

Paysage Audiovisuel National

Les principaux intervenants dans le Paysage audiovisuel national (PAN) sont : le Ministère chargé de la Communication qui assure la tutelle du secteur ; la HACA qui en assure la régulation ; le « pôle audiovisuel public » qui comprend la SNRT et la SOREAD-2M et les opérateurs privés, à savoir la chaîne de télévision Média1TV et les radios privées ainsi que les intervenants dans le secteur cinématographique.

Durant la période couverte par la mission de la Cour des comptes (2006-2015), le soutien public au secteur a atteint 11,95 Milliards de DH répartis essentiellement entre trois intervenants du PAN : la SNRT, 2M et le CCM avec une moyenne annuelle de 1,33 Milliards de DH.

I. Observations et recommandations de la cour des comptes

A. Tutelle et régulation du secteur audiovisuel

1. Tutelle du secteur audiovisuel

Le Ministère de la communication constitue un acteur principal en matière de promotion du paysage audiovisuel national. Cette promotion consiste à donner une impulsion à la production nationale, tant audiovisuelle que cinématographique du point de vue quantitatif et qualitatif, à travers un ensemble d'actions visant les principaux organismes opérant dans le domaine audiovisuel et cinématographique (Chaines de télévisions, Radios et CCM), d'où l'importance des subventions octroyées par le ministère à ces organismes. De ce fait, la part des subventions que ce Ministère verse aux différents établissements sous tutelle, représente les 75% restante.

a. Cahier des charges mis en place et missions de service public clarifiées

Les sociétés nationales de l'audiovisuel public (SNAP), au sens de la loi 77-03 (SNRT et SOREAD), sont tenues au respect d'un cahier des charges fixant leurs obligations particulières, préparé par la tutelle et adopté par la HACA. Ces cahiers des charges (qui sont publiés par décret) prévoient les conditions dans lesquelles sont assurées les missions de service public par lesdites sociétés.

b. Contrats programmes élaborés et mis en œuvre

L'article 51 de la loi 77-03 dispose que « Des contrats programmes annuels ou pluriannuels sont conclus entre l'État et les sociétés nationales, définissant les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en œuvre, pour répondre à des obligations particulières dont notamment la couverture nationale, les standards technologiques, les obligations de contenu et celles liées à la fourniture de services associés à leur nature nationale en matière d'information, d'éducation, de culture ou de programmes régionaux. Le financement accordé doit correspondre au coût effectif découlant du respect de ces obligations ». A cet effet, le Ministère a élaboré pour le compte du gouvernement, à partir de 2006 un certain nombre de contrats programmes, avec les SNAP (deux avec la SNRT pour la période 2006-2008 et 2009-2011, et un avec la SOREAD pour la période 2010-2012).

L'évaluation et le suivi de la mise en œuvre des dispositions de ces contrats programmes sont assurés par un Comité de Suivi, placé sous la présidence du Ministère de l'économie et des Finances et composé des représentants dûment désignés par les signataires dudit contrat.

2. Régulation du secteur

La régulation du secteur de l'audiovisuel est assurée par la HACA régie par le Dahir n°1-02-212 du 31 Août 2002 et la loi 77-03. La HACA supervise l'application des opérateurs de communication audiovisuelle publics et privés de leurs obligations telles que définies par la

réglementation de la communication audiovisuelle. Aussi la HACA, en concertation avec l'ANRT, procède à l'assignation de fréquences radioélectriques aux opérateurs audiovisuels.

- **Redevances pour utilisation des fréquences radioélectriques : mode de calcul à revoir**

Les redevances pour utilisation des fréquences radioélectriques ont été fixées par l'arrêté du ministre de l'industrie, du commerce et des nouvelles technologies n° 623-08 du 18 rabii I 1429 (26 mars 2008).

Le modèle actuel de calcul des redevances ne tient pas compte de l'éloignement de la région desservie, du facteur économique, de la population concernée, de l'étendue de la zone géographique et la largeur de la bande occupée.

Dans l'objectif de réaliser un équilibre entre les régions, cette méthode de calcul devrait être modifiée pour :

- Inciter les acteurs à couvrir les régions reculées, difficiles d'accès et à faible potentiel économique ;
- Permettre à un grand nombre de marocains de profiter des avantages de la libéralisation du paysage audiovisuel ;
- Prendre en charge les évolutions technologiques en matière de radio et de TNT.

B. Plan national de transition vers la Télévision Numérique Terrestre (TNT)

La transition vers la télévision numérique terrestre est une phase importante dans la mutation technique du PAN et constitue un bouleversement majeur de ce dernier.

1. Diffusion de la TNT : infrastructures mises en place

Depuis 2006, « le Pôle Audiovisuel Public » a commencé à engager des investissements pour l'acquisition de l'infrastructure de diffusion numérique augmentant ainsi le taux de couverture de la TNT à près de 85% de la population marocaine (à fin 2014).

Afin d'honorer ses engagements en mettant fin à la diffusion analogique terrestre à l'horizon du 17/06/2015, le Maroc a entrepris un certain nombre d'actions visant le passage à la TNT. En effet, le « pôle audiovisuel public » a mis en place plusieurs actions pour permettre la couverture du territoire national en matière de réseau de diffusion de la TNT, dont on peut citer :

- L'identification des choix technologiques à adopter : (système de cryptage de télévision MPEG-2 utilisé pour les chaînes de télévision SDTV MPEG-4 canaux d'utilisateurs pour la télévision haute définition HDTV SDTV et le système de cryptage de la télévision), en tenant compte du pôle de diffusion publique et le coût des canaux de réception ;
- En 2006, le choix des sites de diffusion de la télévision numérique terrestre en ciblant les grandes villes et le lancement d'un bouquet de chaînes numériques ;
- L'utilisation de l'infrastructure de SOREAD-2M adaptée au réseau de diffusion de la TNT ;
- Formation d'ingénieurs de techniciens dans le domaine de la TNT.

2. Réception de la TNT : retard de la campagne de sensibilisation et d'équipement des ménages

Malgré les progrès réalisés dans la diffusion de la TNT, un retard important a été enregistré dans le domaine de l'équipement des foyers marocains en récepteurs TNT. En effet, le pourcentage des foyers qui disposent de récepteurs de la TNT est passé de 4,20% en 2011 à 21,7% en 2013 (1,16% recevait la télévision via l'ADSL en 2013).

Pour le financement du plan de transition vers la TNT, et plus précisément pour aider les familles à s'équiper en récepteurs TNT, le Ministère a opté pour l'importation desdits récepteurs. A signaler à cet effet que près de 93% (en 2013) de familles marocaines recevait la télévision via le satellite et la réception des chaînes hertziennes a connu une diminution remarquable pour passer de 86,3% en 2006 à près de 30% en 2013.

La Commission Nationale lors de l'établissement du plan national de transition vers la Télévision Numérique Terrestre (TNT), a prévu un volet relatif à la campagne de communication pour accompagner la mise en œuvre de ce plan. Cette campagne n'a démarré pour les médias que le 30 Avril 2015, alors que la date butoir pour la transition vers la TNT était fixée au 17/06/2015.

C. Financement du paysage Audiovisuel National

Le financement du « pôle audiovisuel public » et du cinéma au Maroc se fait à travers quatre sources de financement qui sont : Le budget général, le fonds pour la promotion du paysage audiovisuel et des annonces et de l'édition publique, la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel national et les ressources publicitaires.

La SNRT a bénéficié de 88% du soutien financier public soit 10,5MMDH contre 430 MDH pour 2M et 995 MDH pour le CCM durant la période 2006 à 2016. Ce soutien se caractérise par une prédominance des subventions du budget général qui représentent 50,90%, suivis respectivement de la TPPAN et du FPPAN avec 24,13% et 20,59%, en plus des subventions du ministère des habous et de l'agence du Sud pour respectivement 3,96% et 0,42% dont a bénéficié la SNRT uniquement.

1. Le fonds pour la promotion du paysage audiovisuel, des annonces et de l'édition publique

➤ Multitude de bénéficiaires et baisse des ressources

Le fonds pour la promotion du paysage audiovisuel, des annonces et de l'édition publique est considéré depuis sa création en 1996 comme l'instrument majeur pour le développement du secteur de l'audiovisuel et la relance de la production nationale à travers :

- L'octroi de subventions pour la réalisation des programmes et des projets ;
- Les dotations en capital aux organismes nationaux de radiodiffusion et de production d'œuvres cinématographiques.

Ces ressources sont constituées des produits des deux taxes suivantes :

- 40% du produit de la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel national ;
- La taxe annuelle sur la publicité.

Les recettes du fonds se sont élevées en 2014 à un montant de 375 MDH contre 266 MDH en 2013. Les dépenses opérées sur le fonds ont atteint un montant de 333 MDH en 2014 contre 161 MDH en 2013. Ces subventions ont été débloquées principalement au profit de la SNRT (69%), du CCM (27,10%) et de la MAP (2,58%).

➤ Elargissement de l'octroi des subventions du fonds à d'autres activités et à d'autres bénéficiaires

Le fonds pour la promotion du paysage audiovisuel a été créé par la loi des finances de l'année 1996-1997, initialement, afin de permettre la comptabilisation des opérations afférentes à la promotion du paysage audiovisuel national notamment les subventions, dotations en capital et fonds de concours accordés aux organismes nationaux de radiodiffusion et de production d'œuvres audiovisuelles. Cependant le ministère n'a cessé de procéder à l'élargissement des bénéficiaires du fonds avec des recettes toujours limitées. En effet, et à compter du 1er janvier 2008, les dispositions de l'article 44 de la loi de finances n° 8-96 de la loi des finances de l'année 1996-1997, ont été modifiées pour intégrer la formation dans le domaine de la communication.

