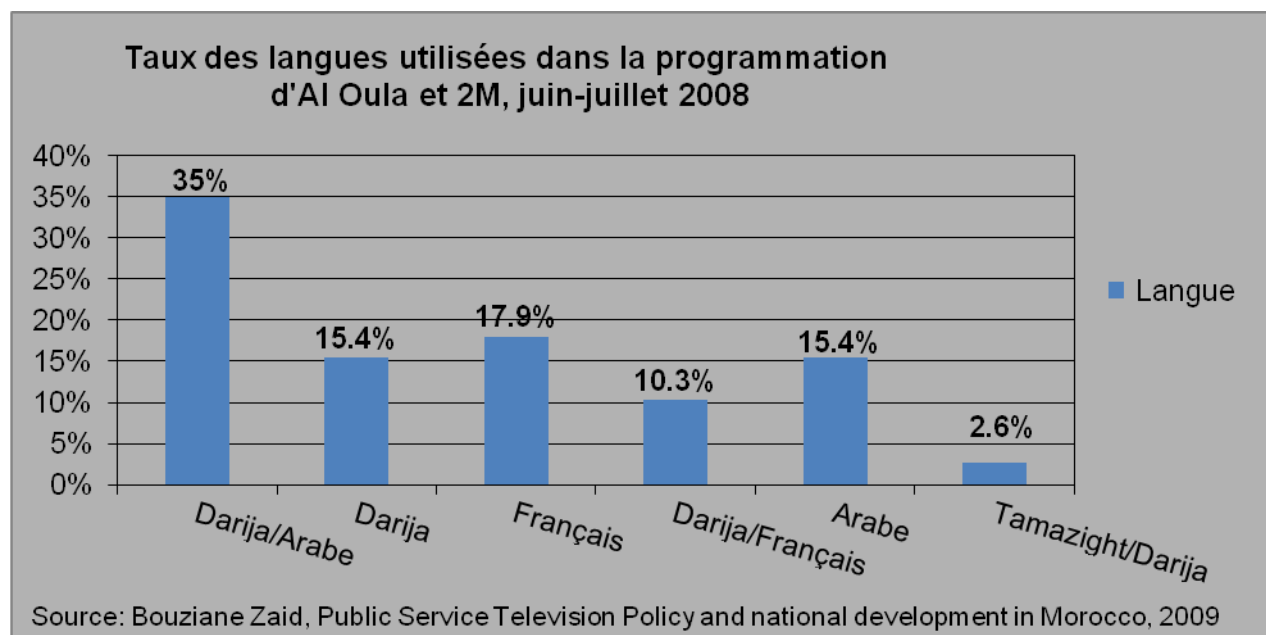
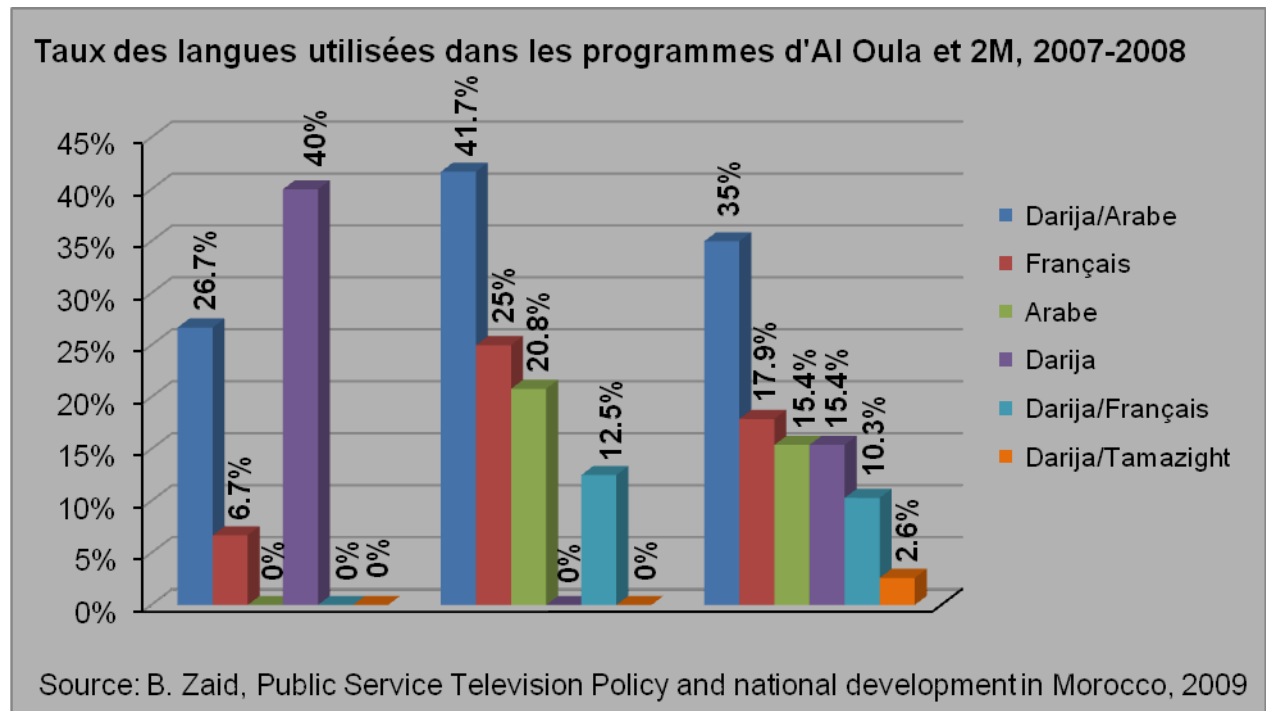


Tel que le démontre l'analyse de B. Zaid, la configuration médiatique de l'équité du genre ne correspond pas à la réalité sociodémographique du Royaume. La représentation médiatique de la participation de la femme dans l'audiovisuel public constitue moins qu'un tiers des invités reçus à la télévision. Pourtant le recensement de la population marocaine, tel que publié par le Haut Commissariat au Plan souligne qu'en 2009, la part des femmes dans la population est de 50.7%¹.

- Emploi des langues à la télévision publique

Les résultats de l'analyse sur les langues utilisées dans la programmation des deux chaînes révèlent que l'emploi du mélange de la darija et de l'arabe enregistre le taux le plus élevé avec 35%, 17.9% utilisent le français, 15.4% l'arabe standard moderne, 15.4% darija, 10.3% emploient un mélange de la darija et du français, et 2.6% des programmes emploient un mélange de Tamazight et de darija.

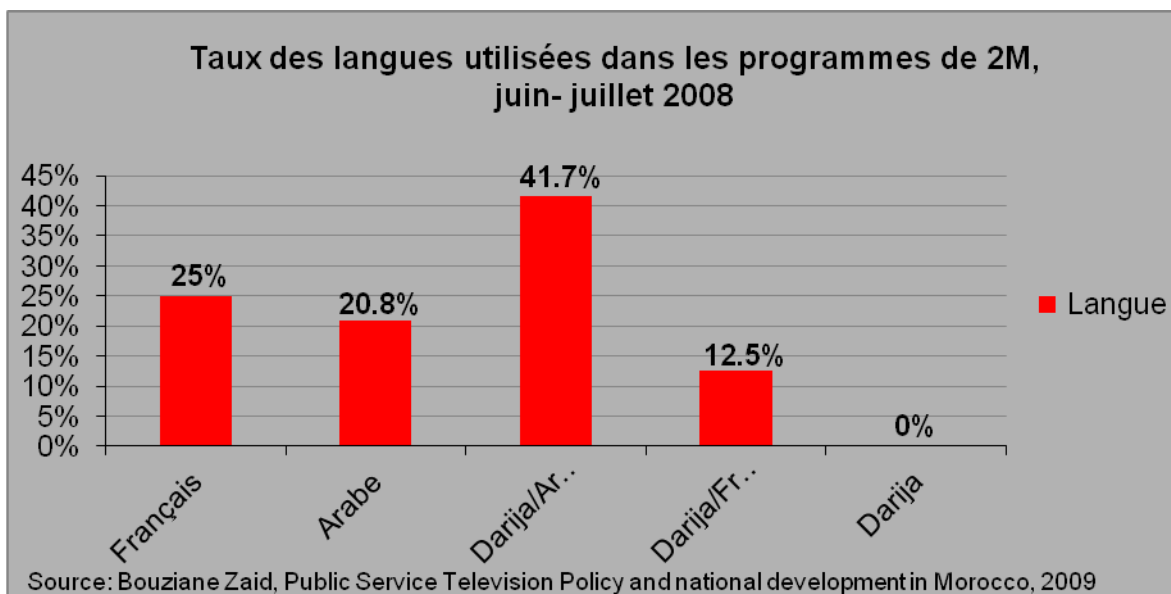
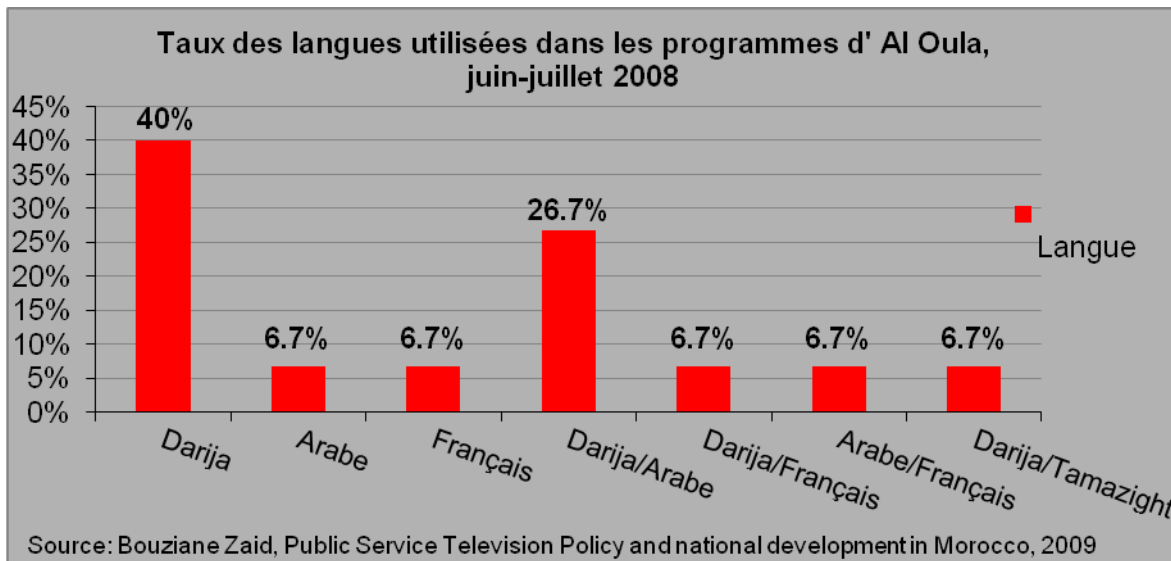
¹ Démographie : Femmes et Hommes en chiffres 2010, Haut-commissariat au Plan, RGPH, http://www.hcp.ma/downloads/Demographie_t11876.html



Selon la même étude, il est intéressant de noter qu'alors que mélange de la darija et de l'arabe enregistre le taux le plus élevé avec 35%, ce taux est suivi par l'usage de l'arabe ou du français à 33.3%. Ce qui est encore plus frappant, c'est le nombre de programmes employant le français et qui dépasse celui employant séparément la darija ou l'arabe. Alors que 7 programmes sont en français, six sont diffusés en arabe et deux seulement en darija.

Dans ce contexte, il s'avère important de signaler que le pourcentage des langues utilisées dans les programmes diffère d'une chaîne à l'autre. Les programmes d'Al Oula utilisent la darija plus que ceux de 2M. 40% des programmes d'Al Oula emploient la darija, 26.7% ont recours à un mélange de l'arabe et de la darija et 6.7% du contenu est en français. Cependant 41.7% des

programmes de 2M utilisent un mélange de l'arabe et de la darija et 25% sont en français. Toutefois, la chaîne 2M ne diffuse aucun programme conçu uniquement en darija.



L'étude conclut que le choix de la langue restreint l'accès et la participation à la télévision publique à une large proportion de la société. Le choix de la langue favorise l'accès et la participation aux catégories les plus aisées et hautement instruites de la société. 43%¹ de la population âgée de dix ans et plus est analphabète. 30.3% savent lire et écrire l'arabe et le français. 17.3% savent lire et écrire l'arabe uniquement².

¹ Haut Commissariat Au Plan, Recensement ; http://www.hcp.ma/Recensement-general-de-la-population-et-de-l-habitat-2004_a633.html

² Ibid, cité également dans: Bouziane Zaid, *Public Service Television Policy and national development in Morocco*, op.cit, p.54

5.5. L'offre des chaînes du Pôle public

5.5.1. Présentation des chaînes de télévision

5.5.1.1 Chaînes de la SNRT

Le paysage télévisuel marocain se compose de 10 chaînes nationales publiques. La Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision SNRT, anciennement Radio Télévision marocaine RTM, conformément à la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, une société anonyme de droit marocain dont le capital social est entièrement détenu par l'État.

A ce titre et, en vertu des articles 1 et 47 de la dite loi, la SNRT est une société nationale d'audiovisuel appartenant au Secteur public de la communication audiovisuelle. La SNRT est financée par des subventions de l'État, les recettes publicitaires et la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel national (TPPAN).

Il convient de signaler qu'un projet d'une chaîne parlementaire est en perspective depuis 2005. La chaîne aura pour objectif de diffuser en direct les séances du Parlement et de traiter, dans le cadre d'émissions-débats, des questions sociales, politiques et les propositions de lois. La SNRT dispose actuellement de huit chaînes publiques. Celles-ci visent, à travers leurs programmes, à la promotion et la sauvegarde du patrimoine culturel audiovisuel national. Elles offrent un éventail de programmes reflétant le désir de répondre aux besoins d'un public composite et ce en matière de culture, d'information, de service et de divertissement. Il s'agit des chaînes suivantes :



Al Aoula

Ex TVM, est une chaîne du service public généraliste. Elle propose une grille de programmes diversifiés qui couvrent à la fois l'information et le divertissement en passant par le sport et la culture. L'objectif étant de répondre au mieux aux besoins des téléspectateurs au Maroc, dans le monde Arabe et en Europe.



Laayoune TV

Lancée en Novembre 2004, Laayoune TV est la première chaîne régionale au Maghreb. Elle propose des programmes dominés par l'information et couvrant une large palette de sujets allant de la politique au sport en passant par le social, l'éducation et la religion. Laayoune TV se veut une chaîne de proximité et couvre ainsi la totalité des provinces du sud.



Arryadia est une chaîne 100% sport qui a pour ambition d'être la chaîne du sport marocain par excellence. La chaîne s'intéresse à tous les sports pratiqués au Maroc et couvre toutes les rencontres sportives nationales ainsi que l'actualité sportive internationale.



Arrabia ou la chaîne du savoir et de la culture. Avec sa vocation éducative, Arrabia s'intéresse, à travers ses magazines culturels et ses émissions de divertissement, à l'apprentissage en accompagnant de façon efficace les populations ciblées. La chaîne s'attache également à vulgariser les problématiques sociales et la connaissance des institutions nationales.



Al Maghribia est une chaîne satellitaire qui a pour vocation de s'adresser aux résidents marocains à l'étranger. Al Maghribia rediffuse une partie des programmes d'Al Aoula et une partie de ceux de 2 M. Elle est accessible uniquement par satellite.



Assadissa est la chaîne Mohammed VI du Saint Coran est une chaîne thématique religieuse axée sur la connaissance des préceptes de l'Islam à destination d'un large public.



Aflam TV est la dernière née des chaînes satellitaires de la SNRT, diffusée exclusivement sur la TNT. Elle est entièrement dédiée à la fiction avec des programmes nationaux et internationaux, en qualité numérique 24H/24H. Aflam TV a pour ambition d'éveiller le goût du public pour le 7ème art et de devenir un levier pour la production nationale.



Tamazight TV dispose d'une programmation de référence généraliste et diversifiée, d'expression majoritairement amazighe, tendant à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement, du public marocain amazighophone le plus large.

5.5.1.2 Chaînes de SOREAD-2M

La deuxième société de radiodiffusion du service du pôle public marocain SOREAD 2M dispose des chaînes suivantes :



2M propose une programmation généraliste et diversifiée, tendant à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public le plus large.



2M satellitaire offre une programmation à destination d'auditoires étrangers et des marocains résidant à l'étranger, et qui ne consiste pas en la reprise intégrale et simultanée du service de télévision diffusé sur le territoire national.

5.5.1.3 Chaîne d'économie mixte : Medi 1 TV

La seule chaîne de l'offre télévisuelle marocaine, à fonds détenus majoritairement par l'État ainsi que par des actionnaires privés, est Médi 1 TV.



Médi 1 TV

Diffusant sur le territoire national, par voie hertzienne terrestre et/ou analogique numérique, Médi 1 TV offre une programmation axée essentiellement sur l'information, l'actualité nationale, maghrébine et méditerranéenne avec une ouverture sur l'actualité internationale.

5.5.2. Réalisations de la SNRT au titre de l'année 2010

- Lancement de la chaîne Tamazight
- Diffusion de plus de 48 000 heures d'antenne en télévision et de 57728 heures d'antenne pour le service de radiodiffusion, soit un total global de 105.728 d'heures TV et radio
- Diffusion de 28 heures en production nationale, en première diffusion, sur l'ensemble des chaînes de télévision.

5.5.2.1 Heures d'antenne et diversité des programmes sur les chaînes de la SNRT

Services édités par la SNRT	Réalizations en 2010
AL AOULA	<ul style="list-style-type: none"> • Principal promoteur de la production audiovisuelle nationale • Lancement de la production de la 1ère « Télénovelas » de l'histoire de l'audiovisuel national, composée de 120 épisodes et qui sera diffusée en 2011 • Production de 234 heures de fiction • Diffusion de 1180 heures dans les créneaux de ses différents journaux télévisés et plus de 272 heures de magazines d'information • Diffusion de 285 heures de (films, téléfilms, séries, sitcoms, etc.), soit un taux de réalisation de 143% • Magazines de société 77 heures • Magazines d'information 1452 heures • Emissions religieuses 172 heures • Emissions culturelles et de connaissances 1216 heures • Emissions sportives et retransmission des matchs 167 heures ; • Emissions de service 213 heures ; • Emissions enfance, adolescence et jeunesse 675 heures • Emissions musicales et de divertissement 122 heures • Fiction nationale 187 heures • Fiction internationale 1583 heures
ARRYADIA	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion du sport national et réponse aux attentes des téléspectateurs. • Poursuite de son engagement en matière d'acquisition des droits sportifs. • Diffusion d'un total de 4600 heures contre 4700 h en 2009. • 416 heures de production interne et 420 heures de production externe d'un total annuel de 836 heures de diffusion.
ARRABIA	<ul style="list-style-type: none"> • Production nationale de 14 émissions couvrant la totalité des dispositions du cahier des charges, d'un total de 1253 heures (dont 77% produites en interne et 23% en externe). • Plus 42 % du volume horaire dédié au soutien scolaire et apprentissage dans sa grille de programmation soit 526 heures, contre 40 % enregistré en 2009 avec un total de 437 heures. • Diffusion de 908 heures de programmes acquis dont 480 heures dédiées à l'apprentissage soit 53% du volume horaire global en 2010, contre 840 heures de programmes acquis en 2009 dont 412 heures dédiées à l'apprentissage d'un taux global de 49% de la masse horaire.
AL MAGHRIBIYA	<ul style="list-style-type: none"> • Installation de quatre journaux télévisés quotidiens, produits par Al Maghribiya diffusé à : 9h, 12h, 15h et 18h. • Diffusion de 110 heures de magazines culturels.

<p>ASSADISSA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la grille de programmation par de nouvelles émissions dédiées à l'explication du saint coran et de hadith et présenter une programmation spécifique pendant le moi de ramadan et du Hajj. • Production d'une série de dessin animé consacrée aux rituels d'El hajj, 6 nouvelles émissions de sensibilisation et une série de chansons religieuses. • Diffusion des émissions religieuses en l'ange française et amazigh.
<p>AFLAM TV</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Couverture du 10^{ème} édition du festival international du film de Marrakech. • Diffusion de 831 heures en 2010 contre 835 heures en 2009, 60% pour le film international, 13% pour le téléfilm international, 12% pour le film arabe ,6% pour le film indou, 6% pour le film marocain et 3% dédié au théâtre marocain. • A bénéficié d'une communication soutenue de la presse écrite, les annonceurs, les agences de communication et les agences Média.
<p>CHAINE TAMAZIGHT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contribution à la production nationale par 585 heures avec un taux de réalisation de 116 %. • Emission à partir de 14 heures au lieu de 18 heures, soit 4 heures de diffusion quotidienne (un total de 1080 heures). • 400 heures de production interne et 362 heures de production externe d'un total annuel de 762 heures de diffusion. • Diffusion de 1000 heures soit : 31 %d'émissions dédiées aux jeunes publics, 15 % aux divertissements et musiques, 12% pour les émissions culturelles ,11% pour les émissions religieuses, 6% pour les émissions d'apprentissage, et 5% consacré aux émissions sportives.
<p>TV LAAYOUNE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 395 heures de production interne et 119 heures de production externe d'un total annuel de 514 heures de diffusion.

Source : *La mise à niveau du paysage audiovisuel marocain*, la Division des Médias Audiovisuels, du Cinéma et des NTI/Direction des Études et de Développement des Médias/Ministère de la Communication, op.cit, pp 19-20.

5.5.3. Réalisations de la SOREAD 2M au titre de l'année 2010

Outre les réalisations sur le plan de la diversification des programmes et le nombre d'heures d'antenne assurées par les chaînes de la SOREAD 2M et qui figurent dans le prochain tableau, le portail 2m.ma fait partie des acquis de la société en 2010.

5.5.3.1 Portail 2m.ma

- Lancement du nouveau site internet www.2m.ma
- Nombre de visites multiplié par 10 passant de 715 125 en 2009 à 7 422448 les 8 derniers mois de 2010.
- Mise en ligne de tous les programmes produits par 2M ou en droits (films, séries, sitcoms, magazines, divertissement, infos, capsules...).
- Conclusion d'un accord de partenariat avec le site d'hébergement de vidéos Dailymotion où toutes les vidéos, à part les JT, sont disponibles sur cette plateforme.
- Autorisation de diffusion du JT de 20h45 sur le site de la fondation éducation et culture de la banque populaire, en faveur des MRE en France.
- Création d'une page officielle de la chaîne sur le site social, (20 000 fans depuis le mois de septembre 2010).

5.5.3.2 Heures d'antenne et diversité des programmes de la SOREAD-2M

Services édités par la SOREAD 2M	Réalizations en 2010
2M /2M Monde	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'heures de production nationale, en première diffusion : 1818 heures contre 1583 heures en 2009, 1 745 heures en 2008, 1635 en 2007, 1610 en 2006, 1567 en 2005, 1470 en 2004 et 1300 en 2003. • Quote-part de la production nationale s'est située à 47% du temps global d'antenne en 2010 contre 54% en 2009, 41,72% en 2008, 41% en 2007 et 2006, 36 % en 2005 et 30% en 2004. • Quote-part des programmes en langue arabe, en amazigh et dialectes marocains : 77,03% dans la répartition linguistique du temps global d'antenne contre 71,08% en 2009 et 2008, 65% en 2007, 60% en 2006 et 55% en 2005. • La production audiovisuelle nationale représente en première diffusion 4h47mn par jour, en moyenne annuelle, soit une présence supérieure à l'obligation fixée par le cahier des charges (4h). • Dépassement des obligations du cahier des charges aussi bien en volume horaire de diffusion qu'en nombre de passages de programmes tous genres confondus. • Couverture et diffusion de 1537 émissions d'information dont 1460 journal télévisé, 52 magazines d'information générale et politique et 29 magazines parlementaires. • Diffusion de 330h d'œuvres audiovisuelles inédites : <ul style="list-style-type: none"> • 15 Téléfilms en Arabe (21 h). • 6 Feuilletons ou Séries diffusés intégralement ou en partie (60h30mn). • 10 Pièces de théâtre (15h). • 57 Documentaires en unité (26h48mn). • Diffusion de 26 œuvres cinématographiques composés de 11 longs métrages et 15 courts métrages dont un en amazighe. • Production ou acquisition de nouvelles œuvres audiovisuelles (fiction TV) avec un budget de 49 445 400 MAD engagé durant l'année 2010

	<p>ayant bénéficié à une quinzaine de sociétés de production distinctes.</p> <ul style="list-style-type: none">• Production et coproduction de nouveaux programmes documentaires et de magazines avec un budget de 54 547 000 MAD, œuvres confiées en totalité ou en partie à une vingtaine de sociétés de production distinctes.• Productions en langue Amazighe (œuvres de Fiction et autres) avec un budget de 8 615 000 de MAD ayant bénéficié au profit d'une dizaine d'entreprises de production.• Coproduction ou acquisition des droits de diffusion, à la production de 4 nouveaux longs et courts métrages avec un budget global de près de 2 970 000 MAD.• Contribution à la promotion et au soutien du sport national avec un budget de plus de 3 % du chiffre d'affaire publicitaire net de l'année précédente.
--	---

Source : Ibid, pp. 21-22

5.6. Contribution des sociétés de radiodiffusion publiques à la production cinématographique nationale

La SNRT contribue à la production d'œuvres cinématographiques d'origine marocaine. Elle participe, sous forme d'apports en coproduction (en numéraire ou en industrie) ou d'achats de droits de diffusion, à la production nationale d'au moins 20 longs-métrages et d'au moins 20 courts-métrages marocains chaque année. (*Cahier des charges SNRT, article 14*)

La société SOREAD-2M contribue à la production d'œuvres cinématographiques d'origine marocaine. Elle participe, sous forme d'apports en coproduction (en numéraire ou en industrie) ou d'achats de droits de diffusion, à la production originale d'au moins 10 longs-métrages et d'au moins 10 courts-métrages marocains chaque année¹. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 14*)

¹Ministère de la Communication, *La Production Audiovisuelle et Cinématographique Nationale: État des lieux et Perspectives, note introductive aux assises nationales de la production audiovisuelle et cinématographique*, juillet 2006; <http://www.mincommunication.ma>

5.7. Financement du secteur audiovisuel public

Au Maroc, le secteur public bénéficie d'un financement mixte, reposant principalement sur le financement par recours étatique et par celui des ressources publicitaires.

En fait, le financement de l'audiovisuel national s'effectue à travers le *Fonds pour la Promotion du Paysage Audiovisuel National* dont les ressources proviennent des redevances relevées sur les factures d'électricité.

La deuxième source de financement provient du budget de l'État consacré à ce secteur. Cette formule a le mérite d'assurer un financement régulier aux médias publics. Quant au dernier mode de financement, il repose sur le recours aux ressources publicitaires.

5.7.1 Le financement par recours étatique

5.7.1.1 Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national

Créé en juillet 1996, et figurant dans la loi de Finances 2005, le Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national (FPPAN) se veut un outil de soutien financier et au développement du secteur audiovisuel national, dont l'ordonnateur est le ministre chargé de la communication¹.

Ce dispositif vise principalement à donner une nouvelle impulsion à la production nationale, tant audiovisuelle que cinématographique. Le FPPAN est un fonds qui intervient dans un contexte marqué par l'augmentation des offres de télévisions étrangères grâce aux satellites numériques, et par le démarrage du processus de libéralisation du paysage audiovisuel national et les perspectives qu'il ouvre, avec l'entrée en scène de nouveaux opérateurs.

Le FPPAN est alimenté par :

a) *La Taxe pour la Promotion du Paysage Audiovisuel National (TPPAN)*

La TPPAN a été instituée le 1er juillet 1996 à la charge des abonnés au réseau d'électricité pour usage domestique ou commercial (Article 16 de la Loi de finances pour l'année budgétaire 1996-1997).

Le produit de la taxe est affecté à hauteur de :

- 60% à la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision;
- 40% au compte d'affectation spéciale n° 3.1.09.02 intitulé Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national².

b) *La Taxe sur la Publicité Radiodiffusée (TPR)*

- ⇒ A compter du 1er juillet 1997, l'article 20 de la loi de finances n° 14-97 pour l'année budgétaire 1997-1998, a institué une taxe annuelle sur la publicité diffusée par les stations de radio et de télévision émettant à partir du territoire national;
- ⇒ Le taux de la taxe est fixé à 5% du chiffre d'affaires, hors taxes, réalisé par les organismes chargés de programmer les campagnes publicitaires sur les antennes des stations de radio et de télévision;

¹ Dahir n° 1-96-77 du 12 safar 1417 (29 juin 1996) portant promulgation de la loi de finances n° 8-96 pour l'année budgétaire 1996-1997, Création d'un compte d'affectation spéciale n° 3.1.09.02 intitulé : "Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national" ; http://www.haca.ma/html/dahir_1_96_77_fonds_pam.htm

² *La mise à niveau du paysage audiovisuel marocain*, op.cit., pp. 15-16

- ⇒ Le produit des versements effectués est affecté au Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national.

Les ressources du FPPAN sont affectées, d'une part, sous forme de subventions, dotations en capital et fonds de concours accordés aux organismes nationaux de radiodiffusion et de production d'œuvres audiovisuelles, ou d'autre part, sous forme de dépenses directes d'investissement relatives aux études générales et aux campagnes de communication et actions de formation.

Des contrats programmes signés entre le gouvernement et les sociétés nationales de l'audiovisuel public, conformément à l'article 51 de la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle concrétisent le financement du pôle public.

Dans cette perspective, le Ministère de la Communication établi des contrats programmes liant respectivement le gouvernement à la SNRT et à SOREAD 2M. Aux termes du contrat 2006-2008, une enveloppe de l'ordre de 1170 millions de DH du budget général de l'État fut consacrée à la SNRT, outre des montants de 556 millions de DH à travers le Fonds de promotion du paysage audiovisuel et de 820 millions de DH au titre de la part de la Société dans la taxe réservée à la promotion du paysage audiovisuel¹.

Le contrat-programme État-SNRT au titre de la période 2009-2011 et signé le 02 octobre 2009 prévoyait un juteux planning d'investissement estimé à pas moins de 650 millions de DH. Dans ce cadre, l'État s'est engagé à verser à la SNRT une contribution de 2,9 milliards de DH, soit une participation additionnelle de 900 millions par rapport à celle qui était antérieurement prévue dans l'ancien contrat (2006-2008)².

Concernant SOREAD 2M, le premier contrat de ce genre la liant à l'État daté du 11 juin 2010 couvre la période 2010-2012. Au titre de ce contrat, l'État s'est engagé à verser à SOREAD 2M, un montant de 250 MAD³.

5.7.1.2 Les ressources publicitaires

Diverses sources existent au Maroc sur les investissements publicitaires au Maroc : le GAM (Groupement des Annonceurs du Maroc)⁴, la régie publicitaire de la SNRT⁵, la société Imperium Media. Des données sont également disponibles dans le *Arab Media Outlook*⁶ publié par le Press Club de Dubaï., qui, propose des statistiques pour les différents pays arabes.

A potentiel latent, le marché publicitaire marocain est un secteur jeune, dans lequel les partenaires, annonceurs, agence et régies publicitaires, se livrent à une course effrénée aux parts d'un marché modeste. La croissance la plus significative du marché publicitaire marocain a eu lieu dans le secteur des télécommunications et ce en raison de l'intense concurrence entre les trois opérateurs. Selon le GAM, le marché publicitaire marocain a connu une évolution de 20% entre 2006-2008. Le recul du marché en 2009 pour atteindre moins de 0.9% est le reflet

¹ <http://www.mincom.gov.ma/MinCom/Fr/Actualites/>

² « Établissements publics : Plus de 111 milliards de DH de marchés, Quid de la SNRT? » ; www.leconomiste.com

³ *Rapport sur le secteur des établissements et entreprises publics, Projet de loi de finances pour l'année budgétaire 2011*; <http://fr.scribd.com/doc/53243178/32/AUDIOVISUEL-SNRT-et-SOREAD-2M>

⁴ <http://www.gam.co.ma/> Site non accessible en février 2013.

⁵ <http://www.snrt-publicite.ma/>

⁶ *Arab Media Outlook 2009-2013*, Inspiring Local Content, Forecasts and analysis of Traditional and Digital Media in The Arab World, Dubai Press Club, UAE ; <http://www.fas.org/irp/eprint/arabmedia.pdf>

direct du contexte économique mondial¹. Le marché publicitaire marocain a renoué avec l'incertitude en 2011 après avoir pourtant connu une nette reprise en 2010. Avec 4.3 milliards de MAD, le montant total des investissements média affiche un léger recul de - 0.4% principalement du à la forte baisse des recettes de la publicité télévisée.² Le GAM estime que les chaînes publiques ont raflé le tiers des 6 milliards de MAD de recettes publicitaires en 2011; que 2,3 milliards de MAD (206.269.000 millions EUR) ont été investis dans les passages télé, avec une baisse de 800 millions MAD (71.745.900 millions EUR) par rapport à l'année 2010.

