



**« LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINEMATOGRAPHIQUE
NATIONALE : ETAT DES LIEUX ET
PERSPECTIVES »**

NOTE INTRODUCTIVE

AUX

**ASSISES NATIONALES DE LA PRODUCTION
AUDIOVISUELLE ET CINEMATOGRAPHIQUE**

JUILLET 2006

NOTE INTRODUCTIVE

SUR

« LA PRODUCTION NATIONALE AUDIOVISUELLE ET

CINEMATOGRAPHIQUE : ETAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES »

INTRODUCTION

I - Etat des lieux de la production nationale

I-1 : Cadre juridique et institutionnel

I-2 : L'environnement publicitaire

I-3 : Les diffuseurs

I-4 : La filière cinématographique

II – Difficultés du secteur de la production nationale

II-1 : Au niveau des relations producteurs / diffuseurs

II-2 : Au niveau des sociétés de production audiovisuelle

II-3 : Au niveau de la filière cinématographique

II-4 : Au niveau des Ressources Humaines

III – Mesures proposées pour le développement du secteur

III-1 : Au niveau des relations producteurs / diffuseurs

III-2 : Au niveau des sociétés de production audiovisuelle

III-3 : Au niveau de la filière cinématographique

III-4 : Au niveau des ressources humaines

INTRODUCTION

La dynamique de changements que vit le Maroc vise à consolider les piliers d'une société démocratique et moderniste.

A l'instar des secteurs stratégiques, le secteur de la production audiovisuelle et cinématographique revêt une importance considérable dans ce processus, à l'image de son rôle prépondérant dans le développement économique et socioculturel de notre pays.

Dans ce contexte, ce secteur est appelé à se moderniser pour être au diapason de toutes les transformations que connaît ce paysage médiatique national.

La valorisation du secteur de la production audiovisuelle et cinématographique vient de se greffer sur les nombreux efforts entrepris dans la libéralisation du paysage audiovisuel national et la mise à niveau du secteur public de la communication audiovisuelle, dont le Gouvernement a fait une de ses priorités, conformément aux Hautes Orientations Royales.

Les difficultés du secteur de la production audiovisuelle et cinématographique nationale ont été répertoriées à partir des résultats de l'étude de l'ASESA sur les conditions de développement de l'industrie audiovisuelle au Maroc ainsi que de la consultation des professionnels du secteur.

Ce document expose les difficultés telles qu'elles ont été exprimées par les différents partenaires et intervenants au même titre que les solutions que ces derniers préconisent pour la mise à niveau de ce secteur.

I- ETAT DES LIEUX DE LA PRODUCTION NATIONALE

L'état des lieux du secteur de la production audiovisuelle peut être appréhendé autour de trois axes principaux : le cadre juridique et institutionnel en vigueur, un environnement publicitaire émergent et une production audiovisuelle et cinématographique diversifiée.

I -1 : CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL

Le cadre juridique régissant le secteur de la production audiovisuelle et cinématographique nationale :

- Loi n° 77-03 relative à la Communication Audiovisuelle et Cahiers des charges des opérateurs, notamment ceux du pôle audiovisuel public (SNRT / SOREAD-2M) ;
- **Dahir n° 1-02-212 du 31 août 2002** portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, modifié par le Dahir n° 1-03-302 du 11 novembre 2003 ;
- **Loi n° 20-99** relative à l'organisation de l'Industrie Cinématographique telle qu'elle a été modifiée par la loi n° 39-01 ; **Décret n° 2-87-749 du 30 décembre 1987** instituant au profit du Centre Cinématographique Marocain, une taxe parafiscale sur les spectacles cinématographiques tel qu'il a été complété et modifié et **Arrêté conjoint du ministre de la Communication et du ministre des Finances et de la Privatisation du 12 décembre 2005**, fixant les modalités d'application de ce décret ;
- **Loi n° 2-00** relative aux droits d'auteur et droits voisins telle que modifiée et complétée par la loi n°34-05 ;

- **Loi n° 17-94** relative aux activités de production, d'édition, d'importation, de distribution, de reproduction et d'exploitation des vidéogrammes destinés à l'usage privé du public ;
- **Loi n° 71-99** portant statut de l'artiste.

Les principales dispositions de ces différents textes encadrant les domaines en relation avec la production nationale audiovisuelle et cinématographique peuvent être rappelées comme suit :

I-1.1 : loi n° 77-03 sur la communication audiovisuelle, cahiers des charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public et textes connexes :

Après la promulgation du Dahir n°1-02-212 du 31 août 2002 portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) et la promulgation du décret-loi n°2-02-663 du 10 septembre 2002 mettant fin au monopole de l'Etat sur l'espace audiovisuel, l'adoption de la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée le 7 janvier 2005, allait mettre en place le cadre juridique indispensable au parachèvement de l'arsenal juridique régissant ce secteur.

La loi 77-03 a mis en place le nouveau cadre juridique régissant le secteur de la communication audiovisuelle, fondé sur la liberté et le respect du pluralisme, notamment en définissant les principes généraux et les règles juridiques particulières applicables au secteur, et en définissant un statut juridique moderne du secteur privé de l'audiovisuel et, enfin, en modernisant le statut du secteur public de l'audiovisuel et en précisant ses missions et ses moyens.

Ainsi, la radio-télévision marocaine et le service autonome de publicité ont été transformés en une seule entité, sous forme de société anonyme (la Société nationale de radiodiffusion et de télévision, SNRT) et SOREAD-2M s'est vu investie d'une mission de service public, permettant ainsi de constituer, avec la SNRT, un pôle audiovisuel public.

Conscient que le succès de cette réforme dépendait d'un certain nombre de facteurs essentiels, dont l'importance qualitative et quantitative de la production nationale, le législateur a accordé un intérêt particulier à cette question.

La loi 77-03 vise, en effet, parmi ses objectifs, le soutien et le développement de la production nationale audiovisuelle et le recours en priorité aux ressources et aux compétences nationales. Elle place cette mission au cœur des missions de service public du secteur audiovisuel public, visant à répondre aux attentes des citoyens et à leurs besoins dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation et du divertissement, à travers notamment :

- Le soutien à la création d'oeuvres originales de qualité ;
- La promotion du patrimoine civilisationnel et de la création artistique nationaux et la contribution à leur rayonnement, national et international, tout en prenant en considération la priorité accordée à la production nationale et aux compétences et ressources nationales travaillant dans le secteur, ce qui nécessite la mise à niveau et la restructuration des composantes actuelles de ce secteur et la qualification continue des ressources humaines afin de promouvoir leur action à un niveau meilleur.

Cette loi précise dans son article premier des définitions essentielles telles que :

- « *Œuvre audiovisuelle* : Constituent des œuvres audiovisuelles les émissions ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques, journaux et émissions d'information, variétés, jeux, émissions autres que de fictions majoritairement réalisées en plateau, retransmissions sportives, messages publicitaires, télé-achat, auto-promotion, services de télétexte » (al. 7).

- « *Production audiovisuelle* : tout programme de radio et/ou de télévision que l'opérateur de communication audiovisuelle conçoit et/ou produit en interne par ses propres moyens ou fait concevoir et produire par des structures de production du marché » (al. 10) ;

- « *Production audiovisuelle nationale* : toute production audiovisuelle émise en arabe, en amazigh, en dialectes marocains ou, le cas échéant, en tout autre langue dont le contenu est à fort enracinement marocain, et dont la personne morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation est installée au Maroc et a recours à des compétences majoritairement nationales » (al.11) ;

- « *Production propre* : les programmes conçus et/ou produits directement par un opérateur d'un service de communication audiovisuelle. Ces programmes ne peuvent être constitués ni par la diffusion répétée ni par la retransmission simultanée ou différée de programmes d'une autre station » (al. 12).

L'article 3 de la loi pose parmi les principes généraux, que la liberté de la communication audiovisuelle s'exerce dans le respect de la nécessité de **développer une industrie nationale de production audiovisuelle**.

L'article 8 de la loi dispose que les opérateurs de communication audiovisuelle, publics et privé, doivent :

- **promouvoir la création artistique marocaine et encourager la production de proximité ;**

- **donner, dans la composition de leur offre de programmes, la préférence à la production audiovisuelle nationale.**

L'article 26 de la loi dispose que **le cahier des charges** des opérateurs privés **doit préciser** :

- La durée et les caractéristiques générales des programmes, et notamment **la part de la production propre ;**

- **Le volume et les conditions de diffusion de la production nationale et des oeuvres cinématographiques et audiovisuelles marocaines et étrangères ;**

- La contribution au développement de la production audiovisuelle nationale.

L'article 46 prévoit, en ce qui concerne **les sociétés nationales** de l'audiovisuel public, que celles-ci **favorisent la création de productions originales** et assurent une information nationale et internationale.

Et l'article 48 précise que les cahiers des charges doivent notamment prévoir les conditions dans lesquelles sont assurées les missions de service public par lesdites sociétés et relatives à **une programmation** de référence généraliste et diversifiée à l'intention du public le plus large, **favorisant la création de productions marocaines dans le domaine de la communication audiovisuelle** et assurant une information nationale et internationale.

