

Synthèse des dix ans de l'action de l'Etat

2013 était la dernière année du mandat de Nour-Eddine Sail. En 2014, il est parti en retraite. Ayant installé ce système de PPP en cinéma, il a également suivi son application durant ces dix ans. Il est important de faire une synthèse de cette analyse afin d'avoir une vision globale de ces résultats. Il est également intéressant de voir les propositions faites par le CCM durant cette période pour améliorer ces résultats. Il est aussi important de voir les actions concrètement prise par le CCM pour l'évolution du cinéma et voir une étude faite sur le territoire marocain pour connaître quel impact ces actions ont eu sur le spectateur marocain.

A/ Synthèse des dix ans

Depuis le début de l'année 2004 (l'année de l'entrée en vigueur de ce régime), le secrétariat du fonds d'aide a reçu 451 projets de longs-métrages. Parmi ces 451 projets, les commissions qui se sont succédé ont accordé l'avance sur recettes comme suit :

Tableau 21 : le nombre de films ayant bénéficié de l'avance sur recettes du CCM

Type d'AVR	Nombre
Longs métrages (AVR avant production)	144
Courts métrages (AVR avant production)	47
Longs métrage (AVR post production)	20
Courts métrage (AVR post production)	28

Les montants octroyés pour ce faire sont comme suit :

Tableau 22 : les montants octroyés par l'Etat à la production cinématographique.

Année	Montant en MAD
2004	32 000 000
2005	33 130 000
2006	29 000 000
2007	42 800 000
2008	48 450 000
2009	51 100 000
2010	55 880 000

2011	58 500 000
2012	55 950 000
2013	58 550 000
2014	38 150 000 (pour LM et 18 840 000 pour doc)
Total :	536 640 000

Durant ces dix ans, sept longs-métrages ont été annulés :

- *Distances* de Mohamed Ulad Mohand ;
- *La Légende d'Arhaz* de Nabil Ayouch ;
- *Retour à Fès* de feu Driss Karim ;
- *Al Bayra* de Mohamed Abderrahmane Tazi ;
- *Perte d'équilibre* d'Abdelkader Lagtaa ;
- *Tu es à moi, cousine* de Driss Chouika ;
- *Once up on a father* de Mohamed Achaouar, repris par Narjiss Nejjar.

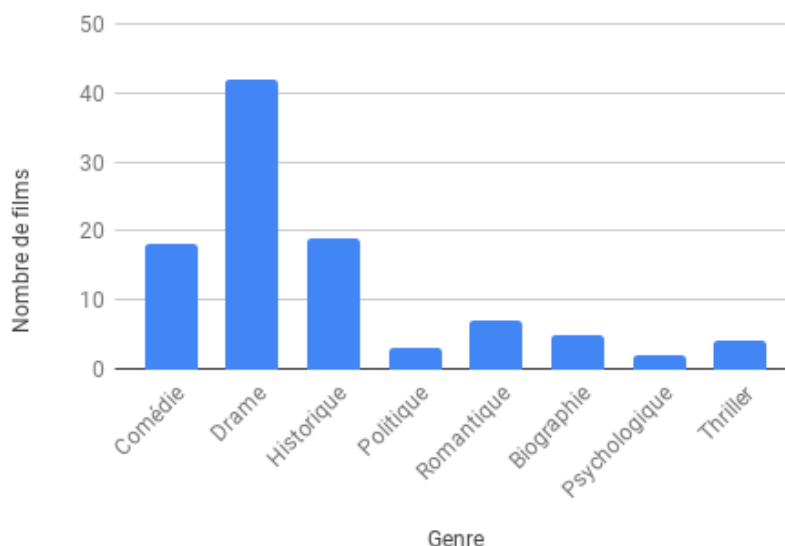
Certains films ne sont pas encore terminés :

- *Flocons de sable* de Mohamed Minkhar ;
- *Les Oubliés de Dieu* de Hicham Aayne Al Hayat ;
- *Cœur noyé* de Farid Lakkim ;
- *La Reine des sables* d'Ismail Saidi.

D'autres films sont en préparation ou en postproduction et ne sont toujours pas terminés :

- *Achoura* de Tallal Selhami ;
- *Mon père n'est pas mort* d'Adil Fadili.

Pour les films qui ont obtenu l'avance sur recettes, et qui ont été finalisés, voici la synthèse de l'évaluation des dix ans.

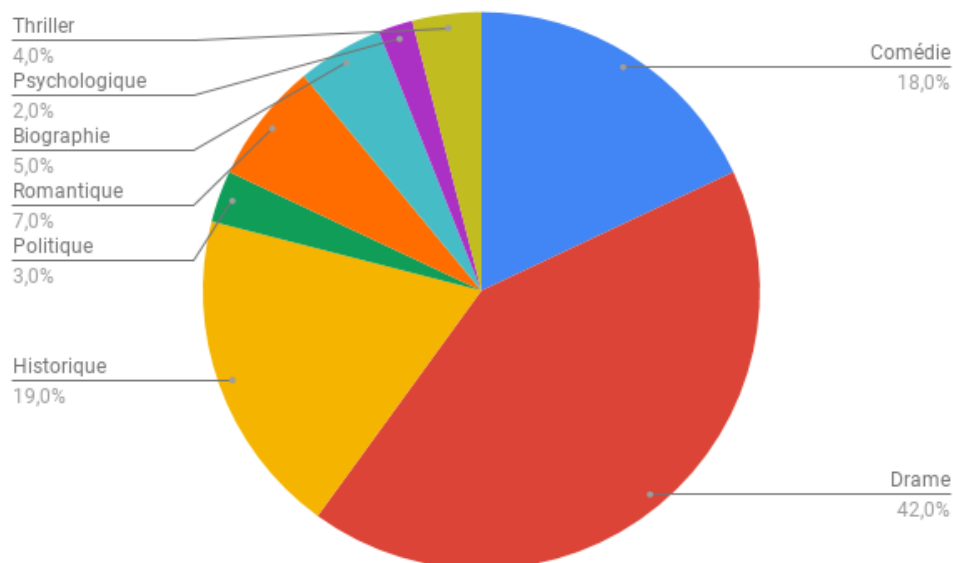


Graphique 48 : Le nombre de films de chaque genre.

Le genre le plus présent est le genre dramatique, suivi par l'historique puis la comédie. Quelques films sont de genre romantique, politique, psychologique, biographique, et finalement psychologique.

En effet, bien que la comédie soit le genre le plus apprécié par le marocain, vu que les films comédie ont eu le plus de succès aux guichets, les films ayant eu l'avance sur recettes sont plutôt Drame et historique. Il serait important de rappeler les compositions de commissions passées durant ces dix ans majoritairement militants de gauche pour les deux premières commissions, et artistes ou personnalités médiatiques hautement impliqué dans le militantisme pour l'émancipation de la société. Ces personnalités militantes et intellectuelles ont favorisés le vote pour des films du genre Drame, historique et romantique plutôt que la comédie.

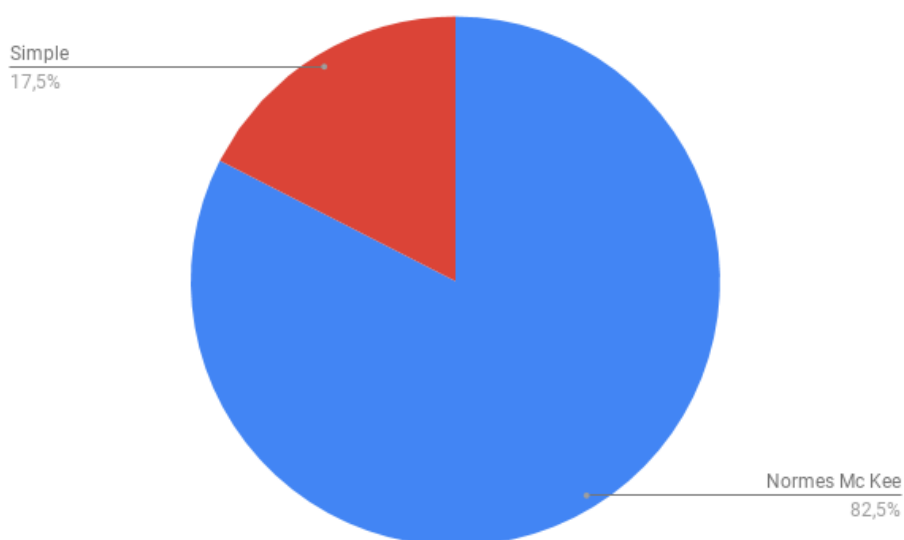
En pourcentage, voici le graphique représentatif des différents genres présents dans les productions cinématographiques marocaines bénéficiant de l'avance sur recettes entre 2004 et 2013.



Graphique 49 : Pourcentage des films par genre.

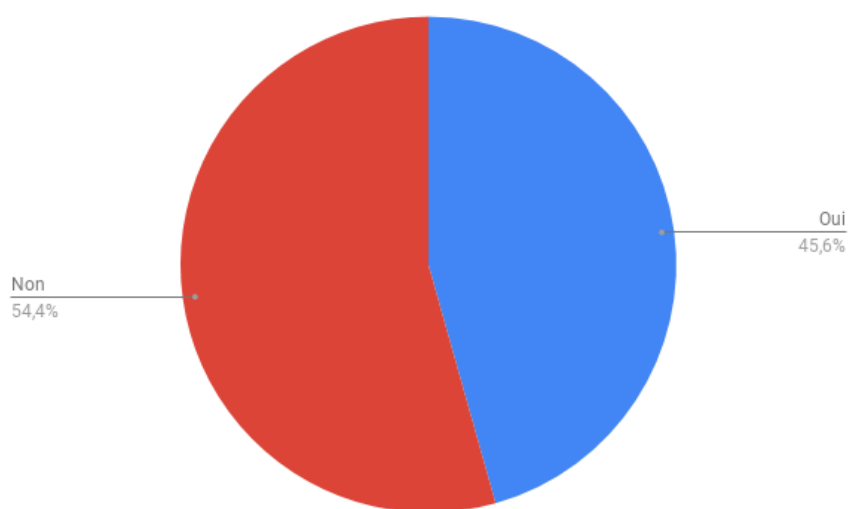
Nous pouvons voir clairement dans ce graphique que le drame et l'historique représentent plus de 60% des genres de films produits par ce PPP durant cette période pour 18% de comédie.

Le psychologique et le biographique représentent un très petit pourcentage. Ils ont existé grâce à l'arrivée d'artistes et personnalités intéressés par la psychologie dans les commissions. Le romantique est également fort vendeur au Maroc. Nous remarquons la forte réussite d'*Amours Voilés* ainsi que tous les films ayant des scènes romantiques ou surtout sensuelles (*Les ailes de l'amours...*). Le romantique représente 7% des productions durant ces dix ans.



Graphique 50 : Les films selon leurs histoires : normes McKee/simple.

82,5 % des films qui ont bénéficié de l'avance sur recettes sur ces dix ans sont écrits selon le modèle classique suivant les normes McKee. Il est important de noter que plusieurs projets de films ont candidaté pour l'avance sur recettes qui suivent d'autres modèles d'écriture autres que le modèle classique. Il s'agit de plusieurs projets de films de Hicham El Asri comme il m'a rapporté, et d'autres projets de films d'Amine Naqrachi. Le modèle classique est le modèle le plus répandu et le plus commun. Ceci a aussi une relation avec l'âge mature des membres des commissions, qui préfèrent voter pour une histoire écrite selon le modèle classique plutôt que de s'aventurer et miser sur des histoires écrites de manière peu commune, ou nouvelle.