Selon la même source, les recettes publicitaires de 2M ont bondi de 1,4 milliard de MAD en 2007 (121.737.000 millions EUR) à 2 milliards (177.918.000 millions EUR) en 2010. Le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne Al Oula est passé, durant la même période, de 517 à 641 millions MAD (57.022.600 millions EUR). Medi1 TV a plus que quadruplé ses rentrées publicitaires, qui s'établissent à 84 millions MAD (7.472.540 millions EUR) en 2010³.

Les recettes publicitaires sur Internet ont plus que doublé entre 2008 et 2009 et ce en raison de l'augmentation continue des abonnements au service haut débit depuis 2003. Le rapport prévoit une hausse des dépenses publicitaires sur internet pour atteindre 45% du TCAM entre 2009-2013, réalisant ainsi le taux de croissance le plus élevé de toutes les plateformes du marché de la publicité du Royaume.

Selon Imperium Media, le secteur des télécommunications est le premier investisseur publicitaire au Maroc.

Top ten des annonceurs/investisseurs tous secteurs d'activité confondus

Annonces	Investissement brut (à fin octobre) (en milliers de DH)	Part de marché
Maroc Telecom	443.500	9,50%
Méditel	332.440	7,10%
Wana corporate	300.830	6,40%
Procter & Gamble Maroc	130.560	2,80%
Centrale Laitière	120.090	2,60%
Unilever Maghreb	78.340	1,70%
Coca-Cola	70.260	1,50%
Fromageries Bel Maroc	64.220	1,40%
Lesieur Cristal	58.200	1,20%
Addoha	53.150	1,10%
Total Investissement/Marché	4.684.500	

Source : Imperium.⁴

Selon le *Arab Media Outlook*, le marché publicitaire dans le secteur de la presse écrite demeure relativement restreint au Maroc représentant moins de 15% du total de sa valeur estimé en 2009 à 284 millions USD⁵ soit 198.140.000 EUR. Les télévisions nationales constituent la

¹ *The Report Morocco 2011*; http://books.google.co.uk/books/about/The_Report_Morocco_2011.html?id=ncqqQra-2ToC

² "Le marché publicitaire marocain en 2011 : spécificités et opportunités", *Marketing au Maroc*, 17 janvier 2012. <http://www.marketing-au-maroc.com/le-marche-publicitaire-marocain-en-2011-specificites-et-opportunités/>

³ Boudarham Mohamed, « Télévision. Les milliards de la pub », *Tel Quel*, 08 Mai 2012; <http://www.telquel-online.com/Actualites/Economie/Television-les-milliards-de-la-pub/521>

⁴ Cité in "Investissements publicitaires : la télé en perte de vitesse", 30 novembre 2011, <http://www.leconomiste.com/article/889132-investissements-publicitairesbrla-tele-en-perte-de-marche>

⁵ *Mapping Digital Media : Morocco*, op.cit., p. 65

plateforme publicitaire dominante représentant environ 60% du total des dépenses du marché. Les dépenses publicitaires télévisuelles ont augmenté d'environ 9% en 2009. Une hausse largement due, selon *Arab Media Outlook 2009-2013*¹, au développement du secteur télévisuel marocain. La part des recettes publicitaires du secteur radiophonique maintient son taux de 5% du total du marché réalisé en 2009. Le rapport prévoit l'augmentation de ce taux à 6% sur toute la période de projection 2009-2013.

Selon la SNRT, citée par Maroc Press² la récession marquée en 2011 s'est prolongée durant les quatre premiers mois de l'année 2012 : « Il a enregistré une très forte baisse au cours des quatre premiers mois de l'année 2012 avec un chiffre d'affaires global (hors investissements publicitaires sur le net) qui s'est établi à 1,6 milliard de DH, contre 1,8 milliard à fin avril 2011, soit un plongeon de 12% ! ».

D'après les chiffres communiqués par la régie de la Société nationale de radiodiffusion et de télévision (SNRT), recoupées auprès des professionnels du secteur, les recettes publicitaires de la radio, de la presse et de la télévision à la fois se sont inscrites à la baisse par rapport à 2011. Les plus affectées sont les radios dont le volume de publicité a chuté de 32%, suivies de la presse écrite qui enregistre une baisse de 12% et des télévisions qui perdent 10%. Seul l'affichage tire son épingle du jeu en se permettant une légère hausse de 1%.

D'ailleurs, pour la première fois, ce support devance la télévision en termes d'investissements. En effet, son chiffre d'affaires est passé de 488 millions de dirhams pour les quatre premiers mois de 2011 à 493 millions de dirhams pour la même période en 2012. L'affichage a vu sa part de marché croître de 27% à 31% alors que la télé gagne tout juste un point et arrive à 29% et la presse reste à 25%. Quant à la radio, elle, perd d'un coup 5 points.

Pour le petit écran, généralement non impacté, le recul du chiffre d'affaires s'explique, selon les régies publicitaires, par les coupes dans les budgets de certains annonceurs en raison de la crise économique et de l'attentisme des opérateurs. De plus, selon des professionnels, le marché de la publicité télévisée est actuellement saturé ; le chiffre d'affaires étant réalisé sur un petit nombre d'annonceurs. Aujourd'hui, l'on compte effectivement 150 à 200 annonceurs qui représente 80% du marché ».

¹ *Arab Media Outlook 2009-2013*, Inspiring Local Content, Forecasts and analysis of Traditional and Digital Media in The Arab World, Dubai Press Club, UAE ; <http://www.fas.org/irp/eprint/arabmedia.pdf>

² « [Le marché de la pub boit la tasse : 12% de baisse pour les 4 premiers mois](#) », Maroc Press, 5 juin 2012.

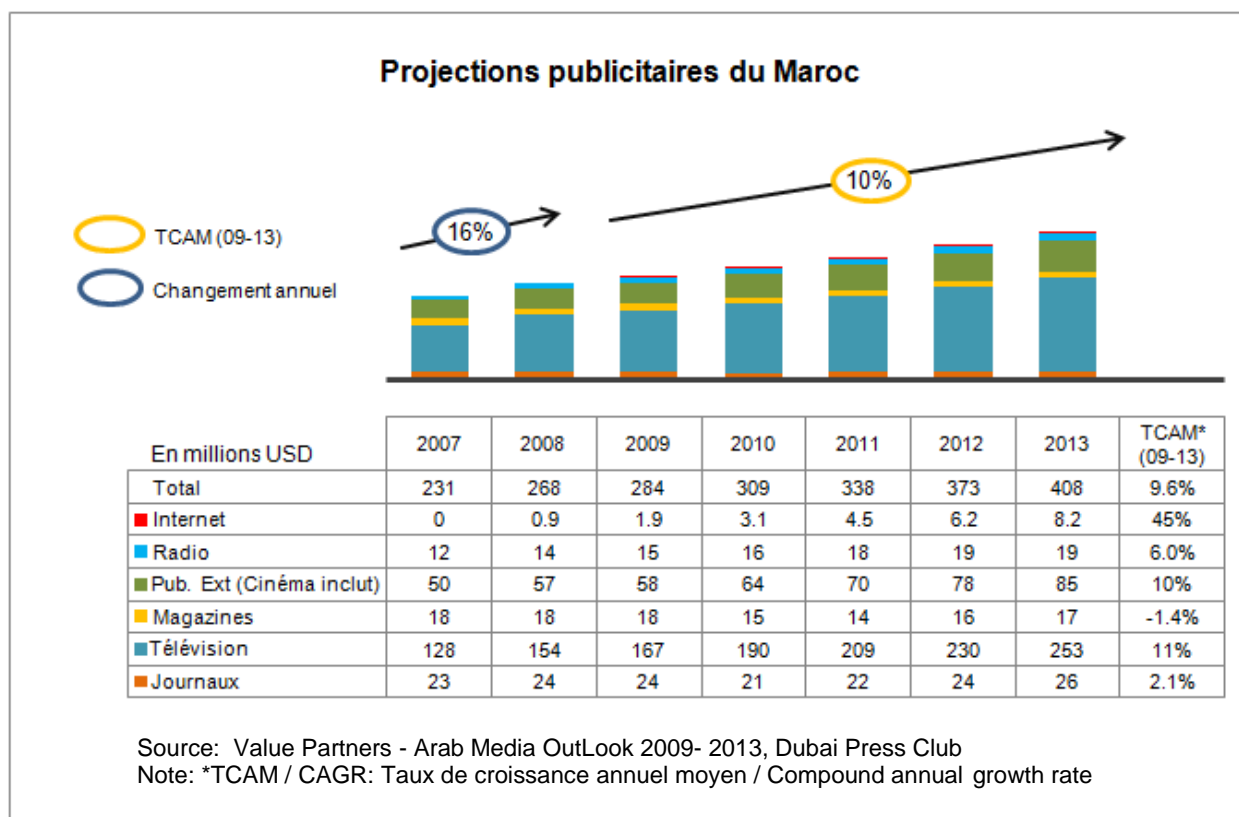
Le marché publicitaire au Maroc (2007-2013)

En millions USD	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TCAM* (09-13)
Journaux	23	24	24	21	22	24	26	2.1%
Télévision	128	154	167	190	209	230	253	11%
Magazines	18	18	18	15	14	16	17	-1.4%
Pub. de l'extérieure (Cinéma inclut)	50	57	58	64	70	78	85	10%
Radio	12	14	15	16	18	19	19	6.0%
Internet	0	0.9	1.9	3.1	4.5	6.2	8.2	45%
Total	231	268	284	309	338	373	408	9.6%

Source: Arab Media OutLook, 2009-2013, Dubai Press Club, 3rd edition, UAE.

La récente évolution du marché publicitaire télévisuel va de paire avec le lancement par Maroc Télécom de l'IPTV en 2006, et l'introduction de la TNT couvrant 77% de la population en juin 2007. Dans le même contexte, la SNRT compte achever sa transition vers le numérique en 2015.

Prenant en considération de tels développements ainsi que l'évolution structurelle du secteur télévisuel marocain, *Arab Media OutLook* prévoit la progression du marché publicitaire télévisuel pour atteindre plus que 10% du TCAM ou CAGR pour la période de projection 2009-2013.



5.8. La réforme des cahiers des charges de la SNRT et de la SOREAD-2M

La question de la réforme du cahier des charges a été la plus débattue et a conduit à la révocation par le Roi du Président de la HACA.

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA), organe de la HACA a adopté, le 29 mars 2012 comme suite à la demande du Chef du Gouvernement, les décisions n13-12 et 14-12 portant approbation des cahiers de charges établis par le Gouvernement et encadrant l'activité de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT) et de la SOREAD-2M.¹

Cette révision des cahiers des charges a immédiatement créé des polémiques, y compris au sein de la majorité gouvernementale et, si l'on en croit la presse, a conduit à l'intervention royale². La révision du cahier des charges comprenait entre autres, l'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard, l'obligation de diffuser les 5 appels à la prière et l'arabisation des émissions sur les chaînes publiques. Les opposants considéraient que la mise en application de ces mesures accompagnée par l'absence de la concurrence de chaînes privées affecte le paysage audiovisuel marocain. En outre, la domination des chaînes satellitaires arabophones fait en sorte que les téléspectateurs marocains désertent les chaînes nationales au profit des chaînes arabophones³. La polémique a conduit à la révocation, le 13 mai 2012, du Président de la HACA, M. Ahmed Ghazali, accusé par les opposants d'avoir trop rapidement accepté les conditions souhaitées par le gouvernement⁴.

A la suite de cette crise le roi a nommé Madame Amina Lemrini Elouahabi comme présidente de la HACA et du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle et M. Jamal Eddine NAJI Directeur Général de la communication audiovisuelle. Après un premier refus en septembre 2012, la HACA a finalement adopté le 15 octobre 2012 les nouveaux cahiers des charges de la SNRT et de la SOREAD-2M tels que proposés par le gouvernement dans une version amendée.

¹ <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/483-le-csca-approuve-les-cahiers-de-charge-de-la-snrt-et-de-soread-2m.html> ; <http://www.maroc.ma/PortailInst/Fr/evenements/Nouveaux+cahiers+des+charges.htm>

² Selon Panorama Maroc, 21 août 2012, "Le dossier de ces cahiers s'est définitivement clôturé suite à l'audience royale accordée à Benkirane, accompagné de son ministre d'Etat Abdallah Baha et de son ministre de la Communication, Mustapha el Khalfi ; au cours de cette rencontre, le roi a émis ses réserves sur certaines dispositions des cahiers des charges, essentiellement la partie réservée à la religion, qui relève des attributions du roi, de même que Mohammed VI a fait part de son désaccord avec la réduction de la part de la programmation consacrée aux programmes en français ; après cette audience, une commission ministérielle avait été mise sur pied, et confiée à l'ancien ministre de la Communication Nabil Benabdallah, actuellement chargé de l'Habitat, pour introduire les amendements sur les points de ces cahiers des charges constituant des différends." <http://www.panoramamaroc.ma/fr/benkirane-et-lentourage-royal-premier-choc-premiers-affrontements/>

³ Latifa Taya, responsable de programme à l'Institut Panos, à Paris. « La réforme audiovisuelle marocaine vivement contestée », par RFI, Zéphyrin Kouadio, 13/04/2012; <http://www.rfi.fr/afrique/20120413-reforme-audiovisuelle-marocaine-vivement-contestee>

⁴ "Ghazali et Reghay limogés de la HACA et remplacés par Amina el Ouahabi et Jamaledine Naji", *Panorama Maroc*, 11 mai 2012, <http://www.panoramamaroc.ma/fr/ghazali-et-reghay-limoges-de-la-haca-et-remplaces-par-amina-el-ouahabi-et-jamaledine-naji/>. Voir également, "Amina Lamrini et Jamal Eddine Naji, nouveaux responsables de la HACA : Les leçons d'un limogeage", *Libération*, 12 mai 2012. , http://www.libe.ma/Amina-Lamrini-et-Jamal-Eddine-Naji-nouveaux-responsables-de-la-HACA-Les-lecons-d-un-limogeage_a27296.html

Selon le communiqué du Ministre de la Communication, M. Mustafa Khalfi¹, « *La décision de la HACA complète la procédure relative à l'élaboration et à l'adoption des cahiers des charges du secteur audiovisuel conformément à l'article 49 de Loi sur la communication audiovisuelle et constitue le fruit d'une synergie et d'une coopération fructueuse entre l'ensemble des intervenants dans ce processus.*

L'article 49 stipule que les cahiers des charges sont établis par le gouvernement, approuvés par la HACA et publiés au "Bulletin officiel".

Grâce à cette décision, a-t-il ajouté, le Maroc dispose dorénavant d'une feuille de route qui permet de promouvoir le secteur de l'audiovisuel public tout en préservant les acquis accumulés au fil des années, d'assurer l'adhésion de tous les acteurs aux efforts tendant à relever les défis de la qualité et de la compétitivité, encourager la créativité, mais aussi valoriser les ressources humaines et mobiliser les ressources financières nécessaires, précisant que ces objectifs ne peuvent être atteints que grâce à l'application efficace des principes de la bonne gouvernance.

Le ministre a indiqué que ces amendements ont mis en exergue les dispositions relatives à la bonne gouvernance, l'éthique et le service public, renforcé celles concernant le pluralisme linguistique et culturel et l'ouverture, et mis en place les mesures adéquates pour une meilleure utilisation des ressources. Les cahiers des charges, a-t-il soutenu, constituent un "acquis" pour le Maroc et une "victoire" pour toutes les composantes du secteur audiovisuel dans leur mission de service public, précisant qu'il s'agit d'un premier pas qui sera suivi d'autres réalisations, notamment la conclusion d'un nouveau contrat-programme avec la SNRT et la société Soread-2M, le soutien et la promotion de la production et l'amélioration de la qualité, ainsi que l'harmonisation de la formation en fonction des besoins du secteur. »

5.9. Les propositions de la loi de finances pour 2013

Le gouvernement prévoit d'élaborer le troisième contrat programme liant l'Etat à la SNRT et à la Soread-2M, et ce dans le respect des dispositions de nouveaux cahiers de charges en cours de mise en œuvre, selon la note de présentation de la loi de Finances 2013, dont les grandes lignes ont été présentée, le 20 octobre 2012 en séance plénière, par le ministre de l'Economie et des Finances, Nizar Baraka, devant les deux Chambres du Parlement.²

5.9.1. Situation financière et bilan des réalisations de la SNRT pour 2011

Selon le *Rapport sur le secteur des établissements et entreprises publics* accompagnant le projet de loi de finances 2013, le déficit d'exploitation de la SNRT en 2011 était de 173 millions MAD et le résultat courant déficitaire était de 176 millions MAD.

Le Contrat Programme Etat-SNRT au titre de la période 2009-2011, avait pour principaux objectifs:

¹<http://www.mincom.gov.ma/fr/a-la-une/item/656-la-haca-approuve-les-amendements-apportes-par-le-gouvernement-aux-cahiers-des-charges-de-la-snrt-et-de-la-soread-2m.html>

²« Audiovisuel. Elaboration du 3e contrat programme », *Le Matin*, 3 octobre 2012, <http://www.lematin.ma/express/Audiovisuel-Elaboration-du-3e-contrat-programme/173243.html>. Documents et rapports accompagnant le Projet de la Loi de Finances 2013 déposés auprès des deux chambres du parlement le 20 Octobre 2012 http://www.finances.gov.ma/portal/page?_pageid=53.18176064&_dad=portal&_schema=PORTAL

- la continuité de sa mission de service public, en matière d'information, d'éducation et de divertissement, ciblant l'ensemble de la société marocaine ;
- le maintien de sa position de leader dans le développement de la diffusion et la télédiffusion assurant un contrepoids à la prééminence du satellite ;
- la consolidation et le renforcement de la couverture télévisuelle nationale par la numérisation du réseau ;
- l'amélioration de la gouvernance et du système d'information et de gestion.

Le bilan des réalisations en 2011 fait ressortir les principaux résultats physiques suivants :

- la diffusion de plus de 43.723 heures d'antenne en télévision (contre 47.000 heures prévues dans le contrat programme) et de 58.723 heures pour le service de radiodiffusion (contre 52.000 heures prévues dans le contrat programme) ;
- la diffusion de 33 heures 30 minutes en production nationale, en première diffusion, sur l'ensemble des chaînes de télévision (contre 28 heures prévues dans le contrat-programme) ;
- la consolidation des scores d'audience (plus d'un sur 3 ont regardé Al Oula en 2011) ;
- la modernisation et la numérisation des moyens de production, de transmission et de diffusion.

L'évaluation de l'exécution du contrat programme Etat-SNRT 2009-2011 montre que, globalement, les différents engagements réciproques ont été honorés.

Les actions relatives à l'amélioration de la gouvernance et du système de contrôle interne ainsi qu'à la restructuration des effectifs se poursuivront.

5.9.2. Les réalisations et la situation financière de la SOREAD-2M pour 2011

Concernant SOREAD-2M et conformément aux dispositions de la loi n° 77-03 relative à l'audiovisuel, l'Etat a conclu avec la SOREAD-2M un contrat programme au titre de la période 2010-2012 dont les principaux objectifs sont les suivants :

- la continuité du service de communication audiovisuelle pour la satisfaction des besoins de culture, d'éducation, d'information et de divertissement du public ;
- la contribution au développement de la production audiovisuelle nationale ;
- l'amélioration de la gouvernance de la société, la rationalisation des charges d'exploitation et l'optimisation des investissements ;
- la réalisation d'une opération de départs volontaires pour un coût estimé à 60 MAD.

Les principales réalisations à fin 2011 se présentent comme suit :

- la stabilisation de la part d'audience de 2M TV autour de 24,8% avec une amélioration de 0,8 point par rapport à 2010 ;
- l'accroissement de 2,7% du nombre d'heures de production nationale, en première diffusion, de 1.868 heures contre 1.818 heures en 2010 ;
- la progression de la quote-part de la production nationale de 14% en passant à 61% du temps global d'antenne en 2011 contre 47% en 2010 ;
- l'engagement, en coûts externes, de 114 MAD pour la production de 8 téléfilms marocains, 3 feuilletons et séries, 6 longs métrages nationaux et autres programmes (y compris documentaires et Magazines).

Concernant la situation financière de la société, les états de synthèse au titre de 2011 font ressortir les constats suivants :

- un chiffre d'affaires publicitaire de 571 MAD contre 636 MAD en 2010 (-11,5%) ;
- un résultat net de -121,8 MAD contre -38,6 MAD en 2010 ;
- une valeur ajoutée de 252,5 MAD contre 317 MAD en 2010 (-20,5%) ;
- une capacité d'autofinancement de -122 MAD contre 28 MAD en 2010 ;
- une masse bilancielle de 864 MAD contre 902 MAD en 2010 (-4,2%) ;
- une trésorerie passive de 144 MAD contre 134 MAD en 2010 soit une aggravation de 8%.

A signaler qu'en 2012, le Conseil d'Administration de SOREAD-2M a décidé la capitalisation des avances de l'Etat comptabilisées auparavant au compte courant associés. Par ailleurs de nouveaux contrats programmes sont en cours d'élaboration entre l'Etat et les deux sociétés sur la base des nouveaux cahiers de charge en vue de renforcer la synergie du Pôle public et améliorer sa viabilité financière et sa gouvernance et lui permettre de mettre en œuvre les engagements desdits cahiers de charges.

5.9.3. Dotation prévue pour le Fonds de promotion du paysage audiovisuel en 2013

La dotation prévue pour le Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national est de 370 millions MAD.

5.10. La production audiovisuelle indépendante au Maroc

Bien que parfois évoquée, la création d'un fonds d'aide aux œuvres audiovisuelles n'a pour l'instant pas encore vu le jour. Toutefois, le secteur de la production indépendante s'est développé au Maroc depuis une dizaine d'années.¹ En 2005, le nombre de sociétés de production indépendantes était de 57² et se sont multipliées dans les années suivantes. En 2012, l'Association des entreprises du secteur audiovisuel (ASESA) estime qu'une mosaïque composée de 108 à 250 sociétés de production existent au Maroc, dont 20 à 30 réellement structurées. Selon la même source, les effectifs de ces sociétés varient selon leurs activités employant de 5 à 60 personnes, pour un total évalué entre 450 et 600 personnes (*valeurs extrapolées des déclarations des producteurs interrogés par l'ASESA*).³

5.10.1. Association des entreprises du secteur audiovisuel (ASESA) :

Constitution et Objet

L'ASESA (Association des entreprises du secteur audiovisuel) s'est constituée autour des principales sociétés de production du Maroc. Elle a pour objet de :

- Fédérer les producteurs audiovisuels et cinématographiques autour de leur profession ;
- Valoriser la mise en place d'une économie de l'audiovisuel au Maroc ;

¹ « Le Maroc nouvel Eldorado de la production audiovisuelle ? », *Bladi.net*, 3 février 2007, <http://www.bladi.net/le-maroc-nouvel-eldorado-de-la-production-audiovisuelle.html>

² *Les conditions de développement de l'industrie audiovisuelle au Maroc*, ASESA, 2005, cité in Les industries créatives au Maroc, UNESCO, 2009. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002146/214643f.pdf>

³ Documents et données qui nous ont été fournis par l'Association des entreprises du secteur audiovisuel (ASESA) lors de notre mission de collecte de données au Maroc (juin 2012).

- Sensibiliser les institutions à la création de Fonds de soutien à la production audiovisuelle et cinématographique ;
- Favoriser la diffusion des œuvres audiovisuelles nationales.

En 2012, selon les données de l'ASESA¹, le secteur privé de la production audiovisuelle comprend une mosaïque allant de 108 à 250 sociétés dont 20 à 30 réellement structurées. L'ASESA en distingue deux niveaux : en termes d'activité et de genre.

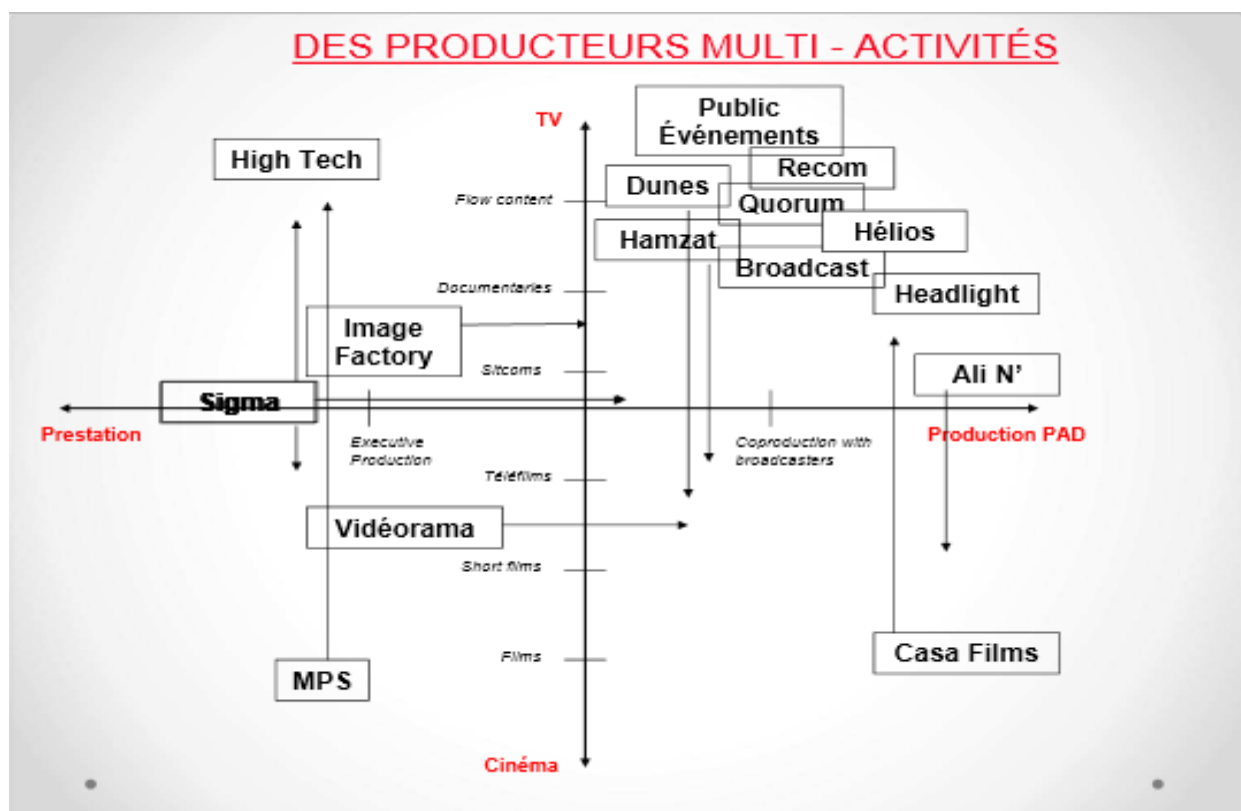
➤ *En termes d'activité :*

- Les sociétés mixtes « cinéma et audiovisuel TV »
- Les sociétés à dominante TV
- Les sociétés mixtes »prestation technique/production TV »
- Les sociétés mixtes » prestation technique/production cinématographique »

➤ *En termes de genre :*

- La plupart des sociétés sont multi-genres au niveau de leur activité TV. Certaines néanmoins excluent la fiction comme étant une activité trop spécifique. La plupart des sociétés intervient à la fois en :
 - Production télévisuelle,
 - Publicité
 - Films institutionnels (diffusés ou non en TV)

Le graphique suivant élaboré par le producteur Mostapha Mellouk est susceptible de nous renseigner davantage sur l'hétérogénéité des activités des producteurs marocains.



Source : Mostapha Mellouk, « Pour une industrie audiovisuelle à la hauteur des aspirations des populations arabes », 1^{ère} Conférence Régionale du Programme Euromed Audiovisuel III, Tunis, (14-15 novembre 2011), <http://www.euromedaudiovisuel.net/Files/2012/02/08/1328712553172.pdf>

¹ Données et documents qui nous ont été fournis par l'ASESA lors de notre collecte de données au Maroc, juin 2012.

Selon le producteur Mostapha Mellouk¹, le secteur de la production audiovisuelle marocaine présente des points de forces (des relations interpersonnelles de confiance, une mise en œuvre progressive de relations contractuelles) mais il en liste également les faiblesses :

- Manque de clarté dans les circuits et les critères de décision
- Besoins des chaînes mal identifiés et rarement exprimés par des procédures écrites
- Contrats types souvent inadaptés
- Manque de procédures dans l'exécution : signature – production – paiement

Société	Adhérent
QUORUM	Saif MESTARI
RECOM	Farid BENYAKHLEF
SIGMA TECHNOLOGIE	Frank BEUGNIET Dino SEBTI
BROADCAST PRODUCTIONS	Abdellatif AFOUD
HEAD LIGHT PROD	Amina BENJELLOUN
HIGH TECH VISION	Hakim MASBAHI
M PROD	Aberrahim MAJD
HELIOS PRODUCTION	Karim ACHARKI
MEDIATION	Stéphane ANDRE
MPS	Sarim FASSI FIHRI
NINA PRODUCTION	Rajaâ CHRAIBI
PERFECT PRODUCTION	Rajaâ HASSANI
VIDEORAMA	Mly Ahmed BELGHITI
MEDIA & COMMUNICATION DEVELOPMENT	Mustapha MELLOUK
UNIVERS STUDIO	Ali CHATT
PUBLIC EVENEMENT PROD	Othman BENABDELJELIL
ESPACE CINEMATOGRAPHIQUE CHAKIB FILM	Mustapha KHAYAT
IMAGE FACTORY	Mohamed RIZKI
STUDIO HM	Abdelmalik HOUNAIN

Les chiffres d'affaires

Des chiffres d'affaires compris entre 2 et 18 millions de MAD/société, pour un total évalué entre 100 et 200 millions de MAD/an (valeurs extrapolées des déclarations des producteurs interrogés)².

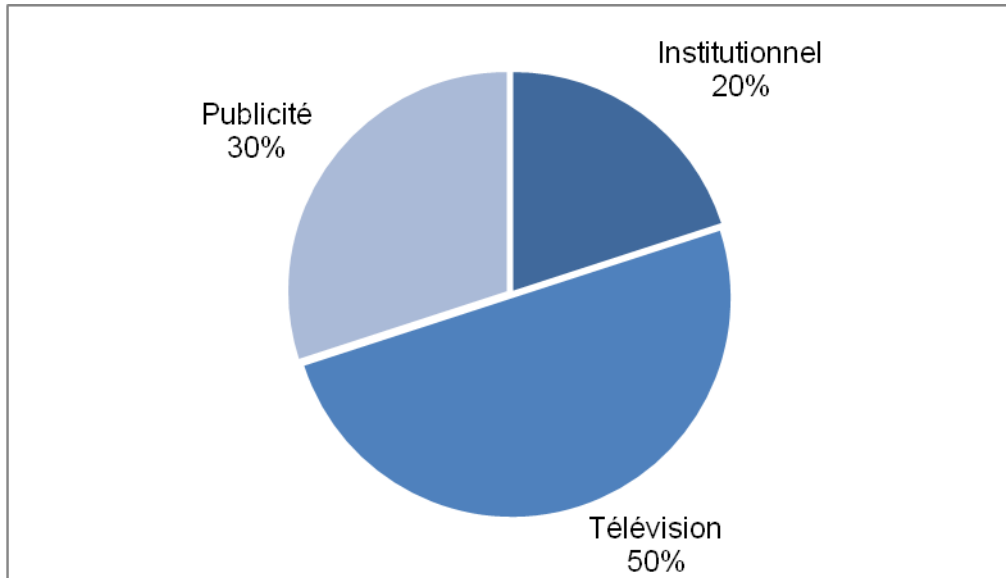
¹ M. MELLOUK, « Pour une industrie audiovisuelle à la hauteur des aspirations des populations arabes », Présentation à la Conférence Euromed Audiovisuel, 14-15 novembre 2011, <http://www.euromedaudiovisuel.net/Files/2012/02/08/1328712553172.pdf>

² Ibid

La part du chiffre d'affaires issue de la production télévisée est variable selon les activités des sociétés :

- Pour les sociétés mixtes (cinéma/TV) : de 50 à 100% selon les années
- Pour les sociétés mixtes prestation/production TV : de 15 à 75% selon les années.

La ventilation du chiffre d'affaires en termes de genres au sein des activités de production audiovisuelle peut être en moyenne, selon l'ASESA, schématisée comme suit :



Source : ASESA 2012

Une ventilation qui évolue au fil du temps : les sociétés de production audiovisuelle les plus anciennes consacrent la quasi-totalité de leur activité à la production télévisuelle.

