

Le rapport annuel sur la presse écrite
Et
Les médias audiovisuels publics

(2005)

Sommaire

Introduction

Chapitre I- Le secteur de la presse écrite

A- La presse nationale : statistiques et chiffres

B- La presse régionale

C- La presse électronique

D- La carte de presse

E- La presse étrangère

a. La presse accréditée

b. Les délégations étrangères au Maroc

F- Les poursuites judiciaires

G- Les assises nationales

a. Le contrat programme

b. L'aide à la presse écrite

c. La convention collective

d. L'OJD

e. Les annonces légales

f. Le cadre juridique

H- La formation

I- Le grand prix national de la presse

Chapitre II-Le secteur audiovisuel

A- Le pôle public

a. La SNRT

b. 2M

c. La production nationale

d. La publicité

Introduction

Le Maroc a connu durant l'année 2005 des réformes très importantes dans différents domaines y compris celui de l'information et de la communication. Celui-ci a, en effet, suscité au niveau du gouvernement un intérêt très particulier en raison de l'importance qu'il revêt.

En ce qui concerne la presse écrite, vu son rôle dans le processus de démocratisation et la conviction de l'ensemble des opérateurs de la nécessité de relever le niveau de la pratique journalistique concernant les textes juridiques, la mise à niveau des ressources humaines et les techniques modernes de gestion, les premières Assises Nationales de la presse écrite ont été organisées 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.

Cette rencontre a abouti à la signature d'un contrat programme pour la modernisation des entreprises de presse dans le but d'aboutir à une pratique journalistique libre, professionnelle et tenant compte des principes de la responsabilité dans le cadre de l'Etat de droit.

En application des dispositions du contrat programme, une convention collective a été signée entre le Syndicat national de la presse marocaine et la Fédération marocaine des éditeurs de journaux dans le but d'organiser les relations de travail entre les entreprises de presse et les journalistes professionnels.

Dans le même ordre d'idée, l'intérêt actuel est porté sur la révision des textes de lois régissant le domaine de la presse et de l'édition, puisque des discussions ont été engagées sur un projet de code de presse en harmonie avec la démocratisation et la modernation du pays.

Pour sa part, le secteur de la communication audiovisuelle a connu des mutations inédites, particulièrement après que l'Etat ait mis fin à son monopole sur le paysage audiovisuel. Conséquence logique et immédiate de cette levée du monopole, la création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle (HACA), et la publication de la loi sur la communication audiovisuelle. Parallèlement à cela, le pôle public, prestataire des services audiovisuels publics, devait être renforcé, en particulier par la transformation de la Radio diffusion Télévision Marocaine (RTM) en Société Nationale de Radio Télévision (SNRT) mais aussi par la diversification de l'offre audiovisuelle, par la création de nouvelles chaînes thématiques et régionales.

Enfin, pour définir les obligations des deux chaînes publiques, le gouvernement, représenté par le Ministère de la Communication, a procédé à l'élaboration des cahiers de charges de la SNRT et de « SOREAD 2M » que la HACA a validé.

Le Ministère de la Communication est résolu à poursuivre le processus de réformes indispensables au paysage audiovisuel national dans le cadre d'un débat responsable avec les différents partenaires et associés, tout en étant convaincu que le secteur de la communication demeure un espace de suivi des projets réalisés dans différents domaines et un moyen apte à ancrer les principes d'une société démocratique, libre et responsable.

Le Secteur de la presse écrite

Extrait du discours du Trône de Sa Majesté Mohammed VI (2004)

"Et comme la réforme du champ politique resterait incomplète sans le parachèvement de la réforme globale du paysage médiatique. Nous sommes déterminé à poursuivre les réformes fondamentales du paysage médiatique national, y compris par l'élaboration d'une législation régissant les sondages d'opinion. A cet égard, Nous attendons du gouvernement qu'il favorise l'émergence d'entreprises de médias professionnels, les libres et crédibles. Il devra également permettre à la presse écrite de se doter, en concertation avec les différents acteurs concernés et dans un cadre contractuel, d'un Ordre professionnel qui tiendrait lieu d'organe de représentation et de régulation, et qui veillerait au respect de la déontologie de la profession, afin de la prémunir contre toute pratique susceptible de porter atteinte à la noblesse de sa mission".

CH I- La presse nationale :

A- Statistiques sur la presse nationale.

Les titres de presse recensés jusqu'au 31 décembre 2005 ont atteint les 468, dont 260 en langue arabe, 151 en langue française, 6 en tamazight et un titre en langue espagnole.

L'étude des publications nationales tiendra compte des variables suivantes :

1. l'éditeur ;
2. la périodicité ;
3. le genre ;
4. la répartition géographique,
5. la langue de parution.

1- L'éditeur :

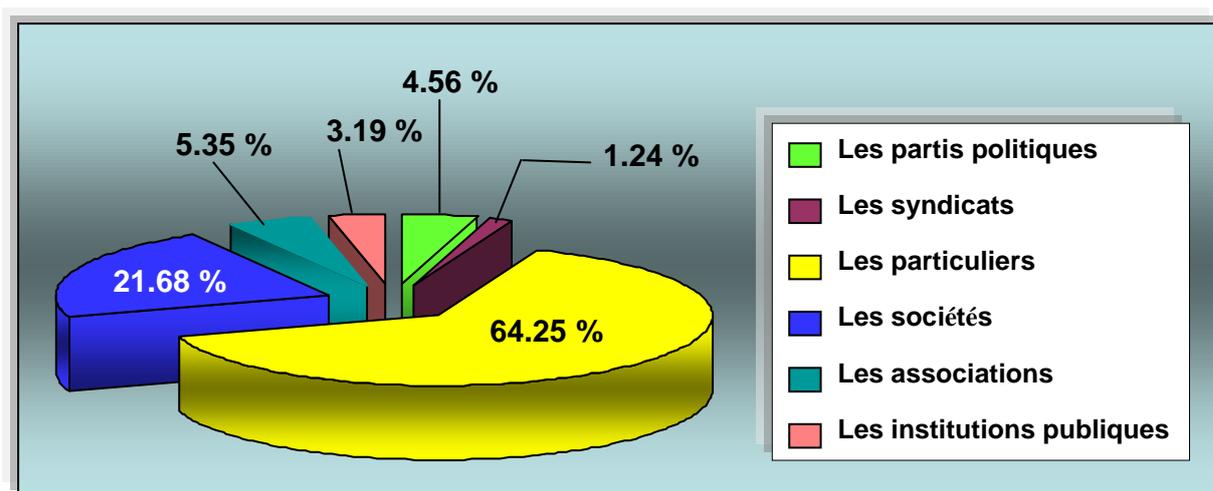
Tableau relatif aux éditeurs de titres de presse

La partie éditrice	Arabe	Français	Espagnol	Total	Pourcentage
Les partis politiques	17	3	-	20	4,56%
Les syndicats	5	-	-	5	1,24%
Les particuliers	216	65	-	281	64,25%
Les sociétés	23	71	01	95	21,68%
Les associations	16	7	-	23	5,35%
Les institutions publiques	9	5	-	14	3,19%
Total	286	151	01	438	100%

Les pourcentages du tableau démontrent que les particuliers représentent le taux le plus élevé des éditeurs de titres de presse. En effet, plus de 64% des titres soit 281, appartiennent à des particuliers. Ce chiffre englobe les quotidiens, les hebdomadaires, les bimensuels, les mensuels... y compris régionaux. Les sociétés viennent en deuxième position, alors que les partis politiques et les syndicats occupent respectivement la quatrième et la sixième place.

Ce n'était pas le cas il y a quelques années lorsque la presse partisane prédominait dans le paysage de la presse écrite alors que la presse privée était encore à ses débuts.

Plusieurs facteurs étaient à l'origine de cette situation, dont l'importance des moyens matériels et humains pour lancer un titre de presse, un faible lectorat et un pouvoir d'achat très limité.