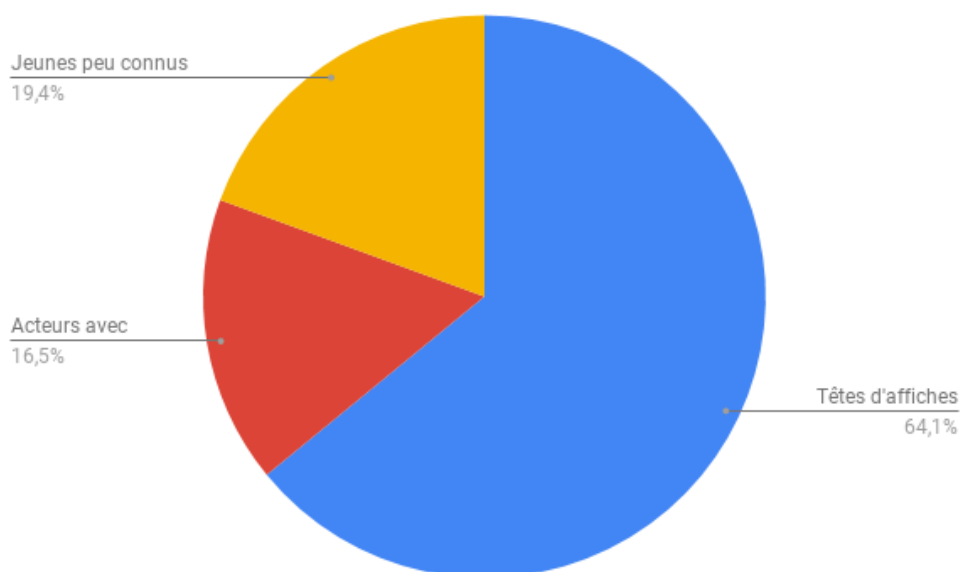


Graphique 51 : Pourcentage des films ayant obtenu un préachat par la télévision.

54,4 % des films ayant eu l'avance sur recettes ont également obtenu un préachat par la télévision nationale marocaine.

La télévision marocaine a l'obligation dans son cahier de charge de préacheter les films cinématographiques. Durant les premières commissions, la société nationale de radio-télévisions achetait les films ayant obtenus l'avance sur recettes quand ils ne touchent pas à la religion, ni à la patrie, ni au roi. Les films érotiques ne peuvent pas non plus passer à la télévision. Durant les dernières commissions, nous remarquons que les chaînes ne prennent que rarement des films cinématographiques ayant bénéficié de l'avance sur recettes. Durant cette même période, plusieurs conflits ont survenu entre la direction du CCM et la direction de la société nationale de radiotélévision. Il s'agit de désaccords dans la gestion du festival international du film de Marrakech, mais surtout de conflits plus importants concernant la gestion de l'Institut Supérieur des Métiers de Audiovisuels et du Cinéma. Ceci a fait que la chaîne n'achetait plus beaucoup de films ayant bénéficié de l'avance sur recettes.

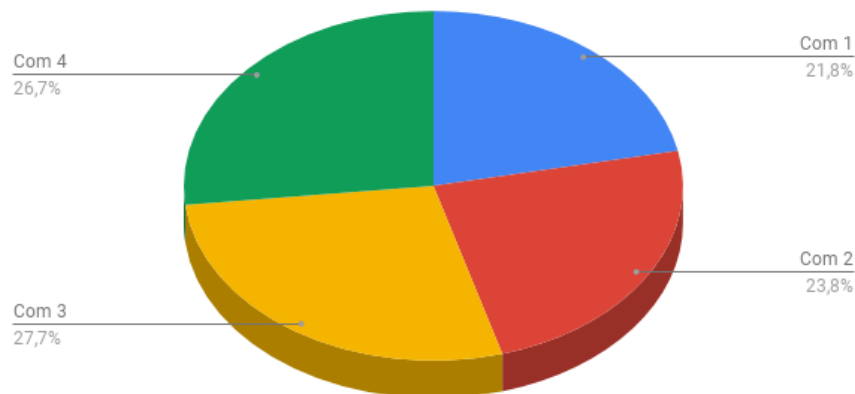
Et pourtant nous remarquons que la majorité des films ont réussi à avoir des têtes d'affiches au casting, augmentant ainsi leurs chances d'avoir des recettes élevées au guichet.



Graphique 52 : Pourcentage des films ayant eu des têtes d'affiche au casting.

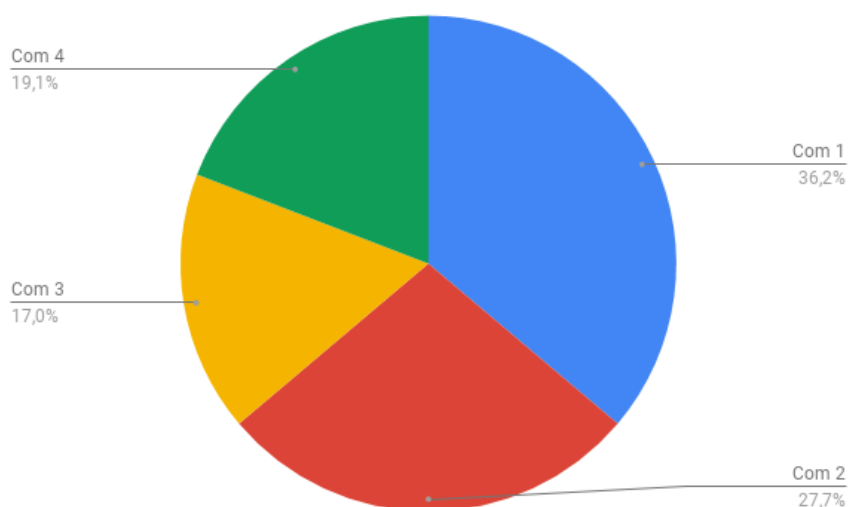
64 % des films ont eu des têtes d'affiche, 16,5 % ont eu des acteurs avec quelques apparitions.

Il est important de noter que l'avance sur recettes ne couvre qu'une partie du financement du film (entre 30 à 60% du budget estimatif). Les frais financiers, avec les frais du bureau et le paiement du producteur ne peuvent dépasser 25% du budget du film. Sans l'apport financier de la chaîne, ni d'autres fonds complémentaires, le film manquerait d'au moins 15% de son budget. Le producteur est alors tenu à diminuer les frais. Vu les relations personnelles que beaucoup de réalisateurs ont avec les acteurs, ces derniers diminuent leurs paiements afin de permettre au producteur de faire le film. Ceci retentit visiblement sur la qualité de vie des acteurs.



Graphique 53 : Pourcentage des films avec des communications évaluées à 1, 2, 3 ou 4.

45,6 % des films ont bénéficié d'efforts de communications considérables lors de leur sortie. Pour 21,8 %, les efforts de communication ont été évalués à 1, alors que pour 23,8 %, ces efforts ont été évalués à 2. En effet, pour les films préachetés par la télévision, le film bénéficie forcément de passages des spots publicitaires à la télévision. Dans de rares cas, les passages des spots publicitaires se produisent tard dans la nuit ou bien tôt le matin. Ce qui leur permet une faible visibilité. Les films préachetés représentent 54%. Il faut aussi mentionner que grâce aux efforts du bureau de promotion du CCM à partir de 2007, les films marocains produits bénéficient d'un passage au festival national du film de Tanger, avec une séance de débat avec les journalistes et critiques de cinéma, afin d'augmenter leur chance d'avoir une présence au niveau de la presse écrite.



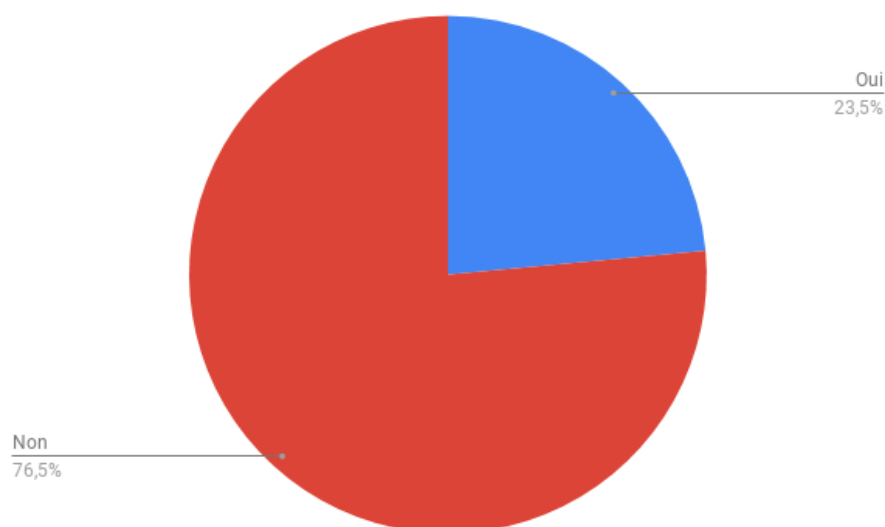
Graphique 54 : Nombre de films qui ont été préachetés et qui ont eu une communication évaluée à 1, 2, 3 ou 4.

Pour les films qui ont réussi à être préachetés par la télévision nationale, 36,2 % ont eu des efforts de communication évalués à 1, et 27,7 % ont eu des efforts de communication évalués à 2.

Il est important de préciser que les passages publicitaires sont une option supplémentaire que la chaîne offre aux films préachetés. L'antenne passe d'abord en priorité, dans les créneaux publicitaires, les spots des sociétés qui ont payés leurs redevances, et puis les spots éducatifs s'il y a lieu, avant les spots publicitaires des films préachetés.

Par conséquent, pour les films qui ont une sortie durant des périodes où la grille d'antenne est surbookée, les spots publicitaires des films passent dans la nuit, ou en début de matinée, ce qui leur donne une très faible visibilité. Ils seront alors considérés comme absents.

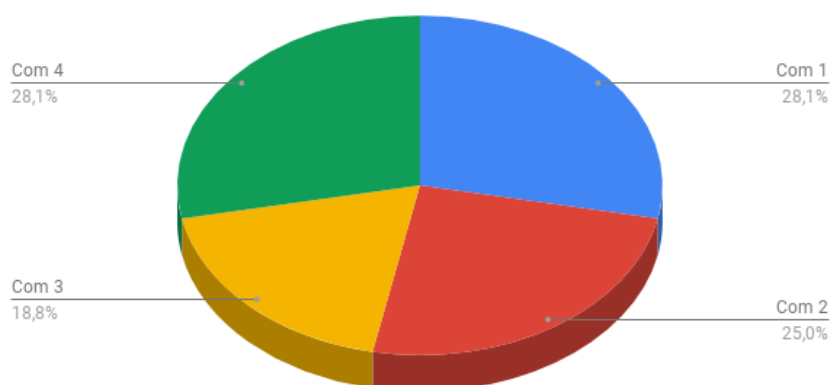
Le fait de contracter avec la chaîne poussent quelques producteurs à faire moins d'efforts de publicité lors de la sortie du film (payement pour le placement des affiches publicitaires, inviter les journalistes pour des avant-premières....). Ce qui explique une communication évalué à 2 ou à 1 pour une partie des films ayant obtenu le préachat télévisé.



Graphique 55 : Pourcentage des films ayant reçu des fonds complémentaires.

Les films qui ont reçu d'autres fonds complémentaires (internationaux) représentent moins du quart, soit 23,5 %.

Il est important de noter que le bureau de promotion du CCM ne s'occupe que de la promotion des films lors du festival national du film de Tanger. La présentation des projets de films aux fonds internationaux ne dépend que des producteurs. Ces derniers ne reçoivent aucune formation les initiant à comment présenter leurs projets aux fonds internationaux qui existent.

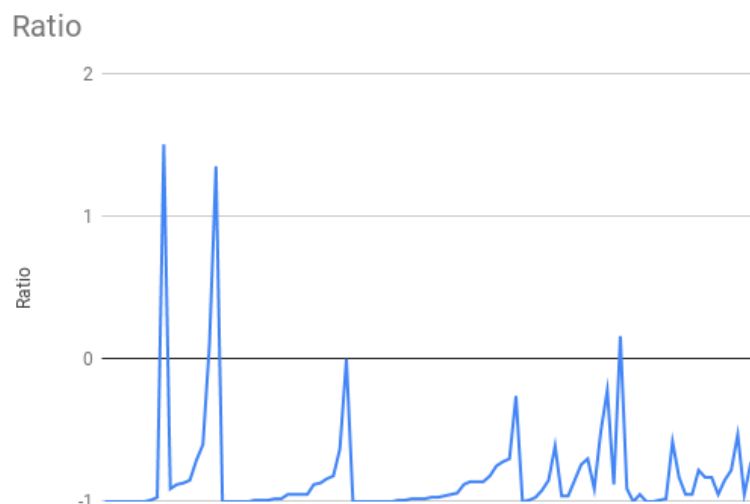


Graphique 56 : Pourcentage des films ayant reçu des fonds complémentaires et une communication évaluée à 1, 2, 3 ou 4.