Le tableau suivant, élaboré par l'ASESA, fait état de la chaîne de valeur de l'audiovisuel reposant sur un secteur d'activité hétérogène

		En millions MAD	
		Hyp. basse	Hyp. haute
TV			
	Budget RTM	831	831
	<i>dont publicité</i>	110	110
	<i>dont subvention/budget de l'Etat</i>	721	721
	Budget 2M	573	573
	<i>dont publicité</i>	440	440
	<i>dont subvention/budget de l'Etat</i>	133	133
Radio			
	CA pub Medi 1	85	85
	CA autres radios	15	15
	Fabrication pub radio	8	8
Hardware			
	CA ventes équipements de réception	630	630
Publicité			
	CA agences TV	91	114
	CA régies TV	45	45
	Communication AV institutionnelle	18	18
Cinéma			
	Fonds de soutien production cinéma	30	30
	Entrées cinéma payées	97	97
	Musique	p.m	p.m
Informel			
	Abonnements TV à péage	282	564
	Ventes et locations CD/DVD	282	564
International			
	Tournages et prestations marchés extérieurs	500	970
	Productions vendues à l'international	0	0

Source: Document ASESA, juin 2012

Secteur de l'audiovisuel valorisé entre 3,4 et 4,5 milliards MAD/an				
Répartition de la valeur créée	MMAD		en %	
Valeur créée par l'activité nationale des médias	2 423	2 446	69%	54%
Valeur créée sur le marché parallèle	564	1 128	16%	25%
Valeur créée sur le marché international	500	970	14%	21%
Total de la valeur créée	3 487	4 544	100%	100%

Source : ASESA, juin 2012

5.10.2. Association des créateurs et des professionnels de l'audiovisuel (ACPAV)

Créée en novembre 2011 dans le cadre du dynamisme que connaît le Maroc dans le secteur de l'Audiovisuel, l'Association des créateurs et des professionnels de l'audiovisuel s'est tracée plusieurs objectifs afin d'offrir un espace adéquat pour tout créateur, artiste et technicien exerçant dans le domaine. Ses objectifs sont nombreux et suscitent une bonne étude de tous les problèmes que rencontrent les professionnels et créateurs dans leur exercice¹.

Ses aspirations sont multiples et rentrent dans le cadre des changements que traverse le secteur avec l'avènement des nouveaux cahiers de charges, dont leur application est son premier souci, entre autres ses nombreux points à débattre et à mettre à niveau.

En plus des nombreux points à débattre et des mises à niveau, l'ACPAV veut installer une synergie entre les différentes compétences en matière audiovisuelle, tout en œuvrant au respect de la déontologie du secteur et la recherche d'une meilleure qualité concernant les produits proposés. Les idées et projets de l'ACPAV, en dehors de leur soutien aux professionnels et créateurs, sont à même de contribuer au développement du pays sur le plan social, économique, culturel, sportif et artistique².

Avec le soutien de l'Association marocaine des droits du téléspectateur et l'Union des sociétés de production de l'audiovisuel, l'ACPAV a décidé, le 26 décembre 2012, de lancer un communiqué sur la crise du secteur de l'audiovisuel et les souffrances que subissent ses hommes et ses femmes³.

« Dans le communiqué, nous avons pointé du doigt l'ensemble des autorités de tutelle chargées de gérer ce secteur. Nous les appelons, ainsi, à assumer pleinement leurs responsabilités pour mettre fin à la situation de mort clinique qui caractérise le secteur, et ce par la mise en application de toutes les dispositions juridiques propres à promouvoir la qualité, à faire respecter les principes de la transparence, de l'égalité des chances, de la pluralité culturelle, de la liberté créative et de l'ouverture linguistique et culturelle », souligne Abdelmalik Hounain, président de l'ACPAV⁴.

5.10.4 Projet de portail dédié au dépôt des projets des sociétés de production⁵

La création d'un portail dédié au dépôt des projets des sociétés de production constitue le début pour l'ancrage de la gouvernance au sein du pôle public, a considéré mardi le ministre de la Communication, porte-parole du Gouvernement, Mustapha Khalfi.

¹ Ouafaâ Bennani, « Rencontre du bureau de l'Association des créateurs et des professionnels de l'audiovisuel au Maroc : Communiquer avec les médias pour mieux se faire connaître », LE MATIN, 26 Septembre 2012, <http://www.lematin.ma/journal/rencontre-du-bureau-de-l-association-des-createurs-et-des-professionnels-de-l-audiovisuel-au-maroc-communicer-avec-les-medias-pour-mieux-se-faire-connaître-/171986.html>

² Ibid.

³ Ouafaâ Bennani, « Association des créateurs et des professionnels de l'audiovisuel au Maroc : Les professionnels de l'audiovisuel se mobilisent pour améliorer leur situation », LE MATIN, 26 Décembre 2012, <http://www.lematin.ma/journal/association-des-createurs-et-des-professionnels-de-l-audiovisuel-au-maroc-les-professionnels-de-l-audiovisuel-se-mobilisent-pour-améliorer-leur-situation-/175894.html>

⁴ Ibid.

⁵ Projet de portail dédié au dépôt des projets des sociétés de production, 05/02/2013, <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/849-projet-de-portail-d%C3%A9di%C3%A9-au-d%C3%A9p%C3%B4t-des-projets-des-soci%C3%A9t%C3%A9s-de-production.html>

Le ministre, qui répondait à une question orale à la Chambre des conseillers sur la gouvernance au sein des médias audiovisuels publics, a souligné que ce chantier a été bel et bien mis sur les rails, à travers, à la fois, le lancement de ce portail et la détermination des conditions des appels à candidature, de transparence et d'égalité des chances.

Ces mesures concernent également l'activation des structures de gouvernance (comités de suivi du contrat-programme, du régime indemnitaire et des investissements) et le travail pour la mise en œuvre de 15 recommandations de l'Inspection générale des finances relatives au régime des achats, à la structuration et à la relation avec les sociétés de production, entre autres.

Pour ce qui est de la production extérieure (séries et documentaires...), dont le budget atteint 500 millions de dirhams, le ministre a précisé qu'elle est désormais soumise à la procédure d'appel à candidature et à la libre compétition, dans le cadre de la mise en application du principe de la gouvernance¹.

¹ Ibid.



6. LA MESURE DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES DE TÉLÉVISION : MAROCMÉTRIE¹

Avec la mise en place de l'outil de mesure d'audience des médias Marocmétrie, le Maroc est considéré comme un pays pionnier en Afrique et dans le monde arabe. En 2011, Marocmétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 25,4 millions de MAD (2,3 millions EUR).

6.1. Caractéristiques du dispositif Marocmétrie

Marocmétrie assure depuis le 28 mars 2008 la mesure de référence de l'audience de la télévision au Maroc. Pour cela, le dispositif Marocmétrie repose sur un panel de foyers. Le panel Marocmétrie est représentatif de la population marocaine équipée en téléviseur, urbaine et rurale. Au 1er janvier 2012, le panel Marocmétrie est composé de 3 784 individus âgés de 5 ans et plus vivant dans 769 foyers. Marocmétrie installe dans chaque foyer panéliste, un ou plusieurs audimètres munis de télécommandes à touches individuelles. Ceux-ci permettent de déterminer automatiquement si la télévision est ON/ OFF et la chaîne regardée.

6.2. Structure du capital

Le capital de Marocmétrie est partagé par les actionnaires selon la répartition suivante :

- Médiamétrie (62%)²
- CSA France (3%)
- LMS-CSA (15%)
- Personnes physiques (20%)

6.3. Mission de Marocmétrie

La mission de Marocmétrie consiste à mesurer l'audience TV 24H/24 et 7 jours/7 des chaînes objet du contrat avec le CIAUMED³, dont la tâche est le suivi et le contrôle de la mesure des médias audiovisuels.

Marocmétrie se base sur le savoir faire de plus de 25 ans de Médiamétrie- la référence en France de la mesure d'audience TV, Radio et Internet- sur la technologie du Watermarking⁴ et sur la maîtrise du travail sur le terrain de l'Institut de Sondage Marocain LMS-CSA.

¹ <http://www.marocmetrie.ma/>

² En juin 2012, Médiamétrie ancien actionnaire de Marocmétrie à hauteur de 34%, monte au capital de l'entreprise Marocmétrie à hauteur de 62% par le rachat d'une partie du capital (28%) détenue par CSA, l'institut d'études multi-spécialiste filiale du Groupe Bolloré depuis 2006. L'institut CSA et LMS-CSA (l'une des principales sociétés d'études de marché au Maroc) restent au capital de Marocmétrie aux côtés de Médiamétrie. Voir : Médiamétrie devient actionnaire majoritaire de Marocmétrie, 26/06/2012, [http:// www.boursier.com](http://www.boursier.com)

³ Rassemblant l'ensemble de la profession, le CIAUMED est le propriétaire des résultats de Marocmétrie. Le CIAUMED est un groupement d'intérêt économique qui rassemble : Les chaînes de télévision et leurs régies, le GAM (Groupement des Annonceurs Marocains, et L'UACC (Union des Agences Conseils en Communication).

⁴ Le "Watermarking audio" consiste à dissimuler au sein d'un contenu audio une marque qui peut être ensuite retrouvée lors de la réception quelque soit le moyen de transmission- terrestre- satellite, câble, ADSL, analogique,

Marocmétric réalise également, trois fois par an, une mesure d'audience par questionnaire « Intermétrie » auprès de 3333 individus représentatifs de la population marocaine dans sa totalité.

6.4. Indicateurs d'audience

- Durée d'écoute par individu : moyenne du temps passé à regarder la télévision (quelle que soit la chaîne) par l'ensemble des individus qui composent la population étudiée.
- Durée d'écoute par téléspectateur : moyenne du temps passé à regarder la télévision (quelle que soit la chaîne) par l'ensemble des téléspectateurs (personnes regardant la télévision).

6.5. Règles de diffusion

Toute diffusion de résultats fournis devra respecter les règles suivantes, quel qu'en soit le mode de diffusion (y compris par voie orale) :

- Toute référence aux résultats devra être accompagnée de :
La mention «Résultats d'audience Marocmétric, tous droits réservés par CIAUMED, reproduction et diffusion interdites sauf autorisation», Ainsi que des autres précisions nécessaires pour la bonne intelligibilité des résultats diffusés : période de recueil ou d'enquête, nature précise du ou des indicateurs, critères, tranches horaires, population, etc.
- La présentation des résultats ne devra pas être de nature à induire en erreur celui ou ceux à qui ils sont diffusés. Les résultats ne devront être reproduits que dans des conditions permettant à un lecteur, ou un auditeur d'attention et de niveau d'éducation moyen, de comprendre le sens et la portée desdits résultats. Ces résultats ne pourront être rapprochés qu'avec des résultats issus de la même source et directement comparables (mêmes indicateurs, même période ou période antérieure comparable, même population/ cible...)¹.

6.6. Émission spéciale du mercredi 6 juin 2012

La mise en place du dispositif de mesure de l'audience Marocmétric est considérée comme l'un des grands acquis de la restructuration du marché télévisuel au Maroc. Par conséquent, l'obtention de données quasi exactes sur l'audimat des différentes chaînes marocaines et/ou des grands *talk-shows* et des événements diffusés est désormais possible.

A titre d'exemple, les résultats d'audience annoncée par Marocmétric concernant l'émission spéciale invitant le Chef du gouvernement Abdelilah Benkirane à s'expliquer sur les récentes hausses des prix du carburant le mercredi 6 juin 2012, a fait la une de la presse marocaine. Tel que souligné dans le communiqué de presse de Marocmétric, l'émission spéciale retransmise en directe avec le chef du gouvernement sur les deux chaînes Al Aoula et 2M a rassemblé 6.991.000 téléspectateurs de 5 ans au cumul des 2 chaînes.

numérique- et l'équipement de réception. Pour l'audimétrie, la marque contient l'identifiant de la chaîne. Source : Documents fournis par Marocmétric lors de notre mission de collecte de données effectuée au Maroc (24-29 juin 2012).

¹Marocmétric / Centre Interprofessionnel d'Audimétrie CIAUMED, Communiqué de presse hebdomadaire, chiffres clés d'audience TV du 20 au 26 juin 2012.

Date	Chaînes mesurées	Nombre de téléspectateurs cumulés
Mercredi 6 juin 2012	Al Aoula	3.307.000
	2M	5.339.000
	Al Aoula + 2M	6.991.000

En moyenne par seconde, 3.518.000 personnes de plus de 5 ans étaient devant l'émission, au total des 2 chaînes Al Oula et 2 M, avec une part d'audience de 40%.

Date	Chaînes mesurées	Nombre de téléspectateurs	PDA %
Mercredi 6 juin 2012	Al Aoula + 2M	3.518.000	40%

L'audience reste proche entre les cibles, avec une audience légèrement supérieure en milieu rural et auprès des hommes.

Date	Chaînes mesurées	Cible	PDA %
Mercredi 6 juin 2012	Al Aoula + 2M	Milieu urbain	39.9%
		Milieu rural	40.3%
		Hommes	42.1%
		Femmes	38.5%

NB : au total des 2 chaînes, sur la tranche horaire 21 :45 :50 – 22 :42 :24

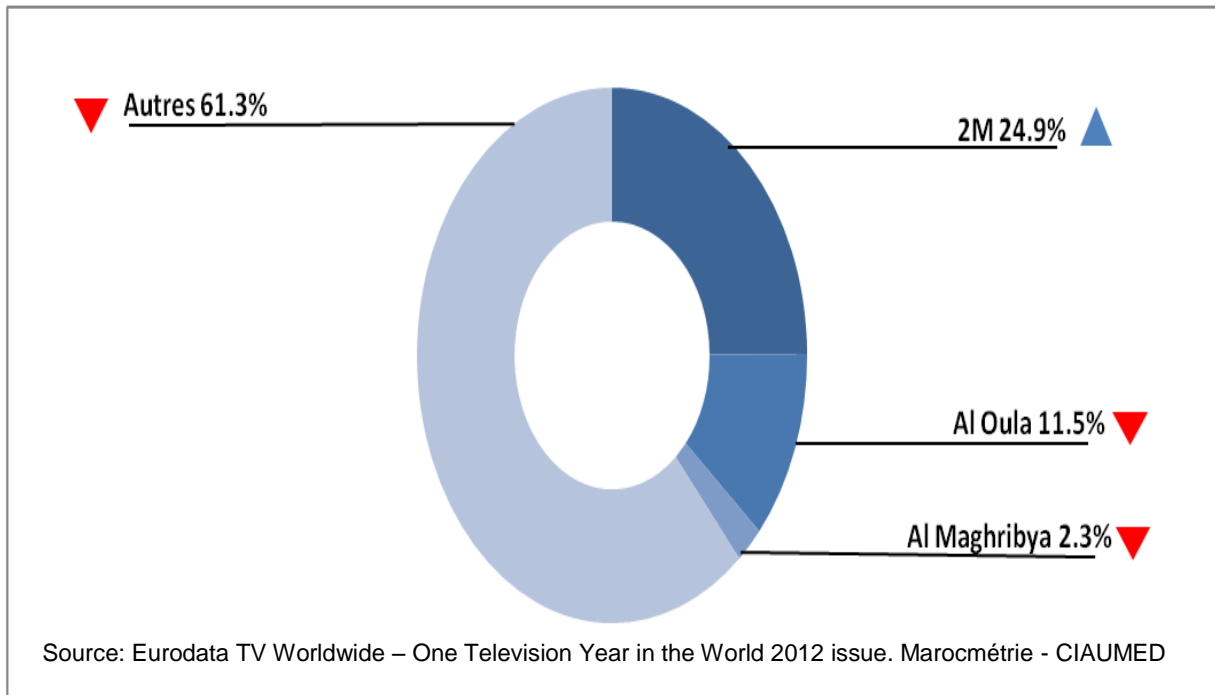
6.7. Panels annuel/ mensuel de mesure d'audience

Le système marocain de mesure d'audience moderne, basé sur l'audimétrie, comme c'est le cas dans la plupart des pays occidentaux et dans certains pays arabes (notamment la Jordanie et le Liban), nous permet de dresser un panorama de données statistiques de la réception télévisuelle dans le Royaume.

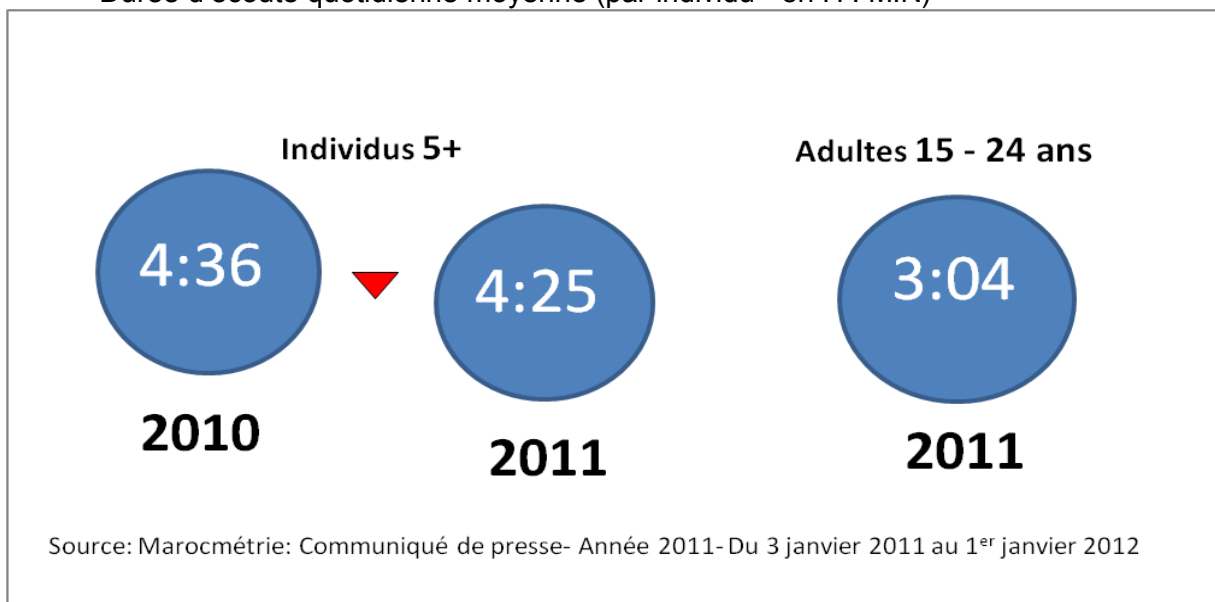
Caractéristiques du panel 2011

Basé sur :	Période:	Distribution TV (% d'individus):	Transition analogique terrestre:
Total individus 5+	3 janv. 2011- 1 ^{er} janv.2012	Satellite + IPTV: 75%	S'achèvera-en :
		Source: Establishment Survey 2009 basé sur 4, 248,975 Foyers TV	Juin 2015 pour l'UHF
Taille de l'univers :	Lun-Dim/ 03:00-27:00		Juin 2020 pour le VHF
26, 263,000	Région:		Mesure de l'audience différée
(5, 263,000 Foyers TV)	Nationale (urbaine et rurale)		Non
Taille du panel :	Instrument utilisé:		Mesure de l'audience des invités
3,750	People meter (depuis 2008)		Oui
(758 Foyers TV)			Mesure de l'audience de la TNT:
à partir du 1 ^{er} septembre 2011			Oui (depuis mars 2008)
Source: Eurodata TV Worldwide - One Television Year in the World 2012 issue Marocmétrie – CIAUMED			

- Parts d'audience des principales chaînes en 2011 (basées sur l'ensemble de la journée)



- Durée d'écoute quotidienne moyenne (par individu - en H : MIN)



Année 2011- Du 03 janvier 2011 au 1^{er} janvier 2012
Durée d'écoute de la télévision

Durée d'écoute par individu *

Durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu en heures et en minutes

Jour moyen Lundi / Dimanche - de 3H à 27H

	Durée d'écoute (en H MIN) Comparaison 2011 / 2010		Durée d'écoute (en H MIN) Détail par période de l'année 2011				
	Année 2011 *	Année 2010 *	Janv.-Fév. 2011*	Mars-Avril-Mai 2011 *	Juin-Juil-2011 *	Ramadan 2011 *	Sep-Oct.-Nov.-Déc. 2011 *
	Par foyer	7H 53MIN	7H 45MIN	8H 10MIN	8H 12MIN	7H 10MIN	8H 41MIN
Individus 5 ans et plus	3H 19MIN	3H 16MIN	3H 27MIN	3H 27MIN	2H 46MIN	3H 50MIN	3H 20MIN
Enfants 5 - 14 ans	3H 19MIN	3H 16MIN	3H 26MIN	3H 26MIN	2H 51MIN	4H 00MIN	3H 16MIN
Jeunes 15-24 ans	3H 04MIN	3H 04MIN	3H 13MIN	3H 07MIN	2H 34MIN	3H 48MIN	3H 03MIN
Femmes 15 ans et plus	3H 38MIN	3H 32MIN	3H 43MIN	3H 45MIN	2H 59MIN	4H 06MIN	3H 45MIN
Hommes 15 ans et plus	3H 00MIN	3H 00MIN	3H 12MIN	3H 08MIN	2H 29MIN	3H 30MIN	2H 57MIN
Actifs 5 ans et plus	2H 43MIN	2H 46MIN	2H 50MIN	2H 48MIN	2H 11MIN	3H 15MIN	2H 45MIN
Urbains 5 ans et plus	3H 52MIN	3H 47MIN	4H 01MIN	3H 56MIN	3H 15MIN	4H 21MIN	3H 55MIN
Ruraux 5 ans et plus	2H 39MIN	2H 33MIN	2H 46MIN	2H 49MIN	2H 09MIN	3H 13MIN	2H 37MIN

Exemple d'interprétation : Sur l'année 2011, un individu âgé de 5 ans ou plus regarde en moyenne par jour la TV pendant 3 heures et 19 minutes. De plus, la durée d'écoute quotidienne par foyer est en moyenne de 7 heures et 53 minutes, c'est-à-dire qu'il y a en moyenne par jour et par foyer au moins un téléviseur allumé pendant 7 heures et 53 minutes.

Durée d'écoute par téléspectateur

Durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu en heures et en minutes

Jour moyen Lundi / Dimanche - de 3H à 27H

Comparaison 2011 / 2010	
Année 2011 *	Année 2010 *
Individus 5 ans et plus 4H 36MIN	4h 25MIN

Exemple d'interprétation : Sur l'année 2011, un téléspectateur âgé de 5 ans ou plus regarde en moyenne par jour la TV pendant 4 heures et 36 minutes versus 4 heures et 25 minutes en 2010.

Source : MAROCMETRIE, Tous Droits réservés par CIAUMED, Reproduction et diffusion interdites sauf autorisation, commercialisation exclusive par MAROCMETRIE. Reproduit avec l'accord courtois de Marocmétré.

Palmarès global de l'année 2011

Les remarques ci-dessous sont valables pour l'ensemble des palmarès. Les chaînes nationales étudiées sont Al Aoula et 2M.

Le classement des émissions est fait sur la base de leurs nombres de téléspectateurs.

IMPORTANT : Dans le cas d'une émission récurrente ou diffusée plusieurs fois, seule entre dans le palmarès la diffusion dont l'audience est la meilleure.

Par exemple pour une série diffusée chaque jour, on ne gardera que l'épisode qui a enregistré la meilleure audience.

Top 20 de la chaîne Al Aoula

Programme	Libellé complémentaire / Genre	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)	Date de diffusion	Horaire de début
1 LALLA LAAROSSA	VARIETE DIVERTISSEMENT	5 146 000	50,4	vendredi 20 mai 2011	21 h 52 min 34 s
2 COMEDIA 4	COMPETITION JEUNES COMEDIENS	5 000 000	49,4	vendredi 6 mai 2011	22 h 6 min 43 s
3 METEO	PRESENTATRICE : LOUBNA BEN ERRAMI	4 652 000	40,9	vendredi 11 mars 2011	21 h 14 min 22 s
4 MOUDAWALA	MAGAZINE DE FAITS DE SOCIETE (SUJET : QADAYA AL JONH)	4 216 000	42,2	dimanche 1 mai 2011	21 h 59 min 0 s
5 AICHA	TELEFILM MAROCAIN	4 180 000	40,2	mercredi 23 mars 2011	21 h 33 min 55 s
6 SALEM WA SOUILEM	TELEFILM MAROCAIN	3 975 000	38,8	mercredi 16 mars 2011	21 h 41 min 47 s
7 JOURNAL TELEVISE EN ARABE	PRESENTATEUR : MOHAMMED RADI ELLAYLI	3 930 000	36,5	vendredi 11 mars 2011	20 h 30 min 15 s
8 45 DAKIKA	MAGAZINE DE FAIT DE SOCIETE (SUJET : MARRAKECH AL HAMRAE AL KHAMI)	3 834 000	44,6	dimanche 15 mai 2011	22 h 0 min 8 s
9 SADA AL JABAL	TELEFILM MAROCAIN	3 806 000	39,6	mercredi 30 mars 2011	21 h 48 min 59 s
10 SOIREE AL OULA	VARIETE DIVERTISSEMENT (BEST OF)	3 804 000	46,0	vendredi 9 décembre 2011	21 h 47 min 21 s
11 M ME TAJA	SERIE MAROCAINE	3 782 000	38,5	jeudi 10 mars 2011	21 h 56 min 48 s
12 MEN DAR LDAR	SERIE MAROCAINE	3 525 000	32,4	jeudi 3 février 2011	21 h 13 min 11 s
13 TIFL AL QOMAMA	COURT METRAGE MAROCAIN	3 418 000	33,9	mercredi 2 février 2011	21 h 28 min 0 s
14 AWLAD CHAMSS	COURT METRAGE MAROCAIN	3 396 000	33,6	mercredi 2 février 2012	21 h 46 min 38 s
15 AGHANI MIN SAHARAT LALLA LAAROSSA	VARIETE DIVERTISSEMENT	3 324 000	35,3	vendredi 30 décembre 2011	21 h 28 min 15 s
16 COMEDIA SHOW	VARIETE DIVERTISSEMENT	3 208 000	32,5	vendredi 21 janvier 2011	21 h 28 min 59 s
17 RIAD ALMAATI	TELEFILM MAROCAIN	3 183 000	39,2	mercredi 1 juin 2011	21 h 53 min 0 s
18 SAAA FI AL JAHIM	SERIE MAROCAINE	3 144 000	39,8	dimanche 15 mai 2011	23 h 2 min 54 s
19 DARBAT MIQASS	COURT METRAGE MAROCAIN	3 143 000	32,6	mercredi 2 février 2011	22 h 3 min 17 s
20 NAGHMAWATAY	SOIREE DIVERTISSEMENT (INVITEE : NAJAT AATABOU)	3 096 000	32,7	vendredi 4 février 2011	21 h 26 min 50 s

Palmarès global de l'année 2011

Top 20 de la chaîne 2M

Programme	Libellé complémentaire / Genre	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)	Date de diffusion	Horaire de début
1 TAKBAR OU TANSA	VARIETE HUMOUR	7 101 000	67,7	jeudi 25 août 2011	19 h 26 min 40 s
2 DIMA JIRANE	SERIE MAROCAINE	6 345 000	59,2	mardi 23 août 2011	19 h 54 min 52 s
3 MA TANSANICH	FEUILLETON TURC	5 796 000	56,2	jeudi 29 décembre 2011	19 h 24 min 56 s
4 JAR WA MAJROUR 2011	VARIETE HUMOUR	5 706 000	58,6	mardi 23 août 2011	20 h 31 min 9 s
5 ESTRELLA	FEUILLETON MEXICAIN	5 688 000	55,5	lundi 14 novembre 2011	19 h 26 min 1 s
6 HDIDANE	SERIE MAROCAINE	5 539 000	52,9	jeudi 26 mai 2011	21 h 47 min 39 s
7 AKHTAR AL MOUJRMINE	MAGAZINE (SAFFAH TAROUDANT)	5 508 000	46,0	mardi 29 mars 2011	21 h 32 min 58 s
8 MADAME MSSAFRA	TELEREALITE	5 214 000	48,4	mardi 11 octobre 2011	21 h 20 min 47 s
9 AL WAJH AL AKHAR	MAGAZINE (MOUHAFED ASSIHA)	5 046 000	60,2	jeudi 10 novembre 2011	22 h 27 min 53 s
10 HOSSEIN WA SAFIA	FEUILLETON MAROCAIN	4 863 000	47,9	jeudi 31 mars 2011	21 h 39 min 48 s
11 SALON SHEHRAZADE	FEUILLETON MAROCAIN	4 735 000	52,8	mercredi 17 août 2011	20 h 50 min 21 s
12 STUDIO 2M	COMPETITION JEUNES ARTISTES	4 700 000	45,5	samedi 23 avril 2011	21 h 36 min 23 s
13 AL KHAYT AL ABYAD	MAGAZINE DE FAITS DE SOCIETE	4 645 000	41,2	lundi 31 janvier 2011	21 h 19 min 22 s
14 EZEL	FEUILLETON TURC	4 579 000	54,3	lundi 24 octobre 2011	18 h 34 min 8 s
15 RAMAD AL HOUB	FEUILLETON TURC	4 497 000	43,7	lundi 31 janvier 2011	19 h 35 min 59 s
16 AL KHATTAF	FILM MAROCAIN	4 461 000	60,4	mardi 2 août 2011	22 h 31 min 10 s
17 PAPI RICKY	FEUILLETON MEXICAIN	4 404 000	48,3	lundi 31 janvier 2011	18 h 51 min 8 s
18 SAHRAN MAAK ALLAYLA	VARIETE DIVERTISSEMENT (BEST OF)	4 395 000	45,3	samedi 5 novembre 2011	21 h 16 min 7 s
19 AL WAAD	FEUILLETON TURC	4 180 000	44,7	mercredi 9 mars 2011	19 h 35 min 23 s
20 MASSAR	VARITEE DIVERTISSEMENT (INVITE : ABDELQADER MOUTAE)	4 142 000	47,7	samedi 29 octobre 2011	21 h 16 min 34 s

Sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 minutes

Source : MAROCMETRIE, Tous droits réservés par CIAUMED, Diffusion et Reproduction Interdite, Commercialisation exclusive par MAROCMETRIE. Reproduit avec l'accord courtois de Marocmétric.

**Chiffres clés d'audience TV
Du 20 au 26 juin 2012**

Audience de la Télévision

Durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu en heures et en minutes

Jour moyen Lundi / Dimanche - de 3H à 27H - Individus âgés de 5 ans ou plus

	Durée d'écoute par individu (en min)	Exemples d'interprétation :
Du 20 au 26 Juin 2012	3H 24MIN	<i>Du 20 au 26 Juin 2012, un individu âgé de 5 ans ou plus regarde en moyenne par jour la TV pendant 3 heures et 24 minutes.</i>

Audience des 7 chaînes nationales

Jour moyen/Dimanche - Individus âgés de 5 ans ou plus

Les chaînes nationales étudiées sont Al Oula, 2M, Al Maghribiya, Al Oula Internationale, 2M Monde, Arryadia, Tamazight.

Total autres chaînes marocaines: 2M Monde, Al Oula Internationale, Arryadia, Tamazight

N.B: Al Oula Internationale et 2M Monde sont comprises dans Autres chaînes marocaines lorsqu'elles diffusent sur satellite un programme différent de celui diffusé en hertzien (décrochage satellitaire).

	Part d'audience - Du 20 au 26 Juin 2012			
	Al Oula	2M	Al Maghribia	Autres chaînes marocaines
Ensemble de la journée (3h00- 27h00)	9.4%	27.0%	2.7%	2.0%
Prime time (20h50-22h30)	18.6%	17.9%	3.3%	3.0%

Chiffres clés d'audience TV Du 20 au 26 juin 2012

Palmarès des émissions des chaînes nationales :

Seules sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 min. Le classement des émissions est fait sur la base de leurs nombres de téléspectateurs.

IMPORTANT : Dans le cas d'une émission récurrente ou diffusée plusieurs fois, seule entre dans le palmarès la diffusion dont l'audience est la meilleure.

Top 5 de la chaîne Al Aoula		Programme	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)	Date de diffusion	Horaire de début
1	LALLA LAAROSSA	4 587 000	46,4	vendredi 22 juin 2012	21 h 57 min 15 s	
2	MEN DAR LDAR	2 264 000	27,8	dimanche 24 juin 2012	22 h 52 min 34 s	
3	METEO	2 251 000	28,1	vendredi 22 juin 2012	21 h 42 min 33 s	
4	MOUDAWALA	2 045 000	28,0	dimanche 24 juin 2012	21 h 49 min 47 s	
5	LKHOUATATE	1 571 000	19,5	lundi 25 juin 2012	22 h 12 min 6 s	

Top 5 de la chaîne 2M		Programme	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)	Date de diffusion	Horaire de début
1	MA TANSANICH	5 331 000	65,2	jeudi 21 juin 2012	19 h 19 min 5 s	
2	DIABLO	3 530 000	49,1	mardi 26 juin 2012	14 h 15 min 41 s	
3	MASSAR	2 948 000	35,0	samedi 23 juin 2012	21 h 59 min 37 s	
4	MAWIID ZAFAF	2 784 000	47,4	mardi 26 juin 2012	16 h 4 min 41 s	
5	DIL AL JARIMA	2 713 000	31,6	mercredi 20 juin 2012	22 h 9 min 27 s	

Source : MAROCMETRIE, Tous Droits réservés par CIAUMED, Reproduction et diffusion interdites sauf autorisation, commercialisation exclusive par MAROCMETRIE. Reproduit avec l'accord courtois de Marocmétrerie.