I-1.1.A : Contribution du secteur audiovisuel public à la production audiovisuelle nationale

a) - La SNRT :

- La SNRT donne, dans la composition de ses programmes, la préférence à la production audiovisuelle nationale, telle que définie au 11 de l'article 1^{er} de la loi n°77-03 précitée, et fait appel en priorité aux ressources marocaines pour la création d'oeuvres audiovisuelles.
- Au sein de son effort en faveur de la production audiovisuelle nationale, la SNRT contribue à la production d'oeuvres audiovisuelles, telles que définies au 7 de l'article 1^{er} de la loi n° 77-03 précitée.
- La SNRT fait appel aux prestations intellectuelles, artistiques ou techniques d'entreprises de production externes, installées au Maroc et ayant recours à des compétences majoritairement nationales.
- La SNRT s'engage à assurer un traitement équitable et transparent entre producteurs et à favoriser la libre concurrence dans le secteur de la production audiovisuelle. (*Cahier des charges SNRT, article 7*)
- La SNRT soutient le développement du secteur de la production audiovisuelle nationale. Elle fait appel aux prestations d'entreprises de production externes, tel que défini à l'article 7, du présent cahier des charges, pour au moins, 30% du budget qu'elle consacre à la production télévisuelle nationale, hors information. (*Cahier des charges SNRT, article 13*).
- **Al Maghribiya** diffuse exclusivement de la production audiovisuelle nationale. (*Cahier des charges SNRT, article 66*)

Par ailleurs, et en ce qui concerne son service radiophonique, la SNRT soutient le développement du secteur de la production radiophonique nationale, notamment en diffusant des oeuvres musicales et dramatiques nationales.

- La production radiophonique nationale représente, en effet, un minimum de 70% par jour, en moyenne annuelle, du volume horaire de diffusion du service de radiodiffusion de la SNRT. Elle fait appel aux prestations intellectuelles, artistiques ou techniques d'entreprises de production externes, installées au Maroc et ayant recours à des compétences majoritairement nationales, pour au moins 15 % du budget annuel qu'elle consacre à la production radiophonique nationale, hors information. (*Cahier des charges SNRT, article 77*)
- Au sein de son effort en faveur de la création artistique nationale, la SNRT contribue à travers son service de radiodiffusion, à la production d'oeuvres musicales. Elle contribue à la production annuelle de 60 chansons d'origine marocaine au moins. Elle consacre une part minimale de 50% en volume horaire de sa programmation musicale aux oeuvres marocaines ou aux artistes d'origine marocaine. Elle veille à faire connaître les artistes, musiciens et chanteurs nationaux et régionaux et s'attache à promouvoir les nouveaux talents à l'échelle nationale et régionale. (*Cahier des charges SNRT, article 78*)

Pour répondre aux obligations définies dans son cahier de charges, la SNRT a conclu le 2 février 2006, conformément aux dispositions de la loi n° 77-03 (art. 51), un contrat-programme avec l'Etat (représenté par le Ministère de la Communication et le Ministère des Finances et de la Privatisation), qui définit les objectifs à atteindre ainsi que les moyens à mettre en œuvre (*une enveloppe financière d'un montant de 1.170 millions de DH sur la période 2006-2008 a été mise à sa disposition à cet effet*).

b) - SOREAD-2M :

- La société SOREAD-2M donne, dans la composition de ses programmes, la préférence à la production audiovisuelle nationale, telle que définie au 11 de l'article 1er de la loi n°77- 03 précitée, et fait appel en priorité aux ressources marocaines pour la création d'œuvres audiovisuelles. La production audiovisuelle nationale représente un minimum de quatre heures par jour en première diffusion, en moyenne annuelle. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 13*)

- Au sein de son effort en faveur de la production audiovisuelle nationale, la société SOREAD-2M contribue à la production d'œuvres audiovisuelles, telle que définies au 7 de l'article 1^{er} de la loi n° 77-03 précitée. Chaque année, elle diffuse au moins 150 (cent cinquante) heures d'œuvres audiovisuelles marocaines inédites qu'elle a produites, coproduites ou dont elle a acquis les droits de diffusion, dont au moins 15 téléfilms, 04 séries ou feuilletons, 10 pièces de théâtre et 10 documentaires. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 13*)

- La société SOREAD-2M soutient le développement du secteur de la production audiovisuelle nationale. Hors les émissions d'information, elle fait appel aux prestations intellectuelles, artistiques ou techniques d'entreprises de production externes, installées au Maroc et ayant recours à des compétences majoritairement nationales, pour au moins : 20 % du budget qu'elle consacre à la production audiovisuelle nationale, hors information, en 2006, 25% en 2007, 30 % à compter de 2008.

- La société s'engage à assurer un traitement équitable et transparent entre producteurs et à favoriser la libre concurrence dans le secteur de la production audiovisuelle. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 13*)

- La société SOREAD-2M « réalise un effort particulier dans la production d'émissions destinées au jeune public ». (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 10*)

I-1.2.A : Contribution des opérateurs audiovisuel privé à la production audiovisuelle nationale

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a procédé, le 10 mai 2006, à la signature des cahiers des charges de 11 nouveaux opérateurs privés attributaires de licences pour 10 services radiophoniques « ATLAS FM » « RADIO PLUS » « BIZZ FM » « ECO MEDIAS » « MFM SOUSS » « MFM ATLAS » « MFM SAISS » « KOLLI NASS » « CAP RADIO » « HIT RADIO MAROC », et d'un service télévisuel « MEDI-1-SAT ».

Les principales dispositions des cahiers de charges des Opérateurs audiovisuels privés relatives à la production se présentent comme suit :

1- En matière de droit d'auteur et de droits voisins :

Tous les Opérateurs s'engagent à respecter la législation et la réglementation en vigueur en matière de droit d'auteur et de droits voisins pour les programmes dont ils assurent la diffusion.

2- En matière de recours en priorité aux Ressources Humaines Marocaines :

Tous les Opérateurs s'engagent à avoir recours en priorité aux Ressources Humaines Marocaines qui représentent au moins :

- 50% du personnel de « RADIO MEDI-1 » et « MEDI-1-SAT TV » ;
- 75% du personnel de « RADIO ECO MEDIAS » ;
- 80% du personnel de « RADIO ATLAS FM », « RADIO PLUS », « RADIO BIZZ FM », « RADIO MFM SOUSS », « RADIO MFM ATLAS », « RADIO MFM SAISS », « RADIO KOLLI NASS », « CAP RADIO » et « HIT RADIO MAROC » .

3- En matière de contribution à la création artistique marocaine :

Tous les Opérateurs favorisent la création artistique marocaine et consacrent au moins :

- 20% de la programmation musicale annuelle arabe et au moins 10% du volume total annuel de la programmation musicale annuelle aux œuvres musicales d'expressions marocaines pour « RADIO SAWA »
- 20% de la programmation musicale aux œuvres d'expressions marocaines et aux artistes d'origine marocaine dont 20% originaires de la zone géographique desservie par « RADIO MFM SOUSS », « RADIO MFM ATLAS », « RADIO MFM SAISS » ;
- 25% de la programmation musicale aux œuvres d'expression marocaines et aux artistes d'origine marocaine pour « RADIO BIZZ FM ».
- 30% de la programmation musicale aux œuvres d'expression marocaines et aux artistes d'expression marocaine dont 30% originaires de la zone géographique desservie par « RADIO ATLAS FM », « RADIO PLUS », « RADIO KOLLI NASS », « CAP RADIO » ;
- 40% de la programmation musicale aux œuvres d'expression marocaines, dont 50% au moins originaires des bassins d'audience desservis par « HIT RADIO MAROC » ;
- 50 % de la programmation musicale aux oeuvres d'expressions arabes et marocaines pour « RADIO MEDI-1 », « RADIO ECO MEDIAS » .

4- En matière de contribution des à la production Audiovisuelle nationale :

MEDI-1-SAT TV	<ul style="list-style-type: none"> • Soutient le développement du secteur de la production audiovisuelle nationale ; • S'efforce de faire appel aux prestations intellectuelles, artistiques ou techniques d'entreprises de production externes, installées au Maroc et ayant recours à des compétences majoritairement nationales, pour la production d'émissions, hors journaux d'actualité. Au moins 20% de ses coproductions ou acquisitions de documentaires sont d'origine marocaine.
	(Art 24 du cahier des charges)
RADIO ATLAS FM	S'engage à faire produire par des tiers ou coproduire au moins 10% des programmes, hors information, qu'il diffuse à partir du 1er janvier 2008.
	(Art 24 du cahier des charges)
RADIO PLUS	S'engage à faire produire par des tiers ou coproduire au moins 10% des programmes, hors information, qu'il diffuse à partir du 1er janvier 2008.
	(Art 24 du cahier des charges)
RADIO BIZZ FM	Produit la totalité des programmes d'animation (hors magazines) qu'il diffuse.
	à hauteur de 70% environ du volume horaire réservé aux magazines;
	à hauteur de 30% environ du volume horaire réservé aux programmes de services
RADIO ECO MEDIAS	Produit environ 80% de ses programmes liés à la thématique « Economie » qu'il diffuse sur le Service. (Art 24 du cahier des charges)
RADIO MFM SOUSS	S'engage à faire produire par des tiers ou coproduire au moins 10% des programmes, hors information, qu'il diffuse en 2007 et 20% à partir du 1er janvier 2008.(Art 24 du cahier des charges)
RADIO MFM	S'engage à faire produire par des tiers ou coproduire au moins 10% des programmes, hors information, qu'il diffuse en 2007 et 20% à partir du 1er janvier 2008. (Art 24 du cahier des