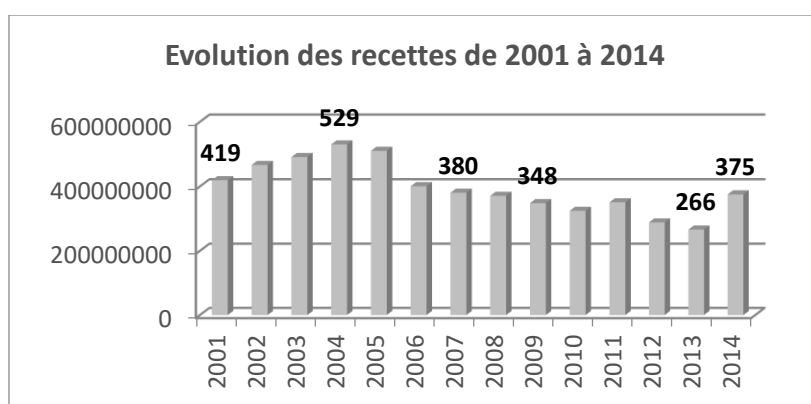
Et, à compter du 1er janvier 2013 la dénomination du fonds a changé pour devenir « fonds pour la promotion du paysage audiovisuel et des annonces et de l'édition publique ». Il finance en particulier :

- Les dépenses relatives aux études générales et aux campagnes de communication ;
- Le soutien aux sociétés de production d'œuvres audiovisuelles et du cinéma ;
- Les aides à la numérisation, la modernisation et la construction des salles de cinéma ;
- Les aides aux festivals de cinéma ;
- Les dépenses relatives aux annonces et à l'édition effectuées par les administrations publiques et les collectivités locales, les établissements publics et les tribunaux.

➤ **Baisse significative des ressources du fonds depuis 2005**

Les recettes du fonds ont connu une baisse continue depuis 2005. En effet, les recettes du fonds sont passées de 510 MDH en 2005 à 375 MDH en 2014 soit une baisse de 26%.

Le diagramme suivant illustre l'évolution des recettes de 2001 à 2014 du fonds :



Cette tendance baissière des recettes du fonds conjuguée au réaménagement des tranches sur lesquelles la TPPAN est calculée, aux exonérations décidées et à l'élargissement des dépenses du fonds à d'autres bénéficiaires, limite la marge de manœuvre du ministère dans sa politique de promotion du paysage audiovisuel national.

➤ **Gestion des recettes du fonds**

Le Ministère n'a pas réalisé l'étude pour la révision de l'assiette et du taux de la TPPAN prévu par le contrat programme entre l'Etat et la SNRT qui stipule dans son article 15 que l'Etat s'engage à réaliser en 2006 une étude pour la révision de l'assiette et du taux de TPPAN permettant ainsi l'augmentation, à partir de 2007, du produit de ladite taxe de l'ordre de 20%.

Le ministère ne dispose d'aucune information sur les recettes par mois que devrait verser les organismes collecteurs. En effet les certificats de recettes reçus du TM sont globaux et ne détaillent pas le montant collecté par organisme collecteur et par mois.

En plus, le ministère ne dispose pas de structure dédiée au suivi des recettes du fonds afin d'éviter les problèmes liés au retard de recouvrement ou de non recouvrement des deux taxes, mais consacre un seul cadre qui se charge du suivi des recettes et des dépenses du fonds.

➤ **Insuffisances dans le recouvrement de la TPPAN**

Selon l'article 10 de la loi de finances de 2010 et l'arrêté conjoint du ministère de l'économie et des finances et du ministère de la communication n° 2044-10 du 8 CHAABANE 1431 (20 juillet 2010), les organismes collecteurs du produit de la TPPAN sont tenus de verser au Trésor, au plus tard à la fin du mois qui suit le mois de réalisation des recettes, le produit de ladite taxe.

A défaut de versement du produit de la taxe précitée dans les délais impartis, le ministre de la communication émet un ordre de recette sur la base des recettes réalisées au titre du même mois de l'année écoulée.

Il est à constater que le recouvrement de la TPPAN est caractérisé par un retard d'encaissement et la non application des majorations de retard.

➤ **Retard de la fixation des modalités de versement au trésor et du versement des organismes collecteurs de la TPPAN**

Les organismes collecteurs de la TPPAN sont constitués de l'office national de l'électricité et de l'eau potable, des régies de distribution de l'eau et de l'électricité, et des sociétés concessionnaires des services de distribution de l'eau et de l'électricité (la Lydec, la Redal et Amendis). Certains organismes ne versent pas la TPPAN collectés dans les délais fixés par la réglementation en vigueur notamment l'article 16 de la loi de finances de l'année budgétaire 1996-1997 et l'arrêté conjoint précité.

En effet, l'article 1 dudit arrêté stipule que les organismes collecteurs de la TPPAN sont tenus de verser au trésorier ministériel au plus tard à la fin du mois qui suit le mois de réalisation des recettes de ladite taxe, le produit encaissé au titre du mois considéré, taxe sur la valeur ajoutée comprise. Cependant, certains organismes collecteurs ne versent pas mensuellement les sommes collectées dans les délais fixés. C'est le cas de l'ONEE, la RADEEMA et la RADEEL.

➤ **Retard dans l'établissement des ordres de recettes**

Pour les besoins de liquidation de la taxe, le TM devait envoyer les montants déclarés par les organismes collecteurs à l'ordonnateur, pour l'établissement des ordres de recettes. En pratique, ce dernier, encaisse la TPPAN sans en informer mensuellement, le ministère contrairement à l'arrêté conjoint du ministre de l'économie et des finances cité plus haut.

Ainsi, le TM se contente d'envoyer des certificats de recettes en retard, comme c'est le cas pour l'année 2014 où les certificats de recettes des mois de janvier, février, mars, avril, mai, juin, juillet n'ont été envoyés qu'en date du 01/10/2014. Parfois les ordres de recettes de plusieurs mois de l'année sont regroupés en un seul envoi après la fin de l'année considérée comme cela a été le cas pour l'année 2010 où les certificats de recettes concernant tous les mois ont été envoyés par le TM le 14/10/2011.

En dépit des retards constatés dans le recouvrement de la TPPAN, le ministère de la communication n'a jamais procédé à l'établissement des ordres de recettes sur la base du montant des recettes réalisées au titre de ladite taxe au cours du même mois de l'année écoulée ou à défaut sur la base de la moyenne mensuelle des recettes versées au cours de la dernière année de constatation des recettes comme cela est prévu par l'arrêté conjoint n°2044-10.

➤ **Absence d'application des majorations de retard**

Malgré le retard récurrent constaté dans le versement de la TPPAN par les organismes collecteurs et dont la mission de la Cour a cité quelques exemples plus haut, le trésorier ministériel n'a pas procédé à la liquidation des majorations de retard correspondantes calculées au taux de 0,5% par mois ou fraction de mois de retard qui doivent être liquidées à l'initiative du trésorier ministériel comme cela est prévue par l'article 5 de l'arrêté conjoint n°2044-10.

A titre d'exemple, aucune majoration de retard n'a été appliquée durant l'année 2015, et ce malgré le retard enregistré dans le recouvrement de cette taxe.

2. La publicité audiovisuelle

La publicité est une source de financement importante pour les SNAP. En 2014, elle a représenté 93% des ressources de la SOREAD-2M et 10% de celles de la SNRT. Le marché de la publicité au Maroc est caractérisé par une concentration des annonceurs et des secteurs.

➤ **Absence d'étude sur le secteur de la publicité audiovisuelle**

Selon l'article premier du Décret n° 2-06-782 du 3 rabii I 1429 (11 mars 2008) fixant les attributions et l'organisation du ministère de la communication, ce dernier est chargé de préparer et exécuter la politique du Gouvernement relative aux différents domaines du secteur de la communication dont la publicité.

➤ **Publicité pluri média, évolution palpable de la part de l'affichage et de la radio**

Les investissements bruts en publicité de 2006 à 2010, par type de média a connu une augmentation remarquable de la part de l'affichage et de la radio. En effet, la part de l'affichage est passée de 27% en 2012 à 29% en 2015 et celle de la radio est passée de 16% en 2012 à 27% en 2015. A l'opposé la part de la publicité sur la télévision a connu une diminution remarquable passant de 33% en 2012 à 28% en 2015.

Dans le même cadre, il est à noter l'augmentation de la part de marché de la publicité sur le WEB dont la croissance est passée de 14% en 2011 à 16% en 2012 et à 19% en 2013.

Il est à noter que les SNAP ne profitent pas de la dynamique du marché de la publicité digitale.

D. Sociétés Nationales Audiovisuelles Publiques

La SNRT et la SOREAD sont liées avec l'Etat par des contrats programmes définissant les obligations de chaque partie, en vue notamment de mettre en œuvre les dispositions des cahiers des charges dont les obligations de service public des deux sociétés.

1. « Pôle audiovisuel public » : dans l'attente de sa mise en place effective depuis l'année 2006

Dans le cadre de la mise en place d'un « pôle audiovisuel public », le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a rendu un avis dans lequel il a souligné qu'il convient de rapprocher, en vue de les regrouper, l'ensemble des composantes de l'audiovisuel public au sein d'un même pôle, diversifié et complémentaire, tout en capitalisant sur les acquis des opérateurs existants.

L'avis a précisé que la réorganisation envisagée devrait être réalisée de manière progressive, afin de lui garantir les meilleures chances de réussite. Il s'agit d'abord de la mise en place d'un contrôle directorial unique, consistant en la nomination d'un président commun aux deux sociétés nationales d'audiovisuel public (SNRT et SOREAD 2M), muni d'un réel pouvoir d'orientation, de coordination et d'arbitrage. Les deux sociétés nationales devant, par ailleurs, conserver leur originalité et leur identité éditoriales. Cette restructuration devait aboutir in fine à la création d'une société holding

Après 10 ans, « le pôle audiovisuel public » tel que préconisé par la HACA n'a pas été mis en place. Bien qu'elles disposent d'un même président, les deux sociétés audiovisuelles publiques œuvrent sans synergie réelle et des insuffisances ont été constatées au niveau de la coordination des actions et la mutualisation des efforts.