Pour les films qui ont reçu des fonds complémentaires, 28,1 % ont eu une communication évaluée à 1, et 25 % ont eu une communication évaluée à 2.

Presque 47% des films qui ont eu des fonds internationaux ont eu une communication évaluée à 3 ou à 4. Ceci pourrait être expliqué par deux raisons : D'abord, les fonds internationaux vont surtout compléter la production du film. Et aussi, beaucoup de producteurs ne sont pas encore conscients de l'importance des efforts de communication pour réussir une meilleure sortie du film.

Suite à tous ces variables-là, bien que l'Etat entre en partenariat avec le privé pour l'encourager à investir dans des films cinématographiques via des avances sur recettes, le montant investi par l'Etat a un très faible retour sur l'ensemble des acteurs dans le domaine cinématographique. En effet, en calculant le ratio : $(\text{recettes} - \text{AVR})/\text{AVR}$, nous retrouvons le graphique suivant pour les films produits durant les dix ans passés.

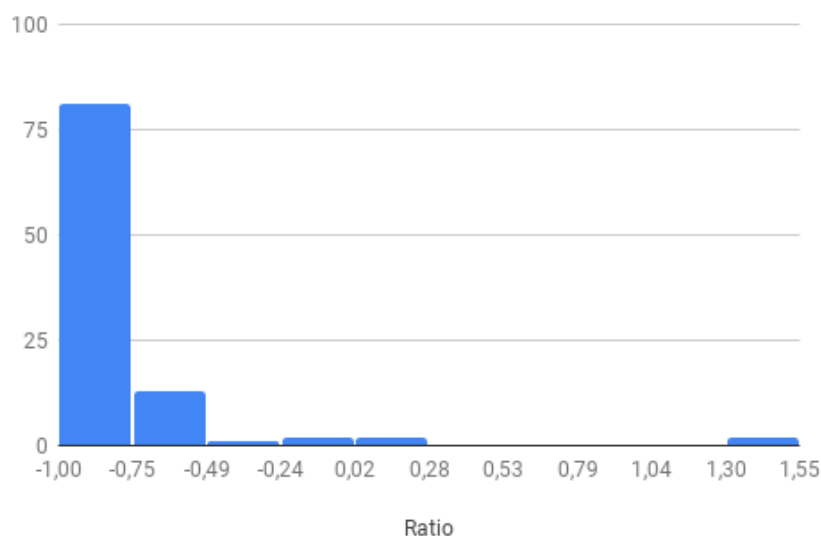


Graphique 57 : Variation du ratio durant ces dix ans.

Nous remarquons que le ratio est souvent négatif à quelques pics exceptionnels où il dépasse le zéro.

Il s'agit de peu de films qui ont un ratio positif :

- *Casanegra*
- *Abdou chez les Almohades*
- *Amours Voilés*
- *Derrière les portes fermées*



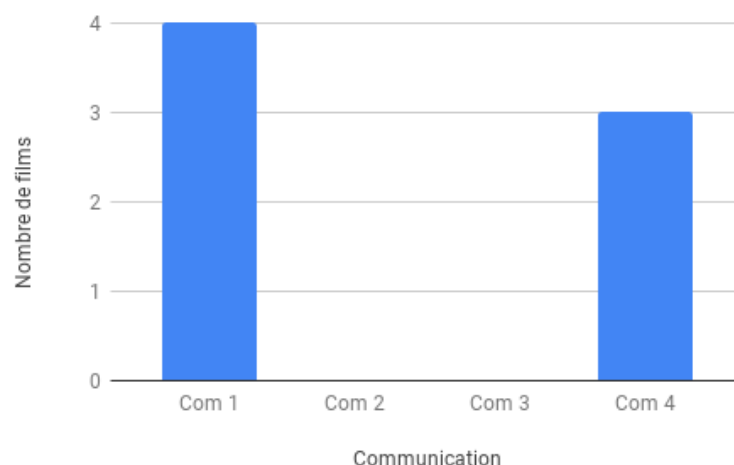
Graphique 58 : Nombre de films par ratio.

Presque 80 films ont un ratio entre -1 et $-0,75$. Une quinzaine varie entre $-0,75$ et $-0,5$.

Sept films dépassent $-0,5$.

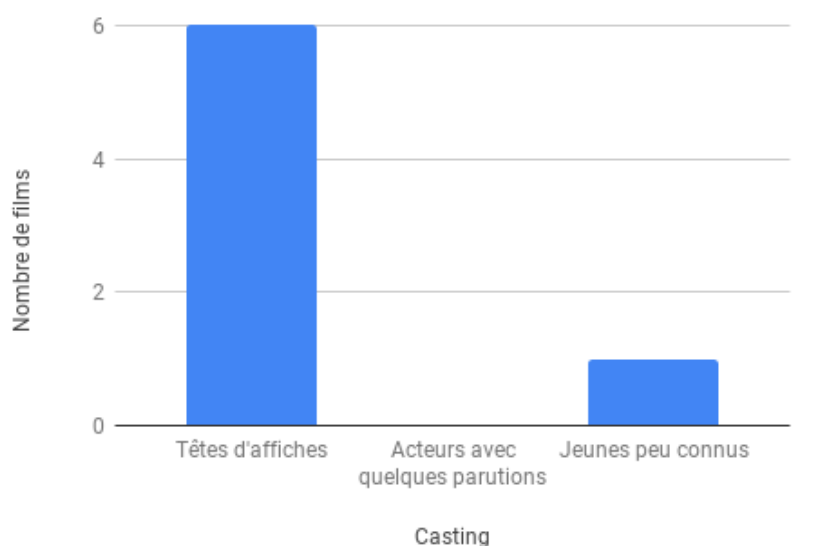
Pour les films qui ont eu des ratios positifs, ils ont des communications évalués à 1 et des têtes d'affiches fort vendeurs, en plus de leurs genres vendeurs : comédie historique pour *Abdou chez les Almohades*, romantiques pour *Amours voilés*, et cinéma noire pour *Casanegra*. Et le film social : *Derrière les portes fermées*.

Parmi les autres films ayant eu un ratio entre $-0,5$ et 0 , nous retrouvons *Rock the Kasbah* et *Les chevaux de Dieu* et *Un Marocain à Paris*. Tous varient entre le Drame qui touche implicitement la politique comme *Les chevaux de Dieu*. Ce film-là a la particularité de toucher un point très sensible chez la population marocaine qu'est le terrorisme, en parlant des causes des attentats de Casablanca en Mai 2001 ; ce qui expliquerait l'important flux de spectateurs. Les deux autres films sont des comédies en plus de la présence de têtes d'affiches. Il est également important de mentionner que les films qui parlent de religion ou de problèmes politiques importants ont moins de chance d'être préacheté par la télé, ce qui pourrait également expliquer que les spectateurs payent pour aller les voir au cinéma.



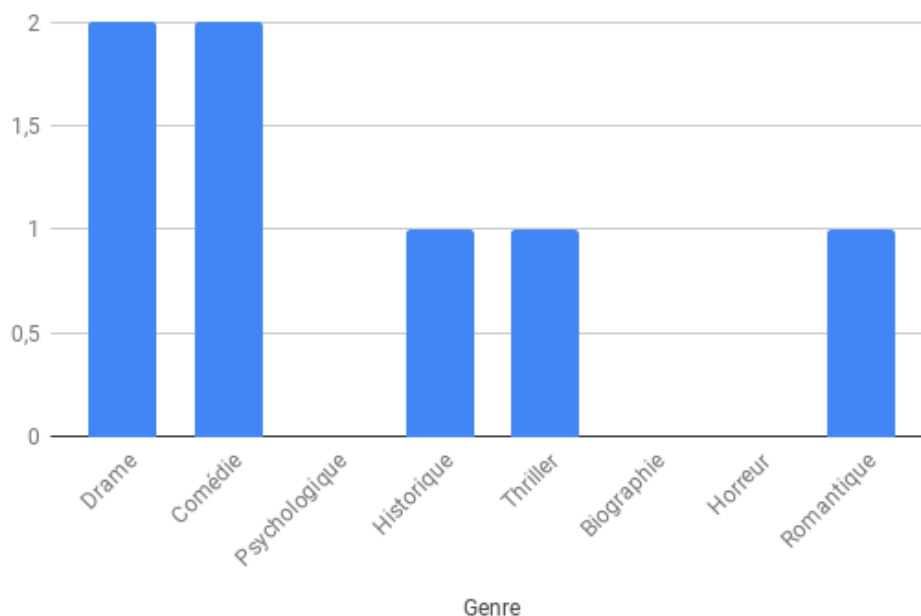
Graphique 59 : Les films ayant un ratio supérieur à $-0,5$, et ayant une communication évaluée à 1, 2, 3, ou 4.

Quatre films ont eu une communication évaluée à 1, et trois ont eu une communication évaluée à 4. Les genres et la composition de l'histoire (présence de comédie, sensualité, romantisme et registre linguistique proche de la masse population) sont des facteurs autant aussi importants pour la réussite des films. La question se pose concernant le niveau de réussite de ces films là si plus d'efforts de communication s'y seraient rajoutés.



Graphique 60 : Les films ayant un ratio supérieur à $-0,5$ et ayant des têtes d'affiche.

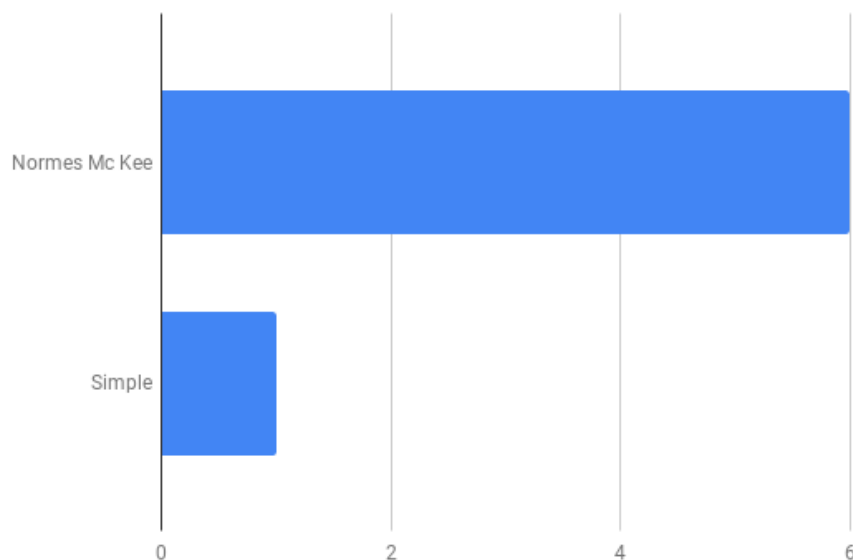
La majorité des films ont eu des têtes d'affiche au casting (6 sur 7).



Graphique 61 : Nombre de films sortis ayant un ratio supérieur à $-0,5$, de chaque genre.