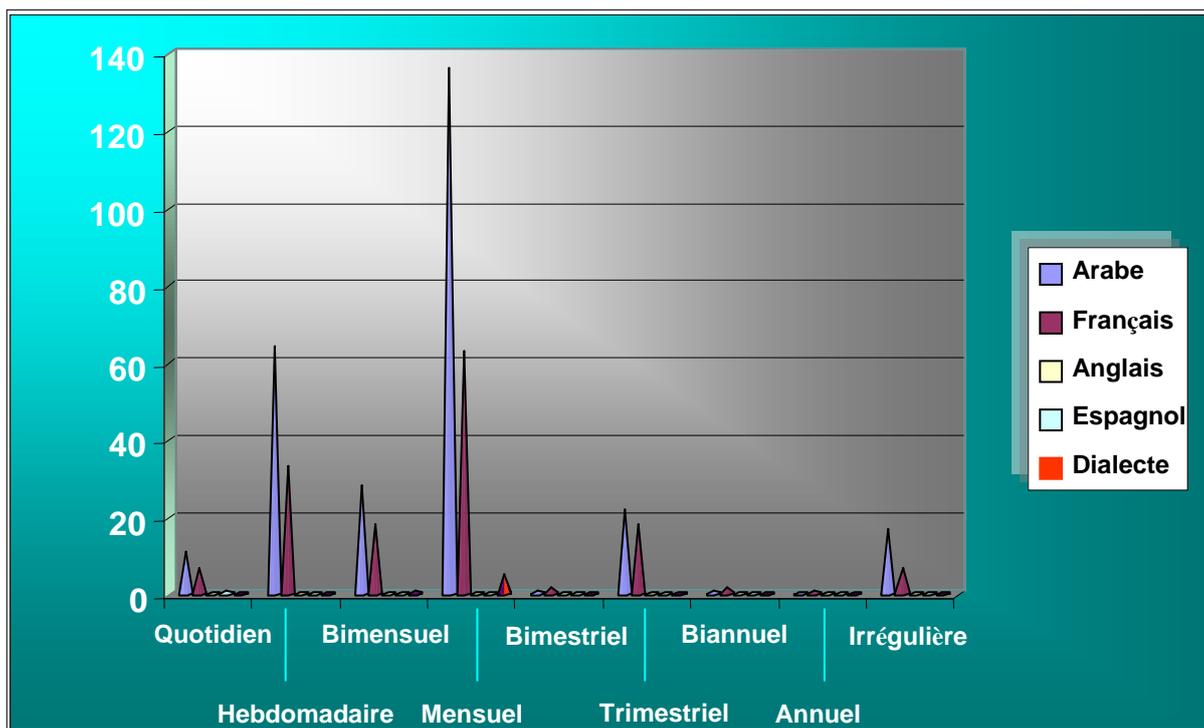
2- La périodicité :

Tableau relatif à la périodicité

Périodicité	Arabe	Français	Anglais	Espagnol	Dialecte	Total	Pourcentage
Quotidien	11	7	-	-	-	18	4,10%
Hebdomadaire	64	33	-	1	-	98	22,37%
Bimensuel	28	18	-	-	1	47	10,73%
Mensuel	136	63	-	-	5	204	46,58%
Bimestriel	1	2	-	-	-	3	0,70%
Trimestriel	22	18	-	-	-	40	9,13%
Biannuel	1	2	-	-	-	3	0,70%
Annuel	-	1	-	-	-	1	0,22%
Irrégulière	17	7	-	-	-	24	5,43%
Total	280	151	-	1	6	438	100%

La lecture du tableau permet de constater que les hebdomadaires, avec 98 titres, et les mensuels, avec 204 titres, représentent le plus important nombre de titres de presse mis en vente au Maroc. Ce qui permet de constater que les éditeurs s'orientent plutôt vers une presse d'enquête d'analyse et de commentaire.

Viennent ensuite les trimestriels avec 40 titres et les quotidiens avec 18 titres. Au niveau des langues de publication, l'arabe prédomine avec 280 titres et le français avec 151 titres représentent plus de 90% des publications nationales. Au niveau des langues, la presse s'est enrichie de quelques publications en langue arabe usuelle « Darija ».



2- le genre:

Tableau relatif au genre de presse (selon les déclarations reçues)

Type	Arabe	Français	Espagnol	Dialecte	Total	pourcentage
Information générale	90	25	1	3	124	28,31%
Régionale	91	10		3	103	23,74%
Culturelle	10	12			22	5,02%
Economique	6	25			31	7,07%
Educative	6	2			8	1,82%
Sportive	11	3			14	3,19%
De divertissement	6	-			6	1,36%
Publicitaire	2	27			29	6,61%
Scientifique	-	13			13	2,96%
Juridique	11	-			11	2,51%
Technique	-	3			3	0,68%
Agricole	2	5			7	1,59%
Féminine	3	1			4	0,91%
Satirique	4	-			4	0,91%
Tourisme	-	9			9	2,05%
Nature	-	3			3	0,68%
Artistique	5	-			5	1,14%
Santé	-	2			2	0,45%
Professionnelle	3	1			4	0,91%
Droits humains	2	-			2	0,45%

Informatique	2	1			3	0,68%
Communale	5	-			5	1,14%
Internet	1	3			4	0,91%
Jeunes	3	-			3	0,68%
MRE	2	1			3	0,68%
Associative	8	-			8	1,82%
Masculine	-	2			2	0,45%
Spécial famille	1	3			4	0,91%
Affaires sociales	1	-			1	0,22%
Total	280	151	1	6	438	100%

La lecture du tableau démontre la diversité des sujets traités par la presse au Maroc. Cependant, les titres d'information générale, par comparaison avec les années passées, représentent le taux le plus élevé.

Il y a lieu de remarquer que dans le cadre des changements que connaît le Maroc au niveau politique, économique et social, plusieurs publications spécialisées dans le domaine des droits de l'homme, des marocains résidents à l'étranger, du social, ont vu le jour.

2- Répartition géographique :

Tableau relatif à la répartition géographique des titres de presse

Lieu de publication	Arabe	Français	Total	pourcentage
Rabat	79	19	98	22,37%
Casablanca	73	100	173	39,50%
Tanger	20	7	27	6,16%
Fès	13	1	14	3,19%
Salé	10	-	10	2,28%
Marrakech	9	6	15	3,42%
Oujda	5	-	5	1,14%
Agadir	3	6	9	2,05%
Meknès	4	3	7	1,60%
El Jadida	2	1	3	0,68%
Safi	4	-	4	0,91%
Inezgane	5	-	5	1,14%
Mohammedia	3	2	5	1,14%

Azrou	-	1	1	0,22%
Kénitra	8	1	9	2,05%
Laayoune	4	-	4	0,91%
Tétouan	12	-	12	2,73%
Skhirat Témara	2	-	2	0,46%
Nador	7	-	7	1,60%
Taounate	1	-	1	0,22%
Guelmime	2	-	2	0,46%
Beni Mellal	6	-	6	1,36%
Hoceima	1	-	1	0,22%
Larache	1	-	1	0,22%
Khémisset	1	1	2	0,46%
Settat	1	2	3	0,68%
Kouribga	1	-	1	0,22%
Chefchaouen	1	-	1	0,22%
Berkane	1	1	2	0,46%
Dakhla	1	-	1	0,22%
Boujdour	1	-	1	0,22%
Guelmima	1	-	1	0,22%
Bengrir	1	-	1	0,22%
Ouerzazate	1	-	1	0,22%
Ksar Lekbir	1	-	1	0,22%
Sidi Slimane	1	-	1	0,22%
Total	286	152	438	100%