ATLAS	charges)
RADIO	S'engage à faire produire par des tiers ou coproduire au moins 10% des programmes, hors information, qu'il diffuse en 2007 et 20% à partir du 1er janvier 2008.(Art 24 du cahier des charges)
MFM	
SAISS	
RADIO	Produit au plus 75% de ses programmes portant sur les magazines qu'il diffuse sur le Service. Toutefois, un dépassement maximal de 2% peut être toléré à condition que, l'année suivante, la part d'autoproduction soit réduite afin que la règle de plafonnement soit strictement respectée sur les deux années cumulées.(Art 24 du cahier des charges)
KOLLI	
NASS	
CAP	S'engage à :
RADIO	<ul style="list-style-type: none"> • faire produire 75% et à coproduire au moins 25% des émissions d'animation qu'il diffuse ; • produire au moins 30% et à coproduire au moins 20% du volume horaire réservé aux programmes de type magazine qu'il diffuse ; • produire et/ou coproduire au moins 25% du volume horaire réservé aux programmes musicaux marocains qu'il diffuse. (Art 24 du cahier des charges)

I-1.1.B : Contribution 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 originale 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 année. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 14*)

I-1.1.C : Contribution du pôle public au développement de la production nationale dans sa diversité culturelle et linguistique :

Dans le cadre de leurs missions de service public, la SNRT et Soread-2M s'engagent à apporter une contribution conséquente à la valorisation, au développement, à la production et à la diffusion de la culture et de la langue amazighes en tant que partie intégrante de la culture et de la civilisation marocaines. (*article 79 du cahier des charges de la SNRT et article 19 de celui de 2M*)

- **La TVM** diffuse en moyenne annuelle, au moins 80 % de son temps d'antenne compris entre 10 h et 01 heure des programmes en langue arabe, en amazigh ou en dialectes marocains. Elle diffuse particulièrement en amazigh, au moins :

- un journal télévisé quotidien ;
- un programme quotidien du lundi au vendredi ;
- une émission hebdomadaire d'information ou de société ;
- 4 heures de chansons chaque mois, au sein de l'ensemble de sa programmation musicale et de variétés ;
- 12 téléfilms, films ou représentations théâtrales chaque année. (*Article 32 du cahier des charges de la SNRT*)

- **ARRABIÂ** contribue à la connaissance de la langue arabe, de l'amazigh et des langues étrangères. Elle soutient l'apprentissage de l'amazigh en diffusant, au moins une émission quotidienne. (*Article 46 du cahier des charges de la SNRT*)

- Les programmes de «**Assadissa**» peuvent comporter des émissions en amazigh ou en langue étrangère. Elle retransmet des événements religieux, en direct ou différé. » (*Article 51 du cahier des charges de la SNRT*)

- **Al Maghribiya** contribue au rayonnement de la culture et de la civilisation marocaines. Elle diffuse ses programmes en arabe, en amazigh, en dialectes marocains et en langues étrangères. (*Article 67 du cahier des charges de la SNRT*).

- Dans le cadre de ses missions de service public, la SNRT s'engage à apporter, à travers, une contribution conséquente à la valorisation, au développement, à la production et à la diffusion de la culture et de la langue amazigh en tant que partie intégrante de la culture et de la civilisation marocaines. La «**radio amazigh**» propose une programmation de référence, généraliste et diversifiée, d'expression essentiellement amazigh. Elle tend à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public le plus large et plus particulièrement amazigh. Cette programmation comporte les genres suivants:

- Emissions d'information;
- Magazines de société et de service;
- Emissions culturelles et de divertissement;
- Emissions religieuses (*Article 94 du cahier des charges de la SNRT*)

La «radio amazigh » favorise la création artistique marocaine et l'émergence de nouveaux talents. Elle consacre la quasi-totalité du volume horaire de sa programmation musicale aux oeuvres amazigh. (*Article 99 du cahier des charges de la SNRT*)

Quant à SOREAD-2M, ses programmes sont diffusés en langue arabe, en amazigh ou en dialectes marocains pour au moins 70 % du temps d'antenne compris entre 9 h et minuit (*la société bénéficie, pour l'accomplissement de cette obligation, d'une période de montée en charge de deux années civiles, en respectant un minimum de 60 % en 2006 et de 65 % en 2007*).

La société s'engage, de manière générale, à réserver une part conséquente de ses programmes aux oeuvres culturelles et artistiques dans la diversité de leurs expressions arabe, amazighe et dialectales. Dans le cadre de ses missions de service public, la société s'engage à apporter une contribution conséquente à la valorisation, au développement, à la production et à la diffusion de la culture et de la langue amazighes en tant que partie intégrante de la culture et de la civilisation marocaines.

La société diffuse **particulièrement en amazigh**, parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, au moins :

- un programme quotidien, du lundi au vendredi ;
- une émission d'information, de société ou de culture chaque fin de semaine ;
- deux heures de chansons chaque mois, au sein de l'ensemble de sa programmation musicale et de variétés ;
- douze téléfilms, films ou représentations théâtrales chaque année. Pour l'accomplissement de cette dernière obligation, la société bénéficie d'une période de montée en charge de deux années civiles, en respectant un minimum de quatre téléfilms, films ou représentations théâtrales en 2006 et de huit téléfilms, films ou représentations théâtrales en 2007. (*Cahier des charges SOREAD-2M, article 19*).

I-1.2 : Dahir n° 1-02-212 du 31 août 2002 portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle,

Ce texte, qui institue une autorité de régulation indépendante et lui confère de larges prérogatives en matière de communication audiovisuelle, dispose, notamment dans son article 3 que le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle :

- Instruit les demandes d'autorisation de création et d'exploitation des entreprises de communication audiovisuelle ; (al. 9)
- **Contrôle le respect, par les organismes de communication audiovisuelle du contenu des cahiers de charges ;** (al. 11)
- **Approuve les cahiers de charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public et en contrôle le respect ;** (al.12)
- **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 ; (al.15)
- **Edicte les normes d'ordre juridique ou technique applicables à la mesure de l'audience des entreprises de communication audiovisuelle.** (al.17)

En application de ce texte et des dispositions de la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA) a décidé, le 10 mai 2006, après un long processus de mise en place technique des procédures d'instruction des demandes et d'audition des porteurs de projets de radio et/ou de télévision privées, de délivrer onze nouvelles licences d'établissement et d'exploitation de radio et de télévision privées.

Ainsi, une licence en matière de télévision a été délivrée pour une télévision satellitaire d'information générale nationale et internationale et dix autres licences ont été délivrées pour l'exploitation de radios. Elles concernent deux radios locales de proximité, quatre radios régionales de proximité, une radio multirégionale musicale et une radio multirégionale de proximité. Deux radios seront thématiques. La première spécialisée en économie et finances, la seconde est économique.

Par ailleurs, et eu égard à l'importance de la mesure de l'audience pour l'évaluation et le suivi de l'exposition du public aux programmes audiovisuels et conformément à l'art 3 (al.17) précité, le CSCA a arrêté, par décision n°3-06 du 15 février 2006, les normes d'ordre juridique et technique qui s'appliquent à l'activité de la mesure de l'audience des entreprises de communication audiovisuelle.

I-1.3 : loi n° 20-99 relative a l'organisation de l'industrie cinématographique

- L'exercice de l'activité de production de film cinématographique est subordonné à l'autorisation du directeur du Centre Cinématographique Marocain. (Article 1er) ;
- Les entreprises de production doivent être constituées sous forme de société anonyme ou de société à responsabilité limitée, avec un capital entièrement libéré. (Article 2) ;
- Les entreprises de production sont tenues d'engager des collaborateurs parmi les marocains détenteurs de la carte d'identité professionnelle. (Article 4) ;
- Le tournage de tout film professionnel de tout format et sur tout support, est subordonné à l'obtention d'une autorisation de tournage délivrée par le directeur du Centre Cinématographique Marocain et ce, sans préjudice des autres autorisations administratives exigibles en vertu de la législation et de la réglementation en vigueur. (Article 7) ;
- La carte d'identité professionnelle est délivrée par le directeur du Centre Cinématographique Marocain. (Article 12).

- Décret n° 2-87-749 du 30 décembre 1987 instituant au profit du Centre Cinématographique Marocain, une taxe parafiscale sur les spectacles cinématographiques tel qu'il a été complété et modifié.

Ce décret a institué une taxe parafiscale au profit du Centre Cinématographique Marocain destinée pour partie à promouvoir la production et l'exploitation cinématographiques, part qui est à la charge des spectateurs. (Article 1er)

- Arrêté conjoint du ministre de la Communication porte parole du gouvernement, et du ministre des Finances et de la Privatisation du 12 décembre 2005 fixant les modalités d'application du décret n° 2.87.749 du 30 décembre 1987

Parmi les mesures d'encouragement mises en place pour promouvoir la production cinématographique nationale, on peut citer le fonds d'aide à la production cinématographique.

L'aide à la production cinématographique nationale est accordée sous forme d'avance sur recettes aux films de long et de court métrage avant et après production présentés par les sociétés de production de films. (Article 4)

L'aide est accordée à l'ensemble de la production d'un film et prend les formes suivantes :

- Avance sur recettes aux films de long et de court métrage 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 long et de court métrage.
- Une prime à la qualité aux films de long et de court métrage ayant bénéficié d'une avance sur recettes avant production. (Article 5)

La commission du fonds d'aide se réunit au moins en trois sessions par an.

I-1.4 : loi sur les droits d’auteur et droits voisins

I-1.4.A : Renforcement de la législation nationale

Avec les exigences qui se posent à l’échelon national et international, pour mieux répondre aux défis engendrés par l’évolution technologique et afin de permettre au Maroc de s’acquitter pleinement des engagements qui lui incombent, la loi n° 2.00 du 15 février 2000 a été modifiée et complétée récemment par la loi n° 34.05 , promulguée par le dahir n° 1.05.192 du 14 février 2006.