Deux de ces films sont du genre drame, deux comédies, un romantique, un historique et un thriller. Le thriller est le film *Casanegra* qui a un ratio de 1.35. Ce film a des têtes d'affiches vendeurs et un registre linguistique familier. Les autres films sont :

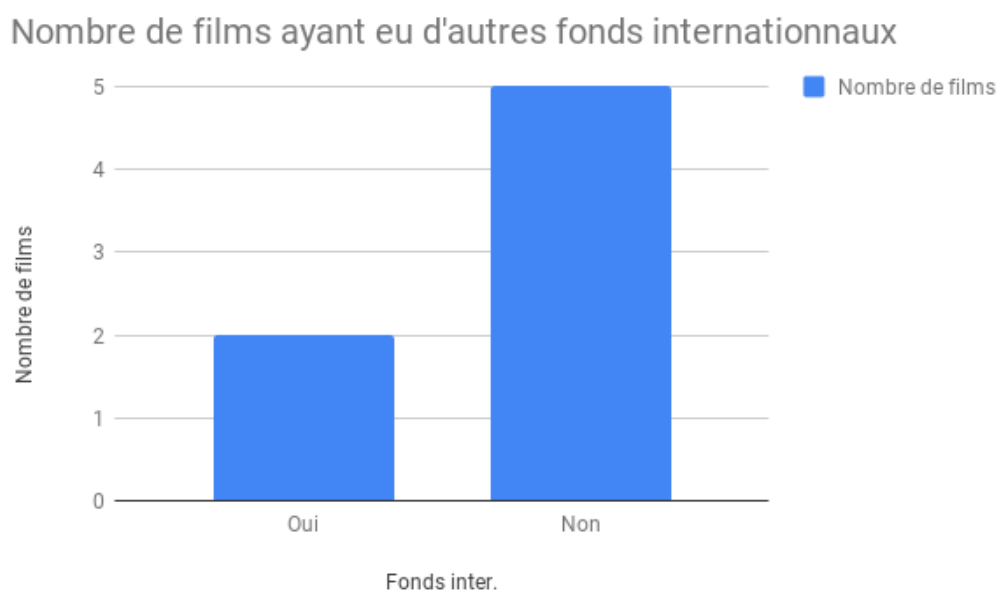
- *Abdou chez les Almohades* (ratio 0.1), historique
- *Amours voilés* (ratio 1.5), romantique
- *Derrière les portes fermées* (ratio 0.16), drame
- *Les chevaux de Dieu* (ratio -0.22), drame
- *Un marocain à Paris* (ratio -0.26), comédie
- *Rock the kasbah* (ratio -0.5), comédie



Graphique 62 : Nombre de films sortis ayant un ratio entre $-0,5$ et 0 , selon la qualité du développement dramatique de l'histoire.

Six de ces films sont écrits selon le modèle classique et suivant rigoureusement les normes McKee.

Il se trouve que la majorité de tous les films qui arrivent à avoir l'avance sur recettes sont écrit de manière très rigoureuse, en suivant méticuleusement les exigences les plus haute notamment celle décrites par Mc Kee dans son livre « The Story », considéré une référence pour l'écriture de scénario.

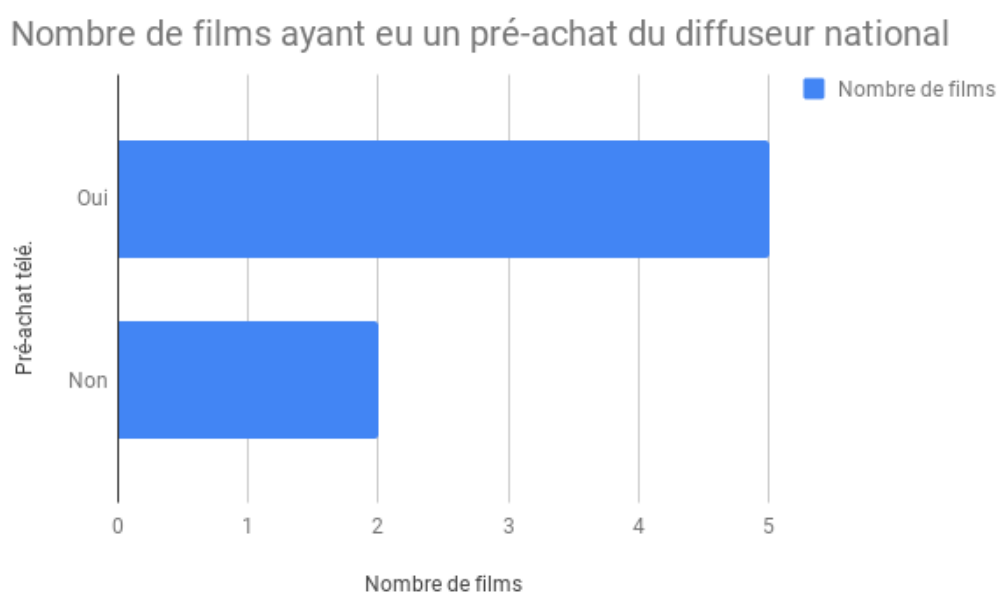


Graphique 63 : Nombre de films sortis ayant un ratio entre $-0,5$ et 0 , et ayant reçu d'autres fonds.

Uniquement deux de ces films ont reçu des fonds internationaux. Il s'agit de *Casanegra* et *Chevaux de Dieu*. Les autres films n'ont pas eu de fonds internationaux.

Pour *Amours voilés*, le film ayant eu un ratio de 1.5, il a eu une avance sur recettes de 2 millions de dirhams (parmi les montants les plus faibles de l'avance sur recettes).

Ceci nous amène au point que la réussite aux guichets dépend surtout du genre du film et de ses facteurs intrinsèques. Aussi, les films qui intéressent le spectateur marocain ne rentrent pas forcément dans les critères de sélection des fonds internationaux.



Graphique 64 : Pourcentage des films ayant un ratio supérieur à -0.5 et un préachat TV.

Alors que cinq de ces films ont eu un préachat de la télévision nationale marocaine. La chaîne de télévision a intérêt à acheter les films qui ont eu un succès auprès des Marocains sauf quand il s'agit de films qui touchent la religion ou la politique ; la chaîne s'abstient.

En conclusion, la caractéristique financière principale des films qui ont réussi à avoir un ratio positif ou au moins au-delà de -0.5 est d'avoir un préachat de la télévision nationale. Il est par conséquent évident que les fonds internationaux supplémentaires représentent un apport favorisant une meilleure qualité. La majorité de ces films ont des têtes d'affiche au casting. Et quatre sur ces sept films ont eu des campagnes médiatiques avec des efforts considérablement diversifiés permettant de les évaluer à 1.

Le ratio est $(\text{Recettes} - \text{AVR})/\text{AVR}$.

Amours voilés et *Casanegra* ont le ratio le plus élevé.

Amours Voilés est sorti en 2008. Le film qui était du box-office en 2008 est le film égyptien *Marjane Ahmed Marjane*. Un film de comédie avec la grande star internationale d'origine égyptienne Adel Imam. La particularité de cette Star c'est qu'il est fort vendeur. Il se trouve aussi que la sortie d'*Amours Voilés* a été en fin 2008, et il n'était réellement dans les différentes salles de cinéma qu'en 2009. En 2009, il était au top du box-office, n'étant dépassé que par *Casanegra*.⁸⁴

Tableau 23 : les films à la tête du box-office marocain en 2009.

Le film	Pays d'Origine	Entrées	Recettes en MAD
CASANEGRA	MAROC	214 473	5 630 504
AMOURS VOILEES	MAROC	179 341	5 009 223

Amours voilés a un montant d'Avance sur recettes moindre. En effet en ayant 5 009 223 MAD de recettes des entrées en salle, il a eu 2 millions MAD d'AVR. Donc le ratio est de 1.5.

Casanegra a eu 5 630 504 MAD de recettes en salle. Il a eu également une avance sur recettes de 2.4 millions MAD d'Avance sur recettes.

Ces deux films marocains ont été au top du box-office. Leur réussite repose autant sur leurs qualités intrinsèques que leurs qualités extrinsèques détaillés en Partie V, les productions bénéficiant de l'avance sur recettes en 2004.

B/ Les efforts de l'État (CCM) pour remédier à la situation du cinéma au Maroc

1/ Les axes stratégiques

Quelques années après l'application de ce système de partenariat public-privé dans la production cinématographique marocaine, avec pour objectif principal d'augmenter les productions, le CCM s'est rendu compte du très bas taux de rentabilité des films, ce qui a également causé la fermeture des salles de cinéma à la suite du déclin des recettes. Depuis, les conseils d'administration du CCM discutent de cette problématique, et développent des axes stratégiques d'action en vue de rétablir la rentabilité des films à un niveau permettant de pérenniser la production cinématographique. En consultant les rapports du conseil d'administration du CCM de la session de juin 2008, de novembre 2009, de novembre et juin 2010 et de novembre 2015, voici le retour et les axes stratégiques proposés.

⁸⁴ « Exploitation », *Bilan cinématographique 2008*, CCM, 2009.

En 2009, les principaux enjeux du CCM sont les suivants : multiplier le nombre de multiplexes, soutenir la filière distribution/exploitation, et lutter contre le piratage.

Moyens mis œuvre pour multiplier le nombre de multiplexes :

- appuyer l'intégration des multiplexes dans les projets urbanistiques, immobiliers touristiques, commerciaux et de loisirs ; et ce, en signant des conventions avec les autorités locales, les départements concernés et les promoteurs ;
- garder dans les schémas directeurs des villes au niveau des plans d'aménagement la réservation de terrains pour la construction de multiplexes ;
- faciliter l'accès des investisseurs au foncier public pour la création de multiplexes ;
- aider à la construction de multiplexes par la prise en charge d'un pourcentage du taux d'intérêt ;
- soutenir, sous forme de prêt, le financement des multiplexes à hauteur de 20 % du coût global de la construction du multiplexe ;
- inciter à l'équipement des multiplexes en matériel numérique.

Soutenir la filière distribution/exploitation

Exploitation

Il s'agit de contribuer à la transformation des salles de cinéma, en prenant en charge les taux d'intérêt, l'informatisation de la billetterie, et en mobilisant les collectivités locales pour qu'elles participent financièrement ou prennent complètement en charge le coût de la réhabilitation des salles de quartier ; et finalement obtenir une harmonisation fiscale à 7 % (toutes les taxes confondus : TVA, IS, Taxes communales...).

Distribution

Il s'agit de soutenir les sociétés de distribution de films par le biais du programme Euromed-Cinémas, avec un budget de 40 millions de dirhams étalé sur trois années, et confié au CCM par la Commission européenne, lequel agit en partenariat avec Europa-Cinémas (France), et entrant dans le cadre du programme Euromed Audiovisuel II.

Moyens de lutte contre le piratage

Parmi les moyens proposés, il faudrait multiplier les opérations de contrôle des sites de distribution illégale des VOD, signer des conventions avec les opérateurs téléphoniques pour le

contrôle des téléchargements illicites, et soutenir les associations et organismes impliqués dans la lutte contre le piratage, conformément à la réglementation en vigueur⁸⁵.

Pour 2010, c'est durant le conseil d'administration de novembre 2009 discutant les orientations stratégiques du CCM qu'il a été convenu des axes d'actions suivants :

Encourager la construction des multiplexes

La proposition du conseil d'administration était de lancer la construction, jusqu'en 2012, de nouveaux multiplexes, à raison de trois par an, les villes prioritaires étaient Rabat, Mohamédia, Agadir, Fès, Kénitra, Tanger, Meknès, Béni Mellal, Oujda.

Sachant que la construction d'un multiplexe de 8 à 12 salles nécessite un investissement de 60 millions de dirhams (hors foncier), l'État, par le biais du CCM, s'engage à réserver 60 millions de dirhams par an, à raison d'une moyenne de 15 millions de dirhams par multiplexe, équivalent à une dotation financière globale de 180 millions de dirhams entre 2010 et 2012.

Il s'agit également d'inciter à la réhabilitation et modernisation du parc existant et à la création de salles de proximité. L'objectif était d'atteindre 235 écrans opérationnels en 2012. Et comme la création d'un multiplexe de 3 à 4 salles de capacité de 300 à 400 places nécessite un investissement compris entre 12 et 20 millions de dirhams, il faudra contribuer au financement de nouvelles salles de proximité, à leur réhabilitation, ou à la transformation de salles existantes en plusieurs salles, sous forme de crédits sans intérêts remboursable sur les recettes de leur exploitation, et ce dans la limite de 30 % du coût global du projet, ne dépassant pas 900 000 dirhams par salle. Le CCM s'engage à réserver une dotation financière de 18 millions de dirhams par an soit un total de 54 millions de dirhams entre 2010 et 2012.