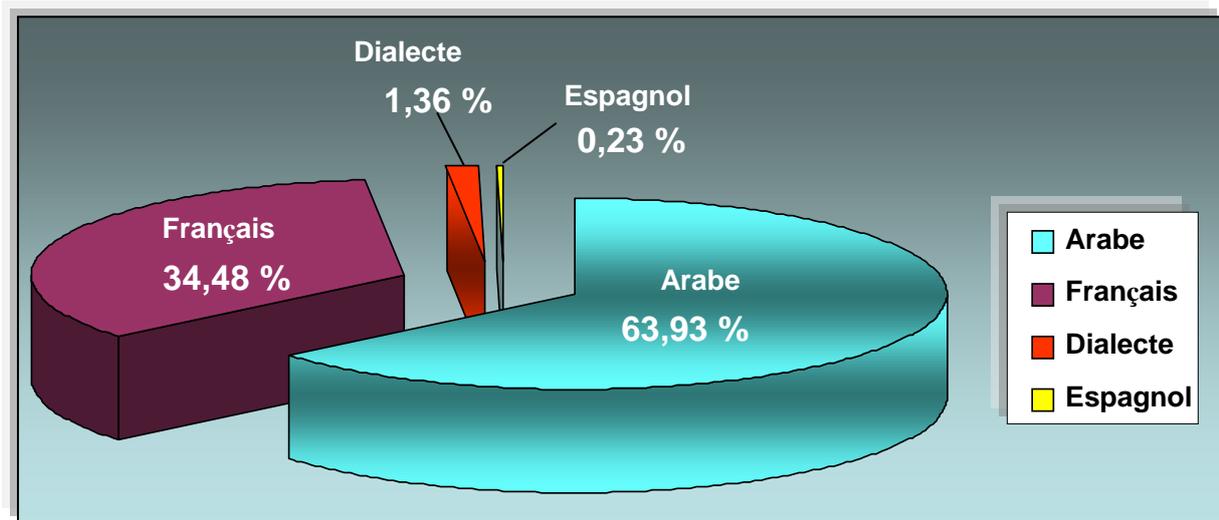
En ce qui concerne la répartition géographique des titres parus en 2005, on constate que la plupart des publications se concentrent dans les deux villes de Rabat et Casablanca, puisqu'elles s'accaparent plus de 269 titres soit un pourcentage de 61,87% du total des publications. Le reste se répartit dans presque la majorité des autres villes marocaines.

5- Langue de parution :

Tableau relatif aux langues de parution

Langue	Nombre de titres	Pourcentage
Arabe	280	63,93%
Français	151	34,48%
Espagnol	1	0,23%
Tamazight	6	1,36%
Total	438	100%

La presse en langue arabe reste dominante par rapport aux titres publiés puisque 280 titres sur un total de 438 sont en langue arabe soit 63,93%. Les titres publiés en langue française suivent avec 151 titres soit 34,48% du total des publications. Le pourcentage restant, soit 1,56% est réparti entre la presse en langue espagnole et la presse publiée en Tamazight.



B-La presse régionale :

Le nombre des titres de la presse régionale a atteint 104 titres en 2005. Plus de 90% de ces titres paraissent en langue arabe, les autres sont publiés en langue française, en langue arabe et espagnole (Achamal 2000), ou encore en arabe et en français (le journal de Tanger).

Localisation :

La plupart des titres de la presse régionale se trouvent dans les régions nord orientale ou nord occidentale tel que les villes de Tanger, Tétouan, Taounate, Oujda, mais aussi à Marrakech, Salé, Agadir, Beni Mellal, Casablanca et Safi.

Cependant, d'autres titres ont vu le jour dans des villes comme Laayoune, Ouarzazate, Kalat Sraghna, Ksar Lekbir, Tiflet, Taza, Temara , Settat et Tiznit notamment. Il faut noter que la plupart de ces titres paraissent d'une manière irrégulière.

Le contenu :

Le contenu des titres de presse régionaux est diversifié puisqu'il comprend les actualités de la ville où ils paraissent et de la région en plus, et pour beaucoup d'entre eux, des informations internationales qui intéressent le Maroc.

Dans le cadre de l'approche globale de réforme du secteur de la presse régionale, le ministère de la Communication a organisé une rencontre élargie avec des éditeurs de journaux régionaux dans le but d'étudier et d'examiner les moyens de les aider à développer leur rendement par la création d'entreprises de presse professionnelles, libres et responsables pouvant renforcer les principes de la démocratie au niveau régional et local.

Cette rencontre était aussi une occasion de dresser l'état des lieux de cette presse et relever ses difficultés et faiblesses, qui tournent autour des :

- Ressources humaines ;
- Moyens de travail (local, matériel informatique...) ;
- Manque de formation ;
- Difficultés d'impression et de diffusion ;
- Faiblesse de la publicité.

Ces difficultés constituent, en fait, le véritable obstacle à l'émergence d'une presse régionale et locale capable d'enrichir le paysage médiatique national.

Cette rencontre a été une occasion d'appeler les professionnels de la presse régionale et locale à prendre les dispositions qui s'imposent en vue d'organiser le secteur par la création de groupements sous forme d'associations ou de fédérations ou autres dans le but de pouvoir bénéficier de l'aide octroyée à la presse comme le prévoit le contrat programme pour la modernisation de la presse écrite.

C- La presse électronique

La presse électronique en est encore à ses premiers balbutiements au Maroc. Son importance et son influence restent encore très limitées, mais elle tend à se développer progressivement.

Il existe actuellement six journaux électroniques marocains qui assurent une diffusion régulière. Trois de ces titres sont édités en langue française, deux en arabe et un seul en langue anglaise.

Les journalistes exerçants au sein de ces journaux électroniques, dont « Assiyassa Al Jadida » qui a toujours son site Internet mais inactif, ont bénéficié cette année de 26 cartes de presse réparties comme suit :

Tableau relatif à la répartition des cartes de presse

Titres	Nombre de cartes de presse
Morocco times	5
Assiyassa Al Jadida	9
Maghreb Arts	1
Marrakech .info	1
Menara /casanet	9
La revue électronique du syndicat national de la presse marocaine	1
TOTAL	26

D- La carte de presse :

**Tableau sur la répartition de la carte de presse selon le genre
(H=homme et F= femme)**

Organismes de presse	Professionnels		Stagiaires		Techniciens		Photographes		Total		Total Général	Pourcentage
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F		
Presse écrite	470	144	74	43	-	-	50	2	594	189	783	37,97%
La Tv marocaine	106	63	18	1	108	3	83	-	315	67	382	18,52%
La radio marocaine	148	102	1	2	79	8	2	-	230	112	342	16,58%
L'agence MAP	138	63	12	-	2	-	1	-	153	63	216	10,47%
2M	50	15	2	4	115	13	18	-	185	32	217	10,52%
Médi I	28	8	4	2	-	-	-	-	32	10	42	2,03%
CCM	-	-	-	-	-	-	8	-	8	-	8	0,38%
Service photo (ministère)	-	-	-	-	-	-	6	-	6	-	6	0,29%
Free lance	16	7	7	8	-	-	9	-	32	15	47	2,27%
Agences de production	2	-	1	1	1	-	6	-	10	1	11	0,53%
La presse électronique	1	-	4	1	-	-	-	-	5	1	6	0,29%
Radio FM	2	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2	0,09%
Total général	961	402	123	62	305	24	183	2	1572	490	2062	100%