Les principaux objectifs auxquels répondent ces modifications visent à l’amélioration du système national de protection des droits d’auteur et des droits voisins, par l’adjonction de nouvelles dispositions qui favorisent l’actualisation de l’arsenal juridique national, la prise avec célérité au niveau du secteur de la justice des décisions de nature à préserver efficacement les droits de propriété intellectuelle, et le renforcement de la protection des titulaires de droits et des consommateurs contre les actes de contrefaçon et de piratage.

Ces amendements portent principalement sur les points suivants :

- le renforcement du rôle du BMDA qui est l’organisme seul chargé de la protection et de l’exploitation des droits d’auteur et des droits voisins,
- l’amélioration des droits exclusifs des auteurs et des titulaires de droits,
- la prolongation de la durée de protection des droits patrimoniaux,
- le renforcement des mesures aux frontières,
- l’amélioration de la protection juridique contre le contournement des mesures technologiques,
- le renforcement des mesures conservatoires et des sanctions civiles et pénales pour toute violation d’un droit protégé,
- la mise en place d’un régime de responsabilité des prestataires de services Internet.

Ainsi l’actualisation de la loi nationale aura des retombées positives pour assurer une meilleure protection des œuvres par le droit d’auteur et les droits voisins dans les réseaux numériques, en renforçant la protection qui leur est conférée pour qu’elle soit conforme aux normes prévues sur le plan international.

I-1.4.B : Lutte contre la contrefaçon et la piraterie

Le Ministère de la Communication et le BMDA entreprennent une action d’envergure pour la promotion des œuvres de l’esprit, le développement du droit d’auteur et droits voisins, la préservation des droits des créateurs, l’application et la mise en œuvre de la législation nationale et des conventions internationales, la moralisation et la réglementation du secteur des enregistrements audiovisuels, à l’effet d’endiguer et de cerner l’impact négatif de la contrefaçon et de la piraterie dans les domaines économique social et culturel.

Un plan d’action national a été adopté portant sur un certain nombre d’axes ayant trait :

- à la sensibilisation et l’instauration d’une culture citoyenne du droit d’auteur ;
- au renforcement du système juridique et l’application de la loi ;
- à l’amélioration de la coordination entre les Administrations compétentes ;
- à la mise à niveau du circuit formel ;
- à la répression ;
- et à la promotion des secteurs basés sur le droit d’auteur.

La campagne de sensibilisation qui est entreprise permet d’informer et de sensibiliser le grand public ainsi que tous les opérateurs agissant dans ce domaine d’activités et comporte plusieurs actions qui se

rapportent notamment à la diffusion de spots publicitaires diffusés sur les deux chaînes nationales de télévision, la signature de quatre conventions cadres avec les syndicats et associations des professionnels et producteurs des phonogrammes et vidéogrammes, ainsi que la signature d'une convention de partenariat avec l'Union internationale des producteurs de programmes d'ordinateur, l'organisation de séminaires, journées d'étude et de réflexion, tables rondes, ateliers de travail etc...

Dans le cadre du programme de lutte contre la contrefaçon et la piraterie qui englobe à la fois les différents supports de communication de masse et les techniques de persuasion directe, une Commission permanente interministérielle a été constituée à l'initiative du Ministère de la Communication, composée de Représentants des Départements ministériels concernés.

Des sous-commissions régionales sont constituées dans les principales villes du Royaume, afin de mener des opérations de ratissage et de contrôle et de prendre éventuellement les mesures coercitives adéquates en concertation avec les autorités de police et de gendarmerie. C'est ainsi que des opérations de saisie de phonogrammes et vidéogrammes et de matériel ayant servi à l'activité illicite ont été opérées dans les villes où la piraterie s'est fait sentir de façon cruciale, sur plaintes du BMDA et des professionnels déposées entre les mains du Procureur du Roi.

Le rôle de cette Commission consiste notamment à dresser un constat de la situation qui prévaut en ce domaine, à prendre des mesures de sensibilisation, à proposer des moyens de lutte radicale à l'encontre des deux fléaux et à soumettre les cas d'abus notoire aux autorités compétentes.

La procédure d'institutionnalisation de la Commission permanente interministérielle est en cours, afin que tous les partenaires puissent s'impliquer et s'investir pleinement dans leur domaine de compétence pour la lutte efficace et durable à l'encontre de la contrefaçon et de la piraterie.

I-1.5 : la loi portant statut de l'artiste

- La loi n° 71-99 portant statut de l'artiste définit « l'artiste » comme « toute personne physique exerçant de manière permanente ou intermittente une activité artistique moyennant rémunération, dans le cadre d'un contrat de travail ou d'un contrat d'entreprise ou dans le cadre de la réalisation d'une oeuvre artistique destinée à être vendue, louée au tiers ou effectuée au profit d'une administration publique, d'une collectivité locale ou d'un établissement public ». Article1 (1)

- La « création artistique » est définie comme « toute oeuvre artistique réalisée par une personne physique, notamment dans le domaine de l'audiovisuel, de la photographie, des arts plastiques, de la musique, du théâtre, de la littérature artistique écrite ou orale ou de la chorégraphie ». (Article1-1a)

- L'entrepreneur artistique est considéré comme « toute personne physique ou morale qui conclut avec un artiste un contrat de travail ou un contrat d'entreprise dont l'objet est de réaliser une activité artistique moyennant rémunération ». (Article1 -3)

- Le contrat entre l'entrepreneur artistique et l'artiste du spectacle est conclu pour une durée déterminée ou pour la réalisation d'une activité artistique déterminée. (Article 3)

- L'artiste soumis aux dispositions de cette loi bénéficie de « la législation relative aux accidents de travail, à la sécurité sociale et à la couverture médicale de base. L'autorité gouvernementale chargée de la culture veille, dans le cadre des lois en vigueur, à mettre en place un outil de financement des oeuvres sociales en faveur des artistes ». (Article13)

I-2 : L'ENVIRONNEMENT PUBLICITAIRE

En 2005, le total des dépenses publicitaires avoisine les 2775 millions de dirhams, soit 0,02% du total des dépenses publicitaires mondiales (source Régie 3). Cette masse se décompose en deux parties d'inégale importance : Les investissements médias (53,3%) et les investissements hors médias (46,7%).

Ventilation des investissements médias :

- Presse : 20, 0%
- Affichage : 15, 3%
- Radio : 7, 5%
- TV : 56, 9%
- Cinéma : 0, 3%

Une comparaison internationale permet de dégager les spécificités du marché de la publicité :

- La part de la télévision (56,8%) est beaucoup plus importante au Maroc qu'à l'étranger ;
- La radio (7,5%) occupe une place légèrement supérieure à celle qu'on observe dans nombre de marchés développés. A l'opposé, la part de la presse (20%) est en régression, depuis 4-5 ans, au profit de l'affichage.
- Le cinéma voit sa part de marché rétrécir : 0,3% du total des dépenses média.

L'investissement publicitaire au Maroc est dominé par les grandes entreprises multinationales et une dizaine d'annonceurs totalise 60% de l'investissement publicitaire dans l'audiovisuel. Les PME, qui représentent 92% du tissu économique marocain demeurent encore en retrait de la communication et de ses outils.

I-2.A : Les Recettes publicitaires des chaînes publiques :

Les réalisations de la SNRT en 2005, à travers le « Service Autonome de Publicité » (intégré aujourd'hui à la SNRT sous forme de régie), s'établissent à 166 600 714.9 dhs (commission d'agence non déduite) contre 148 644 462.9 dhs en 2004, soit une augmentation de 12%.

SOREAD-2M a, pour sa part, réalisé en 2005 un chiffre d'affaires publicitaire « écran » de 451 millions de dirhams, soit une augmentation de 14% par rapport à 2004 et de 60% par rapport à 2003. Cette augmentation provient essentiellement d'une meilleure politique de programmation et de l'amélioration des rapports de la chaîne avec sa régie et avec les annonceurs et agences par l'instauration de plus de concertation et d'actions de marketing très ciblées.

I-2.B : La mesure de l'audience

Dans le cadre de la mise à niveau du secteur audiovisuel, le Ministère de la Communication a initié, en partenariat avec les professionnels de l'audiovisuel et le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM), la mise en place dès le 22 février 2006, d'un outil de mesure d'audience automatique qui permettra de répondre aux besoins spécifiques de chacun des acteurs du Paysage audiovisuel Marocain, et plus particulièrement, de donner plus de visibilité en termes de programmation, de ciblage, de permettre, par ailleurs, une rationalisation des budgets et des temps d'antenne.

Cette démarche qui a permis le lancement d'un appel d'offre international a été couronnée par le choix d'un adjudicataire, Médiamétrie, en l'occurrence ; et la constitution, par les parties concernées, du Centre

Interprofessionnel d'Audimétrie Médiatique (CIAUMED) dont la tâche est le suivi et le contrôle de la mesure des médias audiovisuels. La mise en place, effective de ce projet a été confiée à Marocmétrie, filiale marocaine de Médiamétrie France.

La contractualisation de cette activité sera effective au cours du mois de juin 2006 ; et la production des premiers résultats au début de l'année 2007 et portera, dans un premier temps, uniquement sur l'audience des services de télévision.

I-3 : LES DIFFUSEURS

La SNRT et SOREAD-2M se positionnent, en tant que pôle public à travers une offre diversifiée dans ses dimensions géographiques, programmatiques et linguistiques.

