



ROYAUME DU MAROC

MINISTÈRE DE LA COMMUNICATION

ETUDE DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR DE LA
PRESSE ÉCRITE AU MAROC

**MISSION 1 : ETAPE PRÉPARATOIRE ET
ORGANISATIONNELLE**

Rapport de la mission 1 : Charte du projet

Avril 2010

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES DU SECTEUR DE LA PRESSE ECRITE

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Préambule

Objectifs de la charte du projet

L'importance des enjeux liés à l'étude de développement du secteur de la presse écrite ainsi que l'ampleur des travaux à réaliser d'une part, et à coordonner entre les différents intervenants d'autre part, nécessite une organisation efficace dans la conduite et le pilotage d'une telle mission.

Cette efficacité se traduit notamment à travers :

- une définition précise des rôles et responsabilités de l'ensemble des intervenants dans la mission en question,
- une définition claire et concise des tâches à réaliser tout au long de la mission.

A cet effet, afin de garantir la réussite de cette mission, une note de cadrage (ou charte du projet) est établie pour :

- Définir le périmètre de la mission,
- Proposer une organisation de la mission adaptée à votre structure,
- Définir une charte des responsabilités qui précise et définit les rôles et attributions des différents acteurs,
- Proposer un planning de déroulement de la mission.

Facteurs clés de succès

Notre expérience a démontré que la réussite d'un tel projet dépend d'un certain nombre de facteurs et critères clés de succès dont notamment :

- Vision claire des objectifs de l'étude,
- Définition claire des rôles et responsabilités des intervenants,
- Pilotage régulier tout au long de l'étude et reporting vers les instances de suivi et de coordination du projet,
- Gestion constante de la qualité pour s'assurer que les résultats obtenus répondent aux attentes et exigences des parties prenantes,
- Concertation:
 - Large concertation avec les professionnels du secteur de la presse écrite,
 - Disponibilité des parties prenantes pour les réunions de travail et de concertation,
- Informations:
 - Disponibilité des informations de base et collecte des données en avance,
 - Rapidité dans l'obtention des résultats et la réactivité aux demandes d'informations formulées par KPMG.

The top of the page features a background image showing a close-up of a laptop's edge and a rolled-up document or map, suggesting a professional or technical context.

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Contexte et problématiques

La présente étude s'inscrit dans le cadre de l'action du Ministère de la Communication, en sa qualité de tutelle technique, pour le développement du secteur de la presse écrite et au renforcement de sa place parmi les médias publics. Elle est destinée à traiter les difficultés de la presse écrite au Maroc, laquelle presse connaît un contexte très difficile caractérisé par ce qui suit :

- Les investissements publicitaires marocains pèsent une proportion du PIB similaire à celle des pays les plus riches (0,65%) et devraient continuer de se développer fortement, soutenus par la croissance globale du pays (5% / an).
- Le retrait de la presse marocaine par rapport à ses homologues occidentaux (20% vs. 35-45% des Investissements publicitaires), qui profite certes de la croissance du marché, mais décroche par rapport aux autres médias (-3 pt de pdm).
- La pénétration rapide des technologies de l'information et de la communication accentuant la pression sur la presse.
- Une très forte augmentation de la diffusion de la presse écrite au cours des dernières années (+33% /an) mais reste très en deçà des comparables internationaux.
- Des insuffisances liées à la distribution en particulier dans le milieu rural et pour la presse de langue arabe, laquelle distribution est essentielle sur un marché reposant quasi-exclusivement sur la vente au numéro (> 95%).
- Une dépendance de la presse écrite des annonceurs (70 m€ des recettes publicitaires).
- Une activité vive matérialisée par de nombreuses créations et disparitions de titres.
- Des différences de positionnement très net entre presse arabe et francophone et ne couvrant pas encore l'intégralité des segments rencontrés.

Les éléments ci-dessus décrits traduisent en fait un certain nombre de problématiques plus ou moins spécifiques au Maroc et reflètent les tendances internationales constatées dans le domaine de la presse écrite. Ces problématiques sont décrites succinctement ci-après .

Contexte et problématiques

- **L'existence de liens de dépendance du secteur national par rapport au marché international**

L'état du secteur de la presse écrite au Maroc n'est pas isolé de l'état global de ce secteur à travers le monde:

- Le marché international de la plupart des intrants (papier, équipements d'impression, encres, etc.),
- Les innovations de la technologie intervenant dans la production des supports et du contenu de la presse (infographie, logiciels, programmes d'organisation, etc.),
- Une partie de l'information émanant de l'étranger que la presse marocaine utilise, traite et présente au public marocain.

- **L'émergence de tendances universelles à prendre en considération**

L'environnement international est marqué par trois facteurs décisifs:

- La révolution des technologies de l'information est la modification de la consommation d'information avec le Web et les réseaux sociaux;
- La chute dans les pays occidentaux de la diffusion payante de journaux et leur montée en puissance dans une partie des pays émergents;
- L'émergence de la presse gratuite dans de nombreux pays qui capte une part substantielle du marché publicitaire, sans pour autant stabiliser son modèle économique.

- **Les ondes de choc de la crise du secteur au niveau mondial**

La presse écrite de diffusion payante voit ses ventes reculer et son chiffre d'affaires publicitaire stagner, sauf dans certains pays du Sud. Mais certaines marques de presse augmentent leur audience, et donc potentiellement à terme leur valeur, tout en commençant à monétiser de mieux en mieux leurs contenus numériques

- **La reconnaissance de la crise sur le plan national**

Il s'agit notamment des déficits majeurs tels que le chiffre global des ventes ou le nombre dérisoire (du moins par rapport au nombre d'habitants) des lecteurs de la presse marocaine.