7. LA TÉLÉVISION SUR INTERNET ET LES SERVICES AUDIOVISUELS A LA DEMANDE

7.1. Les chaînes diffusées via Internet

Avec l'arrivée des réseaux large bande à haute vitesse, la diffusion du streaming par internet est devenue plus facile et des web tv ont vu le jour. Désormais, les chaînes de télévision marocaines assurent la diffusion de leurs émissions en direct par internet.

- SNRT en ligne

Le groupe SNRT a lancé son nouveau portail web le lundi 14 décembre 2009. Chacune des six chaînes télévisuelles et des quatre chaînes radiophoniques du groupe bénéficient désormais de son propre site web auxquels s'ajoute un site web présentant la SNRT **snrt.ma** en tant qu'institution, ainsi qu'un site pour la régie publicitaire du groupe.

En effet, au-delà d'être la vitrine institutionnelle de la SNRT, ce portail est avant tout un nouveau support pour les chaînes de télévision et de radio du groupe. Le portail permet également de consulter en détail la programmation des chaînes de télévision du groupe.

Quant à l'accessibilité des programmes pour les internautes, une connexion de 512 kbps est nécessaire pour visionner du contenu vidéo alors qu'une simple connexion à 128 kbps suffit pour écouter la radio en ligne¹.

- 2M en ligne

Le lancement en 2010 du site web www.2M.ma a permis la mise en ligne de tous les programmes produits par 2M ou en droits (films, séries, sitcoms, magazines, divertissement, infos, capsules...).

Le portail 2M. ma se fixait comme objectif d'atteindre 3 millions de visiteurs par mois et 50% des internautes actifs. Le déploiement des services de 2M sur la toile a permis à la chaîne de dépasser ces chiffres prédéfinis. (Voir 6.2)

A partir de la même date, 2M Interactive lance pour la première fois au Maroc, les spots publicitaires sur des services tv interactifs (Catchup et Replay) permettant aux web-visionneurs de voir ou revoir gratuitement et en intégralité les émissions de 2M sur le site 2M.ma².

¹ http://www.emarrakech.info/Le-nouveau-portail-web-de-la-SNRT-est-en-ligne_a30025.html

² http://www.2m.ma/var/images/pub/publicite/CGV_SOREAD_2M_2012.pdf

7.2. Les sites de partage vidéo

Le développement des réseaux large bande représente également une opportunité pour les plates-formes de partage vidéo, financées par la publicité.

En 2010, la plate-forme de partage vidéo française, propriété de France-Telecom, Dailymotion, a lancé, en association avec Adwebmaroc, une version marocaine.¹

En mars 2011, Google Arabia² a annoncé le lancement de formules géo-localisées dans les pays arabes dans 8 pays arabes : Algérie, Egypte; Jordanie; Maroc; Arabie saoudite; Tunisie et Yemen³. Le 30 avril 2012 Google et YouTube au Proche Orient et en Afrique ont annoncé l'arrivée de la « *Home Page ad* » sur YouTube. La plus grande plate-forme mondiale de divertissement dans la région MENA, YouTube offre ainsi un *ad space* sur la page d'accueil. Avec plus que 6.2 millions d'impressions quotidiennes en ligne en provenance d'Arabie Saoudite, des Émirats Arabes Unis, d'Égypte et du Maroc et environ 5.2 millions d'impressions quotidiennes sur mobile, ceci aurait un impact gigantesque sur le plan médias *media planning*. Sur son blog, Google Arabia a annoncé en octobre 2012 un programme visant à « arabiser Internet » en collaboration avec le monde universitaire. En vue de compenser la domination de l'anglais sur l'Internet et la tendance des utilisateurs arabes d'Internet à écrire en anglais, Google a créé un outil qui permet de transcrire l'Arabazi (l'arabe écrit en caractères romains) en caractères arabes traditionnels.⁴

7.3. Les chaînes de marques des diffuseurs marocains sur les chaînes de partage vidéo

En complément de leur propre site web, certaines chaînes marocaines (à l'instar de nombre de chaînes européennes) utilisent les possibilités offertes par les « chaînes de marque » (*branded channels*) sur les plates-formes de partage vidéo telles que Youtube et Dailymotion.

La chaîne 2M y propose certains de ses programmes. Au 31 octobre 2012, quelques 8,7 millions de visionnements ont été effectués⁵. En 2012, 2M a renforcé sa présence en créant également une chaîne de marque sur Youtube⁶. Le contenu en ligne de la chaîne de télévision publique propose déjà en temps normal une option « replay » des programmes phare de 2M⁷. Au 31 octobre 2012, plus de 4,1 millions de vidéos avaient été visionnées et le nombre d'abonnées était de 6268.

¹ <http://www.dailymotion.com/ma> Communiqué de presse de Dailymotion, 4 octobre 2010.

<http://press.dailymotion.com/fr/index.php/2010/10/04/dailymotion-lance-son-site-marocain-en-partenariat-avec-adwebmaroc/>

² <http://google-arabia.blogspot.fr/>

³ <http://thenextweb.com/me/2011/03/10/youtube-launches-localized-versions-for-mena/>

⁴ Google Arabia blog, 25 octobre 2012) <http://google-arabia.blogspot.fr/>

⁵ <http://www.dailymotion.com/2mtv#video=xsrq5o>

⁶ http://www.lesechos.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=24984%3Ail-y-a-de-laudience-en-ligne&catid=13%3Amedias&Itemid=19

⁷ <http://www.youtube.com/user/2MTvChannel>

Medi1 TV a également créé sa chaîne de marque sur Youtube¹, présentant à ses abonnés une entière playlist durant le mois de ramadan 2012. Séries, feuilletons, documentaires, pour sa première tentative en ligne pendant le mois sacré, la chaîne tangéroise – qui a dépassé les 3 millions de vues sur Youtube – a mis en ligne toute une panoplie de ses programmes ramadanesques². Au 31 octobre 2012, le nombre d'abonnés était de 407.

7.4. L'audience des sites de video en ligne au Maroc

Dans son rapport *ICT Adoption et perspectives des TIC dans la région des États arabes 2012*,³ l'ITU propose un tableau des 20 sites les plus visités au Maroc en décembre 2011, élaboré par Alexa⁴.

Classement des sites web les plus visités au Maroc, décembre 2011

Rang	Site web	Utilisateurs visés	Langue du site par défaut*	Description
1	Facebook.com	Monde entier	Anglais	Réseau social en ligne
2	youtube.com	Monde entier	Anglais	Site de partage et de diffusion de vidéos
3	google.co.ma	Monde entier	Anglais	Site de recherche
4	google.com	Monde entier	Anglais	Site de recherche mondial
5	live.com	Monde entier	Anglais	Site de services e-mail
6	hespress.com	Locaux	Arabe	Quotidien d'informations
7	google.fr	Monde entier	Français	Site de recherche
8	Kooora.com	Régionaux	Arabe	Sports
9	blogspot.com	Monde entier	Anglais	Blogage en ligne
10	yahoo.com	Monde entier	Anglais	Services divers en ligne
11	wikipedia.org	Monde entier	Anglais	Encyclopédie en ligne
12	xnxx.com	Monde entier	Anglais	Contenu pour adultes
13	msn.com	Monde entier	Anglais	Services divers en ligne
14	startimes.com	Locaux	Arabe	Forums en ligne
15	babylon	Monde entier	Anglais	Logiciel de traduction
16	hibapress.com	Locaux	Arabe	Quotidien d'informations
17	inwi.ma	Locaux	Français	Site d'opérateur de télécommunication
18	iam.ma	Locaux	Français	Site d'opérateur de télécommunication
19	alwadifa-maroc.com	Locaux	Arabe	Forum en ligne
20	Maktoob.com	Régionaux	Arabe	Services divers en ligne

Note :* La langue par défaut est la langue qui apparaît en premier lieu lors de l'ouverture du site web.
Source : Alexa.

Comme le tableau le montre, l'adoption de contenus en ligne en langue arabe reste à la traîne par rapport à celle des contenus offerts par des portails mondiaux comme Google, Facebook et

¹ <http://www.youtube.com/user/canalmedi1sat>

² *Les Echos*, Ibid.

³ <http://www.itu.int/pub/D-IND-AR-2012>, p.105

⁴ Alexa est un site (filiale de Amazon inc.) qui produit des classements internationaux et par pays de la fréquentation des sites Internet. La fiabilité de ces mesures fait l'objet de contestations par les spécialistes de la mesure d'audience sur Internet, car elle repose sur une méthodologie moins élaborée que celles des services payants de mesure d'audience (du type de ceux proposés par Comscore, Nielsen, Médiamétrie). Dans les situations où des mesures non sophistiquées ne sont pas disponibles, Alexa est cependant reconnu comme un indicateur utile. Pour un classement plus complet et mis à jour, Voir <http://www.alexa.com/topsites/countries/MA>

Youtube. Le portail local novateur est le site d'un quotidien d'informations hespress.com qui occupe la sixième place des sites les plus visités par les internautes marocains¹.

Sur ces vingt sites, plusieurs sites contiennent un volume important de vidéos :

- des sites de réseau social et de partage de vidéo : Facebook.com (US), Youtube.com (US), google.co.ma, (MA)
- site d'informations hespress.com (MA, sans mention de propriétaire mais des associés tels que la chaînes Al Ann, la chaîne Al Muhajir, Youniwemi, AMP Press, et RNW Radio Netherlands Worldwide). Ce site est considéré comme une source centrale d'informations et de nouvelles sur le Maroc.
- site d'annonces d'offres d'emploi, de recrutement, de concours d'embauches et d'accès aux grandes écoles (alwadifa-maroc, MA)
- site communautaire bilingue (arabe et anglais) avec des services variés en ligne (maktoob.com, MA)
- site de contenus pour adultes (xnxx.com, US) proposant des vidéos pornographiques, dont certaines paraissent relever de la pédopornographie.

¹ <http://www.itu.int/pub/D-IND-AR-2012>, op.cit.

8. LE MARCHÉ DU CINÉMA

8.1. Bref historique

Entre 1897 et la première guerre mondiale se situe la première période de l'histoire du cinéma au Maroc. Le premier tournage au Maroc date de 1897, avec *Le Chevrier marocain* de Louis Lumière, qui inaugure une tradition de tournages étrangers au Maroc. Les opérateurs des frères Lumière débarquèrent avec leur matériel pour mener quelques expériences, filmer la vie quotidienne marocaine et tourner des documentaires.

Ensuite vient la deuxième période communément appelée la période du cinéma colonial. Basé sur le dépaysement et l'exotisme, ce cinéma de divertissement s'adressait essentiellement aux métropolitains. Le cinéma colonial connut un premier grand succès avec *L'Atlantide*. Une réussite qui attira cinéastes, techniciens, capitaux et compagnies commerciales pour créer des films militaristes et flatteurs de l'identité française. Dans ces films conçus pour mieux valoriser l'occupant, les maghrébins étaient des êtres qui subissaient l'histoire au lieu de la faire. D'une certaine manière, « l'histoire du cinéma colonial c'est l'histoire de cette négation¹ ». Toutefois, la période du protectorat permit au cinéma marocain de se développer. Les studios s'installent à Casablanca en 1939, et à Rabat en 1944. L'ensemble des territoires urbanisés est doté de salles de cinéma bien organisées.

En 1952, Orson Welles présente son *Othello* sous la bannière du Maroc au Festival de Cannes et remporte la Palme d'or. Cependant la production cinématographique marocaine de l'époque est fortement imprégnée par la réadaptation des productions égyptiennes. « Le fils maudit » de Mohamed Ousfour en 1958, un vrai film d'auteur, fait partie des rares films de qualité produits à l'époque.

La troisième période qui débuta en 1968 avec *Vaincre pour vivre* est la période fondatrice d'un véritable cinéma marocain indépendant. Un événement et un signe précurseur : le cinéma marocain amorçait son démarrage. Ce premier long métrage de Mohammed B.A Tazi a ouvert la voie aux nouveaux cinéastes et réalisateurs pour fonder l'ère classique du cinéma marocain². Ces réalisateurs remettront le cinéma marocain en selle et lui redonneront ses lettres de noblesse.

La plupart des chercheurs et des critiques du cinéma admettent que la véritable histoire du cinéma marocain a débuté avec la production du film *Wechma* de Hamid Bennani en 1970. *Wechma* ou (Traces) considéré comme le joyau du cinéma marocain, est à l'origine d'un nouveau courant cinématographique appelé « modernité cinématographique ». La fin des années 1970 est une période de transition, annonçant la naissance d'un cinéma commercial et aménageant le début de la quatrième période du cinéma marocain ou la période contemporaine.

L'historique du cinéma marocain est marqué par le développement, à partir de 1992, du cinéma amazigh. Fortement présent sur les scènes audiovisuelle et cinématographique marocaines, le

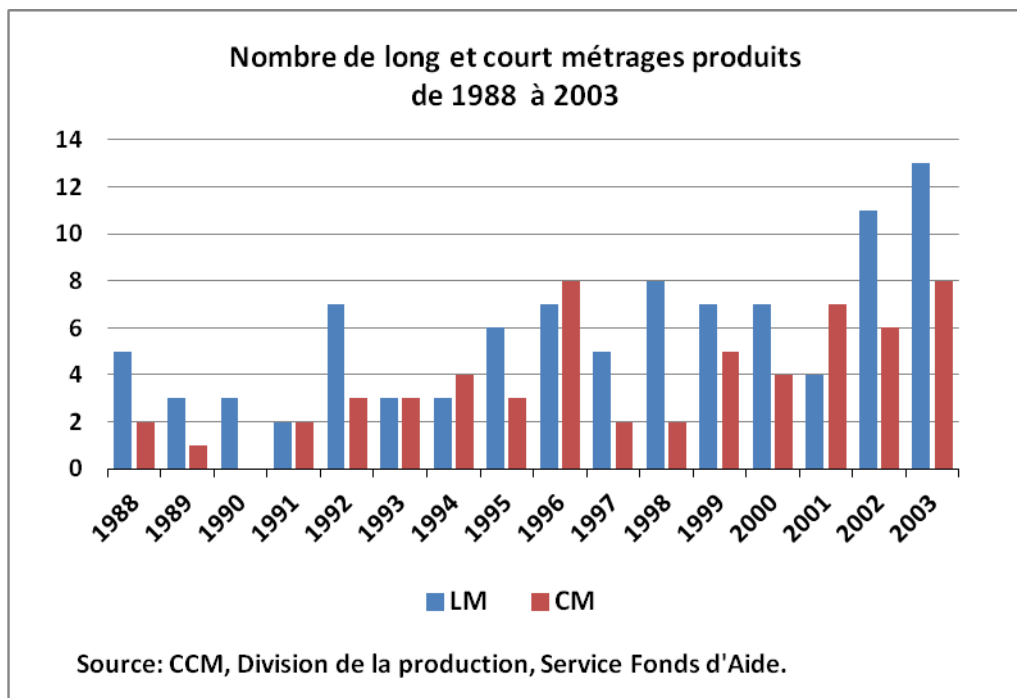
¹ Moulay Driss Jaïdi, *Histoire du cinéma au Maroc : le cinéma colonial*, Almajal, Rabat, 2001. Sur l'histoire du cinéma marocain, voir également : P. AKALAY, *Au service du cinéma marocain*, Al Asas, Rabat, s.d. (ca 2003) ; A. RAIB, Il était une fois le cinéma au Maroc, EDH, 1999 ; S. GAYLE CARTER, *What Moroccan Cinema? : A Historical and Critical Study, 1956-2006*, Lexington Books, 2009; B. RACHID, *La notion de cinéma marocain en question*, Th. doctorat: Communication, Arts, Spectacles : Bordeaux 3 ,1994 ; V.K. ORLANDO, *Screening Morocco: Contemporary Film of a Changing Society*, Ohio University Center for International Studies, 2011

² Des films animés de cet esprit voient le jour. Citons à titre d'exemple : Moumen Smihi (*Traces* - 1970), Habib Bennani (*Wechma*- 1970) Souheil Benbarka (*Mille et une mains* - 1972), Jillali Fehrati (*Poupées de roseau*-1981), Mohammed Reggab (*Le coiffeur du quartier des pauvres*-1982).

film amazigh joue un rôle important dans la conservation de l'identité et de la culture amazighe dans la structure nationale.

De 1992 à 2008, 28 sociétés de production audiovisuelles et cinématographiques produisirent 158 films, sans compter les films amazighs produits par la première chaîne nationale et qui sont au nombre de 7¹.

Le capital symbolique du film amazigh fondé en général sur le local et le vécu est indissociable de l'ensemble de la production cinématographique marocaine. Celle-ci compte, entre 1988 et 2003, 154 films (94 longs métrages et 60 courts métrages). De 2004 à 2012, l'industrie cinématographique marocaine s'enrichit de 118 longs métrages et de 58 courts métrages, soit un total de 176 films.



Marquée essentiellement par le repositionnement des pouvoirs publics en tant qu'intermédiaire dans l'organisation et l'octroi du Fonds d'aide, la période contemporaine de l'histoire du cinéma marocain témoigne d'un dynamisme cinématographique accordant au Maroc une place importante sur la scène cinématographique méditerranéenne, régionale et internationale.

Grâce au soutien étatique, la production cinématographique au Maroc est passée de 1 à 2 films par an dans les années soixante et soixante-dix à une moyenne annuelle de 15 longs métrages et de quelques 40 courts métrages à l'heure actuelle². Une propulsion historique du secteur due à la stratégie élaborée et exécutée par un acteur étatique : le Centre Cinématographique Marocain.

¹ Omar Idtnaine, *Le cinéma amazigh au Maroc : Éléments d'une naissance artistique*, dans *Africultures*, 20/10/2008, <http://www.africultures.com/php/index.php?nav=article&no=8117>

² <http://www.mincom.gov.ma>

8.2. Le Centre Cinématographique Marocain (CCM)¹

Créé en vertu d'un dahir en 1944², le CCM est le principal organisme public en matière cinématographique. Réorganisé en 1977³, le CCM est un établissement public doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière et placé sous la tutelle du ministère de la Communication.

8.2.1. Les missions du CCM

Le CCM a pour rôle principal l'organisation et la promotion de l'industrie cinématographique au Maroc. Il a pour objet la production, la poste- production numérique et argentique, la conservation et restauration des films d'archives, la distribution et l'exploitation de films. L'organisme veille à l'application de la législation et la réglementation concernant tous les métiers du secteur⁴.

- Le CCM délivre :

- Les autorisations de tournage de films ;
- Les cartes professionnelles ;
- Les visas d'exploitation des films ;
- Les autorisations d'exercice aux producteurs et distributeurs (Cinéma, vidéo, DVD, VCD) aux exploitants de salles de cinéma et aux clubs vidéo ;

Il est à noter que le Maroc soutient la production des films cinématographiques de longs et de courts métrages via un Fonds d'aide à la production cinématographique nationale. Le secrétariat et le suivi de ce Fonds sont assurés par le CCM.

Le CCM a réalisé un effort important pour améliorer la transparence du secteur et de ses activités. Il publie un *Bilan cinématographique* annuel, qui constitue la principale source d'information sur le secteur.

Les objectifs et les modalités d'interventions du CCM sont définis dans un Cahier des charges, défini par le Ministère de la Communication.⁵ Le dernier Cahier des charges en data a été approuvé le lundi 15 octobre 2012 lors de la session extraordinaire du conseil administratif du CCM. Cette réunion a été marquée, selon le département du Ministère de la Communication, par l'approbation unanime des cahiers des charges relatifs aux conditions, aux critères et aux moyens de soutien à la production des œuvres cinématographiques, l'organisation des

¹ <http://www.ccm.ma/>

² Dahir du 11 moharem 1363 (8 janvier 1944) créant un Centre Cinématographique Marocain.

³ Dahir portant loi n° 1-77-230 du 5 cahoual 1397 (19 septembre 1977) relatif à la réorganisation du Centre Cinématographique Marocain.

⁴ La loi n°20-99 relative à l'organisation de l'industrie cinématographique (promulguée par Dahir n° 1-01-36 du 21 kaada 1421) a pour objet la réglementation de la production, la distribution et le tournage de films ainsi que l'exploitation des salles et stipule que toute exploitation commerciale d'un film sur le territoire national est subordonnée à l'obtention d'un visa délivré par l'administration compétente (le Centre cinématographique marocain). Cette loi vient renforcer la législation nationale sur la propriété intellectuelle. Voir : <http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=2976>

⁵ CCM, Cahier des charges, <http://www.ccm.ma/fondcahier.asp>. AU 1er novembre 2012, seul le plan du document était disponible sur le site du CCM. Pour une première analyse de ce cahier des charges, voir Un arsenal juridique pour hisser la qualité du cinéma marocain, Aujourd'hui, 17 octobre 2012, <http://www.aujourd'hui.ma/maroc-actualite/focus/un-arsenal-juridique-pour-hisser-la-qualite-du-cinema-marocain-98802.html>

festivals, la numérisation, la modernisation et la création des salles de cinéma. Cette rencontre a également été couronnée par l'approbation du procès-verbal de la réunion du conseil administratif tenu le 18 juillet 2012. En outre, ledit conseil a approuvé une recommandation permettant de traiter des dossiers financiers en suspens à l'issue de la publication de la loi de Finances 2012 et qui concerne la production cinématographique et l'organisation des festivals.

Les trois arrêtés adoptés avaient fait l'objet peu de temps auparavant d'un décret établi en réponse aux dispositions de l'article 24 de la loi de Finances 2012 qui stipule l'attribution du soutien du fonds de promotion du paysage audiovisuel national. En vertu de ce décret, le soutien est basé sur le respect des règles de la bonne gouvernance. Aussi, ce texte juridique a, entre autres, pour objectif d'améliorer la qualité des œuvres, encourager la liberté de création et l'ouverture sur le monde ainsi que la préservation de la diversité avec toutes ses composantes linguistiques, culturelles et sociales, voire contribuer au développement des infrastructures de l'industrie cinématographique et promouvoir l'utilisation des nouvelles techniques numériques. De surcroît, ledit décret prévoit la mise en place de trois commissions distinctes, soit une commission d'aide à la production cinématographique, une autre chargée du soutien à la numérisation, la modernisation et la création des salles de cinéma et une commission dédiée au soutien de l'organisation des festivals.

8.2.2. Fonds d'aide à la production cinématographique nationale

- Historique de financement du Fonds d'aide

La création en 1980 du Fonds de soutien à la production cinématographique est considérée comme l'une des mesures la plus importante visant à promouvoir la production cinématographique nationale. Ce fonds a permis le début de l'extension de ce secteur. Entre 1980 et 1987, 35 longs métrages et 30 courts métrages ont été produits avec un budget total de 12 300 000 MAD.

Cependant, ce premier soutien a montré ses limites au vu des objectifs visés. Le soutien financier restait modeste contraignant les producteurs à recourir notamment à des financements bancaires accordés alors à des taux élevés.

Ainsi, pour permettre à ce Fonds de disposer de nouvelles ressources financières, une réforme a été apportée. Le Centre Cinématographique Marocain, en accord avec les chambres des professionnels, a proposé en 1987 une référence pour que ce Fonds puisse disposer de nouvelles ressources¹.

Le Fonds d'aide ainsi constitué entamera la deuxième période de financement de 1988 à 2003 où une centaine de longs métrages et une trentaine de courts métrages ont été produits avec un budget global de 166 MAD² soit 14 619 400 MEUR.

La nouvelle réglementation instaure l'aide sélective soit avant soit après production du Fonds, et redéfinit la composition et le fonctionnement de la commission d'octroi de l'aide à la

¹ Arrêté conjoint du ministre de la Communication et du ministre des Finances fixant les modalités d'application du décret n°2.87.749 (30 décembre 1987) instituant au profit du CCM une taxe parafiscale sur les spectacles cinématographiques et statuant les dispositions de répartition des ressources du Fonds d'aide ; <http://www.ccm.ma>

² Zouiten, *Financement des œuvres cinématographiques*, Fonds d'Aide à la production nationale, CCM, Présentation faite lors de la Table Ronde du Programme Euromed Audiovisuel III à Rabat, Maroc, avril 2012.

production, les conditions d'éligibilité à cette aide ainsi que les critères qui président à son attribution. Désormais, les ressources du Fonds d'aide sont réparties comme suit :

- 50% sont répartis à l'aide à la production cinématographique
- 50% sont réservés à l'aide à l'exploitation cinématographique

Dans le but de soutenir davantage la production nationale d'autres mesures ont été prises en 2004 débutant ainsi la troisième période de l'historique de financement et qui s'étale jusqu'à nos jours.

- *La Commission du Fonds d'Aide*

La commission d'octroi de l'aide à la production est formée de deux sous-commissions, l'une chargée de la lecture et de la sélection des projets tandis que l'autre a pour attribution l'évaluation de l'aide. Des délais sont fixés pour la production des projets: ils sont 18 mois pour un long métrage et de 12 mois pour un court métrage.

Le bénéfice de cette aide est perdu si ces délais ne sont pas respectés. Il est même prévu une aide après production suivant des procédures particulières. Les droits d'exploitation culturelle de tout film de long ou court métrage, ayant bénéficié d'une aide sur dossier ou après production, reviennent de droit du CCM pour une durée illimitée¹.

- *Formes d'aides*

L'article 3 du cahier des charges² du Centre Cinématographique Marocain définit l'aide accordée à l'ensemble de la production d'un film. Cette aide prend les formes suivantes :

- *avance sur recettes* aux films de long et de courts métrages avant et après production présentés par les sociétés de production de films marocaines ;
- *contribution financière à l'écriture et à la réécriture de scénarii* de films de longs et de courts métrages.
- *une prime à la qualité* aux films de longs et de courts métrages ayant bénéficié d'une avance sur recettes avant production.

- *Montant des Aides*

Conformément à l'article 4 du cahier des charges du CCM, le montant de l'avance sur recettes à accorder aux projets de films et aux films achevés de long et de courts métrages ne peut être supérieur aux deux tiers (2/3) du budget évalué par la deuxième sous commission, citée à l'article 13 de l'Arrêt conjoint régissant le Fonds d'Aide.

¹ Aux termes de l'article 28 de cet arrêté, Les droits d'exploitation culturelle de tout film de long et de court métrage ayant bénéficié d'une avance sur recettes deviennent automatiquement la propriété la propriété du Centre Cinématographique Marocain pour une durée illimitée. Le CCM ne peut utiliser ces droits que deux années après que la Commission ait statué sur la dernière tranche de l'avance sur recette, et également de deux années après la date d'octroi pour l'aide après production. Par "droit d'exploitation culturelle", il y a lieu d'entendre les projections à but non lucratif au Maroc et à l'étranger, à l'exclusion de toute diffusion télévisuelle. Voir : Arrêté conjoint du ministre de la Communication et du ministre des Finances fixant les modalités d'application du décret n°2.87.749 (30 décembre 1987), op.cit.

² Cahier des charges du Centre Cinématographique Marocain accessible au <http://www.ccm.ma>

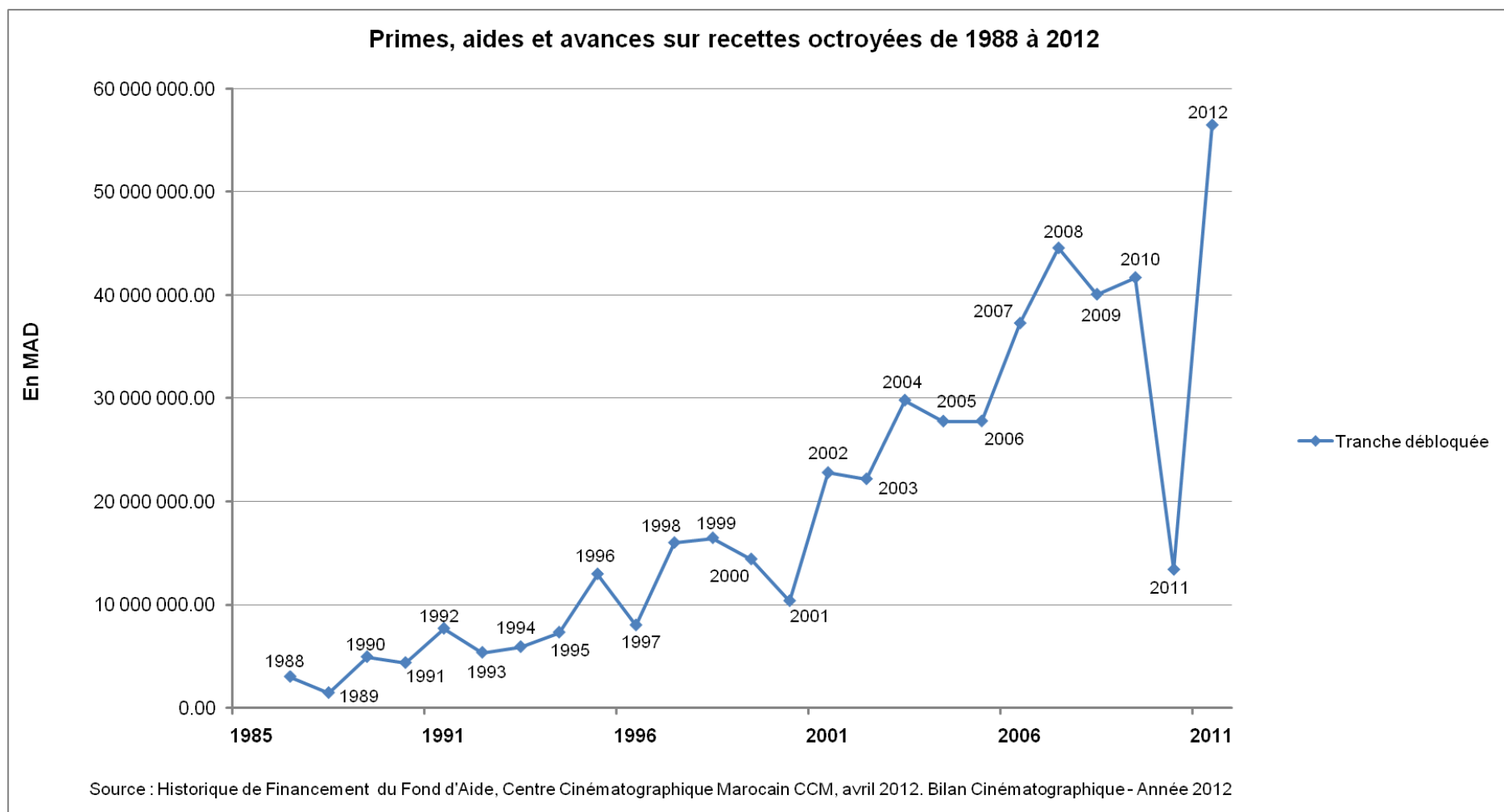
- Le montant de la contribution financière à accorder à l'écriture et à la réécriture de scénarii peut varier de vingt mille (20.000,00) soit 1.800 EUR à cinquante mille MAD (50.000,00) environ 4.500 EUR pour les films de long métrage, et de cinq mille (5.000,00) environ 450 EUR à dix mille MAD (10.000,00) soit près de 900 EUR pour les films de court métrage.

- Le montant de la prime à la qualité à accorder varie entre cent mille (100.000,00) environ 9.000 EUR et cinq cent mille MAD (500.000,00) soit 45.000 EUR pour le film de long métrage et de vingt cinq mille (25.000,000) soit 2.250 EUR à cinquante mille MAD (50.000,00) ou 4.500 EUR pour le film de court métrage.