Il était également nécessaire d'obtenir une harmonisation fiscale à 7 % (TVA culturelle et suppression des anciennes taxes).

Soutenir les manifestations cinématographiques

Il s'agit de soutenir les manifestations cinématographiques organisées au Maroc pour arriver à une cinquantaine d'ici à 2012. Pour cela, le CCM s'engage à contribuer financièrement à hauteur de 73,5 millions de dirhams pour les trois années 2010 à 2012, soit une moyenne de 24,5 millions de dirhams par année.

⁸⁵ Nour-Eddine Sail, et le conseil d'administration, « Plan pluriannuel 2009-2011 », conseil d'administration du CCM de novembre 2008.

Aider financièrement à la distribution

Le conseil d'administration avait proposé d'aider financièrement à la distribution de 36 films marocains, à raison d'un par mois, en contribuant au financement de la promotion à hauteur de 50 % du montant investi par le producteur, sans que ce montant ne dépasse 10 % du montant de l'avance sur recettes.

Il avait également proposé de prendre en charge 50 % des frais de promotion des sorties à l'étranger pour les dix premières entreprises de production, avec un plafond de 300 000 MAD.

Encourager la culture cinématographique

L'encouragement proposé de la culture cinématographique a pris forme en soutenant les associations professionnelles, à hauteur de 2 millions de dirhams par an, en appuyant les créations de cinémathèques régionales pour un montant de 10 millions par an, et les ciné-clubs et associations de critiques de cinéma à raison de 1 million de dirhams par an.

Il s'agit également d'appuyer la création de filmothèques jusqu'à 1 million de dirhams par filmothèque, pour arriver à l'implantation d'une filmothèque dans chaque grande ville, d'encourager l'édition des magazines ou livres, la production d'émissions de télévision, et le lancement des sites Internet sur le cinéma à raison de 1 million de dirhams par an.

Lutter contre le piratage

Pour lutter contre le piratage, le conseil d'administration a proposé de signer des conventions avec les opérateurs téléphoniques pour le contrôle *a priori* des téléchargements illicites, de mettre en place des campagnes de sensibilisation, des structures d'importation, et commercialisation des films sur supports d'enregistrement. Et finalement, le conseil d'administration a mis le point sur l'importance de former les agents d'autorité, procureurs et juges, aux outils utilisés pour le piratage⁸⁶.

Parmi tous ces axes stratégiques et plans d'actions établis lors des conseils d'administrations, voici les efforts mis en place de manière régulière et structurée.

⁸⁶ Nour-Eddine Sail et les conseils d'administration, Rapports du conseil d'administration en juin 2008, novembre 2008, juin 2009, novembre 2009, juin 2010, novembre 2010, et novembre 2015.

2/ Les actions entreprises concrétisées

a/ Éducation à l'image

1. Festival

La force culturelle et l'impact social des ciné-clubs furent très forts durant les années quatre-vingt. Malgré leur pouvoir social important, et l'influence politique qu'ils auraient pu avoir, les ciné-clubs étaient largement éloignés d'une implication explicite dans la vie politique du Maroc. Les pouvoirs politiques, ayant remarqué leur impact, étaient concernés par la maîtrise de l'élan des ciné-clubs. Devant le grand déclin du nombre de salles de cinéma, à la suite de la baisse des recettes, le centre cinématographique marocain ouvre un fonds de soutien aux manifestations cinématographiques ayant pour but de rapprocher le cinéma du citoyen. Ce soutien vient avec de hautes exigences artistiques, en ne laissant plus les ciné-clubs se centrer sur le contact avec le citoyen. De l'autre côté, outre les faibles montants financiers octroyés aux festivals qui n'adhèrent pas à ces exigences, nous assistons à une prolifération de festivals cinématographiques sur tout le territoire marocain, des grandes villes jusqu'aux très petits villages.

Quelles sont les réglementations et les mesures entreprises pour ce faire ? Et qu'en est le résultat six ans après ?

i/ Règlementation et mesures entreprises :

Réglementation :

Le fonds de soutien aux manifestations cinématographiques organise deux sessions par an, dont la date limite du dépôt de la première session est le 5 mars, et la deuxième le 5 juillet. Une commission composée de représentant du CCM, du ministère des Finances, du ministère de la Communication, et de personnalités publiques étudie les dossiers. L'objectif de ce fond est de :

- consolider le professionnalisme des festivals cinématographiques soutenus, améliorer leur niveau d'organisation et garantir leur pérennité et leur indépendance ;
- soutenir la complémentarité des festivals au niveau de la thématique et de la répartition géographique ;
- développer l'attractivité des festivals cinématographiques et leur rayonnement à l'échelle nationale et internationale⁸⁷.

⁸⁷ Soutien aux manifestations cinématographiques,
www.ccm.ma/soutienaucinema/festivalsetmanifestationscinematographiques.

Le CCM a mis en place un certain nombre de critères assez exigeants qui permettent d'abord la sélection des manifestations qui vont bénéficier du fonds, mais aussi de les classer en trois catégories : A, B et C.

Les montants octroyés dépendent alors de la catégorie de la manifestation :

- festivals de catégorie A : de deux millions et demi de dirhams (2 500 000 MAD) à douze millions (12 000 000 MAD).
- festivals de catégorie B : le montant du soutien est plafonné à deux millions de dirhams (2 000 000 MAD).
- festivals de catégorie C : le montant du soutien est plafonné à un million de dirhams (1 000 000 MAD) ;
- pour les manifestations cinématographiques autres que A, B et C, le montant du soutien est plafonné à cent mille dirhams (100 000 MAD) si elles sont organisées au Maroc et deux cent cinquante mille dirhams (250 000 MAD), si elles sont organisées à l'étranger⁸⁸.

Le festival doit être organisé de manière régulière, avoir une structure permanente d'accueil et un comité d'organisation adéquat.

Les festivals de catégorie C doivent avoir un directeur du festival, un directeur artistique, un responsable financier, un attaché de presse ; et respecter les critères suivants :

- choisir les films selon des critères professionnels ;
- posséder une identité spécifique, thématique, géographique ou qualitative ;
- désigner un jury national ou international ;
- inviter des personnalités marocaines ou étrangères, ou les deux ;
- permettre une couverture médiatique ;
- disposer d'un site web dédié au festival ;
- décerner des prix dont la valeur totale dépasse cent cinquante mille dirhams (150 000 MAD) pour chaque édition ;
- mettre en compétition des films produits dans les deux années suivant la dernière édition, et qui n'ont jamais participé à aucune compétition au Maroc, en dehors du festival national du film, tout en respectant l'identité du festival et les critères professionnels demandés ;

⁸⁸ Cahier des charges pour le soutien aux festivals et manifestations cinématographiques.

- programmer éventuellement d'autres activités parallèles respectant les critères professionnels ;
- s'appuyer, pour la programmation, sur des bases professionnelles claires, aussi bien au niveau de la production que de la diffusion.

Les festivals de catégorie B, en plus des précédents critères, doivent avoir un directeur de production parmi leur comité d'organisation, et décerner des prix dont la valeur totale dépasse 250 000 MAD, avoir un jury obligatoirement international, et également avoir une couverture médiatique importante à l'échelle internationale.

Les festivals de catégorie A doivent avoir en plus un directeur de communication et un secrétariat permanent. Ils doivent donner des prix dont la valeur dépasse 300 000 MAD, et avoir un jury avec une reconnaissance internationale de son professionnalisme, et ayant une expérience dans des festivals similaires. Il doit avoir comme objectif la promotion de l'image du Maroc, sa culture et sa civilisation⁸⁹.

li/ Bilan :

Les festivals existants en 2013 :

Les manifestations cinématographiques organisées au Maroc sont (selon le site <http://www.ccm.ma/docs/festivals-manifestations-cinematographiques-soutenus-depuis-2013.pdf>) :

Tableau 24 : les manifestations cinématographiques au Maroc en 2013.

I- Festivals de catégorie A
« Festival international du film de Marrakech » (hors classement)
1 « Festival national du film Tanger »
II- Festivals de catégorie B
2 « Festival du court-métrage méditerranéen de Tétouan » Tétouan
3 « Festival du cinéma africain » Khouribga
4 « Festival international du film de femmes » Salé
III- Festivals de catégorie C
5 « Festival international du cinéma » Dakhla
6 « Festival international du cinéma marocain et ibéro-américain »

⁸⁹ Ministre de la Communication porte-parole du Gouvernement et du ministère délégué auprès du ministre de l'Économie et des Finances chargé du budget, arrêté conjoint n° 2492.12 du 19 septembre 2012.

7 « Festival maghrébin du court-métrage » Oujda
8 « Festival international de cinéma d’animation » (Ficam)
9 « Festival international de documentaire » (Fidadoc)
10 « Festival “cinéma et migrations” »
11 « Festival international du film transsaharien » Zagora
12 « Festival international de cinéma et mémoire commune » Nador
13 « Centre de mémoire commune pour la démocratie et la paix »
14 « Festival Europe-Orient du film documentaire » Asilah
15 « Festival du court-métrage marocain » Rabat
16 « Festival national du film d’amateurs » Settat
17 « Festival de Sebou du court-métrage » Kénitra
IV- Manifestations cinématographiques
18 « Rencontre du cinéma marocain » Sidi Kacem
19 « Festival international du film pour l’enfance et la jeunesse » Chefchaouen
20 « Festival cinématographique » El Jadida
21 « Festival international du film de l’étudiant » Casablanca
22 « Festival international du cinéma des jeunes » Meknès
23 « Rencontre cinématographique » Mechraa Belkssiri
24 « Festival international du film documentaire » Khouribga
25 « Festival cèdre universel du court-métrage » Azrou/Ifrane
26 « Festival du cinéma des peuples » Imouzzar Kandar
27 « Festival international de Douss du court-métrage » Aït Melloul
28 « Festival international du Film » Tanger
29 « Rencontre nationale du cinéma de la marge » Guercif
30 « Festival Handifilm » Rabat
31 « Rencontre du film marocain » Fès
32 « Université d’été du cinéma et de l’audiovisuel Mohammedia 7 »
33 « Festival national du film de l’élève » Salé
34 « Rencontre Cap Spartel du cinéma Nord-Sud » Tanger
35 « Khayma cinématographique » Al Aounate Sidi Bennour
36 « Festival du film marocain “Étoile de cristal” » Liège, Belgique
37 « Rencontre nationale du court-métrage amateur » Chefchaouen
38 « Festival du cinéma » Saidia
39 « Rencontre du cinéma marocain Sidi Othmane » Casablanca

40 « Festival national d’Assa du cinéma du Sahara » Assa Zag
41 « Festival Tasmit du cinéma et de la critique » Beni Mellal
42 « Festival de la Casbah du court-métrage » Ouarzazate
43 « Festival international du film documentaire » Zagora
44 « Festival national du cinéma de l’Oasis » Tata
45 « Rencontre internationale du film » Guelmim
46 « Rencontre du cinéma et la jeunesse » Had Kourt
47 « Festival méditerranéen “Cinéma et immigration” » Oujda
48 « Festival national du film documentaire éducatif » Khouribga
49 « Festival cinéma et éducation » Sidi Slimane
50 « Rencontre nationale des journées de Fès pour la communication cinématographique »
51 « Rencontre cinématographique » Meknès
52 « Festival Benguerir du cinéma » Benguerir
53 « Festival Cinébassamat » Rabat

Montant total du fonds de soutien aux manifestations cinématographiques : 27 440 000 MAD⁹⁰.

b/ Exploitation

1. Numérisation des salles et leur réaménagement

i/ Règlementation et mesures entreprises :

Le changement des outils de projection vers le numérique est devenu une nécessité pour pouvoir suivre le mouvement international. Comme les moyens de la majorité des salles sont limités, le centre cinématographique a créé un fonds de soutien pour la numérisation des salles, et leur réaménagement.