2. La SNRT

L'Etat a conclu avec la SNRT deux contrats programmes (CP) couvrant les périodes 2006-2008 et 2009-2011. Ces contrats précisent les engagements des deux parties et leurs délais de réalisation, tout en mettant en place les structures en charge de leur contrôle.

a. Contrat programme pour la période 2006-2008

➤ **Non respect du rapport du Comité de suivi aux exigences du CP**

Le comité de suivi instauré a produit un seul rapport sur l'état d'avancement en avril 2010, soit 4 mois après la fin du contrat programme contrairement à l'article 16 du contrat programme qui stipule que : « Le Comité de suivi adressera aux signataires du contrat un rapport annuel sur l'état

de son avancement. ». Aussi, ce rapport se contente de décrire les réalisations de la SNRT, au lieu d'examiner tout écart par rapport aux hypothèses retenues et ayant des répercussions significatives sur les réalisations des objectifs de la société et sa performance, comme prévu par l'article 16 du contrat programme. En effet, le comité ne s'est pas prononcé sur les dépassements dans le programme d'investissement qui a atteint 254 MDH à fin 2008 (soit un dépassement total de 60%). Cela devait ressortir annuellement lors du rapport annuel du comité de suivi prévu par l'article 16 du contrat programme, et aurait pu alerter à temps les différents signataires du contrat programme pour apporter les solutions au temps opportun.

➤ **Non ajustement de la situation des ressources et des charges de la société**

L'article 14 du contrat programme stipule que : « Dans le cas où la SNRT réalise des recettes propres supérieures à celles figurant dans le tableau en annexe 17, le Comité de suivi examinera les modalités d'ajustement de la situation des ressources et charges de la société. ». Alors que durant cette période, les recettes propres de la SNRT ont connu une amélioration globale de près de 17% en liaison principalement avec l'amélioration des recettes publicitaires et des recettes au titre de la TPPAN, sans qu'aucun ajustement n'ait été opéré de la situation des ressources et charges de la société

b. Contrat programme pour la période 2009-2011

➤ **Prévisions budgétaires non fiables**

La SNRT s'est engagée dans le cadre de ce contrat programme à maintenir et à optimiser la couverture TV analogique pour un budget estimé à 39 MDH sur la période 2009-2011, puisque l'analogique devait être abandonnée en 2015. Cependant, la SNRT a dépassé dans le cadre du renouvellement des équipements de diffusion analogique les engagements pris dans le contrat programme. Ce dépassement représente dans certains cas 300% des objectifs alors que ce mode de transmission est appelé à disparaître et devait normalement faire l'objet de maintenance et non pas de grands investissements.

➤ **Engagements totalement ou partiellement réalisés**

Le contrat programme prévoyait la programmation d'une opération de départ volontaire au cours du premier trimestre de l'année 2010, parmi le personnel de l'ex-RTM, avec un effectif de 350 salariés, pour un coût estimé à 125MDH et un gain de 65MDH par an à partir de 2010. Le financement devait se faire par crédit bancaire.

Il est à signaler que cette opération a été réalisée avec un retard de plus de deux ans sur deux tranches. La 1^{ère} en juin 2012 avec un coût de 52,9 MDH et la 2^{ème} en décembre 2012 avec un coût de 10,4 MDH soit un coût total de 63,3 MDH, et qu'elle a été financée au moyen d'une subvention du ministère des finances pour 86 départs seulement au lieu des 350 initialement prévus.

Certains engagements fixés dans le contrat-programme ne sont réalisés que partiellement par la SNRT même si les crédits destinés à leur réalisation ont été entièrement alloués. C'est le cas de l'engagement relatif à « la mise en œuvre d'un référentiel des emplois et compétences concernant l'ensemble des métiers de l'audiovisuel ».

➤ **Réalisations non prévues dans le contrat programme**

La Cour note que certaines réalisations de la SNRT durant la période 2009-2011 n'étaient pas prévues dans le contrat programme notamment, l'acquisition d'un terrain nu pour 20 MDH et d'un terrain à Technopolis pour 36,1 MDH pour la construction du nouveau siège.

c. Autres observations

➤ **Absence de comptabilité analytique**

Selon l'article 51 de la loi 77-03, le financement accordé dans le cadre des contrats programmes doit correspondre **au coût effectif** découlant du respect des obligations. Cependant, les contrats-

programmes ont été conclus sans que la SNRT ne dispose d'une comptabilité analytique lui permettant d'évaluer le coût effectif de ses obligations.

En effet, même si la mise en place d'une comptabilité analytique faisait partie des engagements de la SNRT dans les deux contrats programme (2006-2008 et 2009-2011), le projet de mise en place de la comptabilité analytique de la SNRT n'a été lancé qu'en Novembre 2014, alors que le rapport du comité de suivi du contrat programme pour la période 2009-2011 établi en juillet 2012, traite du « démarrage de mise en place de la comptabilité analytique: premier Axe mis en place (Production audiovisuelle externalisée)».

A cet effet, il est à noter qu'en l'absence d'un système de comptabilité analytique opérationnel au niveau de la SNRT, les estimations du coût effectif du cahier des charges et le chiffrage des obligations de la chaîne restent approximatifs.

➤ **Retard dans la création de la chaîne parlementaire et de la chaîne dédiée à la famille et à l'enfant**

La création de la chaîne parlementaire et de la chaîne dédiée à la famille et à l'enfant connaît un retard malgré le fait que le cahier des charges liant l'Etat et la SNRT signé en 2012, précise dans son article 6 que la SNRT offre un service télévisuel diversifié dont des chaînes thématiques.

➤ **Dépendance accrue aux subventions de l'Etat**

La SNRT souffre de difficultés financières liées à son modèle économique ce qui impacte négativement ses performances. En effet, le rapport du contrôleur d'Etat présenté lors du conseil d'administration tenu le 03/06/2015 mentionne des difficultés financières qui se manifestent par la baisse de son chiffre d'affaire, le recours quasi structurel aux découverts bancaires et l'importance des postes de créances et de dettes.

Le chiffre d'affaires (CA) réalisé par la SNRT a connu une régression depuis l'année 2010, passant de 916 MDH à 597 MDH en 2015. Cependant la proportion des recettes propres réalisées par la SNRT oscille entre 33% en 2010 et 37% en 2015.

Il est à rappeler que le CA réalisé par la SNRT ne couvre même pas ses charges d'exploitation, qui ont représenté environ deux fois le CA durant la période 2009-2015. Ces charges ont atteint 1402 MDH avec un CA de 597 MDH en 2014. Cette situation de la SNRT s'explique largement par la faiblesse de ses recettes publicitaires, qui ont atteint 169 MDH en 2015, et l'importance de ses charges de personnel avec 520 MDH la même année.

➤ **Contrats programmes : une dynamique en veilleuse depuis 2012**

L'Etat a conclu deux contrats programmes avec la SNRT, pour la période 2006-2008 et 2009-2011. Le dernier contrat programme précise dans son article 3 que la SNRT présentera avant la fin de 2011 un projet de contrat programme pour la période 2012-2014. A cet effet, la note d'orientations générales pour la conclusion du nouveau contrat programme n'a été approuvée par le conseil d'administration que le 29/11/2012 suite à son examen et sa validation par le comité de stratégie et d'investissement. Des réunions préparatoires ont été tenues à partir de novembre 2012, pour d'une part, le chiffrage des projets relatifs aux chaînes et radios dont le montant proposé par la SNRT était de **1,6 MMDH** annuellement et d'autre part pour discuter de la progressivité et les grandes orientations des pouvoirs publics dans la mise en place des obligations du nouveau cahier des charges.

Cependant aucun contrat programme n'a été signé entre l'Etat et la SNRT depuis 2012 à la date de rédaction du présent rapport.

3. 2M - S O R E A D

a. La mise en œuvre des cahiers des charges et des contrats-programmes

L'Etat n'a conclu avec la SOREAD qu'un seul contrat programme pour la période 2010-2012 (coïncidant avec le 2^{ème} cahier des charges) et pour des contributions financières de 80 MDH en 2010, 55 MDH en 2011 et 35 MDH en 2012.

Par ailleurs, l'Etat a octroyé à la SOREAD des subventions en l'absence de contrats programmes. Le tableau suivant en précise les années et les montants :

Année	2006	2007	2009	2013	2014
Montant en KDH	80 000	80 000	50 000	45 000	45 000

Source : Données MINCOM/SOREAD

➤ Evaluation du contrat programme

L'Etat et la SOREAD ont conclu un seul contrat programme régissant la période 2010-2012, qui mentionne que les engagements de l'Etat sont de l'ordre de 170 MDH.

La Cour note que certaines obligations de la SOREAD n'ont pas été réalisées et notamment la partie des engagements de la SOREAD qui concerne les investissements qui n'a été réalisée qu'à concurrence de 52,3%, la diffusion des téléfilms, des longs métrages, des courts métrages et l'opération des départs volontaires réalisée à concurrence de 41,3%. Aussi, l'obligation de la suppression de l'escompte octroyé par la régie publicitaire de SOREAD n'a pas été réalisé. En effet, la régie publicitaire de la chaîne octroi des escomptes aux annonceurs publicitaire sans concertation avec la chaîne, ce qui pose le risque de la non maîtrise de cette dernière de son CA. Ce point a fait l'objet d'une observation de la Cour, lors de sa mission de contrôle de la gestion de la SOREAD en 2009. La Cour avait évalué l'escompte octroyé par la régie de 2004 à 2007 à 52,7 millions de DH soit 31,6 % des résultats nets comptables des exercices concernés.

➤ Impact du nouveau cahier des charges

L'impact de l'entrée en vigueur du cahier des charges durant l'année 2012 a été évalué en interne par la SOREAD aussi bien dans sa partie charges « Supplémentaires » que dans sa partie impact sur les recettes de la chaîne. Cette évaluation a donné lieu à un manque à gagner total sur recettes publicitaires de l'ordre de 190 MDH.