I-3.A : La Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT)

Aujourd'hui la SNRT est structurée autour de services de radiodiffusion et de télévision à caractère national, régional et international.

En matière de télévision :

La SNRT édite les chaînes suivantes :

- La chaîne de télévision nationale TVM ;
- La chaîne de télévision thématique éducative «Arrabiâ» ;
- La chaîne de télévision thématique religieuse «Assadissa »;
- La chaîne de télévision internationale «Al Maghribiya»;
- La télévision régionale de Laâyoune;
- La chaîne de télévision sportive «Arriyadiya» (diffusion prévue au cours de 2006).

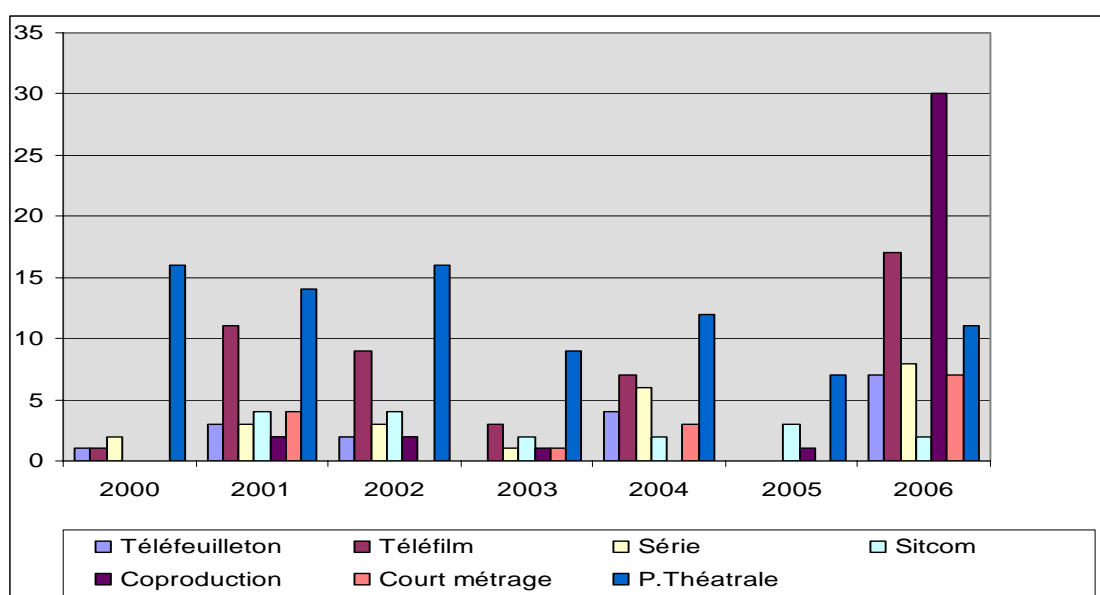
La production audiovisuelle nationale de la Snrt représente un minimum de 14 heures et 30 minutes par jour en première diffusion, en moyenne annuelle et pour l'ensemble des chaînes et stations de télévisions éditées par la SNRT (*TVM : 6h ; Arrabiâ :1,30h ; Assadissa : 3h ; Arriyadiya : 2h et Laâyoune : 2h*).

Plus particulièrement, la TVM diffuse, chaque année, au moins 200 heures d'œuvres audiovisuelles marocaines inédites que la SNRT a produites, coproduites ou dont elle a acquis les droits de diffusion, dont au moins 15 téléfilms, quatre séries ou feuilletons, 10 pièces de théâtre et 12 documentaires. Par œuvre inédite, on entend la première diffusion en clair sur le réseau hertzien terrestre au sein du territoire national. (*Cahier des charges SNRT, article 31*)

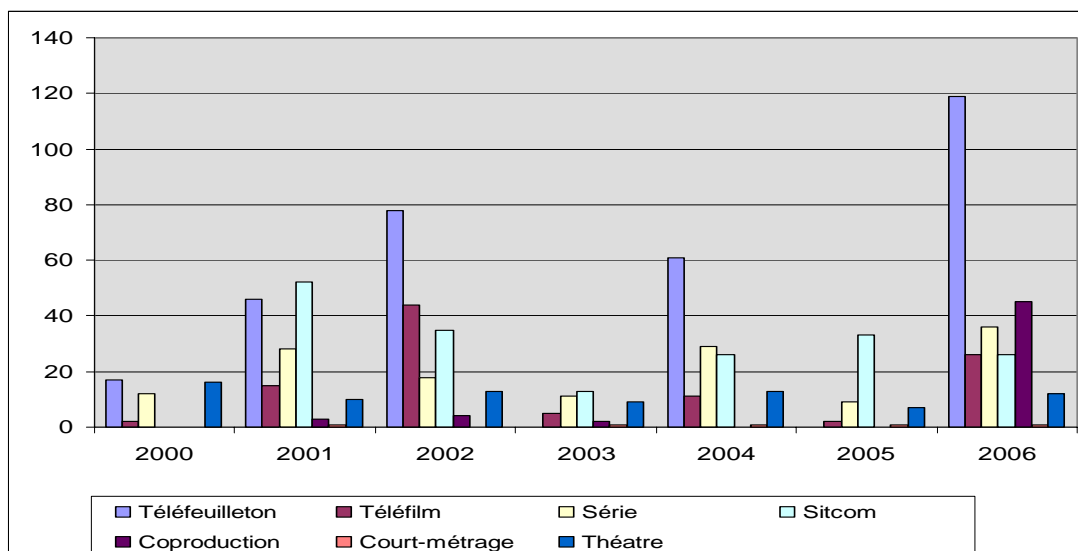
La SNRT contribue à la production d'œuvres cinématographiques d'origine marocaine. Elle participe, sous forme d'apports en coproduction (en numéraire ou en industrie) ou d'achats de droits de diffusion, à la production originale d'au moins vingt longs-métrages et d'au moins vingt courts- métrages marocains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

**La production dramatique durant la période (2000-2005) et projets 2006
(genre et nombre)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Téléfeuilleton	1	3	2	0	4	0	7
Téléfilm	1	11	9	3	7	0	17
Série	2	3	3	1	6	0	8
Sitcom	0	4	4	2	2	3	2
Coproduction	0	2	2	1	0	1	30
Court métrage	0	4	0	1	3	0	7
P. de Théâtre	16	14	16	9	12	7	11

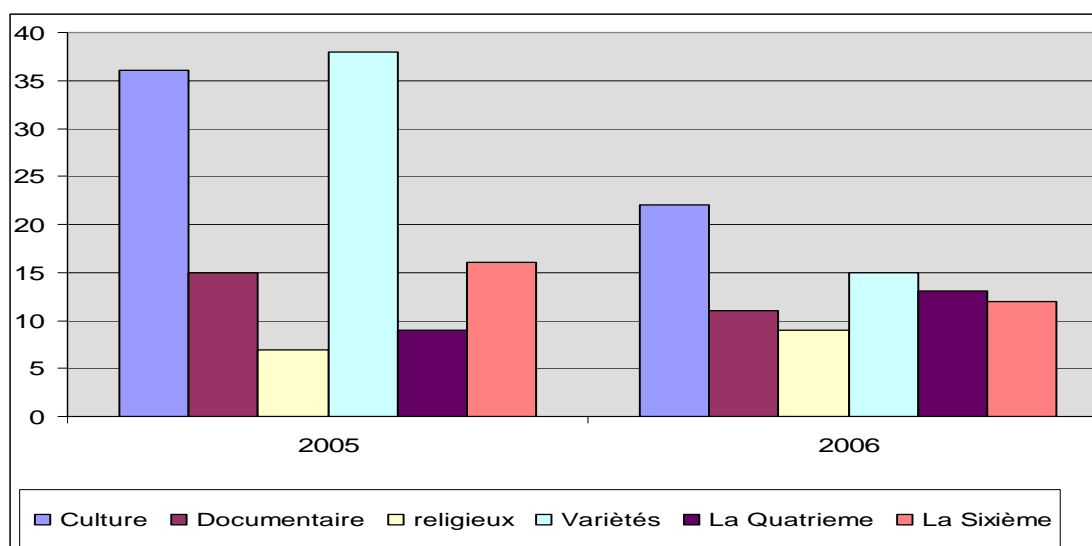


	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Téléfeuilleton	17	46	78	0	61	0	119
Téléfilm	2	15	44	5	11	2	26
Série	12	28	18	11	29	9	36
Sitcom	0	52	35	13	26	33	26
Coproduction	0	3	4	2	0	0	45
Court métrage	0	1	0	1	1	1	1
P. Théatrale	16	10	13	9	13	7	12
Total en heure	47	155	192	41	141	52	265



La production culturelle et artistique 2005 -2006 (genre et nombre)

	2005	2006
Culture	36	22
Documentaire	15	11
religieux	7	9
Variétés	38	15
La Quatrième	9	13
La Sixième	16	12
Total	121	82



En matière d'activité radiophonique :

La SNRT soutient, à travers son service de radiodiffusion, le développement du secteur de la production radiophonique nationale, notamment en diffusant des oeuvres musicales et dramatiques nationales.

La production radiophonique nationale représente un minimum de 70% par jour, en moyenne annuelle, du volume horaire de diffusion du service de radiodiffusion de la SNRT.