Les objectifs consistent à :

- consolider la transparence de l’exploitation cinématographique au Maroc et généraliser le système de la billetterie informatisée ;
- renforcer les possibilités de distribution avec une diversification de l’offre et une limitation du monopole ;

⁹⁰ Les manifestations cinématographiques au Maroc, <http://www.ccm.ma/docs/festivals-manifestations-cinematographiques-soutenus-depuis-2013.pdf>

- créer et étendre le parc des salles de projection dans le cadre d’une répartition équilibrée des infrastructures culturelles à l’échelle régionale et nationale⁹¹.

Une ouverture du texte vers la création de salles de cinéma laisse la possibilité d’une aide financière qui reste minime, un million de dirhams. Le texte se base sur le principe de la participation des différents bénéficiaires ultérieurs de la salle, notamment l’implication de la mairie ou du conseil régional pour l’octroi du terrain, l’implication du secteur privé et des banques pour la création, et finalement du CCM pour finaliser la structure. Vu le coût important de la création de salles de cinéma, ce fonds a été utilisé pour la numérisation des salles, mais il n’y a pas eu de dossier de création de salles qui ait bénéficié de ce fonds.

li/ Bilan

Les résultats de ces mesures entreprises pour la numérisation des salles, plusieurs cinémas ont bénéficié du fond de la numérisation des salles. Nous retrouvons les données suivant dans les chapitres exploitations des bilans cinématographiques.

En 2013 :

Huit salles ont bénéficié du fonds pour la numérisation des salles.

Tableau 25 : Les salles de cinéma ayant bénéficié du fonds pour la numérisation en 2013.

Salle de cinéma	Ville	Montant
Lynx	Casablanca	837 000,00
Avénida	Tétouan	756 000,00
Colisé	Marrakech	756 000,00
Rif	Casablanca	693 000,00
Ritz	Casablanca	540 000,00
Espagnole	Tétouan	504 000,00
ABC	Casablanca	459 000,00
Dawliz	Meknes	395 000,00
	TOTAL	4 940 000,00

⁹¹ Ministre de la Communication, porte parole du Gouvernement et ministère délégué auprès du ministre de l’Économie et des Finances chargé du budget, arrêté conjoint n° 2491.12 du 19 septembre 2012.

En 2015 :

Huit salles ont bénéficié du fonds pour leur numérisation. Il s'agit :

Tableau 26 : salles bénéficiant du fonds de numérisation en 2014

	Salle	Ville	Nombre d'écrans	Nombre de projecteurs numériques	Montant en dhs de l'aide à la numérisation octroyée en 2014
1	Megarama (Empire/ Lux)	Fès	3	3	1 737 000
2	Roxy	Tanger	1	1	946 000
3	Lutetia	Casablanca	1	1*	715 000
4	Eden CLub	Casablanca	3	3*	1 908 000
5	Mabrouka	Marrakech	1	1	666 000
6	Rif	Tanger	2	1	636 000
7	Hollywood	Salé	1	1	693 000
8	Dawliz (ex Cinéfar et Dawliz Habous)	Casablanca	2	2*	1 441 000
Total			14	13	8 742 000

Activ
Accéd

En 2015

En 2015, la commission a octroyé à une seule salle de bénéficier du fonds de numérisation des salles de cinéma, avec un fonds de 784 000 MAD.

Tableau 27 : la salle bénéficiant du fonds pour la numérisation en 2015

	Salle	Ville	Nombre d'écrans	Nombre de projecteurs numériques	Montant en DH de l'aide à la numérisation octroyé en 2015
1	Al Massira	Marrakech	1	1	784 000
Total			1	1	784 000

En 2016, les salles qui ont bénéficié du fonds pour la numérisation des salles :

Tableau 28 : Les salles bénéficiant du fonds pour la numérisation en 2016

	Salle	Ville	Nombre d'écrans	Nombre de projecteurs numériques	Montant de l'Aide
1	Colisée	Rabat	4	0	1.600.000
2	Mégarama salle 8	Casablanca	1	1	600.000
3	Mégarama salle 2	Marrakech	1	1	600.000
4	Paradise	Rabat	1	0	600.000
	Total		7	2	3.400.000

Par conséquent, le résultat de cet effort de numérisation et réhabilitation des salles est comme suit :

Tableau 29 : Parc des salles de cinéma au Maroc en 2016

	Salle	Ville	Nombre d'écrans	Nombre de projecteurs numériques	Nombre d'entrées	Recettes guichet en DH	Prix moyen ticket	Billetterie informatisée
1	Megarama	Casablanca	14	14	708.914	35.317.275,00	53	X
2	Megarama	Marrakech	9	9	179.119	9.305.540,50	52	X
3	Imax	Casablanca	1	1	105.945	6.441.721,00	65	X
4	Megarama	Tanger	8	8	115.954	5.968.706,00	45	X
5	Megarama	Fès	3	3	77.088	2.968.399,00	38	X
6	Renaissance	Rabat	1	1	69.459	2.728.090,00	39	X
7	Le Colisée	Marrakech	1	1	40.181	1.219.070,00	31	X
8	Lutetia	Casablanca	1	1	42.062	1.172.280,00	21	X
9	Lynx	Casablanca	1	1	25.791	896.240,00	36	X
10	Royal	Rabat	1	0	27.757	799.681,00	32	
11	Mabrouka	Marrakech	1	1	30.344	647.375,51	21	X
12	Eden CLub	Casablanca	3	3	22.881	634.760,00	26	X
13	Avénida	Tétouan	1	1	16.270	566.188,36	30	
14	7ème art	Rabat	1	1	25.843	517.070,00	18	X
15	Rialto	Casablanca	1	1	14.619	516.050,00	34	
16	ABC	Casablanca	1	1	11.687	381.125,00	35	X
17	Rif	Casablanca	1	1	10.512	334.060,00	33	X
18	Ritz	Casablanca	1	1	10.133	327.610,00	35	X
19	Al Massira	Marrakech	1	1	14.481	311.285,00	21	X
20	Roxy	Tanger	1	1	6.678	276.635,00	37	X
21	Caméra	Meknès	1	0	10.230	243.255,00	21	
22	Paradise	Rabat	1	0	8.127	236.879,00	28	
23	Espagnol	Tétouan	1	1	5.559	156.405,53	28	
24	ABC	Meknès	1	0	6.974	148.274,00	19	
25	Rif	Tanger	2	1	3.135	66.000,00	17	X
26	Royal	Oujda	1	0	1.782	22.759,00	8	
27	Hollywood	Salé	1	1	0	0,00	20	
28	Dawliz	Meknès	1	1	0	0,00	13	
	Total		61	55	1.591.525	72.202.733,90		

2. Création de multiplexes

i/ Règlementation et mesures entreprises :

Projet de création d'un ensemble de multiplexes : montage financier proposé par le CCM préparé par Nour-Eddine Sail. À la suite de l'interview de Nour-Eddine Sail, le 9 mai 2017 à Cannes, et avec Kamal Mouline le 12 novembre 2017 à Rabat, le CCM a néanmoins proposé un projet plus avantageux pour le cinéma marocain, il consiste à favoriser la création en masse de grands multiplexes sur tout le territoire marocain. Il s'agit d'un partenariat entre les communes, le CCM, et le secteur privé. Les communes offriraient les terrains sur lesquels les salles de cinéma seraient construites. Le centre cinématographique participe en tant que garant auprès des banques qui financeraient le reste du projet. La salle de cinéma construite ne payerait aucune taxe pendant les cinq années suivant son ouverture⁹². Devant la réticence des banques marocaines, l'ouverture aux investisseurs étrangers et aux chaînes d'exploitation étrangères s'impose⁹³.

ii/ Bilan

Le résultat de ces efforts a été l'implantation de la chaîne de multiplexes cinématographiques : le Mégarama dans les grandes villes du royaume, notamment Casablanca, Marrakech, Fez et ouverture prochaine dans les autres grandes villes (Agadir, Tanger...).

3. Combattre le piratage

Le piratage constitue un danger majeur pour la totalité des films au Maroc. Il est un des principaux facteurs expliquant le déclin des recettes en salles. Les actions prises par le CCM pour combattre le piratage sont essentiellement des descentes dans les lieux de vente des DVD, dans plusieurs villes du royaume, en collaboration avec le parquet de la ville, et plus précisément le procureur du roi et la police judiciaire, et en présence des représentants de la Chambre marocaine des distributeurs, et du Bureau marocain des droits d'auteur.

13 janvier 2015 à Meknès : « Saisie de 15 200 DVD piratés et l'arrestation de cinq fournisseurs, lesquels feront objet de poursuites judiciaires auprès du tribunal de la première instance de Meknès conformément aux dispositions de la loi 17-94⁹⁴. »

⁹² Interview avec Nouredine Sail, le 9 mai 2017.

⁹³ Interview avec Kamal Mouline, le 12 novembre 2017.

⁹⁴ CCM, <http://www.ccm.ma/actualite.php?id=1110>, le 28 décembre 2017.

26 janvier 2015 à El Jadida : « Saisie de 6 525 DVD piratés et procédé à l'arrestation d'un individu⁹⁵. »

Mars 2016 à Khouribga : saisie de 6 100 DVD⁹⁶.

Avril 2016 à Casablanca : saisie de 8 000 DVD⁹⁷.

Mai 2016 à Rabat : saisie de 69 720 DVD et du matériel de duplication⁹⁸.

c/ Bureau de promotion du cinéma marocain

Présence dans les festivals internationaux

Dans le cadre de la promotion du cinéma marocain, le centre cinématographique assure une présence au niveau de quelques festivals internationaux, dont Cannes, Berlinade et Fespaco.

Cannes : à la suite de l'interview avec Kamal Mouline, le centre cinématographique national a commencé à mettre en place un stand à disposition des cinéastes et producteurs marocains sur le village international au marché du film de Cannes depuis 2009. Ce stand contient un dispositif d'accueil, un endroit pour les réunions avec d'autres producteurs, un salon VIP, et une ouverture sur la plage meublée de tables et chaises pour d'éventuelles réunions. En outre, plusieurs publicités sont faites sur les brochures et les sites du festival de Cannes.

Berlinade : une délégation est présente au festival de Berlin « Berlinade ».

Fespaco : une délégation est présente pour accompagner les cinéastes marocains au Fespaco.

D'autres délégations sont occasionnellement présentes dans d'autres festivals⁹⁹.

Avec tous ces efforts du CCM, le cinéma a-t-il acquis davantage de place sur le marché marocain ? Selon le bilan cinématographique marocain, le nombre des recettes en salles est en déclin continu.

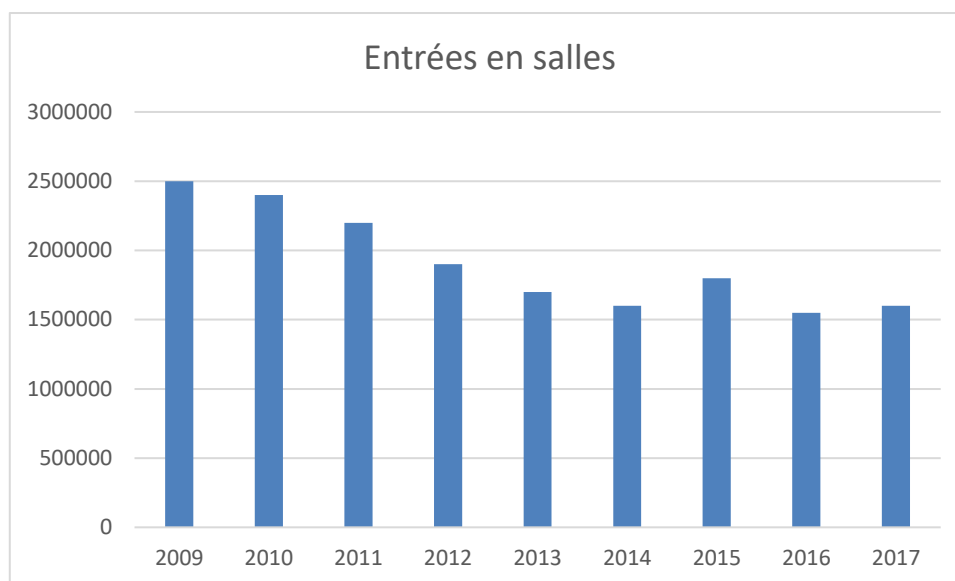
⁹⁵ CCM, <http://www.ccm.ma/actualite.php?id=1115>, le 28 décembre 2017.