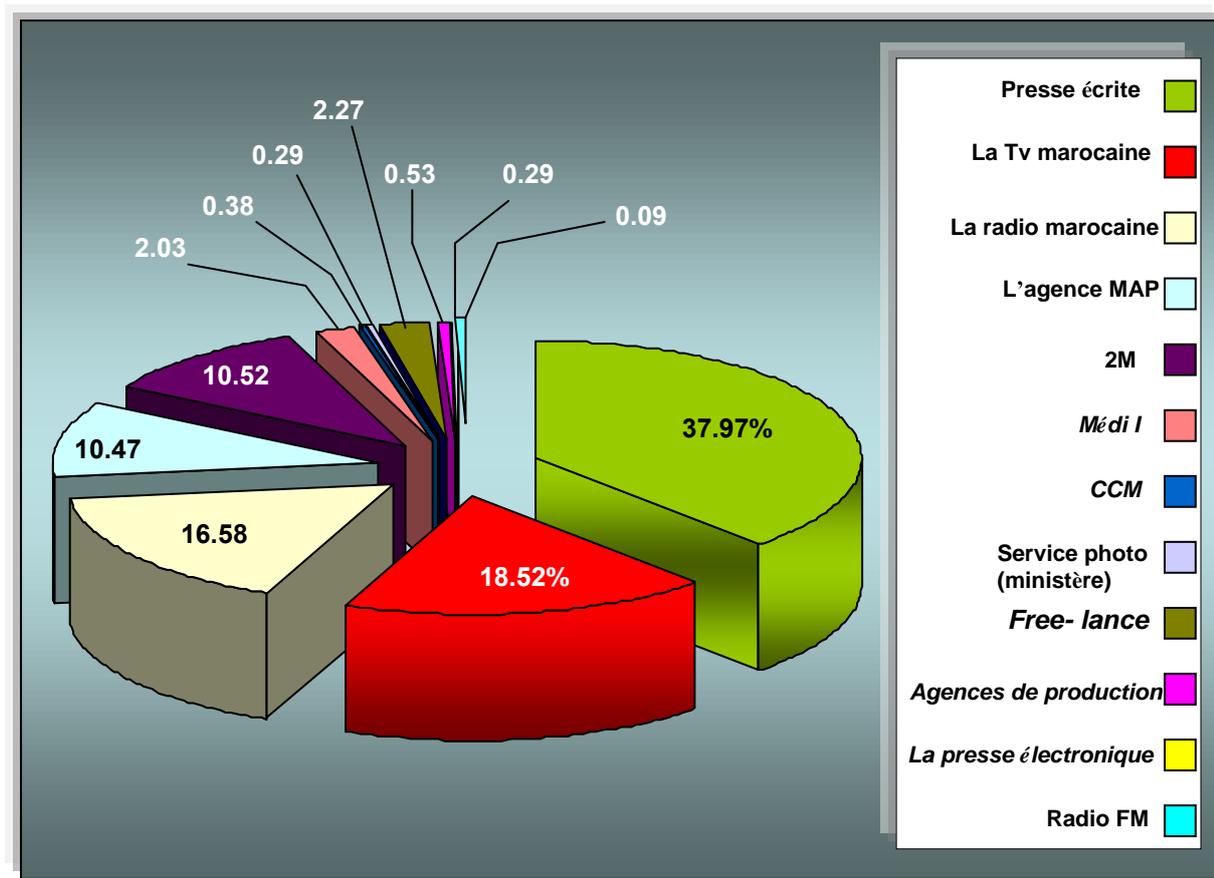
En effet, sur les 2062 cartes de presse délivrées en 2005 aux différents organismes nationaux, il y a 1572 hommes et 490 femmes, alors qu'en 2004 le nombre de cartes de presse était de 1782 dont 1314 hommes et 468 femmes avec une progression de 13,57%. Cette progression est plus vérifiable lorsqu'on détaille par secteur et lorsqu'on compare entre les années 2004 et 2005:

- En presse écrite, les cartes délivrées ont atteint 783 dont 594 hommes et 189 femmes soit 37,97% du total.
- En presse d'agence, le nombre de carte a atteint 216 cartes dont 153 hommes et 63 femmes, soit plus 10,47% ;
- Dans l'audiovisuel le nombre des cartes a atteint 1207 répartis comme suit :
 - * TVM : 382 cartes dont 315 hommes et 67 femmes soit 13,52% avec une progression de 6,83% ;
 - * La radio marocaine : 342 cartes dont 230 hommes et 112 femmes soit 16,58% avec une progression de 2,76% ;
 - * 2M : 217 cartes dont 185 hommes et 32 femmes soit plus 10,52% ;
- Radio Méditerranée internationale : 42 cartes dont 32 hommes et 10 femmes soit plus 2,03% ;

- Le Centre Cinématographique Marocain : 8 cartes exclusivement détenues par des hommes ;

L'augmentation du nombre des cartes de presse inclut également les journalistes Free lance et les journalistes de la presse électronique.

Le développement que connaît le secteur de la presse et de la communication d'une manière générale et l'importance du nombre annuel des lauréats des écoles, instituts et universités (branche communication) au Maroc, contribuera inévitablement à la professionnalisation du secteur.



E- La presse étrangère :

La presse accréditée au Maroc :

Plusieurs organismes de presse internationaux ont choisi le Maroc pour ouvrir leurs bureaux. En effet, plus de 119 journalistes, marocains et étrangers, (journalistes, reporters photographes, cameramans...) représentant 79 organismes de presse se sont installés au Maroc et particulièrement à Rabat pour exercer.

La répartition de ces organismes de presse se présente en 2005 comme suit :

- 18 agences de presse internationales ;
- 19 chaînes de télévision ;
- 6 stations de radio ;
- 36 titres de presse.

La répartition géographique de ces organismes se présente comme suit :

- 10 agences européennes ;
- 3 agences du Moyen Orient ;
- 2 agences asiatiques ;
- 2 agences maghrébines ;
- 1 agence américaine.

Il y a lieu de préciser que parmi les agences citées, 10 sont spécialisées dans le reportage photo.

Les stations de radio et de télévision :

- 10 stations européennes, dont 5 radios ;
- 13 stations du Moyen-Orient ;
- 2 stations américaines.

La presse écrite :

- Europe : 12 titres ;
- Moyen Orient : 24 titres.

Ces médias et organismes de presse utilisent une diversité de langue, à savoir l'arabe, le français, l'anglais, le russe, le chinois, l'italien, l'allemand et le néerlandais.

Les délégations de journalistes étrangers en visite au Maroc

Le nombre de journalistes étrangers en visite au Maroc en 2005 pour des missions de travail a atteint 3500 journalistes. Ces journalistes, reporters photographes et cameramen sont venus de plusieurs pays dont l'Espagne, la France, la Grande Bretagne, l'Italie, la Suède, la Norvège, le Danemark, les Etats-Unis, le Canada, le Japon, la Corée du Sud, les Emirats Arabes Unies, et le Liban...

Ces équipes de journalistes se sont intéressées à différents sujets, de culture, de mode, d'arts, de conférences internationales, dont la 1^{er} conférence des pays latino-américain et des pays arabes tenue à Marrakech, la conférence méditerranéenne des ministres de l'économie...Elles ont également accompagné les visites de chef d'Etat et de gouvernement au Maroc dont celle du Roi d'Espagne, du président mexicain, du président malgache, du président pakistanais, du premier ministre français.... Un nombre important de journalistes a fait le déplacement au Maroc pour suivre des sujets d'actualité comme l'immigration clandestine au nord et au sud du Maroc.

F- Les poursuites judiciaires :

Le nombre des poursuites judiciaires impliquant les journalistes a atteint 31 en 2005. Ces poursuites se répartissent comme suit :

- 1- Diffamation par voix de presse :
26 poursuites impliquant les titres suivants :
 - Al Moustakbal
 - Al Ahdath Al Maghribia
 - Al Ousboue Assahafi
 - Machahid
 - Al Ousbouiya Al Jadida
 - Al Hadth Attazi
 - Attawassoul

- Al Ittihad Al Ichtiraki
- Al Arabia Al Ousbouiya
- Achamal 2000
- Al Ayyam
- Le Journal Hebdomadaire
- Tel Quel
- Addamir

2- Diffamation d'une instance judiciaire (délits contre les personnes, section 3, art 45 du code de la presse et de l'édition):

Deux journaux ont été concernés, il s'agit de :

- Al Ahdath Al Maghribia
- Al Ahali wal Jiha

3- Atteinte à la sécurité de l'Etat (section 2, art 42 du code de la presse et de l'édition):

Un seul titre était concerné, il s'agit de « Al ousbouhiya Al Jadida »

4- Offense commise publiquement envers un chef d'Etat étranger (section 4, art 52 du code de la presse et de l'édition):

Un seul titre est concerné, il s'agit du journal « Al Michael »

5- Publication de fausses informations et de photos de la famille royale sans autorisation (section 2, art 42 du code de la presse et de l'édition):

Un seul journal est concerné, il s'agit de l'hebdomadaire « Al Ayyam ».