Au sein de son effort en faveur de la création artistique nationale, la SNRT contribue à travers son service de radiodiffusion, à la production d'oeuvres musicales. Elle contribue à la production annuelle de 60 chansons d'origine marocaine au moins. Elle consacre une part minimale de 50% en volume horaire de sa programmation musicale aux oeuvres marocaines ou aux artistes d'origine marocaine.

	Programmes d'information	Programmes culturels	Programmes de divertissement	Programmes religieux	Programmes sociaux
Radio Tanger	9.68%	20.68%	19.15%	6.24%	36.90%
Radio Tétouan	7.48%	18.70%	44.80%	5.66%	21.26%
Radio Oujda	11.87%	14.95%	34.95%	11.88%	18.30%
Radio Fés	14.08%	26.20%	20.6%	8.92%	10.24%
Radio Casablanca	14.32%	15.34%	39.36%	6.30%	18.6%
Radio Marrakech	11.74%	16.28%	41.76%	5.22%	20.50%
Radio Agadir	18.40%	24.52%	40.05%	5.08%	6.50%
Radio Laayoun	18.70%	11.88%	35.80%	7.04%	8.66%
Radio Dakhla	7.37%	10.95%	51.63%	5.10%	15.52%

I-3.B : SOREAD-2M

La production nationale prend de plus en plus d'importance dans la programmation du service de télévision de SOREAD-2M, avec un contenu plus riche et plus diversifié (information, divertissement, culture, social, sensibilisation,...).

- Nombre d'heures de production nationale réalisées et diffusées au cours de l'exercice 2005 : 1567 contre 1470 en 2004 et 1300 en 2003 ;
- Part de la production nationale dans le temps global d'antenne : 36 % en 2005 contre 30% en 2004 ;
- Part des programmes en langue arabe dans la répartition linguistique du temps global d'antenne : 55 % part inchangée par rapport à 2004, contre 54% en 2003.

La grille des programmes en 2005 a été fortement enrichie et diversifiée eu égard à la mission de 2M et aux dispositions du cahier des charges.

La répartition des programmes par genres se résume principalement comme suit :

	<u>2003</u>		<u>2004</u>		<u>2005</u>	
Catégorie des programmes	Nombre d'heures de diffusion	Pourcentage	Nombre d'heures de diffusion	Pourcentage	Nombre d'heures de diffusion	Pourcentage
Feuilletons	1828	20,9%	1750	20%	1636	19%
Documentaires	1457	16,6%	1579	18%	1504	17%
Magazines	1286	14,7%	1211	14%	1377	16%
Cinéma	1021	11,7%	952	11%	1033	12%
Dessins animés	699	8,0%	750	9%	675	8%
Journaux télévisés & reportages	663	7,6%	456	5%	475	5%
Sport	581	6,6%	701	8%	653	8%
Publicité	271	3,1%	324	4%	302	3%
Jeux	239	2,7%	241	3%	113	1.31%
Musique et Spectacles	197	2,2%	315	3%	187	2.17%
Religion	49	0,6%	62	0,07%	70	0.82%
Théâtre	38	0,4%	27	0,03%	24	0.28%
Autres (promotion, haillage, ...)	431	4,9%	416	4,90%	628	6.66%
Total	8760	100,0%	8784	100%	8677	100%

Production fiction depuis 2000

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Au 30/04/06	
Télé feuilleton	0	0	0	0	0	1	0	1
Téléfilm	3	10	10	17	18	16	9	83
Série	0	0	0	0	0	3	1	4
Sitcom	1	2	2	2	2	2	0	12
Coproduction Long métrage national	2	3	4	3	9	7	5	33
Coproduction LM international	0	6	5	6	4	0	0	21
Coproduction Téléfilm international	0	0	0	0	0	1	2	3
Coproduction documentaire international	6	4	3	4	3	9	5	34
Coproduction court métrage	0	0	0	2	0	6	1	9
P. Théâtrale	2	3	16	13	16	3	4	57

L'année 2005 a été marquée par le renforcement et l'enrichissement des émissions de proximité ainsi que par un soutien accru au développement de la production nationale (films, téléfilms, théâtre,...).

Le bilan de la production de la SOREAD-2M en 2005 a été le suivant :

- Lancement de la production de 15 téléfilms marocains ;
- Production de 2 sitcoms et de 5 séries ;
- Production de 135 documentaires unitaires ou en série ;
- Lancement de la production d'un feuilleton de 30 épisodes de 52 mn.
- Deux SITCOM :
- Vidéo gags (30 épisodes) ;
- Série de caméras cachées.

Coproduction nationale et internationale :

- Coproduction de 10 longs métrages nationaux ;
- Coproduction de 1 long métrage international ;
- Coproduction de 6 courts métrages nationaux ;
- Coproduction de 11 documentaires.

En 2006, la chaîne continuera à soutenir et à développer la production nationale, par le renforcement et l'enrichissement des émissions de proximité tant pour ce qui est de la production interne que pour la production d'œuvres audiovisuelles marocaines (20 téléfilms, 5 séries et feuilletons, 10 pièces théâtrales et 15 séries documentaires).

RADIO 2M

Radio 2M est une station à vocation musicale (*Le nombre de villes et régions couvertes par Radio 2M est de 25 à fin 2005 contre 14 centres de diffusion à fin 2004*).

Axée sur une programmation essentiellement musicale, RADIO 2M permet aussi de relayer certaines émissions et opérations événementielles. Un travail de restructuration de la radio est en cours pour en ajuster le positionnement, redéfinir l'identité éditoriale et sonore, conformément à son cahier des charges.

Radio 2M est autorisée, depuis l'approbation de son cahier des charges par la Haca, en août 2005, à diffuser des spots publicitaires.

A travers son service de radiodiffusion, Soread 2M favorise la création artistique marocaine et l'émergence de nouveaux talents. « Elle consacre une part de 30% en volume horaire de sa programmation musicale, aux œuvres marocaines ou aux artistes d'origine marocaine » (cahier des charges 2M art 26).

I-4 : LA FILIERE CINEMATOGRAPHIQUE

Parmi les actions du Centre Cinématographique Marocain portant sur l'aide à la production de films, on peut citer celles relatives à la promotion de la production nationale, et à la relance de la distribution et l'exploitation des salles de cinéma.

Quelques chiffres sur la filière cinématographique :

- Nombre de sociétés de production autorisées : 370 dont moins d'une centaine exercent régulièrement ;
- Nombre de sociétés agréées pour la production exécutive : 77 dont une dizaine seulement assure la majorité des prestations ;
- Nombre total de techniciens et collaborateurs à la création de films ayant la carte professionnelle: 500 dont la majorité exerce effectivement ;
- Le budget investi au Maroc pour le tournage de 18 films long métrage étrangers en 2005 a atteint 288 223 828,36 DH ;
- Nombre d'autorisations de tournage délivrées sur les trois dernières années :
 - Longs métrages marocains cinéma : 42 dont 14 en 2005 ;
 - Courts métrages marocains cinéma : 167 dont 87 en 2005 ;
 - Documentaires : 134 dont 42 en 2005 ;
 - Longs métrages étrangers: 37 dont 8 en 2005 ;
 - Courts métrages étrangers : 352 dont 140 en 2005.

Au total, 3152 autorisations de tournage, toutes catégories confondues (films, reportages, clips, spots publicitaires etc.) ont été délivrées depuis 2003, dont 1228 en 2005.

Le Centre Cinématographique Marocain est doté d'un complexe cinématographique pouvant assurer l'exécution des travaux techniques nécessaires à la fabrication d'un film. Ce complexe, composé essentiellement d'un laboratoire et d'un auditorium est aujourd'hui équipé d'un matériel au diapason de la technologie actuelle.

En 2005, le complexe cinématographique a traité 15 longs métrages et 52 courts métrages.

I-4.A : FONDS D'AIDE

La mise en place en 1980 d'un soutien financier à la production est l'une des plus importantes mesures d'encouragement instituée par l'Etat pour promouvoir la production cinématographique nationale.

Entre 1980 et 2005 le fonds d'aide ainsi constitué a permis la production de 155 longs métrages et 108 courts métrages.

Dans la perspective de promouvoir la production cinématographique nationale, le budget alloué au Fonds d'Aide qui était de 15 millions en 2000 et 2001, est passé à 20 millions en 2002. Il a atteint les 30 millions en 2003 et 35 millions en 2004 pour arriver à 50 millions de DH en 2006.