⁹⁶ CCM, <http://www.ccm.ma/actualite.php?id=1281>, le 28 décembre 2017.

⁹⁷ CCM, <http://www.ccm.ma/actualite.php?id=1280>, le 28 décembre 2017.

⁹⁸ CCM, <http://www.ccm.ma/actualite.php?id=1286>, le 28 décembre 2017.

⁹⁹ Interview avec Tarik Khallami, chef du département promotion du CCM, le 17 novembre 2017.

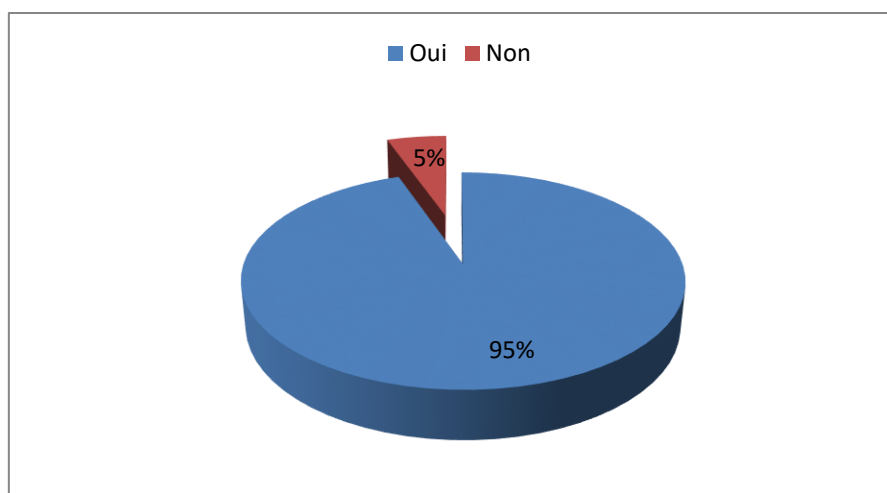


Graphique 65 : Évolution des entrées en salles entre 2009 et 2017.

Bien que le CCM a fait des efforts considérables dans l'éducation à l'image à travers les festivals, dans la numérisation pour offrir une meilleure qualité de projection en salles, et pour combattre le piratage, les statistiques des graphiques 71 et 72 pris du Bilan cinématographiques 2015 et 2018 prouve que les entrées en salles depuis 2012 ne dépassent pas les 2 millions. Ce qui reste très peu. L'étude ici-bas dans le chapitre 3 de la partie V éclaire plus concernant cette situation du spectateur par-rapport au cinéma.

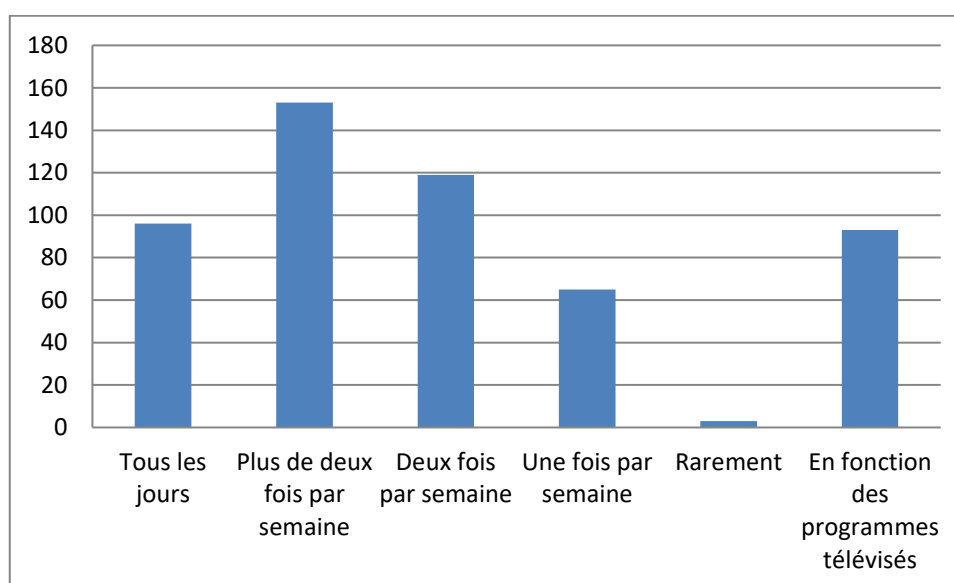
3/ Situation des pratiques spectatorielles du Cinéma au Maroc

En 2016, Claude Forest, sa doctorante Mariam Ait Belhoucine et Abdelfettah Benchenna ont effectué une étude afin d'analyser les pratiques spectatorielles du cinéma au Maroc. Les retours de cette étude montrent une réticence vis-à-vis du visionnage des films en salles de cinéma. Selon cette étude effectuée sur 600 personnes d'âges et de milieux socio-économiques différents, 95 % des interviewés regardent les films à la télévision.



Graphique 66 : Pourcentage des personnes interviewées qui regardent les films à la télévision.

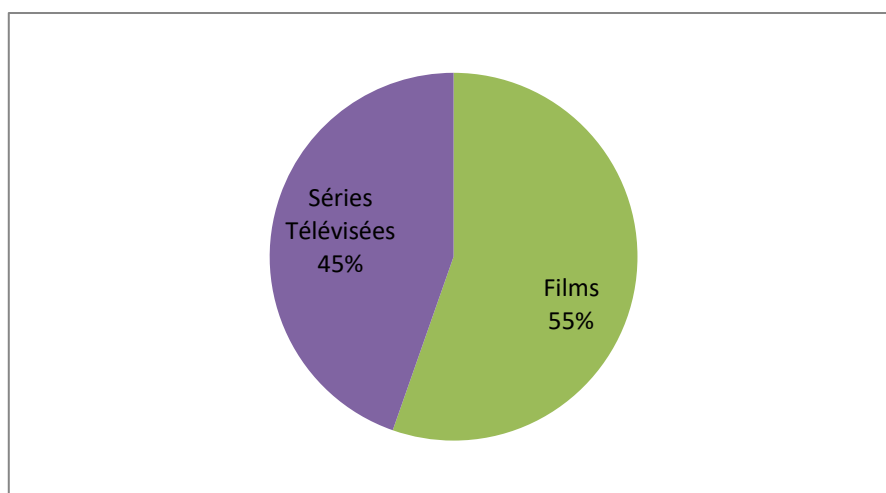
De plus, la fréquence de visionnage des films à la télévision est assez élevée, comme le montre le graphique suivant :



Graphique 67 : Fréquence de visionnage de films à la télévision par les personnes interviewées.

En effet, la majorité des personnes interviewées (plus de 360) affirment regarder les films à la télévision fréquemment (tous les jours, plus de deux fois par semaines, ou deux fois par semaines). Alors que 160 personnes affirment regarder une fois par semaine la télévision ou en fonction des programmes disponibles.

La même étude montre que 45 % des interviewés préfèrent regarder les produits audiovisuels sous forme de séries télévisées plutôt que de films :



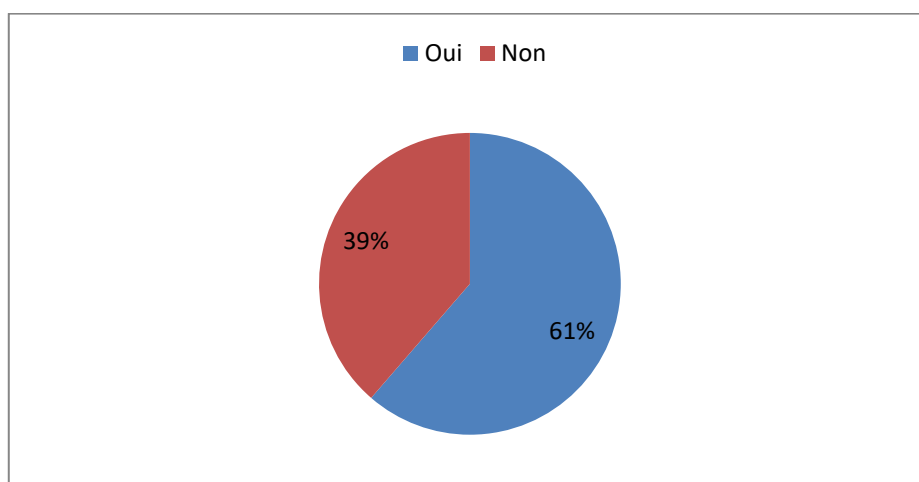
Graphique 68 : Pourcentage des préférences entre les films et les séries télévisées par les personnes interviewées.

Il serait important de mentionner que les séries télévisées au Maroc varient d'un format très court de 5 à 8 minutes, à un format moyen de 26 minutes, à un format long entre 45 minutes à 52 minutes par épisode.

Les films à la télévision ont un format de 75 minutes à 120 minutes.

Aussi, les séries télévisées nécessitent un engagement régulier pour suivre l'histoire de la fiction. Ce qui n'est pas le cas du film dont l'histoire fini à la fin du film.

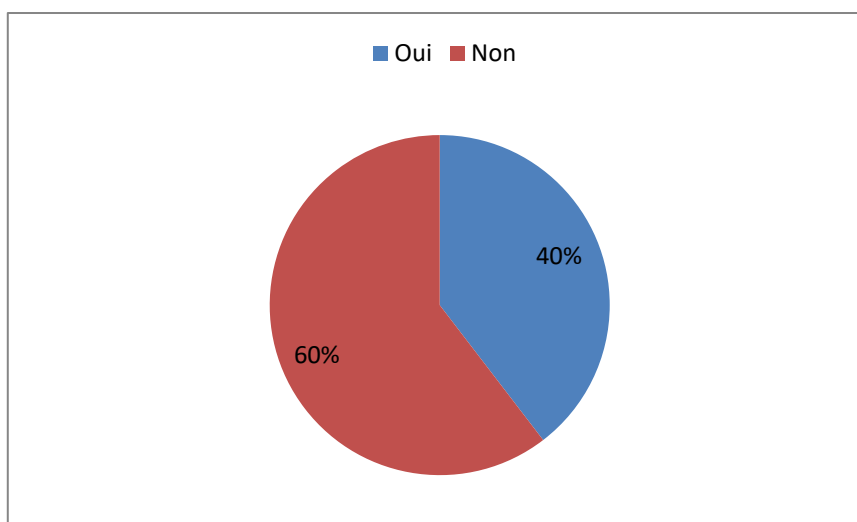
L'étude montre encore que 61 % des interviewés regardent les films en DVD ou VCD.



Graphique 69 : Pourcentage des personnes interviewées regardant les films en DVDs.

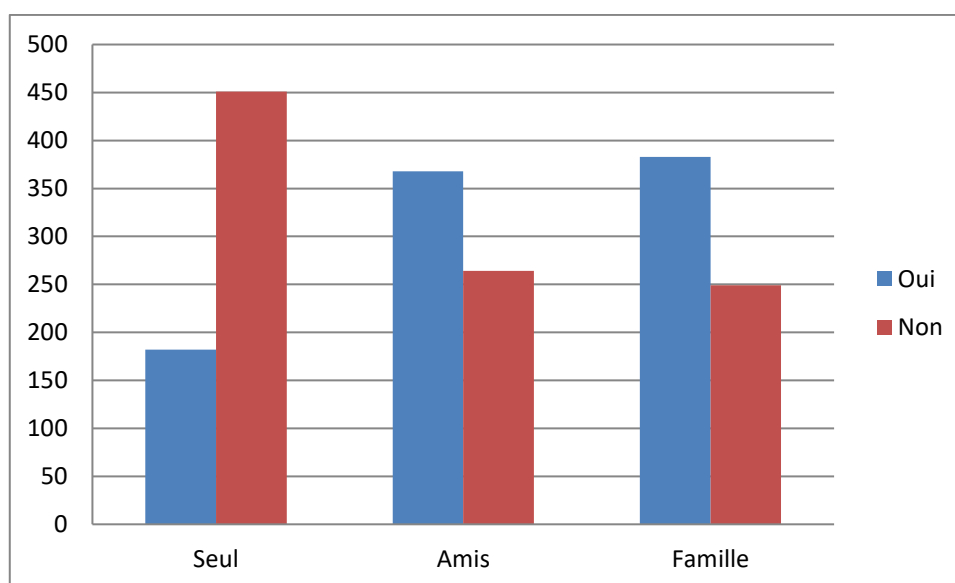
La disponibilité de ces films chez des vendeurs de films piraté mais aussi la possibilité de les avoir sur internet grâce à des sites de piratage des films, favorise que les spectateurs regardent les films en dehors de la salle de cinéma.