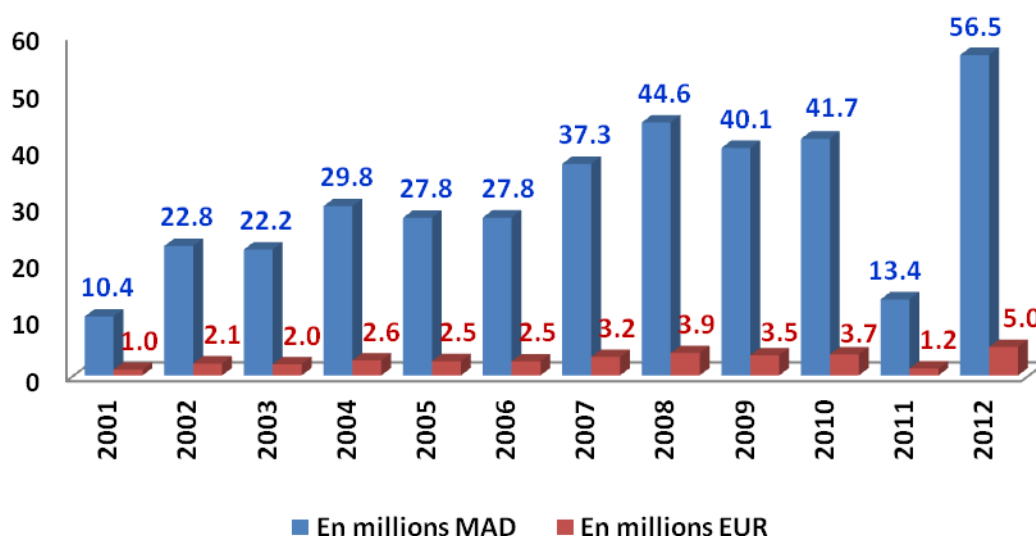
Les aides à la production octroyées par le CCM (1988 - 2012)

Année	Tranche débloquée en millions MAD	Tranche débloquée en millions EUR	LM	CM
1988	3 025 000,00	n.a	5	2
1989	1 462 500,00	n.a	3	1
1990	4 950 000,00	n.a	3	0
1991	4 375 000,00	n.a	2	2
1992	7 700 000,00	n.a	7	3
1993	5 370 000,00	n.a	3	3
1994	5 920 000,00	n.a	3	4
1995	7 325 000,00	n.a	6	3
1996	12 981 875,00	n.a	7	8
1997	8 025 000,00	n.a	5	2
1998	16 014 250,00	n.a	8	2
1999	16 480 000,00	n.a	7	5
2000	14 426 000,00	n.a	7	4
2001	10 380 000,00	1 009 530,00	4	7
2002	22 810 000,00	2 088 600,00	11	6
2003	22 200 000,00	1 955 120,00	13	8
2004	29 837 500,00	2 642 790,00	10	6
2005	27 800 000,00	2 489 240,00	14	9
2006	27 817 500,00	2 476 340,00	10	12
2007	37 312 500,00	3 244 520,00	15	7
2008	44 603 939,59	3 941 620,00	11	7
2009	40 106 846,74	3 544 210,00	15	4
2010	41 727 500,00	3 712 030,00	17	6
2011	13 412 500,00	1 202 860,00	22	6
2012	56 530 000,00	5 070 320,00	17	2
TOTAL	482 592 911,33	-	225	119

Source: CCM, Division de la Production, Service Fonds d'Aide, avril 2012. *Bilan cinématographique – Année 2012* ; <http://www.ccm.ma/inter/phactualite/bilanfr2013.pdf>



Tranches débloquées par le CCM (2001-2012)



Source: CCM

Les données fournies par le CCM précisent que le total général des primes, aides et avances sur recettes octroyées de 1988 au 30 avril 2012 s'élève à 545 424 625,00 MAD soit 48 059 300,00 EUR. Alors que le total des avances octroyées jusqu'à la même date est de 531 194 625,00 MAD (46 805 500, 00 EUR), celui des avances annulées est estimé à 14 230 000,00 MAD soit 1 253 860,00 EUR. Le total des avances payées incluant toutes les aides accordées durant l'année 2012 est de 482 592 911,33 MAD soit 43 299 700 EUR. Les avances restant à payer en avril 2012 étaient d'un montant de 103 607 500,00 MAD soit 9 129 230,00 EUR. Enfin, le total des montants retenus pour non respect du principe des 2/3 est de 1 524 213,67 MAD (134 304,00 EUR). Le tableau suivant fait état des totaux des différentes catégories déjà citées.

Les avances du CCM (1988 - avril 2012)

	En MAD	En EUR
Total Général	545 424 625,00	48 059 300,00
Total avances annulées	14 230 000,00	1 253 860,00
Total avances octroyées	531 194 625,00	46 805 500,00
Total avances payées	426 062 911,33	37 541 900,00
Total des montants retenus pour non respect du principe du 2/3 du budget	1 524 213,67	134 304,00
Total avance reste à payer	103 607 500,00	9 129 230,00

Source: CCM, Division de la Production, Service Fonds d'Aide, Tableau des primes, aides et avances sur recettes octroyées de 1988 au 30 avril 2012. *Bilan Cinématographique – Année 2012.*

*La conversion de la monnaie locale en EUR est faite selon les taux de change fixés par Oanda Currency Converter en date du 30 avril 2012 ; <http://www.oanda.com/lang/fr/currency/converter/>

L'industrie du cinéma est éligible aux avantages de la Charte des investissements. Une commission interministérielle examine de nombreux projets d'investissement dans le secteur cinématographique. Les projets dépassant les 200 millions MAD environ 18 millions EUR bénéficient d'une franchise totale des droits et taxes. A titre d'exemple, en 2001, deux grands projets ont été mis en exergue à Casablanca, le premier est d'un montant d'investissement de 200 millions MAD; l'autre est une société d'exploitation et de location de films VHS et DVD dont le programme d'investissement est évalué à 630 millions MAD sur 36 mois (2001-2003)¹.

Dans le cahier du CCM adopté le 15 octobre 2012, l'arrêté relatif à l'aide à la production des œuvres cinématographiques vise à encourager les producteurs à rechercher les financements et responsabiliser les sociétés de production. Pour sa part, la Commission d'aide à la production cinématographique est tenue, en vertu dudit arrêté, d'octroyer les deux tiers du budget accordé par l'Etat aux œuvres cinématographiques qu'elle sélectionne pour bénéficier de cette aide. L'arrêté consacré à l'aide à la production des œuvres cinématographiques prévoit également le soutien aux nouveaux talents. Dans ce sens, la Commission d'aide à la production cinématographique devrait accorder la priorité aux premiers films des réalisateurs qui postulent à l'aide.²

Le *Bilan cinématographique de l'année 2012*³ publié par le CCM précise que le montant des avances sur recettes accordé au soutien à la production cinématographique nationale au titre des sessions de l'année 2012, est de cinquante-six millions cinq cent trente mille dirhams (56.530.000,00) soit 5 070 320 EUR. Ce montant concerne l'avance sur recettes avant production, l'avance sur recettes après production et l'aide à la réécriture de scénario.

Au cours des trois sessions de l'année 2012, la Commission du Fonds d'aide à la production a examiné la candidature de 48 projets de films de long métrage et de 6 projets de films de court métrage. Elle a en outre visionné 5 films de long métrage, 5 films de court métrage candidats à l'aide après production et un film de long métrage candidat à la prime à la qualité. A l'issue de ces travaux, la Commission a décidé d'accorder des avances sur recettes à 17 films de long métrage (13 avant production, 1 après production et 3 pour la réécriture de scénario). Des avances sur recettes ont été également octroyées à 2 films de court métrage⁴.

¹ La loi n°17-94 statue les activités de productions, d'édition, d'importation, de distribution, de reproduction et d'exploitation des vidéogrammes destinés à l'usage privé du public.

² « Un arsenal juridique pour hisser la qualité du cinéma marocain », *Aujourd'hui*, 19 octobre 2012, <http://www.aujourd'hui.ma/maroc-actualite/focus/un-arsenal-juridique-pour-hisser-la-qualite-du-cinema-marocain-98802.html>

³ <http://www.ccm.ma/inter/phactualite/bilanfr2013.pdf>

⁴ Voir la liste complète des films ayant bénéficié de l'avance sur recettes au titre de l'année 2012 : *Bilan cinématographique – Année 2012*, CCM, pp. 4-6.

8.3. La production cinématographique au Maroc

8.3.1. La politique d'accueil des tournages étrangers

Le Maroc veut devenir une plaque tournante de l'industrie cinématographique régionale. La confiance et les investissements sont les maîtres-mots de l'édification de cette industrie.

Sur le plan des pays arabo-méditerranéen, ces dernières années, le Maroc s'est placé, des points de vue infrastructure d'industrie cinématographique et attraction de producteurs de films étrangers, en deuxième position derrière l'Égypte. Chaque année, des centaines d'autorisations de tournage sont accordées par le CCM pour la production de différentes catégories de films.

Selon le directeur général du CCM, le Maroc a réussi à attirer, de 2006 à 2011, plus de 150 productions étrangères drainant un investissement de 300 millions EUR soit une moyenne de 50 millions EUR par an. Quatre des productions réalisées dans cette période totalisent à elles seules plus de 55% de cet investissement. La première intitulée *Prince of Persia*, est une superproduction américaine tournée en 2008 à Marrakech, Ouarzazate et Erfoud. Ce film réalisé par l'anglais Mike Newell, est l'un des plus grands tournages jamais réalisés au Maroc. La deuxième superproduction est anglaise et s'intitule *Green Zone*. Également anglaise, la troisième grande production tournée au Maroc est *Body of lies* tournée en 2007 à Rabat et Ouarzazate. Enfin, *Sex and the City II* est la quatrième grande production d'origine américaine et fut tournée à Marrakech en 2009¹.

Alors que les États-Unis sont en tête avec une part de 40%, le Royaume Uni se positionne en deuxième position avec 36% d'investissement. L'Allemagne occupe une part de 6%.

Le Maroc offre des conditions excellentes de tournage: climat, diversité de paysages et situation géographique. Le paysage naturel du royaume chérifien représente un décor idyllique pour les réalisateurs marocains, et aussi étrangers. Ces conditions naturelles ont été mises en exergue par une série de mesures entreprises par le CCM visant à attirer et promouvoir les investissements étrangers :

- La création d'un fonds de soutien de l'industrie cinématographique nationale œuvrant à la promotion annuelle de tournages de long et de courts métrages,
- Facilitation des formalités douanières,
- Un taux minimum de 2.5% pour l'importation de l'équipement de film,
- L'exonération de la TVA sur tous les biens et services achetés au Maroc,
- Simplification des mesures relatives à l'importation temporaires des armes et des munitions nécessaires pour le tournage,
- Autorisation d'accès aux sites historiques,
- La création d'un fonds pour la rénovation d'environ 50 salles de cinéma
- Mise en place de tarifs préférentiels par Royal Air Maroc.

Ces mesures ont eu un impact important sur l'attraction des sociétés cinématographiques internationales contribuant amplement au développement de l'industrie cinématographique marocaine.

¹ Voir les déclarations du Directeur Général du CCM Nour-Eddine Saïl dans Bilatérale : *L'industrie cinématographique au Maroc*, Chambre Allemande de commerce et d'industrie au Maroc, n° 49, deuxième trimestre 2012, avril 2012, pp. 26-47; http://marokko.ahk.de/fileadmin/ahk_marokko/magazine/Bilateral_49/catalog_530146/index.html#/1

8.3.2. Liste des films de longs métrages étrangers tournés au Maroc en 2012

Le Maroc a accueilli en 2012 le tournage de 25 films de long métrage, 8 films de court métrage, 1 téléfilm, 3 séries télévisées, 100 films documentaires, ainsi que des films publicitaires et des reportages TV.

Le montant investi par ces tournages en devise marocaine s'élève à 312 511 100 MMAD soit 28 039 400 MEUR, tel que détaillé ci-après¹ :

Films de long métrage

Titre	Réalisateur	Nationalité	Budget en MAD
EXIT MARRAKECH	Caroline Link	Allemande	14 835 000.00
INTERSECTION	David Marconi	Française	18 925 000.00
KUNDUZ	Raymond Ley	Allemande	5 175 000.00
THE PHYSICIAN	Philipp Stolzl	Allemande	39 375 000.00
VIVE LA France	Michael Youn	Française	6 000 000.00
PARIS A TOUT PRIX	Reem Kherici	Française	5 800 000.00
CAPTAIN PHILLIPS	Paul Greengrass	Américaine	6 500 000.00
LAND	Jan Willem Van Ewijk	Hollandaise	5 284 000.00
A THOUSAND TIMES GOOD NIGHT	Erike Poppe	France	7 200 000.00
DESERT DANCER	Richard Raymond	Anglaise	15 000 000.00
SITE 146	Gregory Levasseur	Américaine	20 000 000.00
COMPLICIT	Niall Mac Cormick	Anglaise	2 800 000.00
DOORS OPEN	Marc Evans	Anglaise	210 000.00
DROLE DE FAMILLE	Christophe Douchand	Française	4 509 150.00
GRAND DEPART	Nicolas Mercier	Française	90 000.00
I TRAVEL ALONE	Donatella Botti	Italienne	260 000.00
L'ARMEE DU SALUT	Abdellah Tala	Française	3 000 000.00
L'AVISEUR	Julien Leclerq	Française	100 000.00
LES GAMINS	Anthony Marciano	Française	3 000 000.00
MIRAGE	Nathalie Marchak	Française	20 000 000.00
MISERERE	Sylvain White	Française	2 287 950.00
ONLY LOVERS LEFT ALIVE	Jim Jarmush	Allemande	5 800 000.00
ORANGE PEOPLE	Hanna AzoulayHasffari	Israélienne	460 000.00
IL Y A ENCORE UNE CHANCE	Holger Hasse	Allemande	230 000.00
NE QUELQUE PART	Mohamed Hamidi	Française	12 770 000.00

¹ Bilan Cinématographique – Année 2012, CCM, pp. 8-9.

Téléfilm

Titre	Réalisateur	Nationalité	Budget en MAD
UNE BONNE LEÇON	Bruno Garcia	Française	6 200 000.00

Séries Télévisées

Titre	Réalisateur	Nationalité	Budget en MAD
COVERT AFFAIRS THIS NOT AMERICA/ HELLO STRANGER	Allan Kroeker	Française	1 200 000.00
GAME OF THRONES/SEASON III	Dan Minahan	Anglaise	40 500 000.00
LA BIBLE	Christopher Spencer	Anglaise	65 000 000.00

8.3.3. Les sociétés de production

Le secteur privé de la production dispose de nombreuses sociétés de production jouant un rôle important sur le plan de la production cinématographique marocaine. La liste suivante des sociétés de production élaborée par le CCM fait état de 21 sociétés de production.

Sociétés de production cinématographique au Maroc (2012)

	Société	Siège	Producteur
1	Ali Baba Production	Casablanca	Mouhcine GUENNAR
2	Aflam Mustapha Derkaoui	Casablanca	Mustapha DERKAOUI
3	A-Z Productions	Casablanca	Abdelhamid ZOUGHI
4	Bentaqerla	Settat	Hassan BENJELLOUN
5	Casablanca Films Productions	Casablanca	Abdelhai LARAKI
6	Cinature	Casablanca	Saâd CHRAÏBI
7	Ciné-Magie Films Productions	Casablanca	Abdelkrim DERKAOUI
8	La Cité en Fête	Casablanca	Omar CHRAÏBI
9	Films du Sud	Rabat	Daoud OULED SAYAD
10	Heracles Productions	Tanger	Jillali FERHATI
11	Horizons Films	Rabat	Mohamed LOTFI
12	Lumières de la Ville	Rabat	Hamid BENNANI
13	Mia Productions	Casablanca	Mohamed ISMAIL
14	Moroccan Productions and Services	Casablanca	Sarim FASSI-FIHRI
15	Prod'Action	Casablanca	Hakim NOURY
16	Taghmat Films	Temara	Mohamed ABBAZI
17	Unifilms	Casablanca	Larbi BENANI
18	Zawaya Communications	Rabat	Driss CHOUIKA
19	Boulane O'Byrne Productions	Casablanca	Ahmed BOULANE
20	Hi Com Productions	n.a	Said NACIRI
21	Rabii Films Productions	n.a	Mohamed EL MAANOUNI

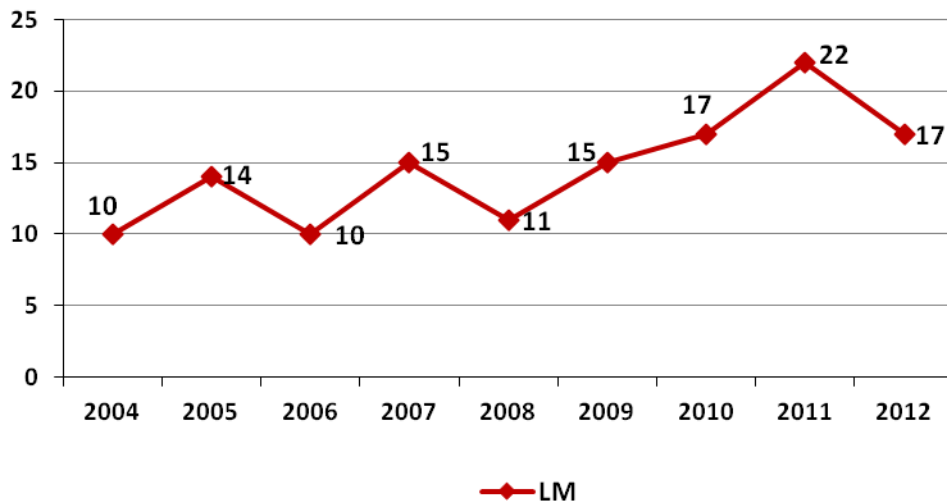
Source: CCM, Liste des adhérents à la Chambre Marocaine des Producteurs de Films.

Le développement du secteur doit également son succès à la mise en place par les investisseurs marocains et étrangers de studios de cinéma ultra modernes à Ouarzazate, nommée la capitale du cinéma marocain, à Casablanca et à Marrakech. Les studios Atlas, Kan Zamane ateliers, les ateliers Cinedina, les studios CLA et le studio Ester Andromède compte parmi les plus grands studios du Royaume.

8.3.4. Données sur la production et les coproductions

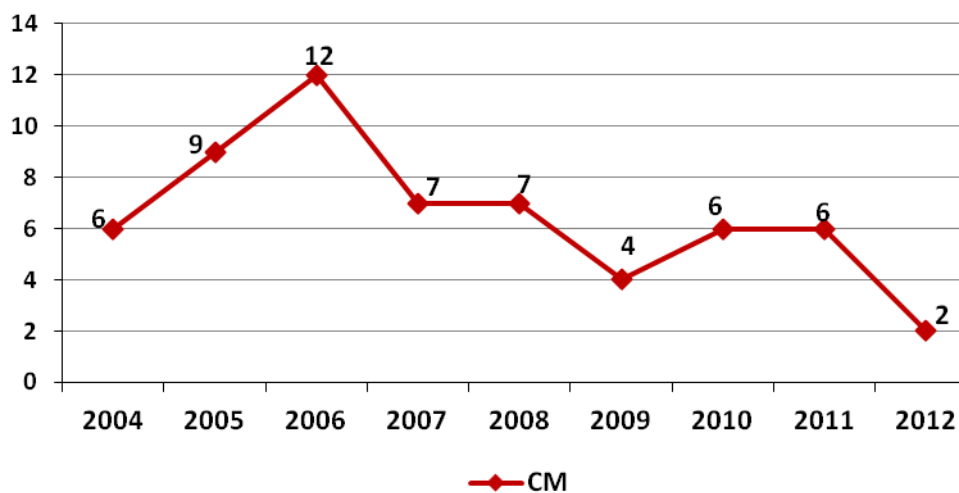
Des données sur la production sont publiées par le CCM.

Nombre de long métrages produits entre 2004 et 2012



Source: CCM, Division de la production, Service Fonds d'Aide.

Nombre de court métrages produits entre 2004 et 2012



Source: CCM, Division de la production, Service Fonds d'Aide.

8.3.5. La politique de coproduction

Il est important de signaler que 38% des films de long métrage de la filmographie nationale marocaine sont coproduits. Citons entre autres : *Mille mois* de Faouzi Bensaidi, *Moolaadé* de Ousmane Sambene, *la Source des Femmes* de Radu Milaihanu, *L'enfant endormi* de Yasmine Kassari et *Sur la planche* de Leila Kilani.

Des données sur les coproductions sont disponibles dans le rapport *Census and Analysis of film & Audiovisual Co-productions in the South-Mediterranean Region 2006-2011*¹.

Le Maroc a signé des accords de coproduction et d'échanges cinématographiques avec les pays suivants : la France, la Belgique, l'Argentine, le Canada, l'Espagne, l'Egypte, l'Italie, la Tunisie, l'Angleterre, la Côte d'Ivoire, le Tchad, le Bénin, le Mali, Burkina Faso, le Cameroun, la Guinée et le Sénégal.

De même, un accord de coproduction et d'échanges cinématographique lie le Maroc à l'Union du Maghreb Arabe.

Nombre de coproductions du Maroc par année et par genre (2006-2011)

	Fiction	Documentaires	Total
2006	4	0	4
2007	7	0	7
2008	7	1	8
2009	3	4	7
2010	4	1	5
2011	6	1	7
TOTAL	31	7	38

Source Euromed Audiovisuel III (L. Rosant, 2012)

Pays partenaires de coproductions avec le Maroc (2006-2011)

	Fiction	Documentaires	Total
France	20	3	23
Belgique	8	1	9
Allemagne	6	0	6
Italie	4	2	6
Canada	3	2	5
U.A.E.	2	1	3
Algérie	2	0	2
Pays-Bas	2	0	2
Egypte	1	0	1
Liban	1	0	1

¹ L. ROSANT, *Census and Analysis of film & Audiovisual Co-productions in the South-Mediterranean Region 2006-2011*, EUROMED AUDIOVISUAL III, Tunis, May 2012.
<http://euromedaudiovisuel.net/Files/2012/05/29/1338310192044.pdf>

Etats-Unis	1	0	1
Espagne	1	0	1
Suisse	1	0	1

Source Euromed Audiovisuel III (L. Rosant, 2012)

Dans le cadre de la mise en application des accords de coproduction et d'échange cinématographique conclus avec les différents pays, le CCM a participé pendant l'année 2012 à la réalisation du film suivant :

Production	Film	Réalisateur	Pays
CNCM	Toiles d'Araignées	Ibrahim Touré	Mali

Aussi, le CCM s'est engagé en 2012 dans la production des films suivants (non sortis) jusqu'à la publication du Bilan cinématographique- Année 2012, du CCM.

Production	Film	Réalisateur	Pays
AFRIK COM	Ultimatum	Djakaridja Diarrassouba	Côte d'Ivoire
CINEKAP	Aujourd'hui	Alain Gomis	Sénégal
LES FILMS DJOLIBA	Morbayassa	Cheick Fantamady Camara	Guinée
LES FILMS SELMON	Moi Zaphira	Apolline Traoré	Burkina Faso
LIKODA Sarl	Pour Christine	Bernard D. Nagmo Dowouo	Cameroun
BRAVA - FLORIDA	Le temps d'aimer	Ana Ramos Lisboa	Cap-Vert
LES FILMS MAME YANDE	Le complot	Ousmane William Mbaye	Sénégal

Source: *Bilan cinématographique- Année 2012*, CCM, p.15

8.3.6. La ville du cinéma : Ouarzazate

Pour l'ensemble des grandes productions déjà citées, les principaux sites de tournages, au cours des six dernières années, étaient par ordre décroissant du budget investi : Ouarzazate : 45% ; Rabat-Casablanca 22% ; Marrakech 17% et autres sites 16%¹.

Les facteurs uniques et importants dont jouit Ouarzazate ; une infrastructure d'industrie cinématographique hautement développée (studios, équipements et matériels de tournage et de montage, etc.), une main-d'œuvre qualifiée, un personnel compétent, une grande variété des expressions culturelles et les superbes paysages facilitent à la ville du cinéma l'attraction des sociétés cinématographiques.

¹ Ibid.

En dépit de ces facteurs jouant un rôle primordial dans la concentration des activités de production à Ouarzazate, une carence dans le processus de marketing et dans l'organisation des personnes actives dans le secteur reste à combler.

Dans le but d'une meilleure exploitation des atouts de la ville du cinéma et en vue de remédier à la carence de marketing, Ouarzazate Film Commission a vu le jour le 28 janvier 2008 dans le but de faciliter l'accueil des tournages au Maroc. Chargée de soutenir les investisseurs étrangers, de structurer le secteur et de commercialiser Ouarzazate en tant que site unique de tournage de films, la Commission favorise la mise en place de conditions propices au développement de l'industrie fondée à Ouarzazate.

La Commission assure également aux sociétés cinématographiques le soutien logistique, la recherche d'endroits de tournage. Elle favorise la promotion d'utilisation des ressources locales et la création de synergies entre le cinéma et le tourisme. Dans le même contexte, Ouarzazate Film Commission s'est fixée comme objectif de relever le nombre de tournage de 57 en 2005 à 225 en 2016 et de créer 8.000 nouveaux emplois dans la région.

8.4. Bilans du CMC 2010 - 2011 - 2012

Depuis quelques années, le Maroc défend sa position en tant que destination de tournage à l'échelle internationale et se développe grâce à des mesures pratiques favorisant et facilitant le processus de tournage pour les investisseurs étrangers.

- Autorisations de tournage accordées

Au total, au cours de l'année 2010, le CCM a accordé 1452 autorisations de tournage. 718 autorisations ont été délivrées pour des productions marocaines et 734 pour des productions étrangères. Le tableau suivant détaille le nombre d'autorisations de tournage production des différentes catégories :

Situation Autorisations de tournage - 2010		
Catégorie	Production marocaine	Production étrangère
Long métrage	40 17 Cinéma/ 23 Vidéo	14
Téléfilms	21	4
Moyen métrage	4	0
Court métrage	78	14
Série télévisée	16	3
Documentaire	54	110
Reportage	100	447
Variété musicale/Clip	141	4
Spot publicitaire	172	27
Émission télévisée	36	99
Sit-Com	6	0
Film institutionnel	35	12
Capsule reportage	3	0
Sketch	10	0
Pièce théâtrale	2	0
Total	718	734

Source : CCM, *Bilan de l'année cinématographique 2010* ; Situation autorisation de tournage – 2010.

Le CCM a accordé pour la période allant jusqu'au 31 décembre 2011 un total de 1471 autorisations de tournage des différentes catégories de production. Presque la moitié de ces autorisations est octroyée pour des productions marocaines et la moitié pour des productions étrangères. Il est à noter qu'en 2011, le Maroc a accueilli le tournage de 9 longs métrages étrangers dont le film allemand *Auslandseinsatz- Mission à l'étranger*, et celui français *L'Affaire Gordji*.

Situation Autorisations de tournage - 2011		
Catégorie	Production marocaine	Production étrangère
Longs métrages	32 19 Cinéma/ 13 Vidéo	9
Téléfilm	10	6
Court métrage	105	12
Moyen Métrage	1	0
Documentaire	50	95
Variété musicale	140	11
Capsule reportage	110	460
Émission télévisée	45	90
Spot publicitaire	200	20
Sit-Com	4	0
Film institutionnel	25	7
Série télévisée	23	5
Sketch	11	0
Total	756	715

Source : CCM, *Bilan de l'année cinématographique-2011* ; Situation autorisation de tournage – 2011.

Le bilan cinématographique de l'année 2012 fait état des 1431 autorisations de tournages accordées aux différentes catégories durant l'année. Alors que 732 autorisations sont accordées à des productions marocaines, 699 sont destinées aux productions étrangères tournant au Maroc.

Autorisations de tournage de films - 2012		
Catégorie	Marocains	Etrangers
Long métrage	36 18 cinéma / 18 vidéo	25
Téléfilm	10	1
Court métrage	122	8
Moyen Métrage	2	0
Documentaire	62	100
Télé feuilleton	2	0
Reportage	107	414
Emission télévisée	65	102
Variété	107	1
Clip	18	9
Spot publicitaire	143	26
Sketch	8	0
Sit-Com	4	0
Film institutionnel	23	10
Capsule reportage	11	0
Série télévisée	12	3
TOTAL	732	699

Source: *Bilan cinématographique - Année 2012*, CCM, Autorisations de tournage de films, p.10

8.5. La distribution cinématographique

8.5.1. Les sociétés de distribution

Le Maroc compte 31 sociétés de distribution autorisées dont la majorité siège à Casablanca¹ 13 sociétés de distribution de films cinématographiques sont opérationnelles. Il s'agit des sociétés suivantes² :

Nom de la société	Siège
Canal 4	Casablanca
Centrale Africaine Cinématographique	Casablanca
Euroma Films	Casablanca
HICOM	Casablanca
First Poly-Production	Laayoune
Maghreb Moderne Films	Casablanca
Master Ciné Films	Casablanca
Megarama Maroc	Casablanca
Sodican	Casablanca
Younès	Casablanca
ZAZA Films	Casablanca
Al Amine D'Investissement Immobilier	Casablanca
New Century Film SARL	Casablanca

8.5.2. Distribution des films étrangers au Maroc

La distribution de films étrangers au Maroc doit intervenir dans le cadre d'un contrat conclu entre le distributeur marocain et le producteur ou distributeur du film étranger, dûment revêtu du visa du Centre Cinématographique Marocain³

Selon le *Bilan cinématographique 2011*, le CCM a procédé à l'inscription de 213 films sur le registre des films importés. Il a également délivré 183 visas d'exploitation de films cinématographiques dont 25 films marocains et 1632 visas d'exploitations culturelles à des films de diverses nationalités.

¹ Voir Liste des sociétés de distribution autorisées (Cinéma), CCM : <http://www.ccm.ma/pdf/sda.pdf>

² Voir Liste des sociétés de distribution de films cinématographiques opérationnelles : <http://www.ccm.ma/pdf/sdo.pdf>

³ <http://www.oc.gov.ma/portal/content/informations-pratiques/importateur-de-services#l-6>

Au cours de l'année 2012, le Centre a procédé à l'inscription de 141 films étrangers sur « le registre des films étrangers ». Il a également délivré 137 visas d'exploitation de films cinématographiques dont 21 films marocains longs métrages et 1 spot publicitaire.

Concernant les films et programmes audiovisuels enregistrés sur vidéogrammes, tel que souligné dans le Bilan cinématographique 2012, le Centre Cinématographique Marocain a accompli les opérations suivantes :

- Inscription de 3044 films étrangers en DVD sur « le registre des films importés »
- Inscription de 3 films étrangers en VCD sur « le registre des films importés »

- Délivrance de 1222 visas d'exploitation en DVD dont 1086 films importés, 23 films longs métrages marocains, 1 documentaire, 8 sketches et 104 variétés

- Délivrance de 138 visas d'exploitation en VCD dont 17 films longs métrages marocains, 4 téléfilms, 8 sketches et 105 variétés.

Par ailleurs, il a été procédé au poinçonnage de 143 385 DVD et 1 128 000 VCD. Le CCM a délivré 1 404 visas culturels de films de diverses nationalités¹.

8.6. L'exploitation cinématographique

8.6.1. Les salles

En 2011, le CCM dénombrait 68 salles actives.²³ d'entre elles se répartissaient dans les deux multiplexes Megarama (respectivement 14 salles à Casablanca et 9 à Marrakech).

Avec un investissement de près de 20 millions EUR, le groupe français Megarama a fait ses premiers pas sur le continent africain en ouvrant le premier multiplexe au Maroc : le Mégarama de Casablanca. Disposant de 14 salles, celui-ci a ouvert ses portes en 2002.²

Le deuxième multiplexe appartenant au même groupe a été inauguré en 2006 à Marrakech avec 9 salles. En effet, le prix de l'entrée est passé de 30 MAD en 2002 à 50 MAD en 2011³.

Selon les chiffres du CCM, les recettes de guichet de l'année 2011 ont atteint 68 millions MAD dont 38 millions MAD réalisés par les multiplexes Mégarama. La réussite est donc là pour le groupe Mégarama au Maroc s'accaparant ainsi 60% du chiffres d'affaires des recettes et 40% des entrées dans le Royaume.

¹ *Bilan Cinématographique – Année 2012*, CCM, p. 24

² « Cinéma. Mégarama, méga... succès », *Telquel*, 22 mai 2012, <http://www.telquel-online.com/Actualites/Economie/Cinema-Megarama-mega-succes/523>

³ Amira Khalfallah et Layal Ghanem, *Mégarama Grandeur et Décadence*, dans *Actuel, l'esprit ouvert*, 20 janvier 2012, <http://www.actuel.ma/Tendances Culture/Megarama Grandeur et decadence/887.html>

8.6.2. Exploitation des salles de cinéma – Année 2012

Ville	Salle	Entrées	Recettes en MAD
CASABLANCA	Multiplexe Megarama	844667	35 924 608,43
	Imax	144691	8 083 945,00
	Lynx	71499	1 790 831,42
	Lutetia	58342	1 089 881,45
	Multiplexe Eden Club	36938	868 280,97
	Rialto	34546	1 107 671,45
	Al Malaki	29776	202 056,39
	Ritz	27227	760 531,87
	Rif	15264	446 105,98
	Abc	14025	371 822,65
	Verdun	4870	58 970,63
MARRAKECH	Multiplexe Megarama	187111	7 828 640,43
	Mabrouka	56103	968 510,43
	Le Colisée	53685	1 283 844,23
	El Massira	26650	427 344,00
	El Hillal	5969	45 399,41
RABAT	Royal	91221	2 197 272,47
	7eme ART	32529	627 074,00
	Fairouz	20690	331 405,15
TANGER	Le paris	43730	633 799,03
	Roxy	39130	794 217,70
	Mauritania	31872	399 204,00
	Rif	4620	68 950,44
MEKNES	Camera	29614	558 466,60
	A B C	10563	161 264,46
	Dawliz (Meknès)	2777	31 770,00
TETOUAN	Avenida	28011	889 064,91
	Espagnol	19908	487 082,08
FES	Rex	12614	321 980,32
	Empire / LUX	5673	206 960,00
OUJDA	Colisée	8186	55 044,54
	Royal	5257	42 591,60
	Vox	3292	29 544,21
AGADIR	Sahara	6086	27 003,18
SETTAT	Al ahram	3057	41 351,09
ASSILAH	Magali	1101	10 191,68
TOTAL GENERAL		2 011 294	69 172 682,20

Source: *Bilan cinématographique- Année 2012*, CCM, p. 18.