Primes et aides octroyées de 1980 à 2005

Année	LM	Total (DH)	CM	Total (DH)	Total Général
1980	9	2 220 000,00	2	70 000,00	2 290 000,00
1981	9	2 723 000,00	2	115 000,00	2 838 000,00
1982	1	264 000,00	4	140 000,00	404 000,00
1983	1	220 000,00	3	130 000,00	350 000,00
1984	7	2 260 000,00	7	270 000,00	2 530 000,00
1985	2	850 000,00	2	80 000,00	930 000,00
1986	4	1 680 000,00	4	210 000,00	1 890 000,00
1987	2	802 500,00	6	200 000,00	1 002 500,00
1988	5	2 945 000,00	2	80 000,00	3 025 000,00
1989	3	1 362 500,00	1	100 000,00	1 462 500,00
1990	3	4 950 000,00	- - -	- - -	4 950 000,00
1991	2	3 900 000,00	2	475 000,00	4 375 000,00
1992	6	6 850 000,00	4	850 000,00	7 700 000,00
1993	3	4 820 000,00	3	550 000,00	5 370 000,00
1994	3	5 145 000,00	4	775 000,00	5 920 000,00
1995	6	6 615 000,00	5	710 000,00	7 325 000,00
1996	7	10 905 000,00	8	2 076 875,00	12 981 875,00
1997	5	7 525 000,00	2	500 000,00	8 025 000,00
1998	8	15 699 250,00	2	315 000,00	16 014 250,00
1999	7	15 240 000,00	5	1 240 000,00	16 480 000,00
2000	7	13 775 000,00	4	651 000,00	14 426 000,00
2001	4	9 030 000,00	7	1 350 000,00	10 380 000,00
2002	11	21 900 000,00	6	1 360 000,00	23 260 000,00
2003	14	22 700 000,00	8	1 300 000,00	24 000 000,00
2004	11	32 000 000,00	6	1 705 000,00	33 705 000,00
2005	15	33 130 000,00	9	1 870 000,00	35 000 000,00
Total	155	229 511 250,00	108	17 122 875 ,00	246 634 125,00

Parmi les actions de la promotion de la production nationale, le CCM a créé en 1982 le Festival National du Film (FNF) et en 2002 le Festival du Court Métrage Méditerranéen de Tanger. Il est également membre fondateur du Festival International du Film de Marrakech créé en 2001. En outre, le CCM soutient plusieurs manifestations cinématographiques, telles que les Festivals de Tétouan, de Khouribga, de Salé et d'Oujda...

I-4.B : DISTRIBUTION ET EXPLOITATION

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Nombre d'écrans	191	184	183	175	161	163	155	149	159	150	144	139
Nombre de sièges	135 274	130 638	130 038	123 931	119 348	118 036	115 919	114 263	107 419	102 637	90 040	86 021
Nombre d'entrées	19 273 071	17 535 567	16 335 410	14 335 767	13 570 018	12 573 093	12 340 312	11 614 845	10 813 563	9 522 109	6 796 354	4 527 339
Recettes guichet en DH	122 030 221	119 496 569	128 958 861	125 466 679	138 618 597	132 494 462	139 447 217	130 120 350	135 334 564	126 940 438	99 136 406	70 485 414
Prix moyen du billet en DH	6	7	8	9	10	11	11	11	13	13	15	16
Taux d'occupation	20%	18%	17%	16%	16%	15%	15%	14%	13%	13%	10%	6%
Nombre de salles créées	5	0	3	2	0	0	0	0	16	3	Néant	Néant

Le CCM encourage par divers moyens la distribution du film marocain : programmation assurée dans la salle de cinéma 7ème Art du CCM pendant au moins deux semaines, exonération de redevances diverses et distribution directe de certains films.

La distribution de films et l'exploitation de salles de cinéma constituent l'épine dorsale du secteur.

Le Maroc compte une centaine de salles de cinéma en activité qui réalisent en moyenne un chiffre d'affaires annuel de 100 millions de dirhams. La situation de l'exploitation des salles de cinéma est illustrée par le tableau suivant :

Sur un total de 54 sociétés de distribution de films autorisées une dizaine seulement sont opérationnelles. Elles distribuent quelques 1200 films par an dont 300 nouveaux films et réalisent un chiffre d'affaires annuel de près de 30 millions de dirhams.

En matière de diffusion de la production cinématographique nationale (distribution en salles), le film marocain bénéficie d'un soutien non négligeable à la promotion, en effet, en plus de son exonération de la taxe parafiscale sur les spectacles cinématographiques (qui représente de 13 à 15% des recettes guichet), il bénéficie d'un espace publicitaire à titre gracieux sur les chaînes de télévision nationale.

Ces actions ont contribué au positionnement du film marocain à la 3^{ème} place dans le box office tant en nombre d'entrées que de recettes guichet :

Nationalité	Nombre de films				Nombre d'entrées				Recettes guichet (DH)			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
USA	467	458	386	344	4418222	3622323	2439255	1815897	63005857	57947660	43096225	34880470
Inde	404	378	305	321	4383740	3783602	2503495	1793497	42312236	36101026	25475232	19533199
Maroc	23	28	34	31	517644	524619	874269	207739	10164006	10741341	17532100	4725430
France	58	60	59	54	590152	660035	360275	213863	8128491	10491345	5526393	3836227
Hong Kong	15	16	7	7	184508	165667	160426	62933	1669101	1580631	1595717	539401
Egypte	16	23	28	20	94993	158485	117674	135514	1286075	2421240	1879272	2414396
Chine	17	17	10	5	161501	138092	47652	18723	1247333	1012549	328426	351088
Royaume Uni	4	7	9	11	23122	82921	67699	35737	525298	2099787	1501261	756762
Italie	14	13	5	5	77505	72981	44782	30854	481333	446055	252293	187969
Japon	1	2	2	3	7025	1387	5395	1927	76407	22509	44008	43710

Les 20 premiers films Année 2005

TITRE DU FILM	Nombre d'entrées	Recettes guichet en DH	Origine
Elle est diabetique et hypertendue et elle refuse	67 735	1 949 346	Maroc
Kingdom of heaven	45 236	1 255 668	Usa
Ici et la	58 255	1 206 397	Maroc
La guerre des mondes	35 275	995 054	Usa
Mr. and Mrs. Smith	29 977	897 340	Usa
Coup de foudre a bollywood	29 329	827 262	Inde
Mon beau-père, mes parents et moi	20 972	699 653	Usa
Ocean's twelve	25 887	678 270	Usa
Les 4 fantastiques	27 523	664 070	Usa
Harry potter et la coupe de feu	21 187	659 434	Usa
Sa mere ou moi	17 798	635 614	Usa
Iznogoud	18 326	584 764	France
Aviator	18 814	577 843	Usa
King Kong	15 206	551 019	New Zeland- Usa
Baby -sittor	21 629	545 715	Usa
Million dollar baby	15 520	540 608	Usa
Star wars:episode iii:la revanche des sith	19 163	539 587	Usa
Cellular	37 038	535 738	Usa
La légende de zorro	19 557	534 061	Usa
Aaskar fi al moaaskar	26 371	525 060	Egypte

La distribution des films cinématographiques marocains en vidéogramme (DVD,VCD) est quasi inexistante du fait de la piraterie. Les prix des produits piratés ne laissent aucune chance à une exploitation légale de ces films.

II- DIFFICULTES DU SECTEUR DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINEMATOGRAPHIQUE NATIONALE

Les difficultés auxquelles se heurtent les professionnels du secteur de la production audiovisuelle et cinématographique se rapportent essentiellement aux relations producteurs-diffuseurs, à l'organisation du secteur et aux problèmes liés à l'exploitation et à la distribution des films. Ces difficultés, telles qu'exposées par l'étude commanditée par l'ASESA et exprimées par les professionnels se résument ainsi :

II-1 : AU NIVEAU DES RELATIONS PRODUCTEURS / DIFFUSEURS

Les principaux griefs exprimés par les professionnels peuvent être résumés ainsi :

- « Relations informelles » : Des relations au coup par coup, plus informelles et qui « manquent de professionnalismes et de transparence », ainsi qu'une « multitude d'interlocuteurs et complexité du circuit de décision » : Un sentiment d'inégalité de traitement pour les producteurs.
- « Manque de procédures dans l'exécution » : signature – production – paiement : Des contrats de prestation de service au lieu de contrats de co-production (Etude) et, en général, « manque de formalisme dans les relations contractuelles » : Un manque de formalisme dans l'utilisation des contrats ;
- « Cession totale des droits au diffuseur (hors longs métrages) » : Les chaînes financeraient les programmes à 100% sans distinction entre droits de diffusion et parts de co-production ;
- « Aucun recours à la notion de format », qui permettrait de protéger (sur le territoire national) et d'exploiter à l'étranger les programmes dotés d'une mécanique spécifique, notamment les jeux et les magazines qui n'entrent pas dans la définition de l'œuvre audiovisuelle. ;
- « Aucun marché secondaire d'exploitation » :
 - Pas de second marché de la vidéo : Un marché inexistant au Maroc du fait du fléau du piratage ;
 - Pas de marché de la rediffusion ni de seconde fenêtre d'exploitation
 - Pas de vente de droits à l'étranger.
- « Des coproductions quasiment inexistantes » : Projets jugés insuffisamment importants pour justifier une co-production .