- **A la recherche de modèles économiques**

Si le modèle économique classique de la presse papier (ventes et publicité) ne semble plus viable, la mutation accélérée des supports oblige à plus de créativité, y compris sur les modèles d'affaires.

Contexte et problématiques

- **Le rôle de l'Etat**

Dans de nombreux pays, l'Etat fait valoir ses obligations constitutionnelles et institutionnelles de veiller sur le droit d'accès à une presse de qualité. Celle-ci étant définie comme celle assurant la bonne circulation de l'information et favorisant l'expression des idées et des opinions dans leur diversité et leur pluralité.

- **L'aide publique pour le secteur de la presse**

L'Etat contribue au financement des programmes de modernisation des entreprises de presse écrite éligibles par l'octroi d'aides publiques directes sous forme de subventions.

En contrepartie les entreprises de presse se sont engagées à relancer le secteur de la presse écrite, à structurer et moderniser l'entreprise de presse et à appliquer la convention collective et veiller à la formation et mise à niveau des ressources humaines.

- **La signature du contrat programme 2005 – 2009 du secteur de la presse écrite**

- La signature du premier contrat programme pour la modernisation des entreprises de presse en 2005 à l'occasion des premières assises nationales de la presse écrite avec la participation des différentes composantes du secteur dont la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux, le Syndicat National de la Presse Marocaine et un panel de journalistes marocains et étrangers.
- Ce contrat programme constitue le cadre global pour la modernisation et le développement du secteur de la presse, dans le but de mettre en place les outils ainsi que les moyens susceptibles de le moderniser et de le mettre à niveau, conformément aux objectifs préétablis par le contrat

- **La signature de la convention collective cadre des journalistes professionnels par la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux et le Syndicat National de la Presse écrite.**

- **Le temps de l'évaluation**

L'étude sera ainsi probablement la première occasion qui se présenterait depuis les assises de Skhirat en Mars 2005 pour le secteur en vue d'un examen qualitatif de la situation du secteur. Sachant qu'entre Skhirat et aujourd'hui l'application du contrat programme exige un bilan.

La mise à niveau du secteur de la presse est un chantier très complexe dont l'aboutissement implique une large concertation avec les représentants du secteur de la presse écrite. Tout au long de ce projet, nous nous attacherons à assurer, sous la direction du Ministère de la Communication, cette concertations.

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Objectifs, périmètre et limites de l'étude

Objectifs de l'étude

La réalisation d'une étude de développement de la presse écrite au Maroc vise à doter ce secteur d'un programme de mise à niveau pour garantir sa pérennité.

Il s'agira essentiellement de précéder à ce qui suit:

- Etablir un état des lieux du secteur de la presse écrite au Maroc,
- Proposer un plan de développement du secteur décliné en actions à entreprendre à court, à moyen et à long terme,
- Elaborer un projet de contrat programme du secteur de la presse écrite entre le Ministère de la Communication et les différents professionnels.

Périmètre et limites de l'étude

Il s'agit de réaliser, pour le compte du Ministère de la Communication, une étude sur le développement du secteur de la presse écrite au Maroc. Cette étude comprend la réalisation d'un diagnostic de la situation du secteur, l'élaboration d'un plan de développement du secteur (à court, à moyen et à long terme) et la proposition d'un contrat programme du secteur de la presse écrite entre le Ministère de la Communication et les intervenants du secteur.

Cette étude ne comprend pas la réalisation d'une étude statistique sur la base d'un panel de lecteurs. Elle ne comprend pas, par ailleurs, la réalisation d'enquêtes et d'investigations sur le terrain auprès du lectorat.

Il convient également de souligner d'autres limites, concernant notamment :

Coopération du Ministère de la Communication

Compte tenu de l'importance de l'étude, la mobilisation des responsables au niveau du Ministère constitue un facteur clé de la réussite du projet. Cette mobilisation est fondamentale pour l'organisation des contacts avec les partenaires et la mise à disposition de toutes les informations disponibles et utiles à l'étude.

Informations et données nécessaires à la réalisation des travaux prévus dans le cadre de la présente étude

Nous n'avons pas à émettre une opinion sur l'exactitude des informations et données qui nous seront transmises par les entités et partenaires sollicités. Ces informations sont présumées exactes et le reflet de la réalité des activités des entités qui les fournissent. Seules les incohérences flagrantes seront soumises aux intéressés pour revue.