Il y a lieu de remarquer que :

- Les poursuites qui ont eu lieu sur plainte des personnes lésées ont été au nombre de 7.
- Les poursuites engagées par le parquet ont été au nombre de 12.
- Les poursuites engagées par le parquet sur plaintes des personnes lésées ont été au nombre de 12.

G- Les assises régionales de la presse écrite (Skhirat 11 et 12 mars 2005).

En partenariat avec le Syndicat national de la presse marocaine (SNPM) et la Fédération marocaine des éditeurs de journaux (FMEJ), le Ministère de la Communication a organisé les 11 et 12 mars 2005 les premières assises nationales de la presse écrite. Cette rencontre à laquelle ont pris part les éditeurs, les journalistes, les professionnels du secteur de la presse dans notre pays ainsi que les représentants des instances politiques et syndicales, les représentants de la société civile, et d'éminentes personnalités marocaines et étrangères avait pour but d'engager un débat franc et libre, et un échange d'idées sur les mesures et les démarches nécessaires pour réformer le secteur de la presse et le développer. Ces travaux qui ont duré deux jours ont permis de souligner l'intérêt et l'importance de cette rencontre qui a ouvert les débats sur des questions de fond liées à la profession de journaliste au Maroc, notamment, la liberté de communiquer, d'accéder à l'information, d'émettre son avis et ses opinions sur des questions diverses dans le respect des lois en vigueur. Les discussions ont aussi porté sur le code de la presse et la nécessité de le réformer dans un contexte plus ouvert en responsabilisant le journaliste et en laissant l'initiative de régler les

délits de presse aux tribunaux en se réfèrent au nouveau code. Les débats ont, d'autre part, porté sur l'éthique de la profession de journaliste et la nécessité de créer une instance qui devrait s'en charger.

La rencontre a permis la signature de quatre accords, à savoir :

- Un contrat programme entre le Ministère de la Communication et la Fédération Marocaine des Editeurs de journaux (FMEJ) ;
- Une charte de partenariat et de coopération entre le Ministère de la Communication, le Syndicat National de la Presse Marocaine (SNPM) et la FMEJ ;
- Un engagement pour la signature d'une convention collective entre les trois parties ;
- Un accord pour la création de l'Office de Justification de la Diffusion (OJD).

Ces accords visent à mettre à niveau l'entreprise de presse, à la moderniser et à renforcer la transparence.

En ce qui concerne le volet juridique, le débat a porté essentiellement sur la révision des textes de lois et le renforcement de l'indépendance et de l'objectivité de la justice.

- La révision des textes de lois dans un cadre global, pour les harmoniser avec le développement que connaît le secteur ;
- La concordance entre les procédures et les textes de lois sur la presse avec les garanties existants dans la loi d'une manière générale ;
- La création d'une chambre spéciale pour les questions relatives à la presse ;
- le droit du journaliste à protéger ses sources et présenter les preuves tout au long du procès...

A cet effet, le débat sur l'organisation de la profession a permis de retenir ce qui suit :

- Le besoin d'organiser la profession par les professionnels eux-mêmes dans le but de garantir son objectivité, la préparer à jouer le rôle qui lui incombe et d'amener les professionnels à assumer la responsabilité de développer la profession ;
- La situation actuelle de la presse ne justifie pas sa dispense de l'application de la loi, c'est ce qui ressort des expériences aussi bien marocaine qu'étrangères qui ont été exposées et qui précisent que l'organisation de la profession est une affaire des journalistes eux-mêmes. C'est à cet effet, qu'a été créé «l'instance nationale indépendante de l'éthique de la profession journalistique et de la liberté de la presse ». Cette instance qui a entamé ses travaux et élu ses membres est considérée comme un premier jalon visant à mettre en place un conseil national de la presse sur la base de la concertation entre les instances représentatives des professionnels et dont l'intérêt portera sur les différentes questions relevant du domaine journalistique dans le cadre du respect de la profession, de l'indépendance et des droits de l'homme.

Pour réussir ce projet de réforme avant-gardiste, les participants ont insisté sur l'importance et l'intérêt que doit avoir le journaliste auquel il convient d'assurer les conditions adéquates en prenant en considération son rôle dans la société. Ceci ne pourra se concrétiser qu'en garantissant des conditions sociales et professionnelles aux journalistes en s'inspirant des nouvelles dispositions du code du travail, et la signature de la convention collective en fixant un niveau de salaire compatible avec la nature du travail journalistique et ses rôles culturel et pédagogique, en assurant la formation et la formation continue dans les domaines des langues, des sciences humaines, de la culture générale, en garantissant l'accès à l'information et la confirmation des libertés et pratiques professionnelles en annulant les peines d'emprisonnement et en améliorant la déontologie de la profession.

a-Le Contrat Programme :

La mise à niveau du secteur de la presse nationale est considérée comme un chantier prioritaire dans le Plan d'action du Ministère de la Communication. Le but étant de le rendre apte à relever les défis multiples de modernisation que connaît la pratique journalistique. Dans ce cadre, la promotion et la modernisation de l'entreprise de presse écrite s'avèrent nécessaires pour accompagner les développements soutenus de l'exercice médiatique, eu égard à la prise de conscience grandissante de l'importance de ce secteur et de son rôle dans la construction d'un projet de société moderne et démocratique dans notre pays.

Dans son discours du Trône du 30 juillet 2004, Sa Majesté le Roi affirmait : « la réforme du champ politique resterait incomplète sans le parachèvement de la réforme globale du paysage médiatique, eu égard à leur intime interdépendance dans l'oeuvre de démocratisation de l'Etat et de la société, Nous sommes déterminés à poursuivre les réformes fondamentales du paysage médiatique national.. A cet égard, Nous attendons du gouvernement qu'il favorise l'émergence d'entreprises de médias professionnels, libres et crédibles. Il devra également permettre à la presse écrite de se doter, en concertation avec les différents acteurs concernés et dans un cadre contractuel, d'un Ordre professionnel qui tiendrait lieu d'organe de représentation et de régulation, et qui veillerait au respect de la déontologie de la profession, afin de la prémunir contre toute pratique susceptible de porter atteinte à la noblesse de sa mission. »

Il a été procédé, le 11 mars 2005, lors des Assises Nationales de la Presse, tenues à Skhirat, à la signature du Contrat Programme pour la Modernisation de l'Entreprise de Presse, entre le gouvernement, représenté par le Ministère de la Communication, et la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux. Il a également été procédé à la mise en place de la commission paritaire chargée de l'octroi et du calcul de l'aide publique, à la désignation de ses membres et de son secrétariat permanent ainsi qu'à l'élaboration de son règlement intérieur et d'un projet de décret l'instituant.

b- L'aide publique à la presse :

Dans le cadre de la mise en application du contrat programme pour la modernisation des entreprises de presse, signé le 11 mars 2005, la commission paritaire de la presse écrite (CPPE) créée en vertu de ce contrat programme est chargée d'étudier les dossiers des entreprises de presse écrite devant bénéficier des dispositions du contrat programme. Elle délivre un numéro propre à chaque entreprise de presse écrite lui permettant de bénéficier de l'aide publique accordée par les autorités gouvernementales. Cette commission peut retirer le numéro de la CPPE en cas de non respect de l'une des conditions requises, et de le restituer si les conditions sont à nouveau réunies.

Cette commission est composée de 12 membres:

- 6 membres représentants du gouvernement dont 1 représentant du Ministère des Finances et de la Privatisation, 1 représentant du Ministère de l'Industrie, du Commerce extérieur et de la mise à niveau de

l'économie et 4 représentants de l'autorité gouvernementale chargée de la communication.

- 6 membres représentant la Fédération marocaine des éditeurs de journaux dont le mandat est renouvelé tous les deux ans.

La commission présidée par un représentant de l'autorité gouvernementale chargée de la communication, a établi son règlement intérieur qui définit ses modalités de fonctionnement et désigné un secrétariat permanent pour le suivi.