*Tel que souligné dans le Bilan, il y a lieu de noter que ces chiffres ne sont pas définitifs, le CCM n'ayant pas reçu à ce jour toutes les déclarations des recettes des salles de cinéma.

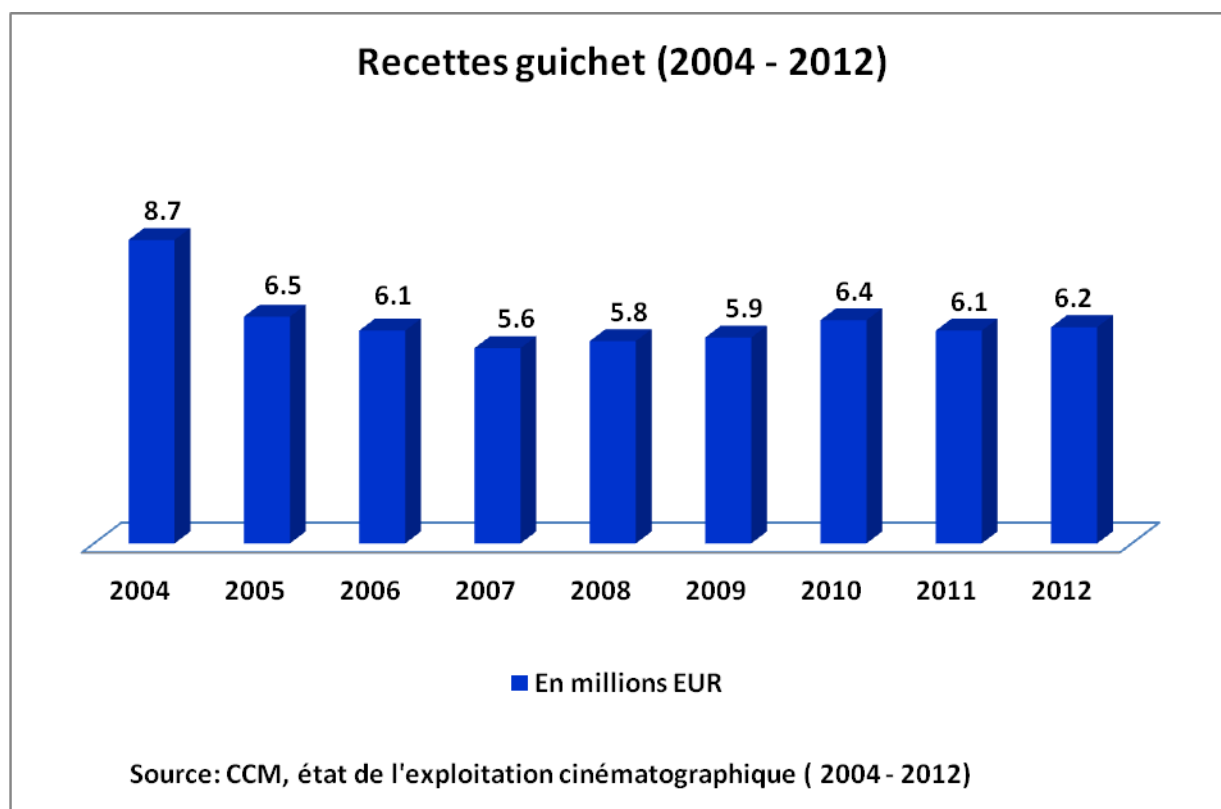
8.6.3. L'effondrement de la fréquentation

Malgré le succès des multiplexes Megarama, la fréquentation sur l'ensemble du Royaume s'est effondrée de 6,8 millions d'entrées en 2004 à 2 millions en 2012 ; entraînant une chute des recettes au guichet de 8,8 à 6,2 millions EUR.

Exploitation cinématographique de 2004 à 2012

Année	Nombre d'entrées	Recettes guichet en millions MAD	Recettes guichet en millions EUR
2004	6 794 345	99 186 347	8 785 200
2005	4 763 738	72 646 910	6 504 880
2006	3 854 942	69 153 821	6 156 130
2007	3 376 452	64 433 392	5 602 830
2008	2 960 877	66 101 274	5 841 320
2009	2 638 707	68 323 258	5 981 950
2010	2 535 829	72 504 044	6 449 880
2011	2 248 542	68 051 518	6 103 020
2012	2 011 294	69 172 682	6 206 380

Source: CCM, état statistique de l'exploitation cinématographique 2004-2012.



8.6.4. Problématique de l'exploitation

Toute industrie cinématographique se base sur trois paliers fondamentaux : la production, la distribution et l'exploitation. Au contraire de la production florissante et dynamique actuelle au Maroc, la distribution et l'exploitation cinématographiques sont en crise.

En 1982, le Maroc comptait 246 salles de cinéma réalisant 45 millions d'entrées pour un chiffre d'affaires de 118 MMAD. En 2011, le nombre de salles n'est plus que de 68 salles, pour seulement 2.2 millions d'entrées et un chiffre d'affaires de 68 MMAD soit 6 MEUR.

A titre comparatif, le tableau ci-dessous compare la fréquentation marocaine avec les pays les plus cinéphiles :

Pays	Fréquentation en millions	Population en millions	Coefficient
Maroc 1982	45	16	2.8
Maroc 2010	2.5	31	0.08
France 2010	201	63	3.19
USA 2010	1 420	330	4.3
Inde 2010	7 300	1 166	6.26

Source: *Plaidoyer pour la Culture: Le Cinéma, État des lieux*, p.8.

Conformément à cet état statistique des lieux, en 1982, le coefficient de fréquentation des salles de cinéma (rapport des entrées / à la population du pays) était comparable à celui d'un pays développé ; Aujourd'hui, il est proche de zéro, alors que dans les pays faisant l'objet de comparaison, il n'a cessé d'augmenter. La France a atteint le chiffre record de 215 millions d'entrées en 2011¹.

L'étape suivant la production est franchie dans les salles de cinémas et englobe le marketing, la programmation, l'entretien des lieux, l'attraction des spectateurs et l'encaissement des recettes. Depuis les années 1980, la régression des salles de cinéma au Maroc constitue un problème majeur affectant le dynamisme que connaît la production de films dans le Royaume et la volonté de transformer le Maroc en une plate-forme de l'industrie cinématographique arabe et internationale. Se chiffrant encore à 246 salles en 1982, le nombre de salles a chuté à 124 en 2006 pour n'arriver qu'à 68 salles dans tout le pays actuellement².

En moyenne, sept salles de cinéma ferment leurs portes chaque année. Ne percevant que des recettes minimales, atteignant rarement plus d'un million MAD, à cause d'une très faible fréquentation du côté des spectateurs qui ne dépasse quelques fois pas les 600 à 700 entrées par semaine. Plus grave encore, on estime que 75% des salles ne répondent plus aux normes professionnelles minimales nécessaires à l'organisation du spectacle cinématographique.

¹ *Plaidoyer pour la Culture, le Cinéma, État des lieux*, œuvre collective des chambres professionnelles, documentation CCM, année 2011.

² *Bilan cinématographique- Année 2011*, Centre Cinématographique Marocain, Rabat, p.22.

Causes de la crise des salles

Le Rapport *Plaidoyer pour la culture* dénombre, comme suit, les motifs de l'échec imprimant le processus de l'exploitation/ distribution au Maroc :

a) L'encadrement des prix

La longue soumission du ticket au contrôle de l'État a engendré un décalage avec les montants réels des investissements, d'où un sous-équipement des salles. Même après la libération des prix au cours des années 1980, les prix des équipements en Europe ne correspondaient plus à la réalité économique du marché marocain.

Ajouté à ceci les droits de douanes excessifs accompagnés par une TVA de 20% non récupérable, entravant ainsi toute modernisation des salles. De plus, la part du distributeur dans le prix du ticket (25% à 50% des recettes). Par conséquent, la salle ne dispose en réalité que de 40% de son chiffre d'affaires autrement dit du total des tickets vendus. Cette part infime ne permet aucunement aux salles de faire face à leur charges, d'assurer une maintenance régulière et /ou de se moderniser.

Répartition du prix du billet de cinéma

Désignation	%	<u>Ticket en MAD</u> 25.00
Fonds d'aide à l'exploitation	5.0%	1.25
Fonds d'aide à la production	5.0%	1.25
Taxe pour le CCM	5.5%	1.38
Taxe pour l'entraide nationale	5.5%	1.38
Taxe pour la Palestine 0.20 MAD	0.8%	0.20
Rémunération Droit d'auteur	1.0%	0.25
Distributeur	38.0%	9.50
Salle de cinéma	39.2%	9.80
TOTAL	100%	25.00

Source: *Plaidoyer pour la Culture: Le Cinéma*, op.cit. p.9

Selon la même source, étant donné que le domaine n'étant pas producteur fiscal, il n'a aucune possibilité de récupérer la TVA sur investissements ou achats, ce qui alourdit considérablement le montant de l'investissement et de l'entretien.

Il convient de noter que dans une tentative d'alléger le fardeau aux investisseurs et propriétaires de salles de cinéma, les droits de douanes sur les produits européens ont été réduits à 0% à partir du 1^{er} mars 2012, et que la loi des finances 2012 a prévu le remplacement des taxes parafiscales par une TVA à 20% sur le ticket de cinéma.

b) Le piratage

Le piratage constitue l'un des enjeux majeurs de la crise de l'exploitation cinématographique au Maroc. Concurrence déloyale et informelle, le piratage représente une menace réelle pour les salles de cinéma.

Selon l'Office des changes, 50 millions de DVD vierges entrent chaque année au Maroc en provenance de Chine. Cette importation de DVD s'effectue de manière toute à fait légale et est payée en devise marocaine. Ensuite, les films sont gravés et revendus au marché noir à 5 ou 7 MAD (0.44 ou 0.62 EUR) dépendant de la qualité. Selon les estimations, le chiffre d'affaires des pirates est de 250 MMAD (22 MEUR); un montant qui échappe annuellement au fisc marocain¹.

Les films marocains sont piratés dans les salles mêmes où ils sont projetés, grâce à des systèmes ingénieux à l'aide desquels les fraudeurs réussissent à véhiculer des copies en même temps que la sortie nationale des films. Afin d'avoir une longueur d'avance sur les pirates, la politique de la maison Mégarama au Maroc tente d'obtenir les droits d'exploitation pour un film en même temps que les salles européennes et américaines².

Selon certains observateurs, l'ampleur du problème nécessite une analyse plus approfondie : la piraterie ne doit pas être pensée seulement en termes de répression mais nécessite une compréhension en profondeur de ses causes économiques et culturelles³. En dépit de la loi criminalisant la piraterie⁴ et des textes juridiques la modifiant et la complétant et selon lesquels un fraudeur peut écoper de deux ans de prison et est passible de 60 millions de centimes d'amende, la justice est rarement faite au sujet de la piraterie et la cybercriminalité au Maroc.

c) Le public

A la demande du Centre cinématographique marocain (CCM), le cabinet de consulting « Valyans » a établi un scanner de la situation du cinéma marocain⁵. De la distribution jusqu'à la production, tous les métiers du cinéma ont été passés au crible. L'étude diagnostique visait la mise en œuvre d'un plan pour le développement du secteur cinématographique au Maroc.

Les facteurs exogènes synthétisant le diagnostic effectué par Valyans, sont les suivants :

- L'arrivée des produits de substitution au cinéma:
 - Accès aux programmes diffusés par satellite
 - Disponibilité des films récents en DVD/DIVX piratés
 - Chaînes nationales dont la programmation s'est améliorée
 - Apparition de nouveaux lieux de sortie

¹ Paola Frangieh, « SOS Salles de cinéma en détresse » dans *Le Soir Echos*, 12 janvier 2012, <http://www.lesoir-echos.com/sos-salles-de-cinema-en-detresse%E2%80%89/culture/39428/>

² Déclarations faites par M. David Frauciel, directeur général du Mégarama Casablanca au *Bilatéral : L'industrie cinématographique au Maroc*, op.cit., p 29.

³ Voir par exemple, A. BENCHENNA, "Les produits culturels issus de la contrefaçon au Maroc: outils de renforcement de la dépendance culturelle?" in T. MATTELART *Piratages audiovisuels: Les voies souterraines de la mondialisation culturelle*, INA-De Boeck, Paris-Bruxelles, 2011. Voir également T. MATTELART, "Audiovisual Piracy, Informal Economy, and Cultural Globalization", in *International Journal of Communications*, 6, 2012, <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/1164/728>

⁴ Loi n° 2-00 relative aux droits d'auteur et droits voisins (promulguée par Dahir No. 1-00-20 du 9 Kaada 1420 (15 février 2000). Loi n° 34-05 modifiant et complétant la Loi n° 2-00 relative au droits d'auteur et droits voisins (promulguée par Dahir n° 1-05-192 du 14 février 2006) Voir http://www.wipo.int/wipolex/fr/text.jsp?file_id=136955

⁵ Étude diagnostique et stratégique pour le développement du secteur cinématographique au Maroc, Centre Cinématographique Marocain, avril 2007, <http://www.ccm.ma/inter/phactualite/modetude.pdf>

- Le faible pouvoir d'achat du cœur de cible du cinéma (les jeunes) et la diversité de leurs sources de dépenses
- Le sentiment d'insécurité suite aux attentats de mai 2003

Ainsi, le cinéma ne fait pas partie des habitudes de loisirs des marocains, telle est l'une des grandes révélations de l'étude. D'ailleurs, selon la même source : 60 % des marocains sont des non-spectateurs absolus, c'est-à-dire qu'ils vont moins d'une fois par an au cinéma ou n'y vont jamais.

Ce résultat étonnant conjugué à la régression du nombre des salles de cinéma et leur délabrement, à la mauvaise fréquentation des salles de quartier, aux programmations qui ne répondent pas aux attentes du public en termes de qualité et de nouveauté (mis à part le Mégarama), aux taxes dues par le secteur, aux droits de douanes et au piratage ; tous ces éléments contribuent à l'aggravation de la crise de la filière exploitation / distribution dont souffre l'industrie du cinéma au Maroc.

Les auteurs de l'étude diagnostiques estiment que la désaffectation du public puise ses origines dans : l'augmentation des prix du ticket, les mauvaises conditions de projection (mauvaise qualité d'image et de son) couplées à un manque d'entretien des salles, à l'éloignement du cinéma du domicile des spectateurs potentiels : la plupart des salles est concentrée dans les centres urbains excluant ainsi l'accès des habitants ruraux aux spectacles cinématographiques. De plus, les films marocains et étrangers, commercialisés dans les circuits illégaux bien avant leur sortie officielle, étouffent toute velléité chez le Marocain de fréquenter les salles de cinéma.

Il convient de signaler que, dans le but de rapprocher le cinéma de son public, notamment celui des régions dépourvues de salles de cinéma, le CCM organise des projections ambulantes appelées « Caravanes cinématographiques ». C'est une tradition datant de l'époque du Protectorat Français et que le CCM maintient en vue d'enrichir les rencontres culturelles et artistiques et les programmes de festivals de films. Au total, en 2011, les Caravanes ont effectué 67 tournées à travers le Royaume¹.

Selon les auteurs de l'étude, le public marocain est un public qui aime partager le plaisir d'un spectacle et qui optera davantage pour la visualisation d'un film dans une salle que pour une consommation individuelle à condition de lui fournir l'emplacement adéquat, un ticket abordable et des conditions confortables de plaisir en salle.

8.6.5. *Les aides à l'exploitation*

La politique d'aide au secteur du cinéma est mise en place afin de promouvoir l'industrie du film dans le Royaume.

- Pour renforcer les moyens d'action du CCM et de l'industrie cinématographique marocaine, une taxe parafiscale de 10% sur les recettes de salles de cinéma bénéficie donc concurremment et pour moitié au Fonds d'aide à la production et aux exploitants qui se proposent de rénover leurs salles².

¹ *Bilan cinématographique - Année 2011*, Projections des Caravanes Cinématographiques, Centre Cinématographique Marocain, op.cit., p.33.

² Il faut préciser à cet égard que les nouvelles salles en sont exonérées pendant 10 ans tandis que celles qui ont été rénovées en bénéficient pendant 5 ans - au total, une quarantaine de salles ont pu disposer de ce financement pour

- Pour ce qui est un régime d'aide à l'exploitant cinématographique, les modalités d'octroi précisent que les exploitants des salles de cinéma sont tenus de verser au CCM une somme égale à 50% de la taxe parafiscale instituée au profit du CCM sur les spectacles cinématographiques. Les 50% restants devant être gardés par l'exploitant pour les verser dans un compte ouvert exclusivement à cet effet au nom de la salle, et ce pour les réserver aux dépenses et réinvestissement, de réaménagement et d'entretien de cette salle ou groupement de salles appartenant au même exploitant.

Alors que la numérisation des salles progresse à grands pas dans l'Union européenne, et particulièrement dans les pays francophones (France, Belgique, Luxembourg), la transition au Maroc n'a pas encore commencé. Dès 2010, Dès octobre 2010 un Appel à la numérisation des salles était lancé à l'occasion de la Journée nationale du cinéma, «Le cinéma national et les défis du numérique dans le cadre d'une approche participative».¹

Le cahier des charges du CCM pour 2013 prévoit des actions en faveur de la numérisation des salles. Le texte de ce cahier des charges n'est pas disponible au moment où nous rédigeons ce rapport. Selon Aujourd'hui,² « *S'agissant du texte consacré à la numérisation, la modernisation et la création des salles de cinéma, il vise à consolider la transparence en matière de promotion cinématographique et les opportunités de distribution en diversifiant l'offre. Cet arrêté tend également à élargir le nombre des salles cinématographiques dans le cadre de la distribution équitable des structures culturelles sur les plans national et régional.* »

8.6.6. Données sur le succès des films

Les exploitants et les distributeurs communiquent les données sur le succès des films (en recettes et en nombre d'entrées) au Centre Cinématographique Marocain. Celui-ci établit des synthèses statistiques sur les films marocains, arabes et étrangers et les publie dans son *Bilan Cinématographique* annuel accessible sur son site web.

leur réaménagement. De plus, un taux minimum des droits et taxes de 2.5% est appliqué au matériel cinématographique. Voir : Sehimi, Mustapha, Les entreprises culturelles au Maroc, op.cit, p.33.

¹ « Appel à la numérisation des salles », *Maghress*, 21 octobre 2010. <http://www.maghress.com/fr/aujourd'hui/78783>

² « Un arsenal juridique pour hisser la qualité du cinéma marocain », *Aujourd'hui*, 19 octobre 2012 ; <http://www.aujourd'hui.ma/maroc-actualite/focus/un-arsenal-juridique-pour-hisser-la-qualite-du-cinema-marocain-98802.html>

Box Office des films marocains - 2011

	Titre	Nombre d'entrées	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR
1	NHAR TZAD TFA DOW	75307	2 450 495	219 766
2	LES AILES DE L'AMOUR	71388	2 221 161	199 199
3	FEMMES EN MIROIRS	45286	1 355 936	121 604
4	MAJID	39377	1 101 857	98 817
5	PEGASE	21932	670 249	60 109
6	LE BOUT DU MONDE	20725	574 672	51 537
7	LA MOSQUEE	17193	271 052	24 308
8	LA 5ème CORDE	16692	553 755	49 662
9	FISSURES	13289	176 296	15 810
10	AGADIR BOMBAY	9458	60 289	5 406
11	LES ENFANTS TERRIBLES DE CASA	8840	143 344	12 855
12	LARBI	8280	259 170	23 243
13	OMAR M'A TUER	7185	285 950	25 644
14	LE CLANDESTIN	6943	150 410	13 489
15	UN FILM	6939	219 808	19 712
16	LES CASABLANCAIS	6741	21 525	1 930
17	KANDISHA	6279	184 884	16 580
18	SWINGUM	5148	127 406	11 426
19	AMOURS VOILES	4168	69 884	6 267
20	AD-DAR LAKBIRA	3839	70 210	6 350
21	LES JARDINS DE SAMIRA	3200	32 485	2 913
22	LES GARS DU BLED	2605	56 740	5 088
23	MOROCCAN DREAM	2311	21 633	1 940
24	HISTOIRE D'AMOUR	2281	39 411	3 534
25	DESTINS CROISES	2241	20 247	1 815
26	LES OUBLIES DE L'HISTOIRE	2059	35 555	3 188
27	CASABLANCA DAY LIGHT	1942	70 934	6 361
28	TERMINUS DES ANGES	1898	114 270	10 248
29	LE TEMPS DES CAMARADES	1805	24 960	2 238
30	RIH AL BAHR / PARFUM DE MER	1723	23 958	2 148
31	THE END	1426	55 730	4 998
32	ALI ZAWA	1413	19 650	1 762
33	NOS LIEUX INTERDITS	1392	27 040	2 425
34	LES AMOURS DE HAJE MOKHTARE SOLDI	1281	17 637	1 581
35	JUGEMENT D'UNE FEMME	1241	17 055	1 529
36	KHAFAYA	1187	16 500	1 479
37	LES AMIS D'HIER	1120	15 594	1 398
38	CASABLANCA BY NIGHT	1024	14 088	1 263
39	ELLE EST DIABETIQUE ET HYPERTENDUE	852	11 679	1 047
40	LES VOISINES D'ABOU MOUSSA	721	10 050	901
41	PLASTIQUE	649	22 500	2 017
42	DES L'AUBE	642	9 960	893
43	TRESSES	548	7 605	682
44	MONA SABER	513	7 068	633
45	LA SYMPHONIE MAROCAINE	438	8 915	799
46	NANCY ET LE MONSTRE	432	16 635	1 491
47	ITTO TITRIT	137	3 820	342
	TOTAL	432 090	11 690 071	1 048 427

Source : *Bilan Cinématographique Année – 2011*, Box Office des films marocains, CCM.

*Les recettes guichet en MAD sont converties en EUR selon le taux de change fixé par Oanda currency converter en date du 31 décembre 2011.

Box Office des trente premiers films - 2011

	Titre	Origine	Nombre d'entrées	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR
1	NHAR TZAD TFA DOW	MAROC	75307	2 450 495	219 766
2	LES AILES DE L'AMOUR	MAROC	71388	2 221 161	199 199
3	AV. DE TINTIN LE SECRET DE LA LICORNE	USA NZ	32110	1 637 738	146 876
4	HARRY POTTER ET LES R. DE LA MORT/2	USA GB	39333	1 602 180	143 687
5	BONNE SOIRÉE	EGYPTE	45501	1 509 793	135 402
6	FEMMES EN MIROIRS	MAROC	45286	1 355 936	121 604
7	ZAHAYMER	EGYPTE	41411	1 335 364	119 759
8	VERY BAD TRIP 2	USA	27449	1 299 835	116 572
9	PIRATES DES CARAIBES:F. DE JOUVENCE	USA	30268	1 287 800	115 493
10	FAST AND FURIOUS 5 / FAST FIVE	USA	20659	1 276 585	114 487
11	BOLBOL HAYRANE	EGYPTE	36658	1 153 443	103 444
12	TWILIGHT-CHAPITRE 4: REVELATION (P.1)	USA	22957	1 148 355	102 987
13	MAJID	MAROC	39377	1 101 857	98 817
14	LOVE ET AUTRES DROGUES	USA	13787	1 030 809	92 445
15	X-LARGE	EGYPTE	18964	1 014 610	90 992
16	THE TOURIST	USA / FR	17292	929 540	83 363
17	SEX FREINDS	USA	18947	892 350	80 028
18	LE DERNIER DES TEMPLIERS	USA	17341	749 625	71 263
19	JOHNNY ENGLISH/ LE RETOUR	FR/ USA/GB	13275	784 145	70 324
20	CRAZY, STUPID, LOVE	USA	15807	774 740	69 480
21	AU-DELA	USA	14663	714 015	64 034
22	SANS IDENTITE	FR/GR/CA/ JA/AME/ALL	16325	692 998	62 149
23	PEGASE	MAROC	21932	670 249	60 109
24	DESTINATION FINALE 5	USA	12025	660 605	59 244
25	IL N'EST JAMAIS TROP TARD	USA	7468	654 315	58 680
26	X-MEN: FIRST CLASS	USA	12824	630 280	56 525
27	L'INCROYABLE HISTOIRE DE WINTER	USA	6459	615 830	55 229
28	LES TROIS MOUSQUETAIRES	FR/GB/USA/ ALL	10263	604 365	54 200
29	CONTAGION	EAU/ USA	5385	579 690	51 988
30	LE BOUT DU MONDE	MAROC	20725	574 672	51 537

Source : *Bilan Cinématographique – Année 2011.*

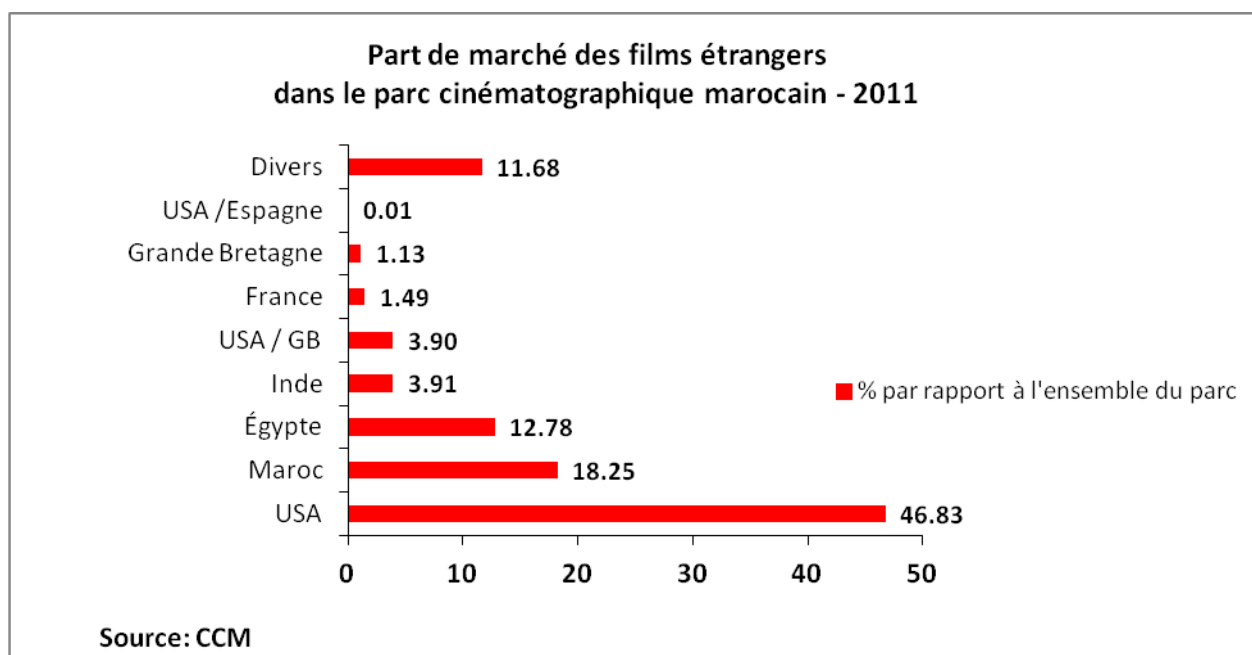
*La conversion de la devise locale en EUR est faite conformément au taux de change fixé par Oanda Currency Converter en date du 31 décembre 2011.

Box Office par nationalité – 2011

Pays d'origine	Nombre de films	Nombre d'entrée	% par rapport à l'ensemble du parc	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR	% par rapport à l'ensemble du parc
USA	169	752 655	40.68	26 723 817	2 396 660	46.83
Maroc	38	366 291	19.80	10 415 396	934 077	18.25
Égypte	44	277 169	14.98	7 295 585	654 285	12.78
Inde	165	160 759	8.69	2 230 870	200 070	3.91
USA / GB	9	62 074	3.35	2 229 926	199 985	3.90
France	15	24 694	1.68	847 925	76 043	1.49
GB	4	17 161	0.93	647 852	58 100	1.13
USA /Espagne	1	216	0.01	1 732	155	0.01
Divers	101	189 136	10.22	6 666 579	597 875	11.68
TOTAL		1 850 155	100%	57 059 682	5 117 250	100%

Source: *Bilan Cinématographique - Année 2011*, Box Office par nationalité, CCM.

*Les recettes guichet en MAD sont converties en EUR selon le taux de change fixé par Oanda currency converter en date du 31 décembre 2011.



Box Office des films marocains - 2012

	Film	Nombre d'entrées	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR
1	ROAD TO KABOUL	230 519	7 759 659,00	696 220
2	UN MAROCAIN A PARIS	90 901	2 589 354,25	232 325
3	DIABETIQUE 3	42 080	1 253 292,70	112 449
4	ZERO	39 795	1 265 235,00	113 521
5	L'AMANTE DU RIF	28 321	755 576,04	67 792
6	ANDALOUSIE MON AMOUR	23 322	547 206,87	49 096
7	MAINS RUDES	20 539	530 962,60	47 639
8	AGADIR BOMBAY	20 100	450 688,22	40 437
9	FEMME ECRITE	17 000	509 695, 00	45 731
10	LE RETOUR DU FILS	16 730	423 650,65	38 011
11	CHATIMENT	14 910	349 270,44	31 337
12	SUR LA PLANCHE	11 531	353 985,39	31 760
13	LES HOMMES LIBRES	10 869	76 899,20	6 899
14	MORT A VENDRE	10 537	275 126,10	24 685
15	ANDROMANE	9 528	286 315,48	25 689
16	NHAR TZAD TFA DOU	9 191	159 527,93	14 313
17	SOURCE DES FEMMES	8 662	172 026,94	15 434
18	HORS ZONE	8 324	235 061,12	21 090
19	LES AILES DE L'AMOUR	8 265	165 166,47	14 819
20	AMOURS VOILEES	6 856	142 845,51	12 816
21	LES GARS DU BLED	5 673	107 177,61	9 616
22	LA VIE DES AUTRES	4 727	152 505,00	13 683
23	LE BOUT DU MONDE	4 616	80 131,54	7 189
24	THE END	4 453	86 939,45	7 800
25	LES ENFANTS TERRIBLES DE CASA	4 232	55 069,04	4 940
26	LES JARDINS DE SAMIRA	3 812	67 123,25	6 022
27	PEGASE	3 756	58 463,65	5 245
28	CASA BY NIGHT	3 413	86 592,25	7 769
29	LA GRANDE VILLA	2 900	22 809,23	2 046
30	MAJID	2 490	12 357,60	1 108
31	LE CLANDESTIN	2 454	31 770,91	2 850
32	LARBI	2 282	24 092,97	2 161
33	MEMOIRE D'ARGILE	1 650	46 055,00	4 132
34	MAROCK	1 305	18 261,00	1 638
35	ROAD NINE	1 021	42 000,00	3 768
36	DESTINS CROISES	861	12 436,89	1 115
37	MOROCCAN DREAM	773	3 058,79	274
38	LA 5 ème CORDE	526	9 252,00	830
39	LA MOSQUEE	463	5 642,55	506
40	YASMINE ET LES HOMMES	417	6 090,27	546
41	CASA DAY LIGHT	377	8 948,25	803
42	ITTO ITTRIT	366	8 135,00	730
43	OMAR M'A TUER	184	3 312,00	297
44	UNE HISTOIRE D'AMOUR	181	2 455,15	220
45	FEMMES EN MIROIRS	161	2 181,53	196
46	LES OUBLIES DE L'HISTOIRE	142	1 886,86	169
47	LE REGARD	126	2 268,00	203
	TOTAL	681 341	18 748 865,70	1 727 919

Source: *Bilan Cinématographique Année - 2012*, Box Office des films marocains, CCM. * Les recettes guichet en EUR sont converties selon le taux de change fixé par Oanda currency converter en date du 31 décembre 2012.