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

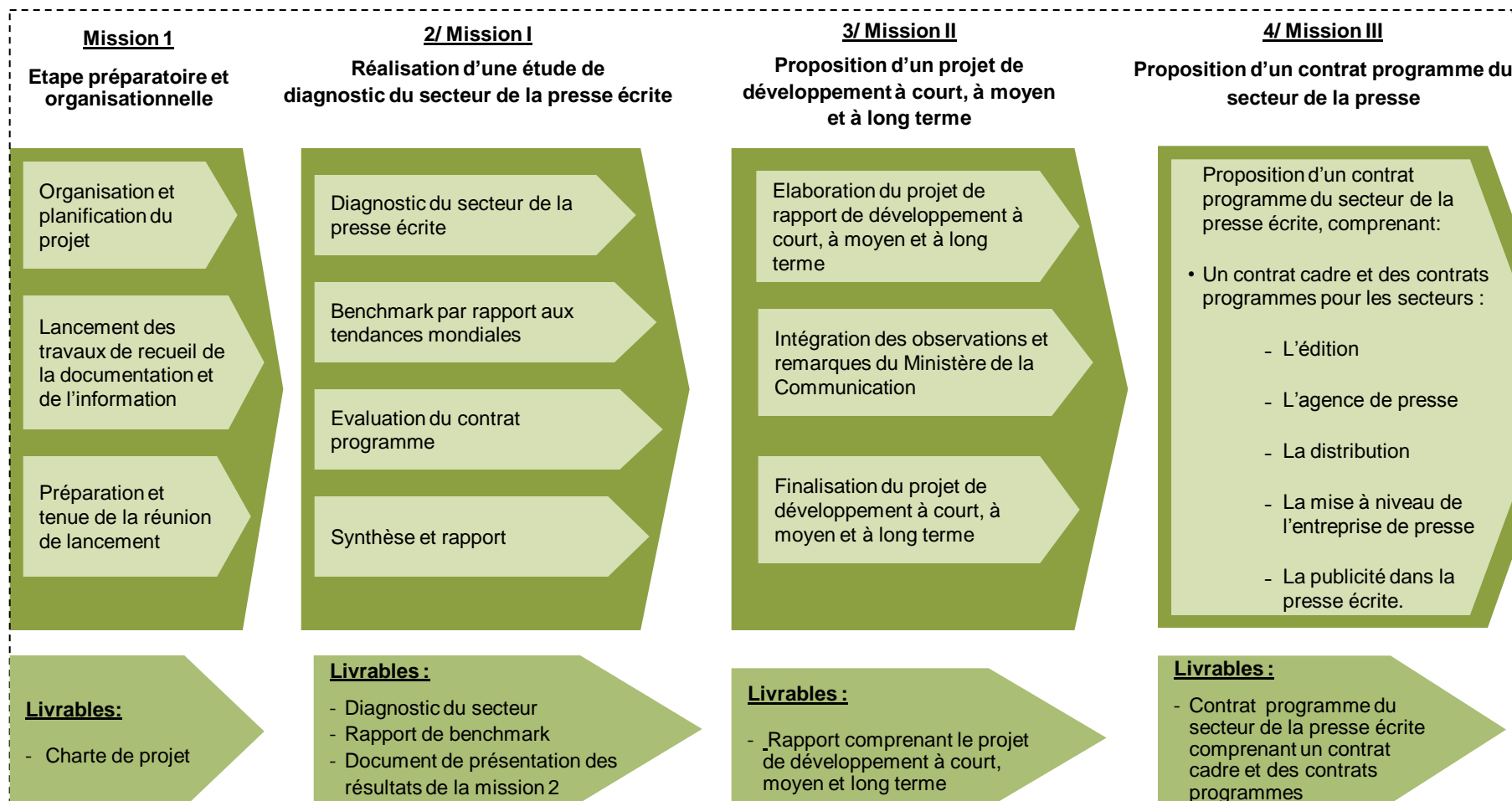
INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Notre démarche



Notre démarche

Mission 2 : Etude de diagnostic du secteur de la presse écrite



Mission 3 :

Projet de développement du secteur à court, à moyen et à long terme

Contrat cadre du secteur de la presse écrite

- Contrat programme et plan de mise en œuvre du secteur de l'édition
- Contrat programme et plan de mise en œuvre des agences de presse
- Contrat programme et plan de mise en œuvre du secteur de la distribution
- Contrat programme et plan de mise en œuvre de la mise à niveau de l'entreprise de presse
- Contrat programme et plan de mise en œuvre de la publicité dans la presse écrite

Mission 4 :

Proposition d'un contrat programme du secteur de la presse écrite



Diagnostic du secteur de la presse écrite

Aspects à examiner et à apprécier

Marché de la presse marocaine (public et privé):

- Positionnement des journaux existants et des projets à venir
- Qualité des contenus
- Couverture géographique
- Réseaux utilisés
- Publics ciblés
- Audiences
- Développement numérique

Lectorat:

- Taux de lectorat chez le public marocain
- Catégories des lecteurs consommateurs des journaux
- Profil des catégories des lecteurs consommateurs des journaux

Entreprise de presse :

- Typologie des activités
- Infrastructures disponibles et projets y afférents
- Financement
- Technologies utilisées en matière de production
- Relations avec les diffuseurs et autres importants partenaires.

Ressources humaines :

- Effectifs
- Répartition
- Qualifications
- Compétences
- Expériences
- Formations

Autres axes :


- Dépendance de la presse écrite marocaine vis-à-vis du marché international de la plupart des intrants (papier, équipements d'impression, encres, etc)
- Préparation de la presse écrite marocaine vis-à-vis des innovations de la technologie intervenant dans la production des supports et du contenu de la presse (infographie, logiciels, programmes d'organisation, etc)
- Mise en place d'outils de convergence pour l'exploitation multi supports des contenus,
- Domaines de progression des ventes
- Impacts du développement du secteur de la publicité sur la presse écrite
- Distorsions empêchant l'émergence d'un lectorat massif ayant un pouvoir d'achat capable de booster les ventes des journaux au Maroc
- Archaïsmes nécessitant une série de démonopolisations visant à assurer la modernisation du secteur

Concurrence entre les journaux et revues spécialisées périodiques

Modes et lieux de consommation des journaux

Environnement réglementaire et juridique du secteur de la presse écrite

Marché publicitaire

The top of the slide features a background image showing a close-up of a laptop's edge and a rolled-up newspaper, suggesting a connection between technology and traditional media.