Les conditions pour l'obtention du numéro de la commission sont:

1. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit être dans une situation régulière vis-à-vis des lois en vigueur;
2. A l'exception des journaux partisans, la publication ou l'entreprise de presse écrite doit être assujettie aux droits des sociétés et ayant son siège social au Maroc;
3. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit être d'informations nationales ou régionales;
4. La publicité ne doit pas dépasser 50% comme moyenne annuelle de l'espace de la publication;
5. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit être destinée au public à prix défini ou par abonnement;
6. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit signer la convention collective propre aux journalistes après son approbation par la Fédération marocaine des éditeurs de journaux;
7. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit employer au moins:
 - Un rédacteur en chef, 7 journalistes professionnels et 7 employés pour les quotidiens;
 - Un rédacteur en chef, 4 journalistes professionnels et 5 employés pour les hebdomadaires;
 - Un rédacteur en chef et 3 journalistes professionnels pour les quotidiens régionaux;
 - Un rédacteur en chef et 2 journalistes professionnels pour les hebdomadaires régionaux;
8. La régularité de parution et pour les publications paraissant pour la première fois, une parution régulière de deux ans;
9. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit publier annuellement ses comptes d'exploitation;
10. La publication ou l'entreprise de presse écrite doit publier son tirage pour chaque numéro.

• **L'aide à la presse accordée en 2005.**

A la suite de la mise en place des structures de la commission, celle-ci a diffusé un communiqué précisant les délais de dépôt des dossiers de candidatures et ce, du 6 au 29 juillet 2005, au cours duquel elle a reçu 15 dossiers. En raison de la faiblesse du nombre de candidats dû aux vacances d'été et à la fermeture de quelques titres de presse pour congé annuel, la commission a prorogé le délais du 29 juillet au 30 septembre 2005 en vue de permettre au plus grand nombre de titres de presse de préparer et de présenter leurs candidatures.

Au terme du deuxième délai de dépôt des candidatures, le secrétariat de la commission a reçu 63 dossiers répartis comme suit :

- 9 quotidiens de partis politiques;
- 3 hebdomadaires de partis politiques;
- 8 quotidiens d'informations générales;

- 17 hebdomadaires d'informations générales;
- 5 hebdomadaires régionaux;
- 2 bimensuels d'informations générales;
- 1 bimensuel régional;
- 4 mensuels régionaux;
- 13 journaux et revues mensuels;
- 1 journal annuel.

En raison du manque de certaines pièces nécessaires au dossier de candidature pour l'octroi du numéro de la commission, celle-ci a octroyé, après les avoir contacté, un délai de 15 jours aux titres de presse pour compléter leurs dossiers.

Au cours de sa dernière réunion, la commission a examiné 63 dossiers dont 39 ont été retenus. Elle a octroyé le numéro à 35 titres de presse pour leur permettre de bénéficier de l'aide de l'Etat à la presse. La commission a, également, octroyé à titre exceptionnel une aide dans le cadre de la diversité politique conformément au contrat programme à 8 titres de presse.

L'aide totale octroyée à la presse durant les 9 premiers mois de 2005 est de 34.763.856.00 dhs.

Ainsi l'aide de l'Etat à la presse a bénéficié à :

- 18 quotidiens;
- 19 hebdomadaires;
- 5 mensuels.

Le ministère de la Communication et la FMEJ se sont engagés à dresser le bilan de cette première étape de l'aide sous tous ses aspects et de revoir certains des critères nécessaires pour l'octroi de l'aide à la presse.

Tableau des journaux ayant bénéficié du numéro de la commission

لائحة الجرائد التي منحت رقم اللجنة الثنائية للصحافة المكتوبة

رقم اللجنة	اسم المطبوع
Q.F/001- 05	Aujourd'hui le Maroc – 1
H.R.F/002 - 05	Le Journal de Tanger – 2
أ.ج.ع/003-05	الشمال 2000 – 3
ي.ع/004-05	التجديد – 4
Q.F/005-05	L'Economiste – 5
ي.ع/006-05	الصباح – 6
أ.ع/007-05	الأيام – 7
ي.ح.ع/008-05	الحركة – 8
ي.ع/009-05	النهار المغربية – 9
Q.F/010 - 05	Le Matin du Sahara – 10

05-011 / ي.ع	11 – الصحراء المغربية
H.Es /012 - 05	La Manana – 12
05-013 / ي.ع	13 – الأحداث المغربية
05-014 / أ.ع	14 - البيضاوي
05-015/ي.ح.ع	15 – رسالة الأمة
H. F/016 - 05	Tel Quel – 16
H. F/017- 05	La Vie Economique – 17
05-018/ش.ع	18 – نساء من المغرب
M.F/019-05	Parade – 19
M.F/020-05	Femmes du Maroc - 20
H.F/021-05	Maroc Hebdo – 21
05-022/ي.ح.ع	22 – الاتحاد الاشتراكي
Q.P.F/023-05	Libération – 23
H.F/024-05	Finances News - 24
05-025 / أ.ع	25 – المنتخب
H.F/026-05	La Gazette du Maroc – 26
H.F/027-05	La Nouvelle Tribune – 27
Q.P.F/028-05	L’Opinion - 28
05-029/ي.ح.ع	29 – العلم
Q.P.F/030-05	Al Bayane - 30
05-031/ي.ح.ع	31 - بيان اليوم
M.F/032-05	Economie et Entreprises – 32
05-033/أ.ج.ع	33 – آفاق الجنوب
05-034/أ.ج.ع	34 – الشرق
M.F/035-05	Version Homme – 35

c- La convention collective:

Dans le cadre de la mise en application du contrat programme pour la mise à niveau des entreprises de presse, le Ministère de la Communication, en collaboration avec la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux (FMEJ) et le Syndicat National de la

Presse Marocaine (SNPM) a mis en place une convention collective au profit des journalistes professionnels travaillant dans les entreprises de presse nationale.

La convention a pour but de délimiter un cadre de dialogue et de concertation en vue d'organiser les relations de travail entre les entreprises de presse membres de la FMEJ d'une part, et les journalistes professionnels disposant d'un contrat de travail avec ces entreprises quelle que soit sa durée et sa nature, d'autre part.

Cette convention représente le cadre type pour la conclusion d'accords au sein des entreprises de presse, en tenant compte de la structure, des particularités et des moyens matériels et économiques propres à chaque entreprise de presse.

Cette convention délimite, d'une part, le cadre d'application et précise l'identité du journaliste bénéficiaire, la manière de l'embaucher, la durée de la période de stage obligatoire, son salaire mensuel selon l'ancienneté dont il dispose, ses indemnités, la durée de son congé, la couverture sociale et la formation. Elle définit, d'autre part, ses obligations vis-à-vis de son employeur.

La conclusion de cette convention par les entreprises de presse est une condition nécessaire pour bénéficier de l'aide de l'Etat à la presse.

Cette convention collective cadre est entrée en application à partir du 1^{er} janvier 2006.

d- L'OJD Maroc

L'OJD Maroc (Office de justification de la diffusion) a vu le jour en juin 2004 à Casablanca. C'est le premier OJD qui se crée dans le monde depuis plus de vingt ans, et le premier OJD d'Afrique et du monde arabe. Au cours de son premier exercice, l'OJD Maroc a pu certifier la diffusion d'une vingtaine de titres de presse paraissant dans notre pays, grâce à l'assistance technique de l'OJD France.

L'OJD Maroc est un organisme tripartite regroupant les éditeurs de presse, les annonceurs et les agences de publicité. La moitié des sièges du Conseil d'Administration sont détenus par les éditeurs, et l'autre moitié par les annonceurs et les agences à parts égales.

C'est aussi un organisme démocratique: la présidence est tournante entre les différents collègues.

La mission de l'OJD Maroc est de certifier la diffusion de la presse payante marocaine.

Les résultats de ses contrôles constituent une référence essentielle, par exemple, pour l'élaboration des tarifs de publicité des supports certifiés. Les chiffres de l'OJD Maroc peuvent servir aussi, dans de nombreux cas, de base de référence pour les pouvoirs publics, l'administration, les tribunaux, etc... lorsque se pose la question de connaître avec exactitude la diffusion des supports de presse payante.