Box Office des trente premiers films – 2012

	Titre	Nationalité	Entrées	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR
1	ROAD TO KABOUL	MAROC	230 519	7 759 659.00	696.220
2	UN MAROCAIN A PARIS	MAROC	90 901	2 589 354.25	232.325
3	SKYFALL	USA	48 358	2 595 609.35	232.886
4	MISSION IMPOSSIBLE : PROTOCOLE FANTOME	USA	43 453	2 023 634.30	181.566
5	DIABETIQUE 3	MAROC	42 080	1 253 292.70	112.449
6	THE DARK KNIGHT RISES- BATMAN	USA/GB	41 487	1 755 555.00	157.514
7	ZERO	MAROC	39 795	1 265 235.00	113.521
8	TWILIGHT CHAPITRE 5 : REVELATION 2ème PARTIE	USA	37 499	2 122 820.00	190.466
9	X- LARGE	EGYPTE	36 494	1 011 205.45	90.728
10	THE AMAZING SPIDER MAN	USA	36 049	1 056 422.12	94.785
11	ASTERIX ET OBELIX AU SERVICE DE SA MAJESTE	France	29 020	1 270 976.00	114.036
12	THE AVENGERS	USA	28 478	1 504 390.11	134.978
13	L'AMANTE DU RIF	MAROC	28 321	755 576.04	67.792
14	BLANCHE NEIGE	USA	27 718	920 272.67	82.569
15	MEN IN BLACK 3	USA	25 407	1 227 995.44	110.179
16	ANDALOUSIE MON AMOUR	MAROC	23 322	547 206.87	49.096
17	SEXY DANCE 4 MIAMI HEAT	USA	22 963	778 350.00	69.835
18	LA COLERE DES TITANS	USA	21 844	808 351.16	72.527
19	MAINS RUDES	MAROC	20 539	530 962.60	47.639
20	LES SEIGNEURS	FRANCE	20 356	1 004 130.00	90.093
21	AGADIR BOMBAY	MAROC	20 100	450 688.22	40.437
22	VOYAGE AU CENTRE DE LA TERRE 2: L'ILE MYSTERIEUSE	USA	19 001	803 625.48	72.103
23	SHERLOK HOLMES 2 : JEU D'OMBRES	USA	17 660	647 469.67	58.092
24	HUNGER GAMES	USA	17 617	651 188.91	58.426
25	FEMME ECRITE	MAROC	17 000	509 695.00	45.731
26	LE RETOUR DU FILS	MAROC	16 730	423 650.65	38.011
27	UN BONHEUR N'ARRIVE JAMAIS SEUL	FRANCE	16 699	613 900.00	55.08
28	JASON BOURNE : L'HERITAGE	USA	16 589	813 555.00	72.994
29	LA VERITE SI JE MENS III	FRANCE	16 267	660 791.78	59.288
30	UNDER THE SEA	USA	15 730	550 550.00	49.397
	TOTAL		1 067 996	38 906 112.77	3 490.763

Source: *Bilan Cinématographique Année - 2012*, Box Office des trente premiers films, CCM.

* Les recettes guichet en EUR sont converties selon le taux de change fixé par Oanda currency converter en date du 31 décembre 2012.

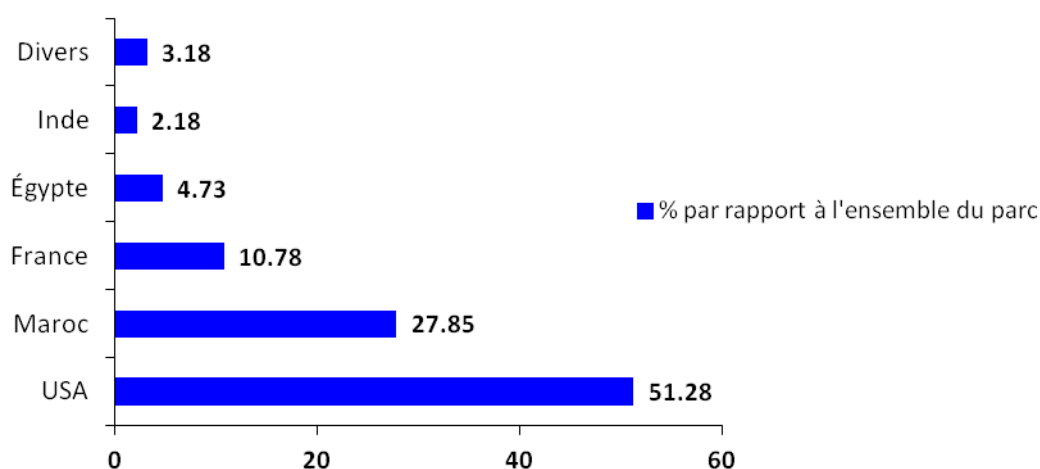
Box Office par nationalité – 2012

Pays d'origine	Nombre de films	Entrées	% par rapport à l'ensemble du parc	Recettes guichet en MAD	Recettes guichet en EUR	% par rapport à l'ensemble du parc
USA	140	855 564	42.53	35 473 762.88	3 182 810	51.28
Maroc	47	681 341	33.88	19 258 560.70	1 727 940	27.85
France	27	152 532	7.58	7 461 290.58	669 449	10.78
Égypte	25	143 838	7.16	3 268 219.41	293 234	4.73
Inde	65	101 082	5.03	1 506 597.17	135 176	2.18
Divers	68	76 937	3.82	2 204 251.46	197 772	3.18
TOTAL		2 011 294	100%	69 172 682.20	6 206 381	100%

Source: Bilan Cinématographique - Année 2012, Box Office par nationalité, CCM.

* Les recettes guichet en EUR sont converties selon le taux de change fixé par Oanda currency converter en date du 31 décembre 2012.

Part de marché des films étrangers dans le parc cinématographique marocain - 2012



Source: Bilan cinématographique - Année 2012, CCM

8.7. Distribution du film marocain à l'étranger

Les professionnels marocains se plaignent souvent de la difficulté pour leur film d'accéder aux écrans d'Europe et des parts très faibles obtenues par les films marocains sur ce marché. Selon la base de données LUMIERE de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, entre 1996 et 2012, 74 films marocains ou à participation marocaine ont été distribués en Europe. Cela inclut 25 films purement marocains et 14 films de coproduction majoritaire. Les autres films sont des coproductions minoritaires avec des pays partenaires : essentiellement la France (principal coproducteur dans 20 films).

Projet de collecte de données sur le cinéma et l'audiovisuel

Entrées des films marocains en Europe (1996-2012)

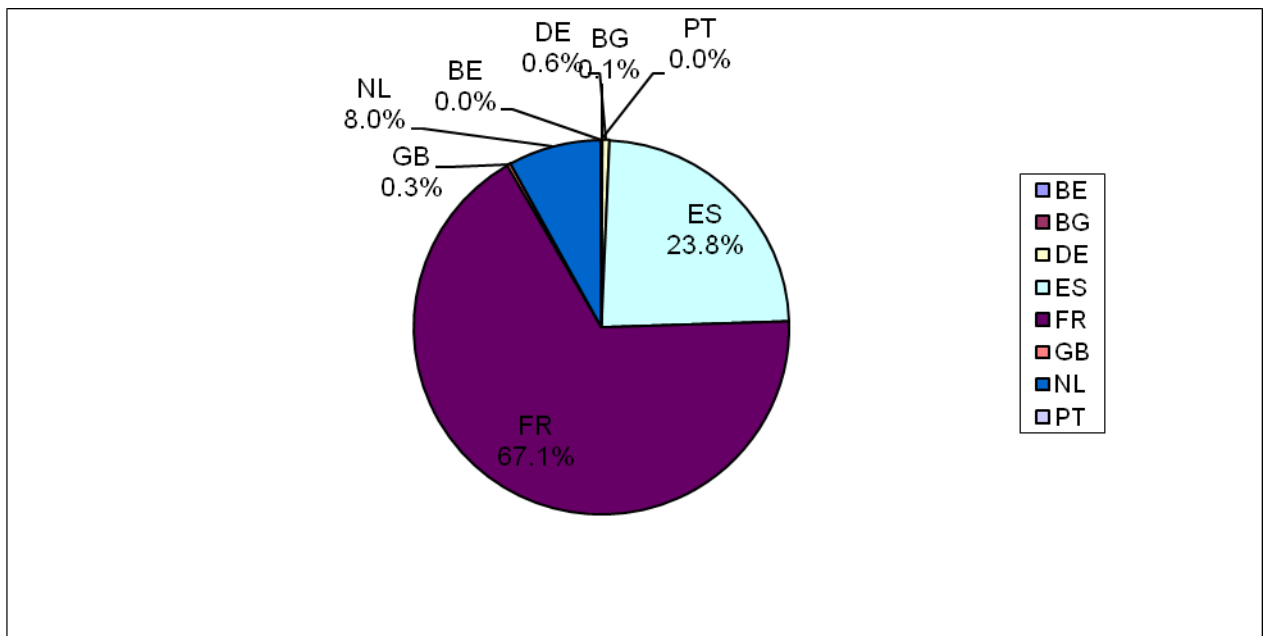
Film	Pays de production	Année de production	AT	BE	BG	CH	CZ	DE	DK	ES	FI	FR	GB	GR	HU	IE	IS	IT	LU	NL	NO	PL	PT	RO	RU	SE	SI	TR	Total U.E.
Indigènes	FR / MA / AL / BE	2006		76 927		26 709			4 162	35 301		2 995 992	41 888						3 077	3 917			3 388			7 960			3 172 612
La source des femmes	FR / BE / IT / MA	2011			300	6 683				43 114		638 824	10 324	2 229				46 345					6 050			8 369			755 555
Omar m'a tuer	FR / MA	2011		12 555								572 568														1 729			586 852
Yadon ilaheyya	FR / MA / DE / PS	2001	5 032	23 063		14 110	3 579	24 671	689	10 556	1 387	287 130	20 644	15 517	3 093	1 833	338	14 896	715	6 691	7 654		20 952			2 889	10	11 177	443 347
Zanan-e bedun-e mardan	DE / MA / FR	2009	7 529	3 298		13 023		46 210	4 261	12 962		22 758	7 281	2 654	3 068			62 533		7 791	6 448	5 761		1 248	1 240	13 163			200 517
Le grand voyage	FR / MA	2004	7 502	4 021	27	335		35 864		9 007		77 653	3 680				5 505	4 433		10 886	198						924	14 420	159 502
Ali Zaoua Prince de la rue	FR / BE / MA	2000	2 185	15 278				9 698		10 685	1 585	109 884	454						139	1 622	3 281					4 698			156 228
Moolaadé	SN / FR / BF / CM / MA / TN	2004	3 622	2 568		8 179		7 135		13 959	898	77 133	11 965					5 018		4 521	115					1 392			128 211
Marock	FR / MA	2005		8 507		549						107 981			4 816						320								121 624
Française	FR / MA	2008		1 013								101 871																	102 884
J'ai vu tuer Ben Barka	FR / MA / ES	2005		1 113						4 898		59 526	6 366																71 903
Raja	FR / MA	2003			37							66 397																	66 434
Whatever Lola Wants	MA / US / FR / CA	2007										52 093									403								52 093
Les yeux secs	FR / MA	2003										51 601																	51 601
Un Novio Para Yasmina	MA / ES	2008								46 749																			46 749
L' enfant endormi	BE / MA	2004			23	76		1 547				27 811									5 579		7 246						42 206
Smile	IT / MA	2009																	34 314										34 314
Sur la planche	MA / FR / DE	2011										31 906																	31 906
Mille mois	FR / BE / MA	2003		3 605		1 777			974			13 737	1 642					1 327	93	3 200						1 078			25 656
WWW: What a Wonderful World	FR / MA / DE	2006		716		2 560		4 717	949	3 764		7 509								3 673	2 041								21 328
Ter'ja	FR / MA	2004										25 890																	25 890
In het huis van mijn vader	NL / MA	1997										6 200									14 400								20 600
Casanegra	MA / IT	2008		42	21							7 548								6 274	4 066								13 885
Aoud rih	MA / FR	2002				4 706						11 103																	11 103
Number One	MA	2008										13 833																	13 833
Mektoub	FR / MA	1998										9 124									751	823							9 875
Les bandits	MA	2003										2 072								7 340									9 412
La vida perra de Juanita Narboni	MA / ES	2005								7 797																			7 797
Tangerine	DE / MA	2008	476					5 377																					5 853
Nissa... wa nissa	MA	1999										4 763																	4 763
Bye-Bye Sourity	MA	1998										4 680								45									4 725
Fantômes de Tanger	FR / MA	1998										4 260																	4 260
Où vas-tu Moshé?	MA / CA	2007										3 799																	3 799
Le Regard	NO / MA	2005																			3 404								0
Al Malaika la tuhaliq fi al-dar albayda	IT / MA	2004											809					2 323											3 132
Café de la plage	FR / MA	2001										2 565																	2 565

Ces 74 films ont obtenu au total 6,4 millions d'entrées, mais il faut reconnaître que la part substantielle de ces entrées va aux films de participation marocaine minoritaire. Si l'on fait abstraction des films à participation marocaine minoritaire, les 39 films d'initiative marocaine ont obtenu au total un peu plus de 208 000 entrées dans l'Union européenne sur la période, soit une moyenne de 7201 entrées par film.

Sur la période considérée, la part de marché des films marocains (100 % ou de coproduction majoritaire) distribués dans l'Union européenne est donc infime : moins de 0%. D'après les données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les films non-européens et non-américains représentent généralement des parts de marchés cumulatives estimées entre 1% et 2% dans l'UE¹.

La France représente, de loin, le principal pays de débouché pour les films marocains : elle représente 67,1 % des entrées, alors que l'Espagne en représente 23,8 % et les Pays-Bas 8 %.

Répartition des entrées des films d'initiative marocaine dans l'Union européenne (1996-2012)



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel / Base de données LUMIERE

C'est dire que pour les films marocains et arabes en général, le marché européen reste extrêmement fermé, probablement plus fermé que le marché marocain et arabe ne pourraient l'être eux-mêmes pour les films européens. (Voir graphique sur les parts de marché des films européens et étrangers dans le Parc cinématographique marocain – 2011)

Les causes de cette fermeture sont évidemment multiples. La domination du marché européen soit par la production nationale soit par les films américains et la quasi absence de véritable structure marocaine de distribution en Europe rendent déjà limitée les chances d'une forte présence du film marocain en Europe. Les raisons qui expliquent la mauvaise circulation des

¹ La base LUMIERE de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (<http://lumiere.obs.coe.int>) fournit une compilation systématique des données disponibles sur les entrées réalisées par les films distribués en salles en Europe depuis 1996. Elle est le résultat de la collaboration de l'Observatoire européen de l'audiovisuel avec les diverses sources nationales spécialisées ainsi qu'avec le Programme MEDIA de l'Union Européenne. Le taux de couverture pour l'Union européenne est de l'ordre de 90 %. Cependant pour les films à moindre succès, la base comporte des lacunes dues au fait que certains pays ne fournissent pas les listings complets pour l'ensemble des films distribués.

films marocains en Europe ne valent pas pour autant en ce qui concerne les films des pays européens qui réservent tout de même une part sur le marché marocain (la France 1.49% ; la Grande Bretagne 1.13%), ou aussi pour les films d'origine indienne 3.91% et ceux d'origines divers 11.68%. A cela s'ajoute le fait que toutes ces cinématographies « autres » sont inévitablement en concurrence très forte avec le film américain occupant la première place sur le marché local avec 46.83%, la production nationale marocain qui détient 18.25% et le film égyptien venant en troisième place avec un taux de 12.78%.

On dispose de peu de données concernant les films marocains dans les autres parties du monde.

8.8. Le marché de la vidéo physique

En ce qui concerne la distribution des DVD, le Maroc appartient à la zone 5 englobant la Russie, l'Inde, l'Afrique et la Corée du Nord¹.

Le marché de la vidéo est peu documenté. Divers éditeurs marocains ou d'autres pays arabes (en particulier le groupe saoudien Rotana) publient les films nationaux. Les studios américains distribuent leurs films en version originale. Les principaux points de vente sont les grandes surfaces spécialisées (Virgin Megastore, ...).

L'offre légale est cependant confrontée au marché pirate. Bien qu'en 2006, l'International Intellectual Property Alliance (IIPA) ait placé le Maroc dans sa section Mention Spéciale soulignant que le Maroc venait de promulguer « *one of the most modern copyright laws in the world, including key protections for the digital age, and enforcement mechanisms to account for the changing nature of commercial copyright piracy* »², la piraterie physique (de DVD) reste phénoménale dans les magasins de détails et les étalages dans les rues. Elle demeure un problème important dans la plupart des villes marocaines et constitue un obstacle au développement du marché.

8.9. Les débuts récents de la VoD et la piraterie en ligne

Bien que la consommation de films et de séries de télévision en ligne soit dominée, au Maroc comme dans le reste du monde, par la piraterie, des tentatives existent pour lancer des offres légales visant d'emblée l'ensemble du marché arabophone. L'Arabie Saoudite et les États du Golfe paraissent devoir être les principaux marchés dans la phase de démarrage. Le site shofha.com, exploité à partir de l'Égypte par LINKonLINE, une filiale de LINKdotNET (une entreprise du groupe Orascom Telecom Holding), est disponible par internet au Maroc et permet l'accès à un catalogue de films arabes.³ Nous ne disposons pas de données sur la notoriété et le succès de ce service au Maroc.

¹ Les industriels ont conçu un système de zones servant principalement à limiter les exportations de disques en dehors des régions désignées, ce qui permet aux éditeurs de garder le contrôle sur le prix de vente et la date de sortie individuellement sur chaque région du globe.

² *Additional Appendix (Web only)- 2012 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement*, IIPA, <http://www.iipa.com/pdf/2012SPEC301HISTORICALSUMMARY.pdf>. Il convient de noter qu'en 2007, l'IIPA a inclus le Maroc dans sa section "Dispute Settlement" mettant l'accent sur les défis confrontant le Maroc à la lumière de l'accord de libre échange entre les États-Unis et le Maroc/ U.S.- Morocco Free Trade Agreement.

³ Voir S.A.LI, *Projet de collecte de données statistiques sur les marchés cinématographiques et audiovisuels dans 9 pays méditerranéens. Premier rapport intermédiaire Monographies nationales : ÉGYPTTE*, Euromed Audiovisuel / Observatoire européen de l'audiovisuel, 2012, p.66.
<http://www.euromedaudiovisuel.net/Files/2012/09/17/1347873169237.pdf>

Nous n'avons pas connaissance de sites d'offre légale en VoD établis au Maroc. Il n'est par contre pas difficile de repérer sur Internet des offres gratuites en streaming (et donc selon toute vraisemblance non autorisées).¹

Quelques films marocains (ou en coproduction marocaine minoritaire) sont accessibles sur des sites français consacrés au cinéma d'auteur, en particulier le site Universciné.²

8.10. Manifestations cinématographiques nationales

Cela fait une dizaine d'années que la scène artistique marocaine connaît un véritable boom de festivals. Une évolution qui ne peut être que positive aussi bien pour les professionnels du cinéma que pour le public. Cette vivacité faisant preuve de l'implication des pouvoirs publics et à laquelle le CCM consacrant une enveloppe annuelle de 23 MMAD³ soit 2 MEUR témoigne d'une prise de conscience générale sur la nécessité des festivals.

En 2010, le Maroc a connu 52 manifestations cinématographiques nationales. Le calendrier de 2011 en a dénombré 46.

En effet, trois types de festivals marquent aujourd'hui la scène cinématographique marocaine. La première catégorie est celle des festivals internationaux parfaitement incarnés par le Festival international du Film de Marrakech FIFM. Célébrant sa 13^e en 2012, le FIFM est organisé par la Fondation du Festival International du Film de Marrakech sous la présidence de Son Altesse Royale le Prince Moulay Rachid.

La deuxième catégorie comprend les festivals nationaux et régionaux à l'instar du Festival National du Film qui se déroule à Tanger et qui en est à sa 13^e édition en 2012.

Enfin, les festivals plutôt thématiques sont incarnés par le festival de Salé sur la femme, celui d'Agadir sur le cinéma et l'immigration, celui de Rabat dédié au cinéma d'auteur. Le calendrier des manifestations cinématographiques marocaines de l'année 2012 compte 52 manifestations cinématographiques nationales organisées par des associations marocaines à travers le Royaume tel que mentionné ci-après :

¹ Le site Aflamedia.com propose ainsi 126 films marocains en accès gratuit.
http://www.aflamedia.com/movies/films_marocains.htm

² <http://www.universcine.com/films/pays/maroc>

³ Jaouad Mdidech, 36 festivals de cinéma au Maroc, pour quoi faire ?, dans *La Vieéco*, 25/04/2008,
<http://www.lavieeco.com/news/culture/36-festivals-de-cinema-au-maroc-pour-quoi-faire--6900.html>

Les festivals et rencontres cinématographiques au Maroc

	Festivals - Rencontres - Journées et Semaines	Lieu	Edition	Période
1	Festival National du Film	Tanger	13	12 - 21 janvier
2	Festival " Cinéma et Migrations"	Agadir	9	8 - 11 février
3	Festival International du Cinéma pour Enfant	Tanger	19	19 fév.- 27 mai
4	Festival du court métrage Maghrebo-Asiatique	Tissa-Taounat	5	23 - 26 février
5	Festival National du Court Métrage	Oujda	1	1 - 3 mars
6	Festival International du Court Métrage	Tiznit	2	2 - 4 mars
7	Rencontre du Film Marocain	Fès	17	7 - 10 mars
8	Festival Cinéma des Hautes Montagnes du Film Amazigh	Azrou - Ifrane	2	8 - 9 mars
9	Rencontres Internationales des Ecoles de cinéma	Ouarzazate	3	8 - 10 mars
10	Festival Universitaire du Cinéma	Er-Rachidia	7	14- 18 mars
11	Festival du Film Scientifique	Marrakech	7	20 - 24 mars
12	Festival Cinéma Nachia	Tanger	5	21 - 25 mars
13	Festival International du Cinéma Méditerranéen	Tétouan	18	24 - 31 mars
14	Festival HandiFilm (Cinéma et Handicap)	Rabat	6	28 - 31 mars
15	Festival Cinebassamat	Rabat	4	6 - 9 avril
16	Festival National du Film d'Amateurs	Settat	6	10 - 14 avril
17	Rencontre Internationale du Film Documentaire	Zagora	1	13 - 15 avril
18	Festival National de Cinéma et Culture	Tanger	5	15 - 22 avril
19	Festival International du Documentaire (FIDA DOC)	Agadir	4	24 - 28 avril
20	Festival du Cinéma Marocain	Sidi Kacem	13	26 - 30 avril
21	Rencontre du Cinéma et des Jeunes	Had Kourt	5	27 - 29 avril
22	Rencontres Internationales du Film Documentaire	Fès	6	28 avril - 4 mai
23	Festival International du Cinéma d'Animation de Meknès (FICAM)	Meknès - Oujda Kenitra - Rabat Casablanca El Jadida - Tanger Tétouan - Safi Marrakech Agadir	12	2 mai - 13 juin
24	Khayma Cinématographique	El Aounate Sidi Bennour	4	3 - 5 mai
25	Festival Maghrébin du Film Documentaire	Oujda	1	3 - 5 mai
26	Festival International du Film Animalier et de l'Environnement	Rabat	8	3 - 6 mai
27	Festival International du Film de l'Etudiant	Casablanca	5	9 - 12 mai
28	Festival "Cinéma et Littérature"	Mechraa Belksiri	6	10 - 13 mai
29	Festival National du Film Educatif	Fès	11	11 - 13 mai
30	Festival de Sebou du Court Métrage	Kenitra	6	16 - 19 mai
31	Festival National du Court Métrage Amateurs	Chefchaouen	4	16 - 19 mai
32	Journées Cinématographiques Internationales de Doukkala	El Jadida	2	24 - 27 mai
33	Festival Ciné Maroc - Espagnol	Martil	12	27 mai - 2 juin
34	Festival International du Film Court et du Documentaire	Casablanca	7	15 - 19 juin
35	Festival International du Film sur les Droits Humains	Rabat	5	18 - 20 juin
36	Journées Cinématographiques " La Mémoire Commune"	Nador	1	19 - 21 juin

37	Festival International du Cinéma d'Auteur	Rabat	18	22 - 30 juin
38	Festival du Cinéma Africain	Khouribga	15	30 juin - 7 juillet
39	Festival Cinématographique	Guelmim	3	1 - 4 juillet
40	Festival International du Cinéma des Jeunes	Meknès	2	3 - 5 juillet
41	Rencontre Cinéma et Éducation	Rabat	7	13 - 16 juillet
42	Festival du Monde Arabe du Court Métrage	Azrou / Ifrane	14	23 - 26 août
43	Festival International du Film Documentaire	Khouribga	4	29 août - 1 ^{er} sept.
44	Festival International du Film de Femmes	Salé	6	17 - 22 sept.
45	Festival International Issni N Ourgh du Film Amazigh	Agadir	6	26 - 30 sept.
46	Festival du Court Métrage Méditerranéen	Tanger	10	1 - 6 oct.
47	Festival du Cinéma des Peuples	Imouzzer / Kandar	9	1 - 4 nov.
48	Rencontre Internationale du Film Transsaharien	Zagora	9	8 - 11 nov.
49	Festival du Court Métrage Marocain	Rabat	3	13 - 18 nov.
50	Festival du Cinéma pour Tous	Tiznit	5	21 - 25 nov.
51	Festival International du Film de Marrakech	Marrakech	12	30 nov. - 8 déc.
52	Journée Cinématographique de Kalaat Sraghna	Kalaat Sraghna	2	13 - 16 déc.

Source: *Bilan Cinématographique- Année 2012*, CCM.

8.10.1. Manifestations organisées en collaboration avec le CCM

Dans sa vocation d'échange culturel entre les différentes cinématographies du monde, le Centre Cinématographique Marocain a organisé plusieurs manifestations en 2012, visant la diffusion d'autres cinémas étrangers, notamment:

N°	Manifestation	Dates	Lieux de projections
1	Semaine du Film Serbe au Maroc	06 au 11 février	Salle 7ème Art
2	Semaine du Film Italien au Maroc	Mardi 24 janvier Mardi 18 février Mardi 28 février Mardi 13 mars Mardi 27 mars Mardi 10 avril Mardi 24 avril	Salle 7ème Art
3	Semaine du cinéma Portugais	15 au 20 avril	Salle 7ème Art
4	Festival International de Films d'Ecoles (Festimaj)	28 mai au 08 juin	Salle 7ème Art
5	Semaine du film Polonais	1er au 7 juin	Villa des arts de Rabat
6	Semaine du film britannique au Maroc	11 au 24 novembre	Salle 7ème Art Théâtre Nomade à Sidi Taïbi Cinémathèque de Tanger
7	Semaine du film Européen	19 au 26 novembre	Théâtre Mohammed V
8	Semaine du film Allemand au Maroc	05 au 10 décembre	Salle 7ème Art
9	Semaine du film Italien au « Cinéitalia au Maroc »	11 au 14 décembre	Salle 7ème Art
10	Semaine du film Allemand au Maroc	12 au 16 décembre	Cinémathèque de Tanger

Source: *Bilan Cinématographique - Année 2012*, CCM.

8.11. Participation du cinéma marocain aux festivals internationaux

Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2011, le film marocain a été présent dans 131 manifestations cinématographiques internationales (festivals, rencontre et semaine culturelle)¹.

En 2010, 20 films marocains ont été primés dans les festivals internationaux. Toutefois, la présence du cinéma marocain aux festivals internationaux organisés dans les quatre coins du monde durant 2011, s'est soldée par l'obtention de 47 prix.

Une présence renforcée davantage au courant de l'année 2012. Celle-ci est marquée par la participation active du film marocain à 145 manifestations cinématographiques internationales. Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2012, le cinéma marocain récolte 65 prix internationaux².

8.12. Un nouveau mouvement de réformes

Comme nous l'avons examiné, la production nationale est encouragée et évolue ouvrant la voie à l'émergence d'une vague de réalisateurs et d'acteurs qui donne un nouvel élan au cinéma marocain.

Pourtant en dépit du rôle prépondérant joué par l'État dans le développement de l'industrie cinématographique du pays, le cinéma marocain est dans une sorte de paradoxe : augmentation du nombre de films produits (dont un bon nombre obtient une reconnaissance internationale), face à une baisse forte et systématique des salles de cinéma. Le piratage se conjugue avec la désaffectation des salles par le public et l'accentue. Une production en hausse contre une distribution et une exploitation souffrantes. Le financement étatique prédominant fait face à une quasi absence du secteur privé.

Car de fait, l'État, par le biais du CCM, devient producteur de presque l'ensemble de la cinématographie marocaine. Il joue aussi le rôle de coproducteur via les deux chaînes publiques. Depuis 2006, l'État a imposé dans les cahiers des charges des deux principales chaînes de télévision l'obligation de participer dans la production et/ou coproduction de téléfilms, soit en achetant des droits de diffusion de certains films soit en participant financièrement à la production.

La coproduction de la télévision contribue au règlement des problèmes de la rentabilité, de la promotion et dans certaine mesure, de la distribution. Le projet « Film Industry » sert d'exemple. Entre 2006 et 2007, une trentaine de téléfilms a été produite par la structure Ali N'Productions, en moins de deux ans avec la participation de la SNRT de 19 MMAD (1.6 MEUR) sur un budget total de 36 MMAD³ (3.1 MEUR).

Pour conclure cette analyse du marché cinématographique, le tableau suivant sert de récapitulatif mettant en évidence les lacunes et les difficultés marquant le marché du film marocain, ses points forts et ses points faibles.

¹ *Bilan Cinématographique- Année 2011*, CCM. Pour les années antérieures, voir également C. FRANCE, *La diversité culturelle au sein des festivals internationaux. Etude de cas du cinéma marocain*. Mémoire de maîtrise en communication, Université Laval, Montréal, septembre 2008.

² *Bilan Cinématographique- Année 2012*, CCM ; <http://www.ccm.ma/inter/phactualite/bilanfr2013.pdf>

³ *Diagnostic de l'Économie du Patrimoine Culturel au Maroc, sa situation présente et les possibilités d'exploitation et de promotion des ressources qu'il recèle*, Ministère de la Culture- MDG Achivement Fund, octobre 2010, p.110. Voir : http://www.miniculture.gov.ma/fr/images/stories/pdf/Diagnostic_economie.pdf

Forces	Faiblesses
Production en hausse	Fermeture graduelle des salles de cinéma
Dynamique de créativité dans le cinéma	Absence de la production privée
Popularité du film marocain auprès du public marocain	Manque de formation
Opportunités	Menaces et risques
Dynamique des festivals	Piratage
Investissement de l'État	Faiblesse des maillons Distribution / Exploitation
Implication de la télévision publique	Insuffisance de la promotion
Accords de coproduction et d'échange avec plusieurs pays	Développement de l'industrie cinématographique de la production étrangère au détriment des productions nationales

Toutefois, l'absence de l'investissement du privé dans le secteur constitue une des faiblesses majeures du marché cinématographique du pays. Tant que les privés ne sont pas intéressés d'y investir, le marché du film au Maroc demeurera restreint. « *L'élément qui permettrait une production nationale est la question du marché. Or le privé n'arrive pas encore à trouver son marché, personne n'investit dans le cinéma. Il faudrait un marché et de vrais vendeurs à l'international. Le Maroc est un petit marché et le cinéma coûte cher, donc ça fait fuir les investisseurs qui n'ont pas d'argent en retour. Tant qu'on ne pense pas que la culture est un marché qui peut rapporter de l'argent, les gestionnaires ne s'y intéresseront pas* »¹.

8.12.1. Les Assises du cinéma d'octobre 2012²

Les Assises nationales du cinéma, tenues du 16 au 18 octobre 2012 à Rabat, sous le Haut patronage de SM le Roi Mohammed VI et organisée par le Ministère de la Communication en partenariat avec le [Centre cinématographique marocain](#) (CCM) et les instances opérant dans le secteur ont réuni plus de 300 participants, dont des acteurs institutionnels, des professionnels et des experts marocains et étrangers, premières du genre au Maroc dans le secteur du cinéma, se voulaient un espace libre et ouvert d'échange autour des forces et faiblesses de l'industrie cinématographique marocaine et des moyens de capitaliser sur les avancées réalisées pour donner un nouvel élan au secteur et augmenter sa compétitivité.

Les ateliers programmés visaient à approfondir le débat autour des difficultés qui persistent au niveau de tous les cycles de production et de distribution, et de relever les enjeux d'ordre réglementaire, artistique et commercial liés à la pratique cinématographique dans le pays. L'objectif principal était d'apporter des réponses concrètes aux préoccupations des professionnels et d'aider à l'élaboration d'une stratégie nationale intégrée pour développer la production cinématographique aussi bien sur le fond que sur la forme.

¹ Propos de Belyazid Farida cité dans *Diagnostic de l'Économie du Patrimoine Culturel au Maroc*, Ibid, p. 115.

² D'après un communiqué de presse du Ministère de la communication, Octobre 2012, <http://www.mincom.gov.ma/fr/actualites/item/661-ouverture-a-rabat-des-assises-nationales-sur-le-cinema.html>

Le premier atelier portait sur "la production nationale face à l'évolution technologique" s'est penché sur l'état des lieux et les perspectives de la production cinématographique, ainsi que sur les moyens de promouvoir le partenariat entre le cinéma et la télévision afin de relever les défis inhérents à l'évolution technologique. Pour y arriver, il s'avère prioritaire, selon la note de cadrage des travaux de cet atelier, de diversifier les sources de financement du cinéma, d'instituer une augmentation annuelle de 10 millions de MAD des subventions étatiques destinées à l'industrie cinématographique, de doter le secteur d'un contrat-programme spécifique et de soutenir la commercialisation du film marocain à l'intérieur et à l'extérieur du pays.