D'après le rapport du comité de suivi, un certain nombre d'obligations du cahier des charges ont été largement dépassées par la SOREAD avec des taux de réalisations supérieurs à 100%. Cela démontre que malgré que le cahier des charges impose une certaine programmation à la chaîne, certaines de ses « obligations » drainent de l'audience et deviennent en fait une partie des activités « normales » de la chaîne, tels que les séries ou feuilletons, films documentaires, tout en privilégiant la diffusion de la production nationale (Pour ces engagements la SOREAD a dépassé les seuils fixés par le cahier des charges).

b. Vétusté des équipements et financement quasi-exclusif par les recettes publicitaires

La SOREAD a accusé un retard en termes d'investissements relatifs à son centre de production et transmission/diffusion. Une bonne partie des équipements dont dispose la SOREAD actuellement est acquise depuis plus de 12 ans en moyenne (régies de production, régies de post production, régies de mixage, équipements techniques pour les processus News, outils techniques pour les processus de diffusion, de publicité, de vérification, transmission, télédiffusion, développement HD, TNT SAT, TNT terrestre...)

La part d'audience dont jouit la SOREAD lui a permis de réaliser un chiffre d'affaires appréciable en tenant compte de la nature du marché publicitaire marocain. En effet, elle a réalisé un CA net de près de 705 MDH en 2015.

c. Situation financière préoccupante

Les agrégats comptables et financiers de la SOREAD, témoignent d'une situation financière alarmante. La SOREAD ne réalise que des RNE négatifs depuis 2008, du fait que son CA n'arrive pas à absorber le total de ses charges et du fait d'un résultat financier déficitaire.

Le fonds de roulement de la société est structurellement négatif, donnant lieu à une trésorerie négative depuis 2008. La situation nette de la SOREAD est préoccupante du fait des pertes enregistrées.

La SOREAD avait procédé au cours de l'exercice 2012 à une réduction du capital pour un montant de 282,2 MDH ramenant ainsi le capital de 302,4 MDH à 20,2 MDH suivie d'une augmentation de capital par conversion du compte courant d'associés pour un montant de 245,2 MDH et par apport en numéraire pour un montant de 93,4 MDH. Cette opération avait porté le capital de la société de 20,2 MDH à 358,7 MDH.

A partir de l'année 2012 et en dépit de la situation nette qui est inférieure au ¼ du capital et de la lettre du commissaire aux comptes datée de la fin de l'année 2014, informant le président de la SOREAD de cet état, la régularisation juridique de cette situation n'a pas été réalisée et ce contrairement aux dispositions de la loi sur la SA et notamment son article 357.

E. Promotion du secteur cinématographique : évolution de la production et diminution du nombre de salles

Le soutien financier de l'Etat constitue la principale source de financement du Cinéma au Maroc et touche principalement le domaine de la production cinématographique, des salles de cinéma et des festivals cinématographiques. Les subventions octroyées au secteur du cinéma par le fonds de 2006 à 2014 ont atteint un montant de 590 MDH.

Malgré l'évolution de la production des films marocains, le cinéma national reste limité par la baisse du nombre d'écrans au Maroc. Le nombre de salles de cinéma est passé de 122 salles à 32 en 2014. Quant au nombre d'écrans est passé de 141 écrans en 2005 à 59 en 2014. Dans le même cadre, une forte concentration des écrans est constatée au niveau de 2 complexes de cinéma (Mégarama de Casablanca et Marrakech) avec 23 écrans, soit 40% des écrans au Maroc.

Les recettes des salles de cinéma ont connu une baisse très importante qui a atteint 42 % entre 2002 et 2014 passant de plus de 130 MDH en 2002 à 74,85 MDH en 2014. La fréquentation des salles de cinéma a connu, pour sa part, une baisse remarquable en passant de 2,64 Millions en 2009 à 1,64 Millions en 2014 soit une baisse de 38% durant ces deux années.

D'autre part, le nombre de sociétés de distribution actives au niveau du secteur du cinéma au Maroc s'est réduit durant les dernières années. Ce nombre est passé de 129 sociétés de distribution en 2005 à 9 sociétés en 2014.

Le nombre des productions étrangères tournées au Maroc a connu une évolution significative durant les dernières années et a atteint 38 en 2014 entre longs métrages et séries télé de plus de 10 nationalité pour un budget total de 1.166,31 MDH contre 17 longs-métrages étrangers en 2004 pour un budget total de près de 800 MDH.

Le soutien public au secteur du cinéma au Maroc a permis l'augmentation de la production nationale durant la dernière décennie, cependant ce secteur peine à passer au stade de la maturité où il pourra réduire sa dépendance vis à vis de l'aide publique.

Eu égard à ce qui précède, la Cour des comptes recommande aux différents intervenants du paysage audiovisuel national de :

- *Se conformer aux dispositions de la loi n°77-03 et notamment son article 51 relatif à la conclusion entre l'Etat et les sociétés nationales, de contrats programmes*

définissant les objectifs à atteindre, les moyens à mettre en œuvre et les obligations particulières à respecter ;

- *Prendre les mesures nécessaires pour régulariser la situation financière de la SOREAD et se conformer à la loi sur la Société Anonyme ;*
- *Evaluer la situation actuelle du paysage audio visuel afin de procéder à l'adoption des choix stratégiques appropriés et ainsi mettre en place un modèle économique adapté à ses spécificités ;*
- *Adopter une approche globale et intégrée pour le secteur du cinéma qui inclut à la fois la production, la distribution, la commercialisation ainsi que le financement et prendre en considération les spécificités du secteur au Maroc.*

II. Réponse du Ministère de la Communication, Porte parole du Gouvernement

(Texte réduit)

Si le rapport de la Cours des Comptes a traité de deux secteurs essentiels dans le champ d'action du Ministère, à savoir le secteur audiovisuel et cinématographique, c'est parce que leur point commun réside dans leur financement, qui repose, à différents degrés, sur les recettes du Fonds pour la Promotion du Paysage Audiovisuel National, en plus du budget général et des charges communes.

Le Ministère a porté une attention particulière à la rationalisation, et au développement des ressources financières allouées spécialement à ce secteur, y compris Fonds pour la Promotion du Paysage Audiovisuel National, et ce depuis l'adoption de l'action sociale en 2012 d'exempter les familles à faible revenu de la taxe qui alimente ce fonds, et les conséquences engendrées suite au déficit enregistré au niveau des recettes, où le Ministère a collaboré avec les départements gouvernementaux concernés pour résoudre les problèmes associés et assurer les ressources financières axées nécessaires au développement du secteur.

Si le Ministère présente des réponses détaillées sur toutes les observations contenues dans le rapport de la Cours des Comptes, nous proposons dans ce préambule la présentation des plus importantes actions entreprises pour le développement du secteur.

La vision stratégique du secteur audiovisuel et du cinématographique

La Stratégie du Ministère de la Communication dans le secteur audiovisuel et cinématographique durant la période 2012-2016 s'est caractérisée par un contexte national et démocratique marqué par une aspiration à des médias publics professionnels, responsables et compétitifs, basés sur la gouvernance, la qualité et le pluralisme, l'égalité des chances, l'indépendance éditoriale, et l'initiative créative, et est déterminé à l'éthique professionnelle tels qu'elle est universellement reconnue.

(...)

Reste le mot clé dans la vision que le Ministère veille à mettre en œuvre est parvenir à des médias libres, responsables, créatif, compétitif, professionnel, et producteur à travers une approche participative reposant sur la bonne gouvernance et la valorisation des ressources humaines. Des médias reflétant le pluralisme politique et culturel, et sert l'identité nationale et s'engage dans le développement sociétal et suit la transition politique et œuvre pour établir les principes du pluralisme et de la diversité entre les différentes composantes de la société marocaine et de ses affluents, en mettant l'accent sur la politique de l'ouverture, la tolérance et l'interaction positive avec les différentes cultures et civilisations humaines.

Cette vision peut être résumée dans les domaines de l'audiovisuel et du cinéma dans les éléments contenus dans le programme gouvernemental 2012-2016 suivant :

- Accroître la qualité et la gouvernance du secteur de la communication audiovisuelle, améliorer sa compétitivité et de professionnalisme et la valorisation de l'indépendance et la qualification pour gagner le pari de la libéralisation et le succès de la transition vers le numérique ;
- La modernisation et le développement de l'industrie cinématographique et la production nationale en quantité et en qualité et élargir la promotion internes et externes avec la réglementation du secteur et sa rationalisation.

(...)

Secteur Audiovisuel

- **Adoption d'un cadre clair pour les principes et les normes de service public dans le cadre du respect de l'autonomie**

Dans la poursuite du principe de service public, fondée sur la liberté d'expression et le droit à l'information et sur les principes de l'indépendance éditoriale et l'expression pluraliste des différents courants de pensée et d'opinion, en vertu des dispositions légales en vigueur, le Ministère de la Communication a pris un certain nombre de mesures importantes visant à gagner le pari de la mise à niveau des contenus dans l'audiovisuel public, au même titre que le pari de gagner la qualité des services édités.

La première action importante résidait dans l'adoption de nouveaux cahiers des charges des sociétés nationales de l'audiovisuel public, qui ont été publiés au Bulletin officiel le 22 Octobre 2012, et qui se sont basés sur les cinq principes directeurs essentiels suivants : établissement des principes du service public, adoption d'une programmation référentielle, variées et pluraliste, la diversification et le développement de la production nationale interne, en plus de l'amélioration de l'éthique et de l'intégrité des programmes, et la mise en place de mécanismes de bonne gouvernance.

(...)

- **Renforcement du pluralisme politique**

(...)

- **Promotion de la diversité linguistique et culturelle**

Le rôle de la chaîne amazighe a été renforcé en ajoutant sept nouveaux programmes (tarifit, tachelhit, Tamazight et arabe), en mettant l'accent sur l'équilibre entre les trois affluents de la langue amazighe au sein de la chaîne amazighe, (...)

En ce qui concerne la diversité territoriale, au moins 12 nouveaux reportages par jours ont été produits au niveau de la deuxième chaîne. Les sujets de proximité ont constitué pas moins de 14% du total des bulletins d'information qui sont transmis sur AL Aoula.