Diagnostic du secteur de la presse écrite

Nos convictions

- Importance de définir un diagnostic tenant compte du contexte de l'environnement
- Nécessité d'être à l'écoute des professionnels du secteur et de s'appuyer sur leurs demandes en général et celles des journalistes en particulier pour chercher les pistes d'amélioration
- Nécessité d'adapter la profondeur du diagnostic en fonction des enjeux sociaux et économiques du secteur de la presse écrite
- Nécessité de partager l'ensemble des conclusions avec les professionnels du secteur de la presse écrite pour permettre de construire un projet commun de développement du secteur

Principaux intervenants du secteur

- Ministère de Communication
- Éditeurs
- Journalistes
- Directeurs Artistiques
- Photographes de presse
- Agences de presse
- Distributeurs
- Annonceurs
- Imprimeurs
- Ministère de l'Economie et des Finances

Diagnostic du secteur de la presse écrite

Modalités

Analyse documentaire

Contrat programme
2005 – 2009 pour la
modernisation des
entreprises de presse

Statuts

Textes juridiques

Convention Collective
Cadre des Journalistes

Tout autre document ou
données se rapportant au
secteur de la presse écrite

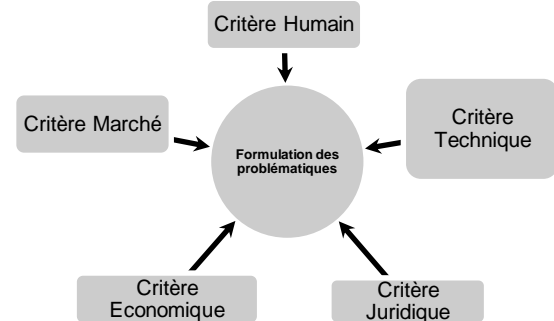
Organisation / animation de groupes de travail (autour de thématiques)



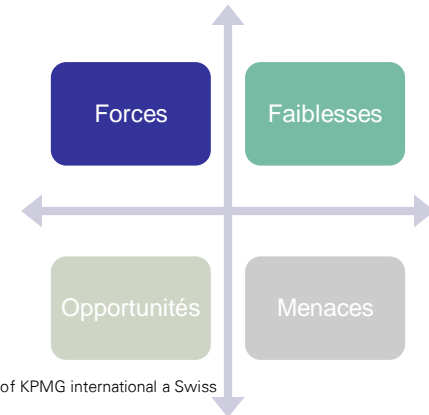
Quelques thématiques proposées:

- Les contenus au cœur
- La presse d'information générale quotidienne et hebdomadaire
- La presse magazine
- La mutation numérique
- La formation et les compétences
- Les modes de financement

Prise en considération des critères suivants dans notre démarche



Déclinaison des principales caractéristiques du secteur à partir d'une segmentation pertinente de l'offre et de la demande



Benchmarking du secteur de la presse écrite

Objectifs

- Identification des meilleures pratiques à l'échelle internationale
- Définition des axes de progression pouvant faire profiter le secteur de la presse écrite des meilleures pratiques ayant fait leurs preuves à l'échelle mondiale

Modalités

- Mise en œuvre d'une étude comparative pour analyser les aspects suivants :
 - Evolution de l'offre de la presse écrite dans un contexte de libéralisation du secteur
 - Evolution de la demande et des comportement des lecteurs
 - Evolution des technologies en relation avec la presse écrite
 - Evolution du cadre réglementaire
 - Mesures incitatives pour développer et mettre à niveau du secteur de la presse écrite
- Appréciation des mesures de reproduction et d'adaptation des pratiques retenues par rapport au contexte international
- Animation de groupes de travail pour la présentation et la discussion des résultats du Benchmarking

Pays proposés

Pays	Commentaires
France	Innovations nombreuses, crise des quotidiens, pure players web puissants, proximité de « l'hyper locale »
Liban	Quotidiens arabophones modernisés, magazines nombreux, diffusion importante
Algérie	Quotidiens arabophones puissants (jusqu'à 400 000 ex.) presse privée importante.
Inde	Un des pays du monde où la presse quotidienne progresse, création de magazines
Portugal	Presse quotidienne modernisée, recul des ventes limité
Argentine	Presse nationale puissantes, nombreux quotidiens régionaux, Web innovant
Espagne	Presse très dynamique et diversifiée avec une forte présence de la presse régionale

- Nécessité d'identifier de manière précise les domaines sur lesquels le benchmarking devra porter
- Nécessité de disposer d'informations pertinentes et fiables pour contribuer à la mise à niveau du secteur de la presse écrite
- Nécessité d'aller au-delà d'une transposition simple des pratiques vers l'adoption d'une démarche rigoureuse d'apprentissage et de progression

Évaluation du contrat programme 2005 - 2009

Objectifs

- Mise en évidence du degré de respect des engagements des parties concernées par le contrat programme
- Identification des non-réalisations et autant que possible la nature et l'importance des obstacles rencontrés

Volets à analyser

Economique

- Mise à niveau de l'entreprise de presse
- Octroi de l'aide
- Secteur de la distribution
- Financement du secteur

Professionnel

- Recrutement
- Formation continue

Social

- Degré d'application des conventions
- Appui social aux employés

Nos convictions

- Nécessité de garantir l'implication de l'ensemble des intervenants dans le cadre du présent cadre
- Nécessité d'adopter une démarche d'autocritique et de privilégier l'intérêt collectif de tous les intervenants
- Nécessité de garantir un sens d'analyse critique, objectif et responsable

Intervenants

Ministère de la communication

Ministère de l'Economie et des Finances

Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux



Syndicat National de la Presse Marocaine

Autres acteurs à définir par le Ministère de la Communication (OJD, Imprimeurs, Distributeurs ...)