Sur le volet de l'infrastructure, de la distribution, de l'exploitation et de l'investissement, qui fait l'objet du deuxième atelier, l'accent est mis sur la nécessité d'une intervention urgente et efficace des autorités publiques en vue de développer une infrastructure cinématographique solide (salles de cinéma, multiplexes) à même de renforcer la compétitivité du 7ème art marocain et de démocratiser l'accès aux espaces de projection dans toutes les régions du Maroc.

Pour leur part, les participants aux troisième et quatrième ateliers portant respectivement sur "les techniciens et les métiers para-cinématographiques" et "la formation et la qualification", se sont attelés à l'élaboration d'une charte d'honneur définissant les droits et obligations des techniciens du cinéma, ainsi qu'à la mise en place de programmes de formation ciblés au profit des professionnels, en partenariat avec des organismes spécialisés nationaux et internationaux.

Le cinquième atelier a passé, quant à lui, au peigne fin les relations entre le cinéma et les médias audiovisuels, faisant ressortir la complémentarité entre ces deux supports qui doivent mettre leurs ressources en commun, tandis que le sixième atelier a traité des moyens d'assurer le rayonnement des festivals nationaux dédiés au cinéma, notamment à travers l'élaboration d'un agenda annuel des rendez-vous cinématographiques, toutes vocations confondues, et le soutien aux cinéclubs.

La propriété intellectuelle, les droits d'auteur et la lutte contre le piratage figurent, par ailleurs, au menu du septième atelier qui sera l'occasion d'appeler à la mise en œuvre du partenariat liant les ministères de l'Intérieur et de la Communication, le Centre cinématographique marocain, l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale et l'Association marocaine de lutte contre le piratage. Notons que le 1^{er} octobre 2011 le Maroc a signé avec neuf autres pays (Australie, Canada, Etats-Unis, Japon, République de Corée, Mexique, Nouvelle Zélande, Singapour et Suisse) et l'Union européenne ¹ l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC)², qui, par la suite, a été rejeté par le Parlement européen le 4 juillet 2012. Selon ses signataires, l'ACRC a pour objectif d'établir des normes internationales pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle, afin de permettre une lutte plus efficace contre le problème croissant que pose la contrefaçon et le piratage. L'accord porte sur trois domaines: améliorer la coopération internationale, établir de meilleures pratiques de mise en application, et fournir un cadre juridique plus efficace, et est ouvert aux signatures depuis le 1er mai 2011.

En ce qui concerne la réglementation et l'organisation du secteur, thème du huitième atelier, il s'agit de réfléchir aux modalités de restructuration de l'industrie cinématographique marocaine, de manière à ce qu'elle puisse gagner à la fois en abondance, en qualité et en diversité,

¹ "Joint Press Statement of the Anti-Counterfeiting Trade Agreement Negotiating Parties", <http://www.ustr.gov/about-us/press-office/press-releases/2011/october/joint-press-statement-anti-counterfeiting-trade-ag>

² http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/may/tradoc_147938.pdf

représenter comme il se doit le Maroc lors des manifestations internationales et refléter la dynamique positive marquant le paysage culturel et artistique marocain.

Le ministre de la Communication, porte-parole du gouvernement, Mustapha Khalfi a présenté, le 22 octobre 2012 à Rabat, les conclusions (plus de 200 recommandations) des assises nationales du cinéma,¹

La commission scientifique des assises, présidée par le chercheur Abdellah Saâf, a tenu sa première réunion lors de laquelle elle a mis en place une méthodologie de travail qui consiste en la tenue de réunions publiques pour examiner des questions d'ordre général en relation avec les recommandations des assises. La commission est composée de 24 membres représentant les différentes instances, professionnels et choisis dans le respect de la diversité des composantes et des tendances culturelles.²

M. Khalfi a noté que les assises du cinéma ont constitué un espace de dialogue entre les professionnels en vue de mettre en place une feuille de route de nature à promouvoir le cinéma marocain sur la base du message royal adressé aux participants. Il a présenté, à cette occasion, les textes réglementant la subvention de la production cinématographique, la numérisation et la modernisation des salles de cinéma et l'organisation des festivals.

M. Khalfi a relevé que le premier chantier se rapporte à la la réforme du secteur, en adoptant une nouvelle approche mise en avant par le rapport de la Cour des comptes et les acquis du Centre cinématographique marocain ainsi que les expériences internationales relatives à la subvention, la formation dispensée par l'Institut supérieur de l'audiovisuel, qui est en cours de finalisation, et la réhabilitation du secteur à travers un livre blanc qui sera réalisé par la commission scientifique des assises du cinéma.

Enfin, le ministre de la Communication a déclaré que le soutien financier de l'Etat serait substantiellement augmenté à partir de 2013 afin de maintenir la position de leadership du pays dans la région.³

8.12.2. Le cinéma dans la loi de finances 2013

La note de projet de loi de finances 2013, adoptée le 15 octobre 2012, contient le paragraphe suivants relatif au cinéma « *Concernant le secteur du cinéma, l'année 2013 sera principalement marquée par la poursuite de la mise en œuvre de la nouvelle procédure d'aide à la production cinématographique qui privilégie la qualité de la production, le développement de l'activité de cinéma à Ouarzazate, l'aménagement des salles de cinéma existantes et leur transformation en multisalles ou multiplexes, le renforcement de l'aide aux exploitants de salles*

¹ D'après « M. Khalfi présente les conclusions des assises nationales du cinéma et les chantiers en cours dans les secteurs de l'information et de la communication », Site du Ministère de la communication, 24 octobre 2012

<http://www.mincom.gov.ma/fr/a-la-une/item/690-m-khalfi-presente-les-conclusions-des-assises-nationales-du-cinema-et-les-chantiers-en-cours-dans-les-secteurs-de-l-information-et-de-la-communication.html>

² « Stratégie de promotion du septième art : Installation de la commission chargée d'élaborer un Livre blanc », Libération, 5 octobre 2012. http://www.libe.ma/Strategie-de-promotion-du-septieme-art-Installation-de-la-commission-chargee-d-elaborer-un-Livre-blanc_a31245.html

³ Dépêche AFP, citée sur le site de RFI, 17 octobre 2012. <http://www.rfi.fr/culture/20121017-assises-nationales-cinema-maroc>

de cinéma pour leur équipement en projecteurs numériques et l'élaboration du livre blanc sur la production et le renforcement des mécanismes de protection de la propriété intellectuelle et la lutte contre la contrefaçon et le piratage. »¹

8.12.3. La mise en place de deux nouvelles commissions²

Le 15 janvier 2013, le CCM a mis en place deux nouvelles commissions indépendantes : la première supervisera la rénovation et la numérisation des salles de cinéma, tandis que la deuxième prendra en charge le dossier des festivals et manifestations cinématographiques.

La commission de rénovation et de numérisation des salles

La présidence de la commission chargée des salles de cinéma a été confiée à Rachid Andaloussi, architecte de renommée internationale qui a signé des œuvres architecturales importantes, connu aussi pour son attachement à la sauvegarde du patrimoine urbain de la ville de Casablanca.

Pour cette commission, il s'agira d'étudier et d'accompagner les demandes d'aide à la rénovation et à la numérisation de salles de cinéma. Un fonds d'aide a été instauré à cette fin. Le montant de chaque subvention peut atteindre jusqu'à 100.000 euros. Elle sera accordée sur la base d'un cahier des charges engageant le propriétaire de la salle et l'autorité de tutelle.

« Il est grand temps de venir en aide aux propriétaires de certaines salles qui ne peuvent plus recevoir certains films faute de faisabilité technique » précise M. Andaloussi, qui ajoute que la première tâche consiste à établir un véritable bilan technique des 54 salles encore en activités au Maroc.

Le 11 février 2013, la Commission d'aide à la numérisation et à la modernisation et à la construction des salles de cinéma du CCM³ a annoncé l'ouverture des candidatures pour bénéficier du soutien à la numérisation des salles. Le soutien est accordé à toutes les salles de cinéma à dimension régionale ou nationale après la présentation d'une demande selon le cahier des charges établi par le CCM.

¹http://www.lavieeco.com/documents_officiels/Note%20de%20presentation%20projet%20loi%20finances%202013%20-Maroc.pdf

² « Installation de deux commissions dédiées à la gestion des festivals et des salles de cinéma au Maroc », <http://www.mincom.gov.ma/fr/a-la-une/item/828-installation-de-deux-commissions-d%C3%A9di%C3%A9es-%C3%A0-la-gestion-des-festivals-et-des-salles-de-cin%C3%A9ma-au-maroc.html> ; Voir également : M. BAKHRIM, "De nouvelles dispositions pour les festivals et les salles de cinéma au Maroc", Site Euromed Audiovisuel, 11 janvier 2013, <http://euromediaudiovisuel.net/p.aspx?t=news&mid=21&cid=16&l=fr&did=1171>

³ Communiqué sur le site du CCM, [javascript:PopupCentrer\("news.asp?code=963",640,540,"menubar=no,scrollbars=yes,statusbar=no](javascript:PopupCentrer('news.asp?code=963',640,540,'menubar=no,scrollbars=yes,statusbar=no)

8.12.4. Les aides au festival

Un autre secteur connu pour son dynamisme ces dernières années, celui des festivals et manifestations cinématographiques, voit sa gestion confiée à une nouvelle commission composée de neuf membres et présidée par l'universitaire et homme de culture, Hassan Esmili. Il sera secondé par des représentants institutionnels (les finances, la communication, la culture, le [CCM](#)) et des représentants de la profession du cinéma et du monde des arts, de la culture et des médias.

Le Maroc vit une grande effervescence en matière de manifestations cinématographiques. Bon an mal an, le Royaume voit l'organisation d'une cinquantaine de manifestations cinématographiques aux dimensions et aux ambitions diversifiées. Cela va d'une manifestation phare comme le [Festival de Marrakech](#) qui a désormais un ancrage international, à des manifestations cinéphiliques bien installées dans leur environnement local, souvent à la périphérie, loin de grands centres urbains. Toutes ces manifestations bénéficiaient à des degrés divers de soutien public par le biais du CCM.

Désormais, une commission prendra en charge le suivi de cette aide à travers un cahier des charges et un ensemble de procédures. La première grande nouveauté qui va bouleverser l'approche des festivals est l'introduction d'une classification, avec un classement par catégorie A, B et C. Les festivals classés catégorie A pourront toucher une subvention de l'ordre de 1.200.000 euros. La classification se fera selon un ensemble de critères qui touchent au contenu comme à la dimension de l'organisation (locale, régionale ou internationale).



9. LE BUREAU MAROCAIN DU DROIT D'AUTEUR (BMDA)¹

Basé à Rabat, le Bureau Marocain du Droit d'Auteur est un organisme de gestion collective à caractère pluridisciplinaire. Il est constitué sous la forme d'une société civile placée sous la tutelle du ministère de la Communication.

Avec les exigences qui se posent à l'échelon national et international et pour mieux répondre aux défis soulevés par l'évolution technologique, et dans le but de permettre au Royaume de s'acquitter pleinement des engagements qui lui incombent, des amendements à la loi n° 2-00 du 15 février 2000 ont été élaborés et promulgués en 2006².

Le BMDA a le monopole de la représentation, de la perception et de la répartition des droits. Il possède le droit d'ester en justice pour la défense des intérêts qui lui sont confiés par ses membres et ses mandats. Il gère sur le territoire du Royaume les intérêts de diverses sociétés d'auteurs étrangères.

De plus, le contrat-programme signé le 3 mai 2010 entre le ministère de la Communication et le BMDA et couvrant la période 2010-2012 visait la réalisation de trois objectifs³ :

- Mise à niveau du Bureau Marocain du droit d'Auteur
- Améliorations des ressources au profit des ayants-droits
- Lutte contre la contrefaçon, le piratage et la promotion de la création

Le Ministère de la Communication s'engage dans la limite de ses prérogatives, sur le plan financier, d'appuyer le BMDA dans la réalisation de son plan de développement à travers l'octroi d'une enveloppe financière de 13 millions MAD soit (1.158.610 millions EUR) sur trois ans répartis comme suit⁴ :

- 3.000.000 de MAD en 2010
- 4.500.000 de MAD en 2011
- 5.500.000 de MAD en 2012

¹ <http://www.bmdav.org>

² La loi relative au droit d'Auteur et aux droits voisins date de 2000 (Dahir n° 1-00-20 du 9 kaada 1420 (15 février 2000)) et a été modifiée en 2006 (Dahir n° 1-05-192 du 15 moharrem 1427 (14 février 2006)). Le Maroc est partie à la Convention de Berne (Acte de Paris, 1971), à la Convention OMPI, à la Convention de Bruxelles et à l'accord ADPIC (Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce) de l'Organisation Mondiale de Commerce (OMC) ; <http://www.mincom.gov.ma>

³ Ministère de la communication, *Contrat Programme pour la mise à niveau du Bureau Marocain du Droit d'Auteur*, 03 mai 2010, Rabat. (Document obtenu lors de notre mission de collecte de données auprès du ministère marocain de la Communication).

⁴ Ibid.

Il convient de signaler qu'en dépit des assises juridiques dont jouit le BMDA, la polémique autour de ses actions n'a cessé d'enfler ces derniers temps. Depuis février 2012, des centaines d'artistes, de tous bords, accusent le BMDA de ne pas reverser les droits d'auteurs aux artistes.

En effet, nombreux sont les artistes marocains qui ne perçoivent pas leurs droits d'auteur alors même que leurs œuvres sont diffusées dans les radios et télévisions marocaines et pour certaines à l'étranger. Aujourd'hui, les artistes marocains réclament la protection de leurs œuvres et la perception de la redistribution de leurs droits d'auteurs et de leurs droits voisins.

A la suite de la pétition pour un audit du BMDA¹ qui a réuni 656 signatures, l'Association des musiques actuelles du Maroc, l'Association Racine, EAC-L'Boulevard et Bassata Productions ont organisé une table ronde réunissant les acteurs culturels pour débattre de la question : artistes, auteurs, compositeurs et interprètes tous étaient présents pour évoquer leur indignation face au manque sévère de législation concernant les droits d'auteur au Maroc. Les protestataires ont mis l'accent sur le flou entourant la gestion des droits d'auteurs, l'attente sans fin des résultats du dépôt d'un dossier de propriété intellectuelle auprès du BMDA et la réception de sommes dérisoires par certains artistes et le non-versement pour d'autres. Pour ces acteurs culturels, la création artistique marocaine est mise en péril.²

Dans le même contexte, l'unique revendication de la pétition était l'ouverture d'un audit du BMDA, permettant à tous les indignés, d'avoir un état des lieux impartial, objectif et précis de la situation des droits d'auteur au Maroc (audit juridique, structurel et financier)³. A ce jour, seules trois radios, dont Hit Radio et deux chaînes de télévision, la SNRT et 2M, reversent les droits d'auteurs.

Les dirigeants du BMDA ont répondu aux critiques en avançant que 2000 artistes au Maroc bénéficient de leurs droits d'auteurs. Selon les déclarations du directeur général du BMDA Abdallah Ouadghiri⁴, les perceptions constituent pas moins de 140 millions de MAD par an. 13 millions de MAD sont consacrés à la restructuration de l'organisme. Un partenariat a été conclu entre le BMDA, Medi1 et Maroc Cultures. « Nous avons pu avoir l'aval des responsables de Medi1 et de l'association Maroc Cultures pour le paiement des arriérés liés à l'exploitation des droits d'auteur », précise le directeur général du BMDA. Le responsable déclare aussi que les seuls diffuseurs qui versent les droits d'auteur à l'institution qu'il dirige sont la SNRT, 2M, Atlantic radio et Hit radio. Le montant des versements constitue, selon lui, 1,2 MMAD réparti entre les auteurs inscrits au BMDA en quatre tranches.⁵

Insatisfaits et non convaincus par les multiples arguments avancés par le BMDA pour se défendre contre les accusations sévères qui lui sont adressées, les acteurs culturels marocains poursuivent leur action pour l'obtention de leurs droits.

¹ La Pétition, Pour un audit du BMDA ; www.10888.lapetition.be

² Afaf Sakhi, BMDA, Droits d'Auteurs : le combat continue, Le Matin, 01/06/2012 ; <http://www.lematin.ma>

³ Mehdi Halib, Audit du BMDA : "Depuis quand un audit est-il une menace ?", 22/02/2012, <http://www.aufaitmaroc.com/actualites/culture/2012/2/22/mehdi-halib-compositeur-depuis-quand-un-audit-est-il-une-menace->

⁴ Voir Fatima-Ezzahra Saâdane, « Droits d'auteurs, le BMDA tente de se justifier », Les Echos, 07/06/2012 ; http://lesechos.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=23173:droits-dauteurs-le-bmda-tente-de-se-justifier&catid=12:culture

⁵ Ibid. D'autre part, au 25 décembre 2012, le site web du BMDA est inaccessible pour cause d'actualisation.

9.1. Comité de suivi et de gouvernance dans le domaine du droit d'auteur et droits voisins¹

La cérémonie d'installation des membres du comité de suivi et de gouvernance du secteur des droits d'auteur et droits voisins près du ministre de la Communication a eu lieu vendredi 04/01/2013, à Rabat.

Lors de cette cérémonie, le ministre de la Communication, porte-parole du gouvernement, Mustapha Khalfi, a indiqué que l'installation de ce comité fait partie d'un programme global pour la promotion du Bureau marocain des droits d'auteur (BMDA) en tant que mécanisme de réforme profonde et intégrée, le respect des principes de transparence et de gouvernance, la lutte contre la piraterie et la consécration des droits d'auteur et droits voisins².

Le nouveau cadre se penchera sur l'examen des questions liées à la promotion et à la protection du patrimoine national en tant que choix stratégique via un certain nombre de chantiers, dont la protection des différentes œuvres de créativité, la préservation des droits d'auteurs, l'intégration des jeunes dans divers domaines artistiques et l'élargissement de l'éventail des adhérents au BMDA.

Ce projet s'inscrit dans le sillage de la mise en œuvre des dispositions de la Constitution relatives à la liberté de pensée, d'opinion et d'expression et de publication dans les domaines de la créativité littéraire, artistique, de la recherche scientifique et technique, a-t-il souligné.

M. Khalfi a expliqué que cette initiative traduit les orientations du programme du gouvernement dans ce domaine et intervient en concrétisation des engagements internationaux du Maroc en la matière, estimant que ce projet permettra une mise à niveau institutionnelle à travers notamment le renouvellement du contrat-programme avec le BMDA, la valorisation des ressources humaines, l'organisation de campagnes de sensibilisation et la mobilisation des adhérents³.

¹ Installation des membres du comité de suivi et de gouvernance dans le domaine du droit d'auteur et droits voisins, (MAP) ,04/01/2013, <http://www.mincom.gov.ma/fr/a-la-une/item/821-installation-des-membres-du-comit%C3%A9-de-suivi-et-de-gouvernance-dans-le-domaine-du-droit-dauteur-et-droits-voisins.html>

² Ibid.

³ Ibidem.

10. LA FORMATION DES PROFESSIONNELS DE L'AUDIOVISUEL

Au regard de l'état des lieux des industries créatives audiovisuelle et cinématographique marocaines, l'outil de formation académique existe bel et bien dans le Royaume et couvre à peu près l'ensemble des besoins du secteur.

Liste des écoles et instituts de formation audiovisuelle

- **(ESAV)** École Supérieure des Arts Visuels de Marrakech
- **(STUDIO M)** École Supérieure des Arts et Média de l'Image et du Son
- **(INISMA)** Institut International Spécialisé en Multimédia et Audiovisuel
- **(ISCA)** Institut Spécialisé du Cinéma et de l'Audiovisuel
- **(IHB)** Institut Halima Borkadi /Casablanca
- **(ESIMAV)** École Supérieure d'Informatique, Management et audiovisuel/ Casablanca
- **(BIG SOFT)** Institut privé d'enseignement professionnel/Rabat
- **(EMCC)** École des métiers du Cinéma de Casablanca
- **(IJMT)** Institut de Journalisme et Métiers de la Télévision/Casablanca
- **(IFJ)** Institut d'Information et de Formation Journalistique/Casablanca
- **(GEI)** Groupe des Écoles Internationales/Casablanca
- **(Mondial Media)** École Internationale des Métiers de l'Audiovisuel et du Journalisme/Casablanca
- **(ISIC/OFPPPT)** Institut Spécialisé Industriel Casablanca
- **(ISMIC/OFPPPT)** Institut Spécialisé dans les Métiers du Cinéma Ouarzazate
- Faculté des Lettres et des sciences Humaines de Ben M'sik/Casablanca
- Faculté Polydisciplinaire d'Ouarzazate
- Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Marrakech

Il convient de souligner qu'en dépit de cette liste d'établissements de formation académique, les réalités professionnelles du secteur exigent des formations pratiques multiples susceptibles de répondre aux besoins des différents maillons de l'industrie cinématographique au Maroc.

Dans ce contexte et afin de combler le manque de praticiens, certains opérateurs jouent un rôle important afin de combler les lacunes du domaine de la formation et de l'apprentissage indispensable au développement du marché du cinéma. Nous en citerons :

- Office de la formation professionnelle et de la promotion du travail (OFPPPT)

Conscient du fait que l'usage des technologies de l'information est un facteur essentiel pour l'émergence de la société du savoir, l'OFPPPT dédie dix établissements de formation professionnelle EFP aux formations du secteur des TIC.

Le secteur compte 4 filières diplômantes de niveau Technicien Spécialisé (TS) et Technicien (T): Techniques de développement informatiques (TS); techniques de développement multimédia (TS); Techniques des réseaux informatiques (TS); Technicien en Maintenance et Systèmes Informatiques et Réseaux (T).

- Institut Supérieur des Métiers de l'Audiovisuel et du Cinéma (ISMIC)

Implanté à Rabat, l'Institut Supérieur des Métiers de l'Audiovisuel et du Cinéma est un établissement public d'enseignement supérieur, spécialisé dans les métiers de l'audiovisuel et du cinéma.

Avec une capacité d'accueil de 200 places pédagogiques, l'ISMIC, cette œuvre publique ambitieuse, offre une formation initiale dans six filières couronnées par une licence

professionnelle et ultérieurement par un Master spécialisé avec une filière d'ingénieur son et ingénieur image qui se développe conjointement avec l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT).

- L'Institut spécialisé du Cinéma et de l'Audiovisuel (ISCA)

L'Institut Spécialisé du Cinéma et de l'Audiovisuel (ISCA) est un institut d'enseignement privé spécialisé dans les métiers du cinéma et de l'audiovisuel¹.

Fondé en 2002 par des universitaires et des professionnels des médias, l'ISCA est un institut accrédité par le Ministère de la Formation Professionnelle et ce depuis Avril 2007.

Depuis sa création l'ISCA s'est fixé parmi ses objectifs de contribuer au développement du paysage audiovisuel marocain par le renforcement des capacités des ressources humaines à travers la formation d'une nouvelle génération de professionnels et de spécialistes de l'image et du son.

¹ <http://www.isca.ac.ma>

**Annexe. Liste des responsables et personnes interviewés au Maroc
Juin 2012**

1. M. Abdel Majd Rechiche, Cinéaste et Réalisateur, membre du Groupement des Auteurs, Réalisateur et Producteurs (GARP)
2. M. Abdelouahad Belghiti Alaoui, Chef de Département de Coopération, Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT)
3. Mme Fatema El Moumen, Directrice, Relations avec les organismes internationaux, Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT)
4. M. Mohamed Rakib, Responsable Documentation Audiovisuelle, Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT)
5. Mme Meriem Khatoury, Directrice, Ministère de la Communication, Division des Médias Audiovisuels, du Cinéma et des NTI- Direction des Études et de Développement des Médias
6. M. Loutfi Fahsi, Directeur du Département Études et Développement, Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA)
7. M. Tariq Khalami, Chef de la Division de la Promotion et de la Coopération, Centre Cinématographique Marocain (CCM)
8. Mme Ouifak Lahlou, Chef de Département en charge de Programmes, SOREAD-2M
9. M. Abdelhamid Karim, Chef de Service Documentation Audiovisuelle, SOREAD-2M
10. M. Farid Ben Yakhlef, Directeur, RECOM Production / Association des entreprises du secteur audiovisuel (ASESA)
11. M. Younès Alami, Directeur Exécutif, Marocmétric
12. M. Sarim Fassi-Fihri, Producteur de films et Directeur Général, CNEDINA (Casablanca Studios)

Bibliographie des principaux rapports et documents consultés

• **Informations générales**

- La Constitution édition 2011, Royaume du Maroc, Secrétariat Général du Gouvernement, Direction de l'imprimerie officielle: <http://www.sgg.gov.ma/constitution2011Fr.pdf>

Démographie : Femmes et Hommes en chiffres 2010, Haut-commissariat au Plan, RGPH, http://www.hcp.ma/downloads/Demographie_t11876.html
- *L'économie marocaine : performances macro-économique et politiques de modernisation sectorielle*, Haut Commissariat au Plan, Centre National de Documentation, Royaume du Maroc, décembre 2010, <http://www.abhatoo.net.ma/index.php/Maalama-Textuelle>
- Haut Commissariat Au Plan (HCP), *Recensement* ; http://www.hcp.ma/Recensement-general-de-la-population-et-de-l-habitat-2004_a633.html
- McKinsey & Company, "Morocco's Off shoring Advantage"; http://www.mckinseyquarterly.com/Moroccos_off_shoring_advantage_1683
- « Priorités 2012-2014 pour le Maroc dans le cadre de la coopération avec le voisinage », Secrétariat du Conseil de l'Europe, 2 avril 2012 ; <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=DGProg/Inf%282011%294&Language=lanFrench&Ver=rev&Site=COE&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864>
- *Réforme de la Moudawana au Maroc*, Dossier : Le statut des femmes, Revue de Presse (mars 2003 - novembre 2004), Centre de Documentation IMED Rome: www.paraenam.org
- Hayat Zirari, *Société et culture /développement et coopération: Droits des femmes au Maroc : Bilan et perspectives*, Med 2010, http://www.iemed.org/anuari/2010/farticles/Zirari_femmes_fr.pdf
- **Droit d'auteur / Piratage**
- Contrat Programme pour la mise à niveau du Bureau Marocain du Droit d'Auteur, Ministère de la communication, 03 mai 2010, Rabat. (Document obtenu lors de notre mission de collecte de données auprès du ministère marocain de la Communication).
- 2012 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement, IIPA, Additional Appendix (Web only); <http://www.iipa.com/pdf/2012SPEC301HISTORICALSUMMARY.pdf>

• **Infrastructures de télécommunication**

- *Adoption et perspectives des TIC dans la région des États arabes 2012, Sommet connecter le Monde Arabe 2012*, Union Internationale des Télécommunications (UIT) ; <http://www.itu.int/pub/D-IND-AR-2012>
- *Analyse de l'évolution des marchés du fixe, du mobile et de l'Internet au 31 mars 2012*, Royaume du Maroc, Agence Nationale de Régulation des Télécommunications (ANRT)
- International Telecommunication Union (ITU), " Measuring the Information Society 2011: "The ICT development Index 2011"; <http://www.itu.int/net/pressoffice/backgrounders/general/pdf/5.pdf>
- Maroc Numeric 2013, Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Économie Numérique, Royaume du Maroc, Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, <http://www.egov.ma/Documents/Maroc%20Numeric%202013.pdf>

- *Mapping Digital Media: Morocco*, A report by the Open Society Foundations, by Dr. Bouziane Zaid & Dr Mohamed Ibahrine, May 2011; <http://www.soros.org/sites/default/files/mapping-digital-media-morocco-20110826.pdf>
- Tableaux de bord - Marché Internet au Maroc: juin 2011- septembre- décembre 2011- mars 2012- juin 2012, Royaume du Maroc, Agence Nationale de Régulation des Télécommunications (ANRT) ; <http://www.anrt.ma>.
- The Report Morocco 2011: http://books.google.co.uk/books/about/The_Report_Morocco_2011.html?id=ncqgQra-2ToC

- **Marché de la télévision**

- EURODATA-TV Worldwide, *One Year TV Worldwide- One Television Year*, Paris, March 2012.
- Eutelsat Cable & Satellite TV Survey 2010, Eutelsat communications, disponible au <http://www.eutelsat.com/products/pdf/cable-satellite-survey-2010.pdf>
- *La mise à niveau du paysage audiovisuel marocain*, la Division des Médias Audiovisuels, du Cinéma et des NTI/Direction des Etudes et de Développement des Médias/Ministère de la Communication, Rabat, 2011-2012.
- « La Production Audiovisuelle et Cinématographique Nationale: État des lieux et Perspectives, note introductive aux assises nationales de la production audiovisuelle et cinématographique», Ministère de la Communication, juillet 2006; <http://www.mincommunication.ma>
- *Loi relative à la communication audiovisuelle*, Dahir n°1-04-257 du 25 kaâda 1425 (7 janvier 2005) portant promulgation de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, <http://www.haca.ma/pdf/commaudiovisuelle.pdf>
- Marocmétrie/ Centre Interprofessionnel d'Audimétrie CIAUMED, Communiqué de presse hebdomadaire, chiffres clés d'audience TV du 20 au 26 juin 2012.
- *Rapport sur le secteur des établissements et entreprises publics*, Projet de loi de finances pour l'année budgétaire 2011; <http://fr.scribd.com/doc/53243178/32/AUDIOVISUEL-SNRT-et-SOREAD-2M>
- *Tendances des marchés audiovisuels. Perspectives régionales – vues du sud. Algérie. Maroc. Mauritanie*, UNESCO, Paris, 2011

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/CLT/pdf/Cultural_Industries/Arab_States/Morocco/Les_Tendances_du_marche%CC%81Marocain_2007_UNESCO.pdf

Bouziane Zaid, *Public Service Television Policy and national development in Morocco*, 2009, University of South Florida (USF), Scholar Commons, *Graduate School Theses and Dissertations*: <http://scholarcommons.usf.edu/etd/100>

- **Médias et publicité**

- "Arab Media Outlook 2009-2013, Inspiring Local Content, Forecasts and Analysis of Traditional and Digital Media in The Arab World", Dubai Press Club, United Arab Emirates (UAE) ; <http://www.fas.org/irp/eprint/arabmedia.pdf>
- **Industrie cinématographique**
- Cahier des charges du Centre Cinématographique Marocain ; <http://www.ccm.ma>
- Arrêté conjoint du ministre de la Communication et du ministre des Finances fixant les modalités d'application du décret n°2.87.749 (30 décembre 1987) instituant au profit du CCM une taxe

parafiscale sur les spectacles cinématographiques et statuant les dispositions de répartition des ressources du Fonds d'aide; <http://www.ccm.ma>

- Historique du Financement du Fonds d'Aide, Centre Cinématographique Marocain (CCM), avril 2012
- Bilatérale : L'industrie cinématographique au Maroc, Chambre Allemande de commerce et d'industrie au Maroc, n° 49, deuxième trimestre 2012, avril 2012
- Bilan de l'année cinématographique 2010, Situation autorisation de tournage – 2010, Centre Cinématographique Marocain (CCM)
- Bilan cinématographique- Année 2011, Exploitation des salles de cinéma, Centre Cinématographique Marocain (CCM)
- Bilan Cinématographique- Année 2012, CCM ;
<http://www.ccm.ma/inter/phactualite/bilanfr2013.pdf>
- *Plaidoyer pour la Culture, le Cinéma, État des lieux*, œuvre collective des chambres professionnelles, documentation CCM, année 2011.
- Dr Sehimi, Mustapha, Les entreprises culturelles au Maroc, Agence Intergouvernementale de la Francophonie, Février 2003, Document préparé pour le séminaire de formation des cadres des Banques sur l'Analyse Economique et Financière des Industries Culturelles (Rabat, 25-28 février 2003)
- Étude diagnostique et stratégique pour le développement du secteur cinématographique au Maroc, Centre Cinématographique Marocain (CCM), avril 2007 ;
<http://www.ccm.ma/inter/phactualite/modetude.pdf>
- Diagnostic de l'Économie du Patrimoine Culturel au Maroc, sa situation présente et les possibilités d'exploitation et de promotion des ressources qu'il recèle, Ministère de la Culture, MDG Achivement Fund, Rabat, octobre 2010;
http://www.minculture.gov.ma/fr/images/stories/pdf/Diagnostic_economie.pdf
- L. ROSANT, *Census and analysis of film & audiovisual co-production in the South-Mediterranean Region 2006-2011*, Euromed Audiovisual III, May 2012,
<http://euromedaudiovisuel.net/Files/2012/05/29/1338310192044.pdf>