- **Développement et amélioration de la production nationale**

D'importants progrès ont été réalisés au niveau de la promotion de la production nationale en adoptant un système d'appels d'offres dans le domaine de la production nationale externalisée. Environ deux ans et demi après l'adoption de ce système, 70 sociétés de production ont bénéficié de ce système pour la production de 160 programmes avec un budget estimé à 620 millions de dirhams. Cette procédure a contribué à la mise en place d'un secteur structuré, grâce à l'adoption de l'obligation aux sociétés de s'acquitter de leurs impôts et obligations sociales comme condition préalable à l'accès aux appels d'offres de production.

(...)

- **Succès de la transition vers la télévision numérique terrestre (TNT) et le maintien de la souveraineté des médias**

Le succès de la transition vers la télévision numérique terrestre, et la réalisation de l'engagement international de Maroc en 2006 d'aller vers la TNT dans la gamme UHF le 17 Juin 2015 dans une première phase, puis dans la gamme de VHF une deuxième phase, le 17 Juin 2020. (...)

- **Renforcement du modèle économique des sociétés audiovisuelles publiques**

Afin d'assurer les ressources financières nécessaires à la réussite des réformes en cours et d'assurer la continuité du service public, le Ministère a veillé au versement d'un total de 5522.15 millions de dirhams au profit de la Société Nationale de Radiodiffusion et Télévision (SNRT) à partir de 2012 jusqu'à la mi-mai de l'année 2016, sans calculer les 60% des revenus de la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel nationale qui sont directement orientés vers la société, et qui ont atteints 275.739.383,97 DH en 2015, et 216.214.125,51 DH en 2016.

(...)

- **Renforcement de la gouvernance des médias publics par la mise en œuvre des recommandations des instances de gouvernance et de vérification et l'application du code marocain de bonnes pratiques de gouvernances des entreprises et établissements publics.**

Dans le cadre de la mise en œuvre des dispositions des cahiers des charges, les membres de la commission de sélection des programmes et de la commission d'éthique des programmes ont été désignés par les conseils d'administration de la Société nationale de radiodiffusion et de télévision (SNRT) et de SOREAD-2M. (...)

- **Promotion de l'éthique des programmes**

Depuis l'activation du rôle et la fonction des comités d'éthique de la SNRT et de SOREAD-2M, dont la création est prévue par les nouveaux cahiers des charges, ces comités ont reçu un certain nombre de plaintes et de correspondance concernant un certain nombre de programmes et de contenus audiovisuels diffusés par ces chaînes, contribuant ainsi à promouvoir le respect de l'intégrité des programmes et de l'éthique professionnelle dans le métier des médias. Ces deux comités sont composés de personnalités de l'extérieur des chaînes.

(...)

- **Adoption d'une deuxième génération de réformes législatives**

La loi N°11.15 portant réorganisation de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle (HACA) promulguée par le Dahir n° 1.16.123 du 25 août 2016 a été publiée au Bulletin officiel.

Ce texte de loi ambitionne essentiellement d'aligner l'organisation et les prérogatives de la HACA sur les dispositions constitutionnelles et de renforcer les acquis réalisés dans le secteur de la communication audiovisuelle, adopter les avancées techniques et technologiques, et consacrer l'indépendance de la HACA pour qu'elle puisse accomplir ses missions, notamment dans le domaine de l'auto saisine afin de faire respecter la loi appliquée dans le secteur de la communication audiovisuelle par les opérateurs audiovisuels publics et privés. (...)

- **Soutien des ressources humaines et leur valorisation et l'instauration du système de concours pour l'accès à la fonction**

La SNRT a œuvré pour la valorisation de ses ressources humaines, 351 employés ont bénéficié de l'avancement dans le grade au titre de l'année 2015 et 144 employés de l'avancement dans l'échelon. (...)

Secteur Cinématographique

Le Ministère de la communication a œuvré à travers son plan d'action dans le domaine cinématographique au maintien des acquis et réalisations, ainsi qu'à l'organisation, le soutien et la rationalisation de la gestion du secteur cinématographique, et la mise en place des infrastructures, de procédures juridiques et de promotion adéquate, ce qui rend le cinéma marocain créatif et reflète de l'identité marocaine et de contribuer à améliorer la compétitivité et la capacité d'innovation, et le passage de l'acquis quantitatif à la réalisation qualitative.

- **Renforcement du système de soutien à la production et des festivals et numérisation et modernisation des salles de cinéma**

Il a été procédé au renforcement du dispositif de soutien relatif à la production cinématographique, à la numérisation, la rénovation et la création des salles de cinéma, et de soutenir l'organisation de festivals de films. (...)

- **Soutien des films documentaires sur l'histoire, la culture, et l'espace sahraoui hassani**

Cette forme de soutien a constitué le début d'un vrai acte créateur qui part de la personne Sahraoui avec un budget estimé à 15 millions de dirhams par an. (...)

- **Lancement du dispositif de formation continue au profit des professionnels du secteur audiovisuel et cinématographique**

Un système de formation continue a été lancé au profit des professionnels et du secteur du cinéma, en partenariat avec la Fondation ISMAC. Les premières sessions de formation ont déjà été lancées au profit des professionnels du secteur dans les provinces du Sud. (...)

- **Rayonnement du cinéma marocain au Maroc et à l'étranger**

Le Ministère a œuvré pour accroître le rayonnement du cinéma marocain au Maroc et à l'étranger, et ce à travers le soutien public de plus de 52 festivals, ce qui a contribué à la création d'une dynamique culturelle et artistique au niveau national, ainsi que la promotion du rayonnement cinéma national au niveau international. (...)

- **Adoption du système de la copie privée en réparation des préjudices causés par la piraterie**

A été publié au Bulletin Officiel n° 6263 du 9 juin 2014 la loi n° 79.12 relative aux droits d'auteurs et des droits voisins, et ce suite à son approbation par le Parlement dans la même année. Cette loi, qui vient renforcer l'arsenal juridique sur les droits d'auteur et des droits voisins, est d'une grande importance car elle est destinée à réparer le préjudice causé aux artistes qui sont exposés à la piraterie, et ce à travers l'adoption d'un système de récompense de la copie privée. (...)

En conclusion, si l'évocation des secteurs audiovisuels et cinématographique sous l'angle du financement auquel contribue le Fonds pour la Promotion du Paysage Audiovisuels National, l'enchevêtrement les deux secteurs est devenue de plus en plus grand du fait des avancées technologiques.

Si d'un côté, les sociétés nationales de l'audiovisuel public contribuent, par exemple, à la production et à la promotion œuvres cinématographiques, et de l'autre côté, le secteur cinématographique fournit, à son tour, le secteur audiovisuel par des productions créatives destinées à la diffusion télévisée ou à travers les autres mécanismes de production, le chevauchement entre les deux secteurs mène vers une autre zone plus profonde qui se manifeste principalement dans la convergence des écrans résultat direct des avancées technologiques, ce qui pose de nouveaux défis, qui exigent à leurs tour une approche renouvelée, que le ministère de la Communication s'attèle à élaborer à travers le projet de réorganisation du Centre cinématographique Marocain ainsi que la loi sur l'industrie cinématographique à l'horizon de les soumettre à la procédure d'approbation dans les plus brefs délais .

Nous avons la certitude que le travail accompli par la Cour des comptes, à travers les observations formulées, contribuera inévitablement au lancement d'une dynamique pour explorer ces défis et les accompagner tout en développant les mécanismes appropriés y afférents.

Réponse du Ministère de la Communication au sujet de certaines remarques (...) sur l'évaluation de la promotion du paysage audiovisuel national (...)

A. Tutelle et Régulation du secteur audiovisuel

➤ Organisation du secteur

- Redevances pour l'utilisation des fréquences radioélectriques

Le processus de libéralisation du secteur radiophonique au Maroc a abouti à l'autorisation d'exercice à un certain nombre de radios privées, qui ont réussi à enrichir le paysage audiovisuel national et à promouvoir le pluralisme et la diversité culturelle.

Cependant, après dix ans de travail, ces radios privées sont toujours confrontés à des difficultés économiques et financières, notamment le coût élevé des redevances qu'elles payent conformément à l'Arrêté du ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies n° 623-08 du 26 mars 2008 fixant les redevances pour assignation de fréquences radioélectriques, par opposition à la faiblesse de leurs ressources Financières qui affectent négativement leur capacité à remplir les missions de service public qui leurs incombent tels que l'information, le débat politique, et le pluralisme.

L'Arrêté ministériel, s'est fondé sur des données financières construites sur des hypothèses vieilles d'une dizaine d'années, et qui ont subi des changements importants et structurés devenus obsolètes, non pas les problématiques du marché publicitaire et l'émergence de la forte concurrence étrangère dans ce domaine. L'impact physique de ces redevances sur les ressources, ne dépasse pas un total de 12,27 millions de dirhams par an.

Pour ces raisons, le Ministère de la Communication a fait durant l'année 2016 la demande auprès du chef du gouvernement pour de revoir les redevances sur l'utilisation des fréquences radioélectriques par les stations de radio afin qu'elles puissent jouer le rôle qui leurs est attribué, en tenant compte de la justice territoriale, la couverture des zones reculées, et lever une part de la charge financière sur leurs charges annuelles et ce comme suit :

- Adoption de la gratuité complète pour l'utilisation des fréquences pour les stations de radio privées opérant dans les provinces du sud ;
- Réduction de 70% des redevances pour l'utilisation des fréquences pour le reste des régions du Royaume.

(...)

B. Plan National de transition vers la Télévision Numérique Terrestre

➤ Réception de la TNT : Retard dans la campagne de sensibilisation et le traitement des familles marocaines.