Proposition d'un projet de développement à court, à moyen et à long terme

Objectifs

- Structuration du secteur de la presse écrite pour un avenir économique et industriel pérenne et en particulier de son modèle économique
 - Promotion de l'usage de la presse écrite
 - Favorisation de l'accès
 - Sécurisation des revenus publicitaires
 - Emergence d'une presse largement diffusée et lue
 - Développement sur les supports numériques

Eléments de base

- Résultat du diagnostic du secteur de la presse écrite
- Résultat de l'étude de Benchmarking du secteur de la presse écrite
- Résultat de l'évaluation du contrat programme 2005-2009 pour la modernisation du secteur de la presse écrite
- Meilleures pratiques adaptables ou adaptées au contexte marocain
- Expérience des experts de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille

Nos convictions

- Nécessité de rechercher une intégration du Maroc dans la quête internationale de solutions: Le projet de développement proposé ne peut émettre de solutions miracles. Il devra surtout faire intégrer le secteur marocain dans la quête collective de nouvelles perspectives
- Importance d'examiner chaque filière et chaque métier du secteur pour identifier ses goulots d'étranglement et ses obstacles et proposer des axes d'amélioration
- Nécessité de ne pas éluder les questions relatives au financement du secteur (besoins en financement, financement extérieur, financements publics et privés) et la répartition de la publicité
- Nécessité d'être à l'écoute des professionnels du secteur et de s'appuyer sur leurs demandes en général et celles des journalistes en particulier pour chercher les pistes d'amélioration
- Possibilité de déploiement d'une nouvelle politique publique relative au secteur de la presse écrite: redéfinition des relations de l'Etat avec le secteur et des aménagements institutionnels, législatifs et réglementaires (fiscalité, organisation de la profession...)

Proposition d'un projet de développement à court, à moyen et à long terme

Composantes

Pérennité de la presse écrite, en particulier de son modèle économique

Revenus publicitaires et ventes de numéros

- Réglementation de la tarification entre annonceur, agence, régie et médias
- Transparence des tarifs des espaces publicitaires
- Régulation de l'accès de certains annonceurs aux médias
- Intervention dans l'organisation des régies (concentration, cross médias)
- Développement de l'Organisme de Justification de la Diffusion pour mieux valoriser le média presse écrite
- Préparation à la montée en puissance des autres médias
- Stimulation des volumes
- Fidélisation du lectorat

Ressources financières pour la modernisation du secteur

- Accompagnement du financement de la modernisation de la filière
- Participation de l'Etat dans le financement
- Caution de l'Etat pour faciliter l'accès des groupes de presse au crédit
- Création d'un fonds d'investissement pour la transformation de la filière

Chaîne de production

- Rédaction : mise en commun des ressources (notamment entre les médias)
- Mutualisation/ différenciation des ressources de certaines rubriques
- Impression : mode de gestion, régulation de l'accès aux imprimeries, amélioration de l'efficacité des opérations, organisation du travail, statuts des ouvriers, investissements à engager, mesures de régulation des coûts

Proposition d'un projet de développement à court, à moyen et à long terme

Composantes (suite)

Emergence d'une presse écrite largement diffusée et lue

Distribution et couverture du territoire

- Organisation du réseau de distribution
- Gouvernance des réseaux de distribution
- Niveau de couverture
- Contraintes opérationnelles
- Rôle des éditeurs, des grossistes, des distributeurs, des points de vente en matière d'assortiment et de réglage
- Principes de rémunération des acteurs de la chaîne de distribution
- Développement des abonnements
- Complémentarité entre presse écrite et presse internet (principes de pluralité et d'accès à l'information au travers des infrastructures physiques et numériques)

Promotion de la lecture

- Stimulation de l'usage de la presse auprès de la population
- Politique de communication de l'Etat sur la presse
- Presse marocaine ou presse au Maroc
- Soutien de l'indépendance et de la qualité de la presse
- Formation aux autres métiers de la presse écrite

Contenu rédactionnel

- Amélioration de l'adéquation de la presse aux attentes des lecteurs
- Déclinaison des attentes par segment de presse envisagé
- Choix du soutien à apporter aux différentes rubriques des journaux quotidiens
- Mise en place de mutualisation interne (chartes éditoriales et graphiques)

Concentration des médias

- Politique du Royaume concernant la concentration/diversification des groupes médias
- Vision en terme d'émergence de d'acteurs forts
- Impact sur la presse
- Favorisation de la création de « société de rédacteurs »

Fiscalité

- Étude des questions et mesures relatives aux aspects fiscaux du secteur de la presse écrite
- Émission des propositions et des mesures pratiques pour alléger les incidents et le poids de la fiscalité sur l'entreprise de presse écrite

Proposition d'un projet de développement à court, à moyen et à long terme

Composantes (suite)

Emergence d'une presse écrite largement diffusée et lue

Organisation à niveau des entreprises de presse

- Accompagnement du processus de mise à niveau des entreprises de presse écrite par la formation, la modernisation, l'organisation des études et l'assistanat juridique et fiscal
- Accompagnement du processus de garantie de prêt auprès des établissements bancaires
- Appui direct aux entreprises de presse écrite:
 - Identification des points forts et des points faibles de l'entreprise de presse
 - Détermination du positionnement de l'entreprise de presse par rapport à la presse nationale et internationale
 - Proposition des options d'investissements (matériels et immatériels)
 - Définition du budget prévisionnel
 - Définition de l'échéancier de mise en place
 - Mise en place de fonds de garantie et de fonds d'investissements pour les entreprises de presse leur permettant l'accès aux crédits bancaires pour le financement de leurs programmes d'investissement

Publicité dans la presse écrite

- Proposition de solutions pour la mise en place de mécanismes fiables et des dispositifs rapides de paiement des annonces administratives étatiques
- Proposition de solutions pour régler le problème de recouvrement des arriérés des entreprises de presse écrite, relatifs à la publication des annonces administratives auprès des organismes publics

Organisation et cadre de la profession

- Revue des missions et des modes de gouvernance
- Emergence d'autres instances
- Révision du cadre déontologique et juridique

Commissions

- Identification des mesures à entreprendre pour activer l'action des diverses commissions
- Commission de la diffusion de la presse écrite: Elaboration des stratégies à formuler pour le développement de la lecture de la presse nationale au Maroc et à l'étranger

The top of the slide features a background image showing a close-up of a laptop's edge and a rolled-up document or map, suggesting a professional or business context.