• La structure de l'OJD Maroc :

L'OJD Maroc se compose d'un comité de direction, d'un conseil d'administration et d'une assemblée générale.

Le comité de direction se compose de :

- M.Mohamed Salhami : Président
- Mme Asmaa Hassani : Directrice
- M.Abdelhamid Mimouni : 1^{er} Vice Président

- Phillipe Michel : 2^{ème} Vice Président
- Nasreddine El Afrit : Secrétaire Général
- Salim Cheikh : Trésorier Général

e- Les annonces légales :

Tableau de répartition des annonces légales en 2005

Titre de presse	Nombre d'annonces
العالم (Al Alam)	2896
الاتحاد الاشتراكي (Al Ittihad Al Ichiraki)	1393
رسالة الأمة (Rissalat Al Oumma)	1734
الصحراء المغربية (Assahra Al Maghribia)	403
المنعطف (Al Mounâataf)	2217
بيان اليوم (Bayane Al Yaoum)	480
الحركة (Al Haraka)	2412
التجديد (Attajdid)	2456
النهار المغربية (Annahar Al Maghribia)	1704
النضال الديمقراطي (Annidal Addimocrati)	414
آفاق الجنوب (Aafak Al Janoub)	168
المعركة (Al Maâraka)	403
مجالس (Majaliss)	323
الحقيقة (Al Hakika Al Ousbouhia) الأسبوعية	44
الإصلاح و التنمية (Al Islah Wa Tanmia)	264
الإذاعة الوطنية (la Radio Marocaine)	127
Le Matin du Sahara et du Maghreb	1233
L'Opinion	3515
Al Bayane	922
Libération	1687
Aujourd'hui le Maroc	1078
Construire	335
Le Reporter	247
Finances News	69
Flash Economie	216
Le Journal des annonces	334
L'Etendard	505
TOTAL	27.579

Le tableau indique que, 27 titres de presse ont bénéficié en 2005 des annonces judiciaires et administratives dont 11 en langue française et 16 en langue arabe. La périodicité de ces journaux varie entre quotidiens, hebdomadaires, dont des titres régionaux et des bimensuels.

Ces annonces sont octroyées aux titres de presse qui ont une périodicité régulière.

f- Le Cadre juridique:

Au lendemain des Assises Nationales sur la Presse écrite, le Ministère de la Communication a appelé à une rencontre entre les différents partenaires des médias nationaux pour un échange de vues et de concertation sur les réformes à entreprendre dans le domaine des textes régissant le domaine de la presse écrite et celui des journalistes professionnels.

Les participants aux assises ont convenu d'un commun accord de procéder à une refonte globale des textes régissant la profession dans un code de la presse, en organisant l'exercice de la profession dans le sens d'une pratique professionnelle, responsable et respectueuse de la déontologie et de l'éthique journalistique.

L'éthique journalistique :

Le projet préliminaire du code de la presse et de l'édition propose la création d'un Conseil National de la Presse chargé d'organiser la profession, d'intégrer la formation et de juguler les dérapages et les violations des règles d'éthiques journalistiques.

h- La formation :

En plus de la formation initiale des étudiants journalistes, l'Institut Supérieur de l'Information et de la Communication a également pour mission le perfectionnement des journalistes professionnels dans le cadre de la formation continue.

Ainsi, l'Institut organise régulièrement des sessions de formation, animées par des experts nationaux et internationaux, au profit de journalistes marocains issus de différents supports de presse publics et privés.

Pour l'année 2005, plus de 108 journalistes marocains ont bénéficié de sessions de perfectionnement dans les modules suivants :

- Audiovisuel
Construire et réaliser un reportage de 13 minutes pour la télévision
Traitement journalistique de la thématique IST/SIDA à la radio
La diction française au service de l'information
Perfectionner la technique du reportage télévisé

- Presse écrite
La pratique de la photographie de presse
Ecrire pour la presse d'aujourd'hui

Les techniques de l'écriture journalistique dans la presse amazighe

Session de formation au profit des femmes journalistes d'Afrique francophone

L'ISIC a organisé également, onze conférences de haut niveau sur les thèmes suivants :

- Le web au crible de l'éthique journalistique
- Transformations du paysage médiatique marocain et enjeux de société
- Le langage télévisuel

- Le nouveau statut de la RTM et la réforme du secteur audiovisuel marocain.
- Etre journaliste à l'organisation des Nations Unies
- La recherche scientifique en Sciences de l'Information et de la Communication et les mutations du secteur de l'audiovisuel
- Table Ronde : Histoire des Médias/ Histoire et Médias
- La responsabilité des journalistes dans l'entente entre les peuples
- Rôle du journaliste en temps de crise et du métier de correspondant de guerre

I- Le Grand prix national de la presse :

Dans le cadre de l'évaluation des deux dernières éditions (2004-2005) du Grand prix national de la presse, une réunion de travail s'est tenue le 16 décembre 2004 à l'agence MAP sous la présidence du Ministre de la Communication, Porte-parole du gouvernement avec la participation des membres du jury et des comités d'organisation des deux éditions, du Syndicat National de la Presse Marocaine, de la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux, de l'Union des Ecrivains du Maroc, de l'Institut Supérieur de l'Information et de la Communication en plus de plusieurs autres représentants du monde de la presse et de la communication.

Parmi les points abordés lors des débats, l'organisation du prix, les types de prix, la composition du jury et du comité d'organisation.

Au terme de cette rencontre les participants ont convenu de revoir les types de prix en tenant compte du type de média et non du genre journalistique, en intégrant la presse électronique avec la presse d'agence. Ainsi, les prix sont devenus :

- 2- Prix de la télévision ;
- 3- Prix de la radio ;
- 4- Prix de la presse écrite ;
- 5- Prix de la presse d'agence et de la presse électronique ;
- 6- Prix de la photo ;
- 7- Prix en hommage à une personnalité de la presse qui a contribué d'une manière significative au développement de la presse nationale et à implanter les principes nobles de la profession.

L'enveloppe allouée aux prix est passée de 500.000 dhs à 600.000 dhs.

La mise en application de la nouvelle formule du prix a commencé à partir de sa troisième édition, c'est à dire en 2005.

En plus du comité d'organisation du prix qui est composé de représentants de la RTM (radio et TV) de l'agence MAP, du SNPM, de la FMEJ, de l'ISIC, de 2M et des représentants du Ministère de la Communication ; les membres du jury sont choisis parmi les professionnels exerçants dans le secteur de la communication et de la presse et reconnus pour leur professionnalisme et leur compétence.

Le comité du Grand prix de la presse nationale pour son édition 2005 était composé de :

Nom et prénom	Fonction
M.Abdeljabbar Shimi	Directeur du journal « Al Alam »
M.Abdeslam Zayane	Chef de la station régionale de la radio de Tétouan
M.Redha Benjeloun	Directeur adjoint de l'information à 2M
M.Ibrahim Gharbi	Journaliste ,Rédacteur en chef à Médi 1

Mme Narjis Rerhaye	Journaliste à Libération
M.Omar Lachhab	Rédacteur en chef à l'agence MAP
M.Hassan Lachhab	Chef de service de la rédaction Amazigh, A la radio nationale
M.Mohamed Bidari	Réalisateur à la RTM
M.Abderrazak Benchaabane	Professeur universitaire et spécialiste De la photo
M.Ben Aissa Asloun	Directeur des études à l'ISIC
Mme Laila Ben yassine	Rédactrice en chef de « Nissa mina al Maghrib »

Le nombre des candidats au Grand prix de la presse en 2005 a été de 139, répartis comme suit :

- La presse écrite : 63 candidats ;
- La télévision : 23 candidats ;
- La radio : 24 candidats ;
- La photo 14 candidats ;
- L'agence MAP 15 candidats.

La cérémonie de clôture de la troisième édition du prix a eu lieu le 14 novembre 2005 au Palais International des Congrès « Mohammed VI » à Skhirat.