Une campagne intensive de communication a été lancée pour les Marocains, à la télévision et à la radio, et au niveau de la presse, pour stimuler l'acquisition des dispositifs de conversion, et en même temps communiquer autour des avantages de la télévision numérique terrestre, qui permet la possibilité d'une offre plus large en termes de canaux et permettre une qualité de la plus grande au niveau des contenus, et permet un meilleur contrôle des coûts de diffusion et coûts annexes.

Dans ce contexte, le Ministère de la Communication a organisé le jeudi 30 avril 2015 une conférence de presse à Rabat, au cours de laquelle Monsieur le ministre de la Communication, porte-parole du gouvernement a donné le coup d'envoi de la campagne médiatique et de communication sur la sensibilisation du passage à la télévision numérique terrestre, ainsi que la promotion de son importance et la fourniture des informations sur les diverses mesures prises, et celles à réaliser, pour le succès de la transition numérique.

Dans ce contexte, un spot publicitaire radiotélévisé de sensibilisation a été produit, destiné à l'ensemble des citoyens, destiné à être diffusé dès la fin Avril 2015 sur les ondes de chaînes du pôle public et la chaîne de télévision privée Medi1 stations, et les radios publiques et privées.

Outre le lancement de la campagne de communication et de sensibilisation envers le large public des familles et des citoyens en général, sur les supports hors médias audiovisuels (presse écrite et électronique, panneaux publicitaires, sites institutionnels, et réseaux sociaux) à partir du 10 mai 2015 afin de :

- Promouvoir la télévision numérique terrestre, et informer le grand public sur le matériel et les dispositifs nécessaires à la réception de programmes de la TNT ;
- Expliquer le principe et le processus de transition vers la TNT, et ses avantages pour les citoyens et l'économie nationale en général ;
- Exhorter les familles à participer à ce projet.

Cette campagne médiatique et de communication a duré jusqu'en mai 2016, sur divers médias publics pour sensibiliser et motiver à la participation et au succès de la transition à la télévision numérique terrestre.

Cette campagne médiatique et de communication sur différents supports médiatiques a pour but d'informer le grand public sur l'équipement nécessaire à la réception de la télévision numérique terrestre, ainsi que d'expliquer le processus de transition à la TNT, afin d'inciter les familles marocaines à participer à ce projet national stratégique.

Aussi, des caravanes de communication ont été lancées pour communiquer autour du passage à la TNT dans les différentes villes du Maroc, et de sensibiliser l'opinion publique au sujet de cette transition, et familiariser les citoyens avec les mécanismes et les méthodes d'utilisation et de réception de la télévision numérique terrestre. Ces caravanes de communication TNT ont couvert environ 109 régions (villes, villages, marchés hebdomadaires).

Dans le cadre de cette campagne de sensibilisation, un numéro vert a été mis pour répondre aux questions des citoyens sur le système de réception de la TNT, ce dispositif a permis d'accueillir 2400 appels, dont 12% sur la nécessité de la disponibilité, et sur le récepteur et la date d'arrêter la diffusion analogique, et comment allumer le récepteur son prix et les lieux de vente des récepteurs.

L'étude réalisée par le Ministère et pour l'évaluation de programmes de télévision au titre de l'année 2015 a montré que 81% des personnes interrogées admettent qu'ils ont suivis la campagne de communication sur la TNT.

- La SNRT a également confirmé que la campagne de sensibilisation a été très réussie et que la durée de 47 jours était suffisante pour sensibiliser les familles marocaines lors de cette transition.
- Ainsi, et afin d'approvisionner le marché national en récepteurs de télévision numérique terrestre (TNT), le Ministère de la Communication et trois entreprises nationales importatrices de récepteurs TNT, portant la marque marocaine, ont signé le mardi 07 avril 2015 à Rabat, une convention qui vise à accompagner la mise en œuvre du Plan National TNT à travers.

L'objectif escompté était de garantir l'approvisionnement en récepteurs TNT sur le marché marocain, à des prix raisonnables à l'horizon du Switch-off de la télédiffusion analogique terrestre. Aussi, il est à souligner que le Ministère de la Communication avait dans un premier temps opté pour la création d'un écosystème pour la réalisation de ce récepteur au niveau national, les discussions engagées avec la Fédération nationale de l'électricité, de l'électronique n'ont pas abouties vu les coûts de fabrication qui s'avèrent être assez élevés pour les couches sociales à revenus moyens ou limités.

Dans le cadre du suivi de cette opération, le Ministère du Commerce et de l'Industrie et de l'investissement et de l'économie numérique a adopté la décision n°1251.10 du 15 avril 2010 sur l'application de la norme marocaine qui définit les exigences techniques pour les appareils, récepteurs importés pour le marché national.

A été également publié en 2015, la norme marocaine n° 06.9.071 relative à un décodeur de réception et de conversion.

Le 17 juin 2015 à 00 :01 heure locale, le Maroc met fin à la diffusion TV analogique sur la bande UHF conformément à l'Accord Régional de Genève 2006. Les équipes de la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle ont été mobilisées les 16 et le 17 juin 2015, en étroite collaboration avec les opérateurs de la communication audiovisuelle nationaux, pour le suivi de l'achèvement de l'extinction des stations de diffusion télévisuelle analogique fonctionnant dans la bande UHF.

Cette opération a concerné toutes les stations TV UHF (grande, moyenne et faibles puissances), situées proches des zones frontalières et côtières (méditerranéenne et atlantique). Dans ces zones, les services de télévision de 2M, Medi1 TV ne peuvent être désormais reçus qu'en TNT, conformément à l'article 12.8 du même Accord.

A noter qu'ainsi, le Royaume a été le seul pays de la région sud méditerranéenne à être au rendez-vous du 17 Juin 2015 décidé pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen Orient aux termes de l'Accord Régional IUT de Genève 2006. L'Union Internationale des Télécommunications a salué cet exploit.

C. Financement du paysage audiovisuel national

1. Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel et des annonces et de l'édition publique

➤ Nombre grandissant des bénéficiaires et diminution des ressources

L'article 44 de la loi de finances pour l'exercice 1996-1997 a également tel qu'il a été complété, stipule qu'afin de permettre la comptabilisation des opérations afférentes à la promotion du paysage audiovisuel national, il est institué à compter du 1^{er} juillet 1996, un compte d'affectation spéciale intitulé « Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel national » (FPPAN) qui est devenu depuis le 31 Décembre 2012 appelé «Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel et des annonces et de l'édition publique », dont l'ordonnateur est le Ministre chargé de la Communication.

Ce compte retrace au crédit :

- 40% du produit de la taxe pour la promotion du paysage audiovisuel national ;
- Les subventions, dotations en capital et fonds de concours accordés aux organismes publics de production et de diffusion de l'information, de radiodiffusion, de télévision, de production d'œuvres audiovisuelles et de formation dans le domaine de la communication ;
- Les recettes diverses ;
- Les montants payés par les administrations publiques, et les collectivités locales, les établissements publics et les tribunaux en contrepartie des annonces et de l'édition ;
- Les versements du budget général.

Au débit :

- Les dépenses relatives aux études générales et aux campagnes de communication ;
- Les dépenses afférentes aux opérations suivantes, selon les conditions et procédures fixées par voie réglementaire :
- Soutien aux sociétés de production d'œuvres audiovisuelles et du cinéma ;
- Soutien à la production étrangère au Maroc d'œuvres audiovisuelles et du cinéma ;
- Aides à la numérisation, la modernisation et la construction des salles de cinéma ;
- Aides aux festivals de cinéma.

- La restitution des sommes indûment imputées au compte ;
- Les dépenses relatives aux annonces et à l'édition effectuées par les administrations publiques, et les collectivités locales, les établissements publics et les tribunaux selon les conditions, les procédures et les délais qui seront fixés par voie réglementaire.

➤ **Expansion du soutien du Fonds à d'autres activités et d'autres bénéficiaires**

L'amendement relatif à l'ajout des « montants payés par les administrations publiques, et les collectivités locales, les établissements publics et les tribunaux en contrepartie des annonces et de l'édition » au crédit du FPPAN, et des « dépenses relatives aux annonces et à l'édition effectuées par les administrations publiques, et les collectivités locales, les établissements publics et les tribunaux » à son débit, entre dans le cadre d'une vision élaborée par le Ministère de la Communication, afin d'aider les journaux nationaux à percevoir leurs dus relatifs à l'édition de la publicité, et ce à travers la réorganisation de son prix et la procédure de son application. À cet égard le Ministère a publié un décret déléguant au Ministre de la Communication l'autorité de détermination des prix des annonces, ainsi qu'un arrêté déterminant la grille tarifaire des annonces. Le ministère est actuellement en phase de préparation d'un projet de décret visant à réglementer la publicité conformément au dernier alinéa de l'amendement de l'article 21 de la loi de finances au titre de l'année 2013.

En conséquence, le fonds est juste un réceptacle des ressources financières sur la publication des annonces légales, judiciaires et administratives au cours de la dernière année, et qui y sont transférés par les ministères et les institutions publiques et semi-publiques, les collectivités locales et les tribunaux avant la fin de chaque exercice. Selon cette vision le Ministère de la Communication devra payer les annonces aux publications périodiques et des journaux électroniques légalement autorisés, après réception des documents prouvant la publication dans les délais légaux.

➤ **Gestion des ressources du Fonds**

En 2008 un rapport a été préparé au niveau du Ministère de la Communication sur l'amélioration de la taxe est la promotion du paysage audiovisuel national (TPPAN). Ce rapport a également inclus la Taxe sur la publicité radio télévisé (TPR) y compris la situation des revenus de la TPPAN avant et après l'année 2005, ainsi que des recommandations et des suggestions concernant la collecte de ces deux taxes qui constituent les ressources du Fonds pour la promotion du paysage audiovisuel et des annonces et de l'édition publique.

Il convient de signaler, que les attestations de recettes, communiquées par la Trésorerie Ministérielle, servent de base pour l'élaboration des ordres de recettes de régularisation émis par le Ministère de la Communication et adressés à la TM. Les attestations de recettes au titre des exercices 2015 et suivants, renseignent sur les recettes recouvrées et ce, par organisme collecteur et par mois de rattachement de la recette.