Proposition d'un projet de développement à court, à moyen et à long terme

Modalités

- Organisation/ animation de groupes de travail par métier
- Classification des objectifs
- Recherche des actions possibles et faisables
- Choix des actions à proposer
- Rédaction des actions à entreprendre de manière précise :
 - Identification de la composante,
 - Définition / description de l'axe d'amélioration proposé
 - Intervenant(s)
 - Moyens à mettre en œuvre
 - Echéance (court, moyen et long terme)

Proposition d'un contrat programme pour le secteur de la presse écrite

Objectifs

- Formalisation du projet de développement arrêté lors de la phase précédente en contrat programme
- Définition et formalisation des actions et mesures à atteindre par les parties concernées
- Déclinaison des contrats programmes en plans de mise de œuvre

Eléments de base

- Résultats du diagnostic du secteur de la presse écrite
- Résultats de l'étude de Benchmarking du secteur de la presse écrite
- Résultats de l'évaluation du contrat programme 2005 – 2009 pour la modernisation du secteur de la presse écrite
- Plan de développement validé par les parties concernées
- Meilleures pratiques adaptables ou adaptées au contexte marocain
- Expérience des experts de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille

Nos convictions

- Nécessité d'identifier tous les référentiels qui permettront aux parties prenantes de mettre en œuvre leurs plans d'actions et de progrès
- Nécessité de bien synchroniser les actions au niveau des différentes parties prenantes en cohérence avec les enjeux du secteur de la presse écrite
- Nécessité de la mise en œuvre par le Ministère de la Communication en concertation avec les parties concernées d'un plan de suivi des contrats programmes afin de prolonger la dynamique qui aura été instaurée
- Nécessité d'être à l'écoute des professionnels du secteur et de s'appuyer sur leurs demandes en général et celles des journalistes en particulier pour chercher les pistes d'amélioration

Proposition d'un contrat programme pour le secteur de la presse

Composantes du contrat programme

Contrat programme du secteur de la presse écrite

Contrat
Cadre Etat-
Secteur de la
presse

Contrat
programme
du secteur
de l'édition

Contrat
programme
du secteur
de la
distribution

Contrat
programme
du secteur
des agences
de presse

Contrat
programme
pour la mise à
niveau de
l'entreprise de
presse

Contrat
programme
pour la
publicité de
presse écrite

Modalités

- Déclinaison des contrats cadres en plans de mise en œuvre s'articulant autour des points suivants :
 - Les actions à entreprendre,
 - Les modalités, mesures et contraintes de mise en œuvre,
 - Les intervenants,
 - L'échéancier,
 - Le budget,
 - Les indicateurs de suivi et de pilotage.

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

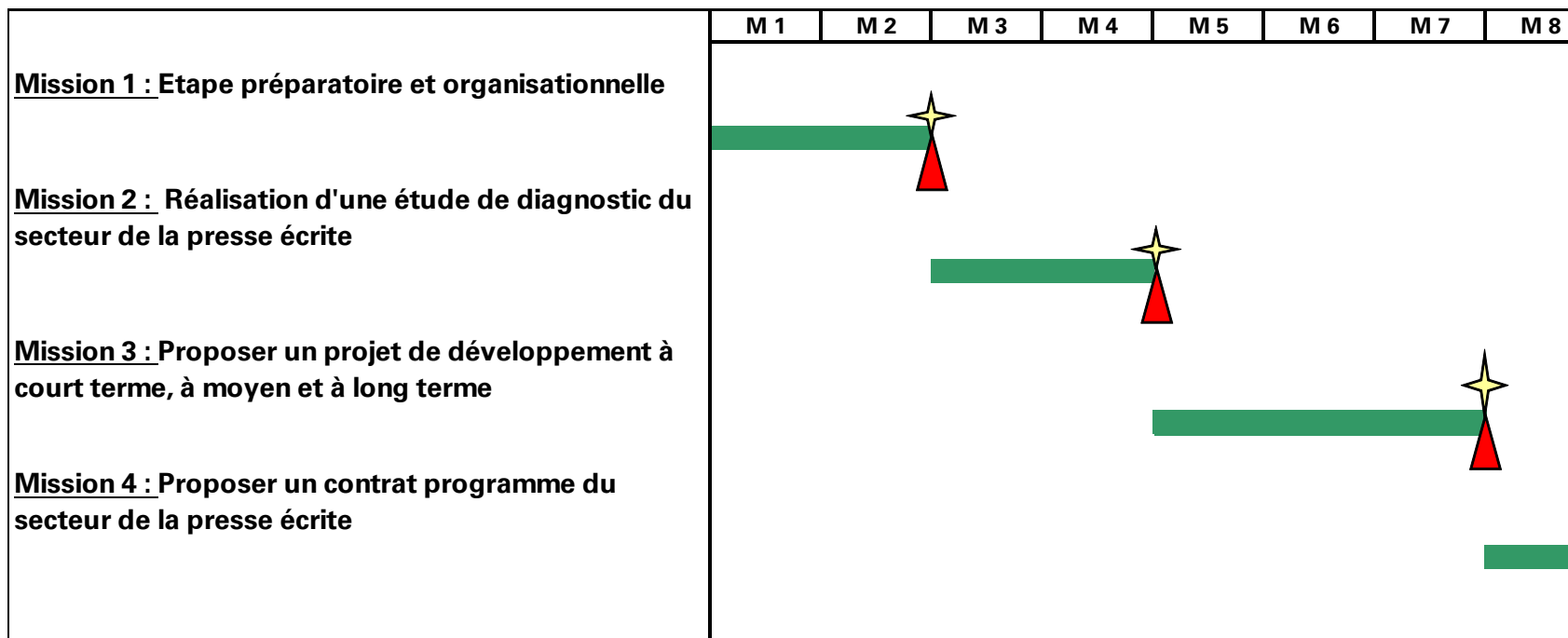
INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Planning prévisionnel d'intervention