Les résultats se sont présentés comme suit :

- 1- Prix de la télévision octroyé à Mme Soumaya Derhourhi de la deuxième chaîne (2M) pour son reportage intitulé « A la mémoire de mon père » ;
- 2- Prix de la radio octroyé à une équipe de la radio marocaine composée de Mme Fatima Alhourri et MM. Abdallah Joubir et Mostapha Bilal pour leur enquête intitulée « la femme et la politique » ;
- 3- Prix de la presse écrite et électronique octroyé ex æquo à Mme Chadouane Bensalmya de l'hebdomadaire « Tel Quel » pour son reportage intitulé « Drogue, au cœur du trafic » et Mme Nadia Ben salam du quotidien « Al Alam » pour un dossier sur « le monde de la chirurgie » ;
- 4- Le prix de l'agence de presse octroyé ex æquo à Mme Lamiya Dakka et M.Hassan Hermas tout deux de l'agence MAP pour leurs œuvres intitulées respectivement « la dépendance ou la délinquance latente des jeunes en désespoir de vivre » » et « la forêt de l'arganier » ;
- 5- Le prix de la photo a été octroyé à M. Noureddine Belhoucine du quotidien « Rissalat Al Oumma » pour son œuvre photographique sur le transport routier clandestin ;

Le prix en hommage a été octroyé à titre posthume au défunt M.Mustapha Karchaoui pour l'ensemble de sa carrière.

Le Secteur Audiovisuel Public

Chapitre II- Le secteur audiovisuel :

A- Le pôle public :

1-La Société nationale de la radio télévision :

A la suite de la publication le 3 février 2005 de la loi sur la communication audiovisuelle, le Ministère de la Communication a entamé les démarches nécessaires pour la transformation de la Radio Télévision Marocaine (RTM) et le Service Autonome de Publicité (SAP) en Société Nationale de Radio et Télévision, en tant que société participante en contribuant à l'élaboration de son statut et en établissant la structure du Conseil d'Administration dans lequel siègent deux représentants élus du personnel. Les discussions ont été entamées en ce qui concerne le statut des fonctionnaires et la convention collective qui constituera un cadre moderne et légal pour gérer les relations de travail au sein de l'établissement.

Le Ministère de la Communication a, au cours de la même période, préparé le cahier des charges et le contrat programme propre à la Société Nationale de la Radio et de la Télévision (SNRT) en vue de préciser les obligations de la société en tant que service public dans le domaine de l'information, de la culture et du divertissement, assurant un pluralisme d'opinions et l'égalité des chances pour accéder aux médias publics et en intégrant les diverses composantes de la culture nationale et en contribuant au développement de la production nationale.

Le cahier des charges de la SNRT a été approuvé par la HACA le 4 janvier 2006. Ce texte encadre l'activité de la SNRT dans le secteur audiovisuel, comme société éditrice des services généralistes et thématiques de télévision et de radio, ayant pour objet d'assurer l'exécution de la politique de l'Etat dans le domaine de la télévision, de la radio, de la télédiffusion, de la production et de la publicité.

L'élaboration du cahier des charges de la SNRT a été une occasion de préciser la programmation générale et les obligations particulières propres à chaque station régionale ou thématique soit en ce qui concerne la chaîne satellitaire « Al Maghribia » ou « Arrabia » la 4ème chaîne éducative ou la chaîne satellitaire régionale de « Laayoune » ou la radio Mohammed VI et Télévision « assadissa » qui diffusent tout ce qui est relatif à l'Islam (coran, Hadiths ...). Ces chaînes sont le produit d'une coopération entre la SNRT et les Ministères de la Communication, celui des Habous et des Affaires Islamiques et celui de l'Education Nationale.

Dans le but de diversifier l'offre publique, les discussions sont toujours en cours entre le gouvernement et le parlement en vue de mettre en place le projet de chaîne parlementaire. Le Ministère de la Communication dispose d'un projet ficelé à ce propos et est disposé à collaborer en vue de le faire aboutir.

Dans le domaine de la radio, il convient de souligner les efforts entrepris au niveau central et régional pour augmenter les heures de diffusion quotidiennes, et particulièrement la chaîne coranique Mohammed VI « assadissa » qui est passée de 10 à 16 heures de diffusion par jour et la radio amazigh qui est passée de 12 à 16 heures par jour. Ces efforts de diffusion sont renforcés au niveau technique par la généralisation de la numérisation au niveau régional et le renforcement de l'infrastructure au niveau central.

Sur le plan technique, et en vue de généraliser la couverture télévisuelle et radiophonique, la SNRT a réalisé un certain nombre de projets de couverture, d'équipement et d'entretien en rendant opérationnel les deux chaînes par la location des services sur « Hot Bird », et en introduisant la numérisation dans la réception satellitaire et en renouvelant plus de 38 stations de diffusion et de relais Tv et radio au niveau de plusieurs régions du Maroc.

-2- « SOREAD 2M » :

« 2M », devenue selon la loi sur la communication audiovisuelle une société nationale de service public, vient, dans un cadre de complémentarité, renforcer les chaînes publiques. Le cahier des charges de la chaîne a été approuvé le 3 août 2005 et le contrat programme la concernant est à son étape finale d'élaboration. La préparation du plan de développement stratégique de la chaîne a été confiée à un bureau d'études international.

• Promotion de la production nationale :

Le Ministère de la Communication accorde une importance particulière à la production nationale dans le but de la développer en quantité et qualité et renforcer sa place dans la programmation générale des médias publics.

Ainsi, le Ministère a veillé à intégrer dans le cahier des charges des médias publics, le soutien à la production nationale, y compris les productions audiovisuelles amazigh et ceci en coopération et collaboration entre le Ministère de la Communication et l'Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM).

Les pourparlers sont en cours pour la préparation de la rencontre sur le thème de la production nationale qui devrait avoir lieu en juin 2006. Le Ministère attend de cette rencontre un plan d'action capable d'améliorer le produit audiovisuel, de renforcer sa capacité concurrentielle et de le développer en qualité et en quantité.

3- La publicité :

Le budget publicitaire de la télévision est passé de 15 millions de dhs avec 8 heures de diffusion annuelle en 1970 à 3 milliards de dhs en 2005 avec 300 heures de diffusion. En dépit de cette progression très significative, le marché de la publicité au Maroc n'est pas exploité comme il se doit, puisque les multinationales et 10 annonceurs s'accaparent 60% des investissements dans le domaine publicitaire audiovisuel national. Les petites et moyennes entreprises qui représentent 92% du tissu économique national, sont très réservées vis-à-vis de la publicité commerciale.

Les spécialistes prévoient à l'horizon 2010 après l'achèvement des grands projets tels que le port Tanger-Med, le projet touristique « Azur » et les autoroutes...que la publicité connaisse un boom significatif.

4-Mesures d'audience

Les différents acteurs du secteur national de l'audiovisuel se sont concertés afin de mettre en place un outil fiable de mesure continu de l'audience des chaînes TV et ce, dans un contexte de libéralisation du champ audiovisuel marocain, de la multiplication de l'offre télévisuelle et de la recherche d'une meilleure adéquation entre l'offre des programmes et les attentes du public.

Ce système devra être en mesure de répondre aux besoins spécifiques de chacun des acteurs du paysage audiovisuel marocain, à savoir les chaînes et leurs régies, les agences et les annonceurs.

Cette mesure d'audience devra permettre par ailleurs de recueillir, de calculer, et d'analyser de la façon la plus précise possible les comportements des téléspectateurs face aux programmes des chaînes nationales et étrangères.

Sur la base d'un cahier des charges définissant le règlement et les contraintes techniques, trois sociétés ont soumissionné. Deux d'entre elles ont été retenues comme répondant aux critères nationaux.

Les deux sociétés soumissionnaires se sont présentées le 12 juillet 2005 devant une commission chargée de l'examen des offres et représentant les différentes parties concernées.

Il a par ailleurs été fait appel à un expert pour élaborer une étude comparative des deux offres. Le nom de la société adjudicataire a été annoncé au courant du mois de février 2006.