Le Ministère de la Communication, avec le soutien de la TM, a procédé, courant l'année 2016, à la préparation de situations récapitulant l'ensemble des déclarations de recettes de la TPPAN au titre des exercices 2015 et 2016, ventilées par mois et organisme collecteur.

En dépit de l'insuffisance des moyens humains dédiés à la partie du Service du Budget et de la Comptabilité chargée du suivi de la gestion du FPPAAEP, qui impactent le processus de suivi et de recouvrement des recettes, des efforts ont été déployés, notamment depuis 2014, pour l'amélioration de l'efficacité de gestion financière et comptable du Fonds. A ce titre convient de citer les constats suivants :

- L'Office National d'Electricité et de l'Eau Potable a procédé au reversement des arriérés au titre de la TPPAN collectée à avril 2014, d'un montant de près de 197 millions de DH ;

- Le recrutement et la formation de 02 nouveaux cadres, dans la perspective de mise en place d'une unité de gestion dédiée à la gestion du Fonds et au suivi de recouvrement des recettes ;
- Le suivi de proximité des opérations de recouvrement des recettes importantes, plus particulièrement celles reversées par l'ONEE. A cet égard, le Ministère de la communication a émis, conformément aux textes juridiques et réglementaires en vigueur et, pour la première fois, 02 ordres de recettes. Un premier ordre de recettes, courant le mois de juillet 2015, d'un montant de près de 87 millions de DH et un deuxième OR courant le mois de novembre de la même année d'un montant de près de 62 millions de DH.

Par ailleurs l'ONEE a commencé à compter d'avril 2016 et pour la première fois, à souscrire, les déclarations des recettes collectées par ses soins, conformément au modèle en vigueur et ce, grâce à la collaboration avec les services concernés de l'ONEE et de la Trésorerie Ministérielle.

Le Ministère de la Communication a procédé fin 2016, en collaboration avec les services concernés de la Trésorerie Ministérielle, à la préparation des listes des organismes collecteurs affichant, a priori, un retard dans l'encaissement par la TM des produits de la TPPAN au titre 2015 et 2016. Ces organismes ont été saisis pour les inciter à respecter les délais de reversement conformément aux textes règlementaires, dans l'objectif d'émettre des ordres de recette après communication des états de liquidation des majorations de retard.

2. Publicité audiovisuelle

➤ Absence d'une étude sur le secteur de publicité audiovisuelle

En raison de la priorité du chantier juridique du secteur, le Ministère s'est engagé dans une première étape, à l'occasion de la refonte du cadre juridique de la presse et de l'édition, d'inclure certaines dispositions relatives à la publicité dans la presse écrite ainsi que les dispositions relatives aux professions liées à la presse (impression et distribution). En plus de cela, le Ministère a œuvré pour la modification de la loi n ° 77-03 relative à la communication audiovisuelle à travers l'insertion des exigences particulières de la publicité et ce afin d'empêcher essentiellement la publicité portant atteinte à la femme et les publicités incitant aux différents types de discrimination et celles mettant en danger la sécurité mentales et physiques et morales du jeune public, ainsi que la publicité préjudiciable à la santé de la population.

Dans le même contexte, Désireuses de faire connaître le secteur de la publicité, la Commission éducation, culture et Communication à la première chambre du parlement, a organisé une réunion le 11 Juin 2014, en partenariat avec le Ministère de la Communication, pour discuter de la question de la publicité et l'évaluation du degré d'adéquation entre le contenu diffusé sur les ondes des chaînes de télévisions avec les cahiers des charges, et aussi pour discuter de la loi sur la communication audiovisuelle. A cette occasion, le Ministère a préparé une présentation et un document de référence sur l'état de la publicité au Maroc afin de mettre en évidence leur développement qu'a connu le secteur, compte tenu de la valeur des revenus publicitaires réalisés, en fournissant des statistiques et des chiffres et des graphiques sur le sujet.

En parallèle, le Ministère a œuvré pour le lancement d'une étude sur le secteur de la publicité dans un premier temps à travers l'implication de l'institution législative. Une journée d'étude a eu lieu à la chambre des représentants sur l'initiative des groupes de la majorité au parlement le 10 Juin 2015, axée sur "le secteur de la publicité au Maroc : Entre la pratique et les perspectives de développement".

Cette rencontre visait à faire le point sur la réalité de la pratique publicitaire du Maroc, ainsi que sur les principales dispositions juridiques organisant le secteur de la publicité, ainsi que l'ouverture aux professionnels et aux acteurs pour discuter de la réalité de la publicité au Maroc et de développer des idées et des recommandations dans le sens du développement du système juridique de la publicité. Ont participé à cette rencontre aux côtés des représentants de la nation,

des représentants du Ministère de la Communication, un groupe d'acteurs représentant des organismes et organisations dans ce domaine. Cette journée d'étude a conclu ses travaux par un consensus sur un diagnostic préliminaire de la réalité du secteur de la publicité au Maroc.

Le Ministère a également œuvré dans sa stratégie visant la mise à niveau du secteur de la publicité pour l'organisation d'une série de rencontres avec des professionnels pour discuter sur la question de la mise à niveau des Ressources Humaine travaillant dans le secteur en proposant la création d'une filiale de formation dans les métiers de la publicité au sein de l'Institut Supérieur des Métiers de l'Audiovisuel et du Cinéma (ISMAC).

Le Ministère lancera dans un second temps, une étude sur le secteur de la publicité dans notre pays au courant de l'année 2017.

D. Les Sociétés Nationales de la communication audiovisuelle

1. Pôle visuel audio publics : incarnations en attente depuis 2006

Il est à noter ici que le terme pôle public reste un terme technique, il n'est mentionné dans aucun texte juridique ou réglementaire.

2. La SNRT

b. Contrat programme 2009-2011

➤ Absence de prévisions budgétaires fiables

La question est principalement liée à la nécessité de préserver la mission de service public confiée à la Société nationale de radiodiffusion et de télévision, et ce en assurant le droit de toutes les familles marocaines à bénéficier des services audiovisuels visuels, et en particulier ceux qui n'ont pas accès à des récepteurs numériques à l'époque. Il était nécessaire de poursuivre les investissements relatifs à l'entretien du réseau de transmission en plus des investissements liés au réseau analogique afin d'assurer la continuité du service public.

En se référant aux procès-verbaux du conseil d'administration de la Société et les rapports annuels, il est à noter qu'il a été noté que le taux de couverture TNT a avoisiné les 85%, par rapport aux pays européens. Le bilan est très honorable, mais le renouvellement des équipements de transmission analogique reste obligatoire, puisque 7% de la population ne dispose pas de récepteurs satellite, et restent donc vulnérables à l'interruption des services en cas d'abandon de la couverture analogique.

Et en se référant au contexte de cette période, il est à rappeler que la couverture numérique, rendait l'abandon la transmission de signaux analogiques obligatoire en 2015 pour la bande UHF et en 2020 pour la bande VHF en application des recommandations de l'Union internationale des télécommunications (UIT), ce qui a rendu nécessaire la continuité de soumettre ce type de transmission à l'entretien, et faire des investissements lorsque nécessaire afin d'assurer la continuité du service public.

(...)

c. Autres remarques

➤ Non tenue d'une comptabilité analytique

La SNRT s'est engagée depuis 2015 dans un projet de mise en place d'une comptabilité analytique dont les objectifs sont essentiellement fixés pour :

- Répondre aux obligations comptables ;
- Fiabiliser les informations comptables ;
- Lever des réserves du commissaire aux comptes ;

- Avoir les bases d'évaluation des coûts directs et indirects relatifs aux programmes.

La mise en place dudit projet est établie autour de 3 axes :

- Axe organisationnel (identification et la formalisation des différents intrants dans le processus de production interne) ;
- Axe comptable (assainissement des stocks comptables afin de s'assurer de la cohérence entre l'information comptable et le stock physique des programmes) ;
- Méthode d'évaluation (évaluation du coût réel des moyens humains affectés à la production interne selon la rémunération brute effective ramenée aux nombres de jours travaillés. Quant aux moyens techniques, ils sont valorisés selon la dépréciation économique des matériels de productions concernés.

➤ **Retard dans la mise en place de la chaîne parlementaire et la chaîne famille et enfant**

Malgré la diversification de l'offre publique et privée qu'a connue le paysage audiovisuel national durant ces dernières années, l'image que reçoit le citoyen marocain des travaux de ses représentants reste réduite aux retransmissions des questions orales, assurés par « AL OULA », dans le cadre de ses obligations de service public, ou encore à quelques programmes conjoncturels dédiés à l'institution législative.

Pour cela, le projet de création d'une « Chaîne Parlementaire » est un projet qui répond à une nécessité démocratique et citoyenne, susceptible de contribuer au rayonnement de l'institution parlementaire à travers le suivi de ses différentes activités et aussi dans l'approfondissement du débat public. Ce projet devrait ainsi permettre de mieux faire connaître les travaux des deux chambres tout en rapprochant le Parlement des citoyens, et d'offrir au pouvoir législatif d'un moyen moderne, ouvert et novateur d'information, de communication et de formation du citoyen aux divers aspects de la vie publique.

La communication audiovisuelle est aujourd'hui régie au Maroc par les dispositions du Dahir n° 1-02-212 du 31 août 2002 portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), modifié par le Dahir n° 1-03-302 du 11 novembre 2003, et le Dahir n°1-04-257 du 7 janvier 2005, portant promulgation de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle. Au regard des dispositions de ces textes, le cadre juridique actuel est aujourd'hui inadapté à la création de la chaîne parlementaire.

De ce fait, la création de la « Chaîne Parlementaire » nécessite au préalable la mise en place d'un nouveau cadre juridique qui lui est spécifique, à l'instar de certaines expériences étrangères comme le cas de la France par exemple. Un cadre juridique respectueux de l'autonomie du Parlement et de la spécificité de chacune des deux chambres, et qui détermine les conditions de sa création ainsi que les aspects techniques, financières et organisationnelle, en vertu des principes de la séparation des pouvoirs, et de l'autonomie administrative et financière du Parlement, ce qui impliquent que le contrôle de la chaîne, de sa programmation et de la gestion de sa production ne devraient relever que du Parlement.