Légende



SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

INSTANCES DU PROJET

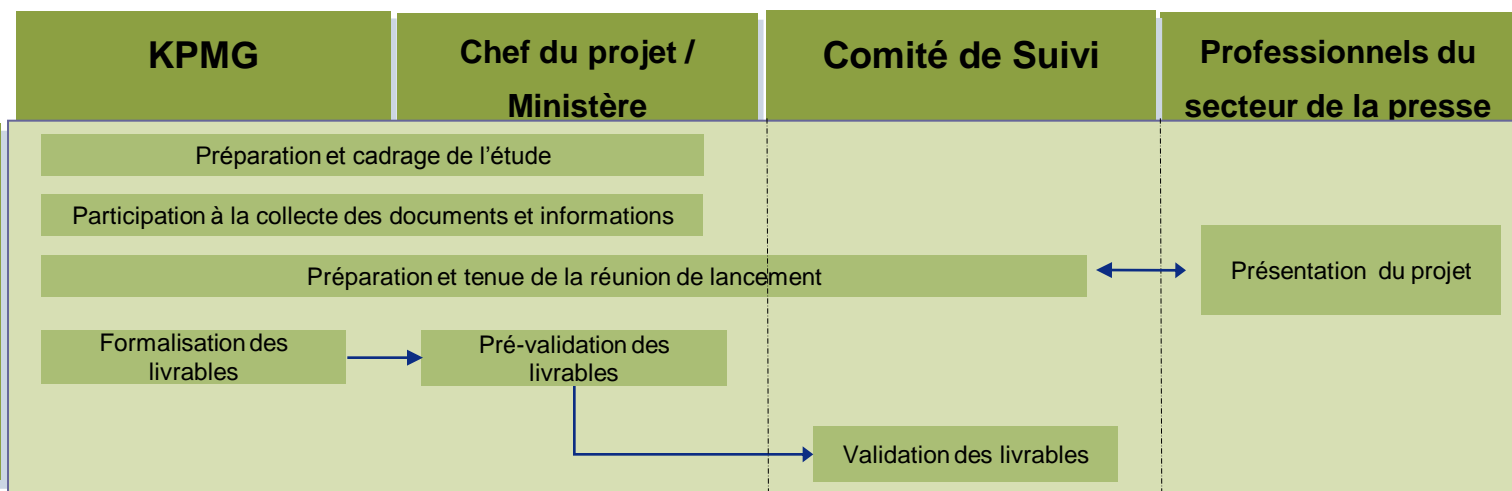
28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