II-2 : AU NIVEAU DES SOCIÉTÉS DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE

- « Recours encore limité au contrat »
- « Inadaptation de la réglementation et des critères pour l'agrément et les autorisations de tournage au secteur de la production audiovisuelle » ;
- « Insuffisance des studios de tournage » : Les studios existants sont peu nombreux et concentrés essentiellement à Ouarzazate ;
- « Fléau de la piraterie » : contribue largement à la désaffection des spectateurs ;
- « Lourdeur des démarches administratives » (Association Professionnelles des Producteurs et Distributeurs de Phonogrammes) ;
- « Les coûts des programmes produits par les chaînes en interne et ceux coproduits avec une société extérieure » : Nécessité d'une comptabilité analytique des chaînes permettant de comparer les coûts des programmes produits en interne et ceux co-produits avec une société extérieure (Etude ASESa) ;
- « Opacité en matière de coûts » : Une grande opacité en matière de coûts empêche une relation limpide et professionnelle entre les parties prenantes du projet de production (Union des Agences Conseils en Communication).
- « Les assurances qui couvrent les risques de l'activité de production » : L'activité de production présente de nombreux risques ; dans quelle mesure les compagnies d'assurances peuvent couvrir ces risques ? (UACC) ;
- « Inexistence de cadre juridique et réglementaire des sociétés de casting et absence de contrat-type relatif au casting », ce qui induirait des irrégularités afférentes au paiement des coûts liés au casting (paiement du comédien, des droits d'utilisation,...) (UACC) ;
- « Insuffisance des structures techniques des chaînes » (postproduction notamment) (Etude ASESa) ;
- « Sous-équipement des sociétés de production » : des équipements parfois obsolètes jouent contre la qualité des productions (Etude ASESa) ;
- « Difficultés de financement des sociétés de production » :
 - Un besoin d'autofinancement et un niveau de trésorerie nécessairement importants ;
 - Des investissements sur fonds propres pour le matériel technique ou recours au leasing ;
 - Pas de recours à l'emprunt. (Etude ASESa)
- « Absence de financement des pilotes » : les pilotes ne sont pas toujours financés ce qui constituerait « une anomalie » (Etude ASESa)

II-3 : AU NIVEAU DE LA FILIERE CINEMATOGRAPHIQUE

- « Prix des droits d'exploitation trop élevés » : Les prix des droits d'exploitation exigés par les fournisseurs étrangers seraient exorbitants (Etude ASESa) ;
 - « Absence de stratégie pour la sortie des films et pour leur promotion » (Etude ASESa);
 - Une « surenchère » existerait « sur les droits d'exploitation » (Etude ASESa) ;
 - « Limitation de l'activité à l'importation de films étrangers » (Etude ASESa) ;
 - « Baisse de la fréquentation en salles » : Le taux d'occupation des salles baisse d'année en année (Etude ASESa) ;
 - « Etat délabré de la majorité des salles de cinéma » (CCM) ;
 - « Matériel en situation dégradé » : les salles sont souvent vétustes et le matériel obsolète (Etude ASESa) ;
- « Coût élevé des équipements de salles » (Etude ASESa);
- « Renchérissement du foncier » (Etude ASESa);
 - « Fiscalité complexe » : Fiscalité complexe et encore lourde (Etude ASESa);
 - « Développement du piratage » (Etude ASESa);
 - « Concurrence déloyale , notamment des cafés » (Etude ASESa).

II-4 AU NIVEAU DES RESSOURCES HUMAINES

- « Qualifications techniques manquantes » (Cadres, chefs de poste, Directeurs photo, Technico-artistiques de haut niveau (image, son, lumière), Créatifs, comédiens, voix, Etc...) : un niveau de qualification globalement faible (Etude ASESa) ;
- « Situation sociale du cinéaste » (statut de l'artiste, retraite, couverture médicale) : le technicien et le cinéastes indépendants n'ont pas de possibilité de retraite ou de couverture médicale (Chambre Marocaine des Producteurs de Films);
- « Statut du technicien » : La non couverture sociale (Chambre Marocaine des Techniciens et Créateurs de Films) ;
- « Absence d'opportunité de formation continue au profit des techniciens » (Chambre Marocaine des Techniciens et Créateurs de Films);
- « Statut du free lance » : Pas de protection sociale pour les free lance (Etude ASESa).

III –MESURES PROPOSEES POUR LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR

Les mesures proposées par les professionnels visent à améliorer les conditions de travail des producteurs, à pallier les insuffisances enregistrées et à mettre à niveau un secteur en plein essor à même d'accompagner les profondes mutations que connaît le Paysage Audiovisuel Marocain.

III-1 : AU NIVEAU DES RELATIONS PRODUCTEURS / DIFFUSEURS

- Révision du système de délivrance de l'autorisation de tournage pour les productions audiovisuelles : demande unanime pour distinguer les règles applicables à la production TV / production cinéma :
 - Soit par la création au sein du CCM d'un département et de règles spécifiques ;
 - Soit par la création d'un nouvel organisme de tutelle. (Etude ASESa)
- Encouragement de l'émergence de sociétés de concept et de créativité pour les programmes télévisions et jeux : dans l'esprit de l'originalité et de la nouveauté (SOREAD-2M);
- Établissement d'une charte d'éthique (SNRT);
- Allégement des démarches administratives (Association Professionnelles des Producteurs et Phonogrammes);
- Institutionnalisation des relations producteurs diffuseurs sur la base d'une Convention de partenariat ou un protocole d'accord ;
- Etablissement d'un code de déontologie propre à la profession de production ;
- Incitation des conseils des régions à soutenir la production audiovisuelle et cinématographique : Création, si possible, de Fonds de soutien régionaux à la production audiovisuelle (Etude ASESa) ;
- Allégement fiscal en faveur des sociétés de production audiovisuelle et cinématographique : Une forte attente en matière de mesures fiscales pour soutenir le secteur :
 - Baisse de la TVA ;
 - Baisse de l'IGR (impôt général sur le revenu) ;
 - Baisse des charges sociales sur le personnel ;
 - Baisse des droits de douane sur l'importation du matériel technique ;
 - Mesures dérogatoires sur les dépenses non justifiées. (Etude ASESa)
- Possibilité pour les sociétés de production de bénéficier d'un fonds de garantie;

III-2 : AU NIVEAU DES SOCIETES DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE

- Création d'un fonds de soutien à la production audiovisuelle;
- Création d'un fonds d'avance remboursable pour la production du pilote exigé de la part des chaînes (alimenté par un pourcentage prélevé sur les recettes publicitaires et remboursé dès le contrat signé avec le commanditaire chaînes de TV) un fonds d'avance remboursable pour la production du pilote des émissions, séries, jeux, exigé de la part des chaînes. Un fonds de soutien sous forme d'avance avant contrat avec la chaîne à l'image de celui pratiqué dans le secteur production cinéma. Ce fonds sera alimenté par un pourcentage prélevé sur les recettes publicitaires et remboursé dès le contrat signé avec le commanditaire (chaînes de TV). (SOREAD-2M)
- Convention collective entre les producteurs et les collaborateurs à la création (CMTCF);
- Encourager l'émergence de sociétés de casting :
 - Bien distinguer acteur de « premier plan », de « second plan » et « figurant » ;
 - Mise en place d'une grille tarifaire indicative. (UACC);
- Formaliser les relations entre les producteurs et les collaborateurs à la création :
 - les droits et obligations de chaque partie ;
 - La définition du mandat ;
 - Les conditions de modification du story-board, des plans, du calendrier... ;
 - Le montant des frais de production, les frais liés aux artistes, les frais supplémentaires après le contrat (nouvelles versions, variantes bande son, modifications image,...) ;
 - Les droits d'utilisation, de diffusion, d'exploitation (comédiens, musique,...) ;
 - Les conditions de paiement. (UACC).
- Inciter les producteurs à contracter des assurances pour la couverture des risques potentiels liés à la production : Définir notamment les couvertures prévues pour les « jours météo », les jours supplémentaires, pour les personnes présentes, pour la pellicule. (UACC).

III-3 : AU NIVEAU DE LA FILIERE CINEMATOGRAPHIQUE

- Augmenter les ressources du Fonds d'aide (avance sur recettes) ;
- Construire des multiplexes ou des multisalles (Chambre Marocaine des Salles de Cinéma);
- Faire bénéficier les équipements importés, destinés aux salles de cinéma, du taux minimum de droits de douanes à l'importation : Baisser les contraintes à l'importation de matériels (Etude ASES) ;
- Faire bénéficier les produits et services entrant dans le cadre de la rénovation et de la construction de salles de l'exonération de la TVA : L'État prônant "l'égalité devant l'impôt" devrait supprimer ces taxes et les remplacer par une TVA "culturelle" à taux réduit. Celle-ci permettrait aux exploitants d'intégrer le circuit de la TVA et donc de pouvoir récupérer cette taxe lors d'investissements (constructions de nouvelles salles, rénovations) (Etude ASES) ;
- Supprimer des taxes parafiscales et les remplacer par la TVA à taux réduit avec droit à déduction (CMESC);
- Appliquer la législation et la réglementation dans le domaine de la lutte contre la piraterie et mener régulièrement des campagnes de sensibilisation (CMESC);
- Renforcer la promotion des films en salles et sensibiliser le public au retour aux salles (CMESC);
- Exonérer des droits de douanes l'équipement des salles en rénovation ou en création (CMESC);
- Faire bénéficier de tarifs avantageux sur le foncier public (Chambre Marocaine des Exploitants de Salles de Cinéma) et le (CCM);
- Créer un fonds dédié à la rénovation et à la création des salles de cinéma.

III-4 AU NIVEAU DES RESSOURCES HUMAINES

- Identification et séparation des activités et des corps de métiers : Mieux structurer le marché et son fonctionnement (transparence des acteurs, règles partagées, simplification des circuits opérationnels et clarification des relations d'affaires) (Etude ASESa) ;
- Formation des techniciens supérieurs (directeur de producteur – réalisateur – directeur photo – ingénieur son – chef monteur ...) : il y a un manque flagrant de techniciens supérieurs ;
- Etablissement de partenariat entre l'Etat et les professionnels pour développer le secteur de la formation (établissement d'un cahier des charges par les professionnels et les centres de formation) ;
- Activer la création de l'Institut Marocain de formation aux Métiers de l'Audiovisuel : Un Institut supérieur pour la formation des cadres de l'image et du son est une nécessité d'autant plus que la demande est grandissante avec les nouvelles chaînes radio et télévision;
- Développement de la formation et la formation continue: Une attente généralisée : la création de structures de formation initiale et continue (Etude ASESa) ;
- Statut social et professionnel du technicien (CMTCF);
- Mise en place de protocole d'accord en matière de formation et de formation continue (CMTCF);
- Révision du quota des techniciens sur la production nationale et étrangère (CMTCF).