L'article 7 du cahier des charges de la SNRT relatif aux services contractuels, stipule que la société peut conclure, sous la supervision de l'autorité gouvernementale chargé de la communication, des conventions avec le pouvoir législatif et l'autorité gouvernementale chargée des relations avec le Parlement, en vertu de laquelle la société met à la disposition du Parlement les moyens techniques nécessaires (exploitation du réseau de diffusion) qui lui permet de créer une chaîne dédiée à la vie parlementaire conformément à la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle. La ligne éditoriale et le contrôle et la régulation de la chaîne sous la responsabilité exclusive du Parlement.

En général, la création de « Chaîne Parlementaire » est la prérogative du Parlement, avec un mandat de gestion de la partie diffusion technique à la SNRT en vertu de la Convention prévue à l'article 7 susmentionné.

Quant à la chaîne « famille et enfant », le Ministère accompagnera le processus de son lancement après la signature du nouveau programme entre l'Etat et la SNRT en partenariat avec le Ministère de la Solidarité, de la Femme, la Famille et du Développement social. Le ministère a proposé, dans le cadre de la préparation du projet de loi de finances au titre de l'année 2017, un soutien financier supplémentaire au profit de la SNRT afin qu'elle puisse lancer deux chaînes le plus rapidement possible.

➤ **Recours exponentiel aux subventions accordées par l'État**

Le Conseil d'administration de la SNRT tenu au mois d'Avril 2016, a examiné un nouveau plan de marketing pour l'entreprise qui a été approuvé par le Conseil. Ce nouveau plan de marketing comprend les tendances concernant de nouveaux marchés en termes de spots publicitaires de programmation et d'amélioration du chiffre d'affaire lié à la hausse des ressources en dehors des subventions accordées par l'Etat. C'est un effort propre de l'entreprise, mais ce travail reste limité compte tenu de l'état du marché de la publicité et sa composition marketing.

➤ **Entrave de la dynamique de conclusion des contrats programmes depuis 2012**

Le chantier de réhabilitation du secteur de l'audiovisuel dans notre pays a constitué l'une des priorités du Ministère de la communication, vu qu'il est conscient de son importance comme outil stratégique pour le développement économique. Sa stratégie dans ce domaine a été axée sur la continuité de travailler dans le cadre d'un plan qui vise à réaliser un certain nombre de projets visant la réhabilitation de ce secteur et permettant aux opérateurs audio visuels publics de mener à bien les missions de service public qui leur incombent.

Dans le cadre de la préparation des futurs contrats programmes pour la SNRT et SOREAD-2M, le Ministère a préparé en collaboration avec le Ministère de l'Economie et des Finances une note d'orientation générale, en tant que plate-forme pour la préparation des nouveaux contrats programmes pour ces deux sociétés. Cette note d'orientation a été approuvée par le conseil d'administration de la SNRT le 29 Novembre 2012. Les points les plus importants de cette note d'orientation sont comme suit:

- Réussir la mise en œuvre des dispositions du nouveau Cahier des Charges pour contribuer au renforcement du paysage audiovisuel national ;
- Un plan de rationalisation et de maîtrise de dépenses pour renforcer la viabilité, la productivité et la compétitivité de la SNRT et développer une logique de résultats et de maîtrise des coûts ;
- L'amélioration de la Gouvernance pour une meilleure optimisation organisationnelle, et un renforcement de la structure financière de la SNRT ;
- Un Suivi régulier pour l'exécution des dispositions du Contrat Programme.

Depuis le mois de décembre 2012, et après deux semaines de la validation de la note d'orientation par le Conseil d'Administration de la SNRT, le Ministère a invité les parties concernés à une première réunion de préparation du contrat programme. Et depuis cette date, le ministère a procédé à de nombreux rappels et relances afin d'accélérer le processus d'élaboration du nouveau contrat programme.

En conséquence, un projet de contrat programme a été préparé, au sujet duquel, le Ministère a formulé des observations, au cours des réunions qui ont suivi, dans le sens du renforcement de la rationalisation et l'adoption du principe de progressif. Le Ministère de l'Economie et des Finances a aussi formulé des observations sur le projet.

Après échange de correspondances, le nouveau projet de contrat programme entre l'Etat et la SNRT au titre des années 2016-2018 a été présenté lors de la réunion du comité élargi chargé du suivi du projet. Cette réunion tenue le 10 février 2016 au siège de la Direction des Entreprises Publics et de la Privatisation (Ministère de l'Economie et des Finances), en perspective de sa finalisation pour signature.

Selon le guide de contractualisation entre l'Etat et les entreprises et établissements publics élaboré par le Ministère de l'Economie et des Finances, la mission d'évaluation et de suivi de la mise en œuvre du présent contrat programme est confiée au « comité de suivi » sous la présidence du ministère de l'Economie et des Finances et comprend des représentants des signataires du contrat.

Le Comité peut, au cours de la période couverte par le contrat de programme, et en cas de force majeure changer les hypothèses juridiques, économiques, techniques, comptables et financières utilisés dans la rédaction du contrat, se réunir à l'invitation de son Président ou à l'initiative de la SNRT, pour étudier la situation et la proposer des modification au contrat programme.

Les dispositions du projet de contrat programme ont respectées les quatre principes de base énoncés dans la note d'orientation, notamment relatifs à la mise en œuvre des exigences du cahier des charges, la rationalisation des dépenses, l'amélioration la gouvernance, et la régularité du mécanisme de suivi. Le préambule du projet de contrat programme entre l'Etat et la SNRT a mis l'accent sur l'approche dynamique appliquée par la Société, dans la mise en œuvre de ses projets construits sur la logique des résultats dans le développement de la productivité interne et externe.

3. 2M-SOREAD

b. Equipement ancien et financement presque exclusivement des recettes publicitaires

En ce qui concerne l'observation relative à l'obsolescence des équipements utilisés par SOREAD-2M, notons que sa production audiovisuelle a maintenu sa qualité et son niveau. La meilleure preuve est la dépendance de la société Soread sur le financement presque exclusif des recettes publicitaires en raison de la part élevée du taux d'audience dont elle bénéficie.

c. Situation financière inquiétante

Pour la société SOREAD-2M, l'assemblée générale extraordinaire de la Société tenue le 26 Juin 2014 a recommandé, la continuité de la société avec l'obligation juridique de la hausse de son capital au plus tard le 31 Décembre 2016. Il convient de noter à cet égard que lors de la réunion du comité de la stratégie et de l'investissement de la société SOREAD-2M tenue le 08 Novembre 2016 le point discuté à l'ordre du jour était relatif au capital de la société, à la lumière de la situation comptable nette. Le Comité a recommandé des mesures pour rétablir l'équilibre financier sans négliger les investissements et le renouvellement du matériel ancien.

E. Promotion du secteur cinématographique : développement de la production et diminution du nombre de salles de cinéma

Il convient de noter que le Ministère a organisé en partenariat avec le Centre du cinématographique marocain et les professionnels du secteur cinématographique dans notre pays les assises nationales sur le cinéma du 16 au 18 Octobre 2012 sous le haut patronage de Sa Majesté, qui a abouti à la création d'un comité scientifique, composé de représentants des professionnels ainsi que des experts.

Ce comité a été chargé d'élaborer un « Livre Blanc sur le cinéma marocain » et de formuler une vision stratégique pour le développement du secteur du cinéma marocain qui comprend le diagnostic de la situation actuelle et la recherche de perspectives possibles pour le développement du cinéma national au milieu des conditions de difficultés croissantes. La

Commission a organisé un vaste programme d'écoute de tous les acteurs concernés ou intervenantes du secteur d'une manière ou d'une autre.

Les travaux du comité scientifique a permis d'élaborer 126 recommandation axées sur le soutien du cinéma national à travers un certain nombre de procédures dont les plus importants sont le fait de relier l'octroi du soutien aux réalisations et les capacités des sociétés de production, et encourager les films Amazighs et Hassani, le développement du script et de le lier à la littérature marocaine, ainsi que l'encouragement des productions étrangères au Maroc et la coproduction.

Le Livre blanc constitue une plateforme solide pour les politiques publiques dans l'industrie du cinéma. Ses recommandations ont été la référence pour la préparation du plan de travail du Centre Cinématographique Marocain 2014-2016 qui a été approuvé par le Conseil d'administration du Centre à la session de Novembre 2013.

En plus de ce qui a été fait dans le cadre du renforcement du système de soutien à la production cinématographique et la numérisation, modernisation et construction de salles de cinéma, et de soutien à l'organisation de festivals de cinéma, Le Ministère a également œuvré pour réexaminer le cadre législatives et réglementaires du secteur du cinéma, et ce les projets de loi relative à la réorganisation du CCM et la loi sur l'organisation de l'industrie cinématographique, en perspective de leurs soumission à la procédure d'approbation après l'achèvement des consultations avec les professionnels du secteur.

Compte tenu des défis que connaît le secteur de l'exploitation des salles, le ministère a œuvré en vu de proposer des mesures financières visant à exempter les salles de cinéma de la taxe sur la valeur ajoutée sur les billets, et de créer une taxe sur les films diffusés sur Internet et dirigé envers le public marocain par les opérateurs de télécommunications nationaux.

Et en se référant à la réalité des salles de cinéma, qui se reflète dans son incapacité de suivre le rythme de l'évolution au niveau de la production des films cinématographiques marocains, en partant des données enregistrées par le secteur, l'attention du Ministère se dirige vers le soutien à la modernisation des salles de cinéma tout en continuant à soutenir la numérisation, et d'encourager les exploitants de salles et d'assurer la continuité dans ce domaine avec la poursuite des efforts visant à rehausser l'enveloppe budgétaire réservée au soutien de la modernisation, la numérisation et la création des salles de cinéma