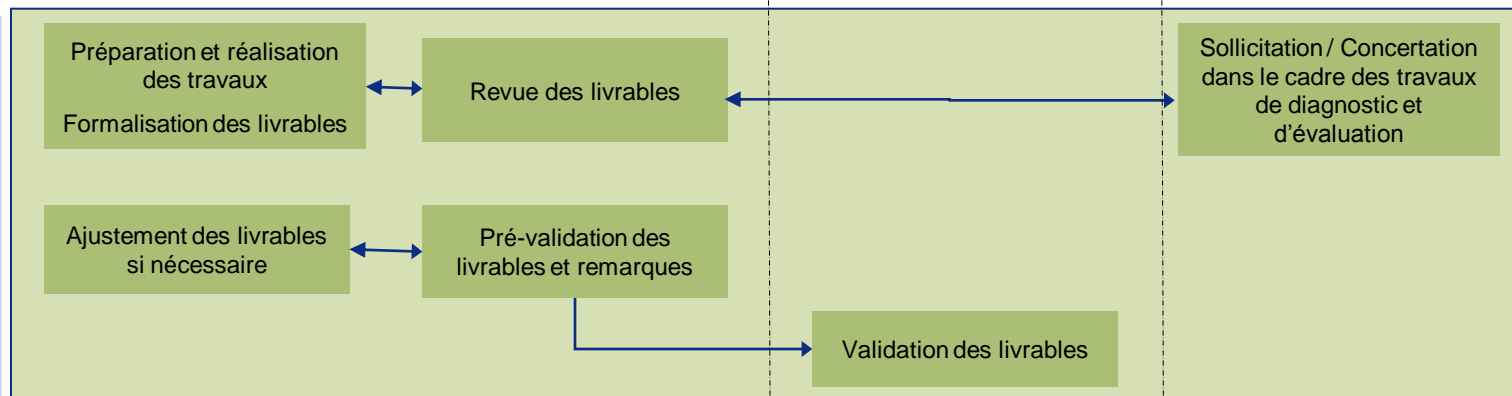
32

Instances du projet

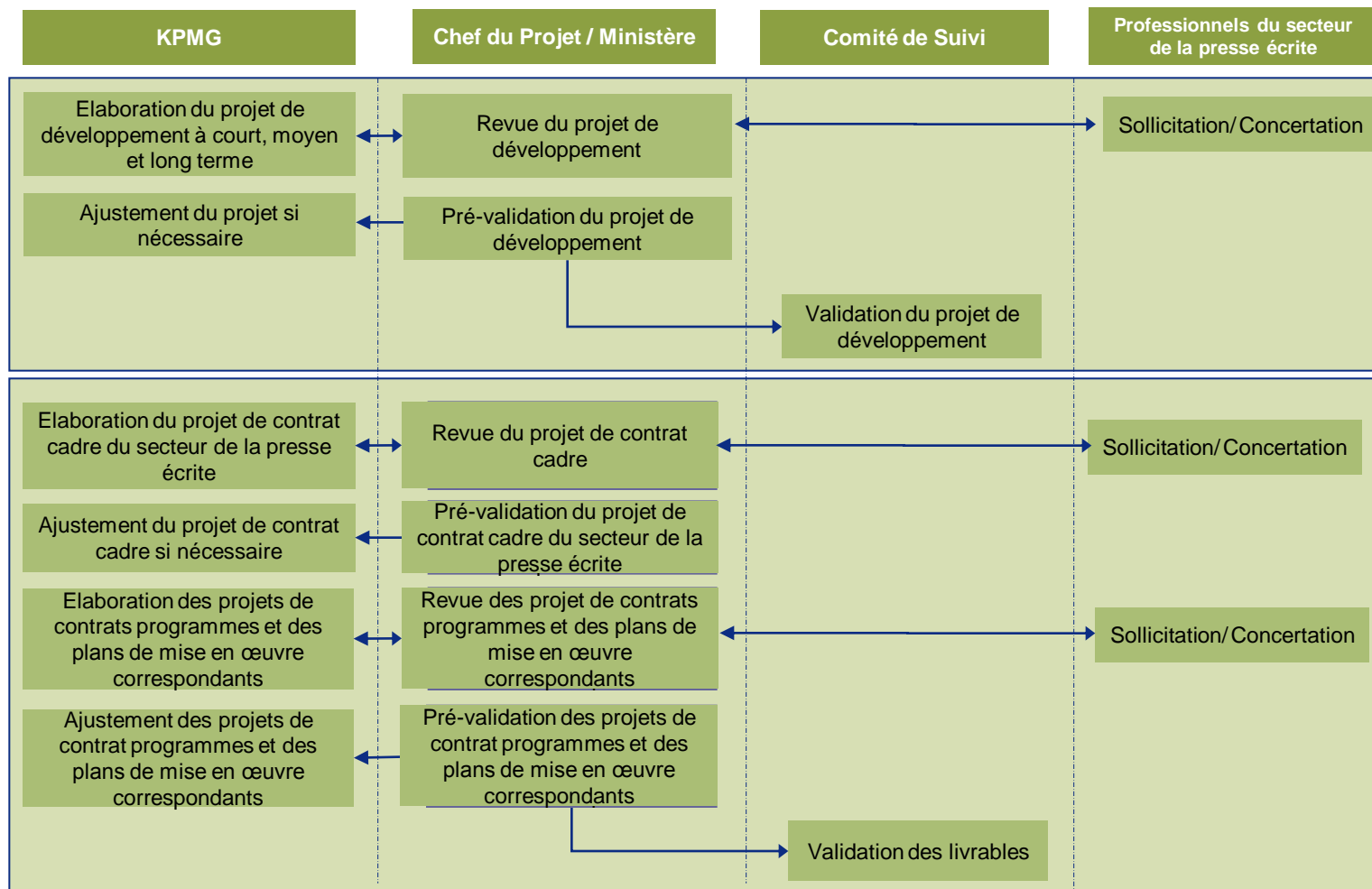
Mission 1 : Etape Préparatoire et Organisationnelle



Mission 2 : Réalisation d'une étude de diagnostic du secteur de la presse écrite au Maroc



Instances du projet



The top of the page features a background image showing a close-up of a laptop's side and a rolled-up document or map, suggesting a professional or technical context.

SOMMAIRE

PRÉAMBULE: OBJECTIFS ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

3

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUES

5

OBJECTIFS, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DE L'ETUDE

9

NOTRE DEMARCHE

11

PLANNING PREVISIONNEL D'INTERVENTION

26

INSTANCES DU PROJET

28

ROLES ET RESPONSABILITES DES ACTEURS DU PROJET

32

Rôles et responsabilités des acteurs du projet

Comité de Suivi	<ul style="list-style-type: none"> • Définir les grandes orientations du projet • Veiller au bon déroulement du projet • Assurer le dénouement des difficultés • Arbitrer sur certains points • Assurer le respect et l'atteinte des objectifs • Valider et réceptionner les livrables de l'étude
Chef de Projet – Ministère de la Communication	<ul style="list-style-type: none"> • Suivre l'avancement des travaux • Faciliter les interventions • Assurer la coordination entre les différents acteurs du projet (rôle d'interface et de porte parole) • Contribuer aux travaux de réflexion et de développement • Prévalider les livrables de l'étude • Anticiper les éventuelles difficultés
Chef de Projet - KPMG	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer la supervision, la coordination et le suivi du projet • Veiller au respect du plan de travail global • Revoir les travaux réalisés par les équipes • Présenter les produits finis de l'étude au comité de suivi • Remonter les éventuelles difficultés rencontrées ou les facteurs de risques par rapport au respect des objectifs et du calendrier du projet
Equipes - Projet	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer la collecte et le traitement des données • Réaliser les travaux relatifs aux différentes missions de l'étude • Elaborer les produits finis de chacune des missions de l'étude ainsi que les documents nécessaires à la tenue de chaque comité de suivi