Parmi ces spectateurs, 40 % pratiquent eux-mêmes le téléchargement des films.



Graphique 70 : Pourcentage des personnes interviewées qui pratiquent le téléchargement.

Ces pratiques n'empêchent en rien le partage parce que beaucoup d'entre eux regardent ces produits audiovisuels en famille ou avec des amis à la maison, même ailleurs qu'en salles de cinéma comme le montre le graphique suivant :



Graphique 71 : Nombre des personnes interviewées qui partagent l'expérience du visionnage des films.

En effet, 380 personnes affirment voir les films en famille, 360 les regardent avec des amis. Alors qu'uniquement 180 personnes parmi les interviewées disent voir des films seuls.

Le partage de l'expérience de visionnage de films existent toujours quel que soit le lieu où le support du film.

L'intégralité de cette étude est contenu dans la publication de Claude Forest et Mariam Ait Belhoucine : « Les pratiques spectatoriennes au Maroc ».

4/Synthèse des résultats des actions du CCM

Après plusieurs années que les représentants des chambres professionnels conjointement avec le Directeur du CCM et le ministère de tutelle discutent des résultats aux guichets des Film ayant bénéficié de l'avance sur recettes, plusieurs actions ont été prises (voire chapitre 2 de Partie V). Quelques années plutard, quelle est la situation du cinéma au Maroc en terme de Production, et exploitation ?

a/ Production :

En 2017, 39 films et 75 documentaires ont obtenu leurs autorisations de tournage en 2017. Ce nombre est le triple du nombre de production en début des années 2000¹⁰⁰.

Tableau 30 : Nombre d'autorisations de tournage accordés en 2017

	Catégorie	Marocaine	Etrangère
1	Long métrage	39	27
2	Téléfilm	16	0
3	Série télévisée	36	9
4	Court métrage	96	5
5	Sit com	4	0
6	Spot	135	29
7	Film institutionnel	30	11
8	Clip	34	11
9	Variété musicale	26	0
10	Emission télévisée	12	111
11	Reportage	109	313
12	Sketch	5	0
13	Pièce théâtrale	2	0
14	Capsule reportage	17	0
15	Documentaire	75	58
16	Moyen métrage	1	0
17	Télé-feuilleton	1	0
	Total	638	574

¹⁰⁰ Bilan Cinématographique 2017.

Bien que le nombre des productions soit beaucoup plus important, les statistiques d'exploitation ne suivent pas la montée de ce nombre de production.

b/ Etat de la filière du Cinéma :

En effet, la fréquentation des salles varie de 61000 durant le mois de juin à 211 331 entrées en décembre. Le nombre total des entrées dans toute l'année ne dépasse pas 1 591 527 entrées.

Tableau 31 : Fréquentation des salles par mois en 2017

Mois	Nombre d'entrées
Janvier	117 062
Février	139 435
Mars	167 649
Avril	189 131
Mai	105 598
Juin	61 008
Juillet	134 390
Août	124 178
Septembre	91 642
Octobre	112 610
Novembre	137 493
Décembre	211 331
Total	1 591 527

L'Etat via le CCM et les différentes commissions qui y sont, déploie des fonds monétaires et des ressources humaines afin de prendre les mesures nécessaires pour améliorer la situation du cinéma au Maroc. Plusieurs festivals ont été soutenus financièrement pour favoriser l'éducation à l'image avec un montant global de 27 440 000 MAD¹⁰¹. Une grande partie des salles existantes ont bénéficié du fonds pour la numérisation des salles (voire Chapitre 2 Partie V). Plusieurs efforts pour combattre le piratage ont été déployés. Les pratiques de téléchargement restent assez fréquentes : 40% des personnes interviewées lors de l'étude faite par Claude Forest et Mariam Ait Belhoucine pratiquent le téléchargement, et 60% achètent des films en DVD. Les entrées en salles restent faibles comme vu dans le tableau ci-haut en figure 80. Finalement, Il serait important de rappeler qu'aucun film n'a eu un nombre total de parts producteurs supérieur au montant de l'avance sur recettes, de 2004 à 2013.

¹⁰¹« Les festivals cinématographique soutenus par le CCM », Bilan Cinématographique 2015.

Beaucoup d'autres pays ont élaboré des politiques économiques pour améliorer la situation du cinéma sur leurs territoires. En faisant le tour du modèle français comme présenté par Claude Forest dans son livre *L'argent du cinéma. Introduction à l'économie du 7^e art*¹⁰², il s'agit d'un modèle industriel qui structure et encadre les différents maillots de la chaîne industrielle cinématographique. Pour chacune de ces différents maillots : Production, distribution et exploitation, plusieurs différents fonds de soutien ont été élaborés pour s'adapter aux variations des besoins des opérateurs. L'institution étatique de tutelle est le centre National de la Cinématographie (CNC)¹⁰³. Ce dernier propose plusieurs fonds afin de répondre aux différents besoins des opérateurs dans le domaine cinématographique :

- Pour le Cinéma, il propose des aides : A l'écriture de scénario, la distribution, l'exploitation, l'exportation, la diffusion, le court-métrage, le livre édition.
- Pour les séries télévisées, il propose des aides à l'écriture et le développement, à l'innovation, la production, la promotion, la diffusion
- Pour le jeu vidéo : Fonds d'aide au jeu vidéo ; Fonds d'images de la diversité
- Pour la création numérique : Création Numérique ; Création Vidéo sur Internet (CNC Talent) ; Création artistique multimédia et numérique (DICRéAM), et fonds images de la diversité.

Dans d'autres modèles, les investisseurs sont beaucoup plus nombreux dans ce domaine, vu le nombre de salles de cinéma et des importantes recettes en salles, tel le modèle américain et le modèle égyptien.

En regardant ce qui a été fait dans d'autres pays, qui ont mieux réussi le développement de leur industrie cinématographique en termes d'entrées en salle et de production, et leur politique économique culturelle ; voici quelques propositions qui pourraient être adaptées pour l'industrie cinématographique marocaine.

5/ Les actions proposées pour surmonter les obstacles et saisir les opportunités pour de meilleurs résultats commerciaux

Le cinéma marocain souffre d'une réticence du public pour aller au cinéma, et par conséquent de la fermeture des salles de cinéma. Le nombre de films produits reste faible par rapport à d'autres pays, mais surtout non satisfaisant par rapport aux exigences du public marocain vu les faibles recettes des films. Devant ce constat, en revenant à d'autres modèles de

¹⁰² Forest, *L'argent du cinéma. Introduction à l'économie du 7^e art*, 2002

¹⁰³ <https://www.cnc.fr/>

politique culturelle essentiellement le modèle français comme présenté par Laurent Creton dans son article « Retour sur les origines du système d'aide à la production cinématographique en France »¹⁰⁴, d'autres propositions que les actions entreprises par le CCM comme vu dans la partie V, B/ 2, peuvent être adaptés pour le Maroc. Après l'étude du livre du professeur Claude Forest *L'argent du cinéma*¹⁰⁵, ces propositions adaptées au système marocain émergent :

a/ Variation des fonds

Depuis les années 2000, plusieurs formations en cinéma et audiovisuelle ont été créées dans divers institutions de formation dans le pays. Plusieurs centaines de techniciens (ingénieurs son, chef opérateurs) et réalisateurs et producteurs sont formés annuellement. A leur sortie, les exigences pour être intégré dans la filière cinématographique sont multiples comme expliqués en Partie I, B, 2) le CCM en 2004. Les obstacles pour intégrer le domaine cinématographique font perdre à l'économie marocaine beaucoup de ressources humaines qualifiées et qui pourraient mieux construire le paysage audiovisuel marocain. Il est nécessaire de développer des solutions de financement adaptés aux besoins de cette catégorie des opérateurs afin de leur permettre de mieux se développer et surtout de mieux servir l'industrie cinématographique, comme un Fonds pour une première et deuxième œuvre.

Aussi, les réalisateurs confirmés sont de plus en plus nombreux. Le nombre de films produits par an par ces réalisateurs-là reste très faible. Il est également nécessaire de créer d'autres fonds afin de permettre à plus de films d'exister comme un fonds pour les investisseurs financiers dans la production de films gérés par le CCM.

Enfin, beaucoup de films souffrent d'un manque d'effort de communication. Il est nécessaire de mieux développer la distribution au Maroc. Le besoin d'un soutien financier pour la communication des films via un fonds de distribution permettrait de mieux développer ce maillon de la chaîne cinématographique.

1. Fonds pour une première et deuxième œuvre

Il s'agit d'un fonds pour films à petit budget destiné aux nouveaux réalisateurs, afin qu'ils puissent faire leurs preuves. Ce fonds est constitué d'une partie financière allant de 600 000 MAD à 1 200 000 MAD, et du matériel neuf du département de production du CCM

¹⁰⁴ Creton Laurent, « Retour sur les origines du système d'aide à la production cinématographique en France », *Cinéma français et État : un modèle en question*, Jean-Marc Vernier (dir.), *Quaderni*, no 54, éditions Sapientia, 2004.

¹⁰⁵ Forest, *L'argent du cinéma. Introduction à l'économie du 7e art*, Belin, coll. Belin-SUP, 2002.

mis à la disposition des premières et deuxièmes œuvres marocaines. Les travaux de postproduction proposés en laboratoire font aussi partie de l'aide gratuite offerte aux premières et deuxièmes œuvres ; aussi bien qu'un accompagnement par le bureau de promotion du CCM pour la promotion des films afin de favoriser les accords avec des distributeurs nationaux.

Une implication de la télévision serait également nécessaire pour compléter le plan financier de production de ces films.

À 1 000 000 MAD, une douzaine de films correspondant à des premières et deuxièmes œuvres seraient produits en utilisant moins du quart du budget annuel pour le soutien à la production cinématographique.

2. Créer un fonds pour les investisseurs financiers dans la production de films gérés par le CCM

Un bureau étatique, qui agirait de manière similaire aux Sofica, permettrait de rassembler les investisseurs privés autour d'un projet de film tout en bénéficiant des structures du CCM pour garantir la sélection de scénarios de qualité, et pour garantir le suivi de la comptabilité des productions ainsi que la promotion et l'accompagnement vers la distribution du film avec un distributeur privé.

3. Un fond de distribution

Une grande partie des films sortis durant cette période ne bénéficie pas d'une campagne médiatique à la hauteur de leur qualité. Le manque de communication autour du film constitue un handicap majeur pour sa carrière commerciale. Un fonds de distribution encourageant les distributeurs à faire une bonne campagne médiatique pour les films marocains semble indispensable. Le montant du soutien dépendrait de la campagne de communication du film détaillée par le distributeur, présentée au centre cinématographique, et étudiée par une commission indépendante. Ce fonds varierait de 200 000 MAD à 320 000 MAD.

b/ Maintien du fonds actuel

Le fonds actuel est très sélectif. Les films populistes y ont moins de chance d'être sélectionnés vu les qualités intellectuelles des membres des commissions. Il donne la chance d'exister aux films d'auteurs. Ces derniers auront plus de mal à se faire financer par des investisseurs indépendants.

c/ Une meilleure organisation stratégique du bureau de promotion des films marocains élaborée conjointement avec les professionnels

La promotion des films marocains est souvent assurée par le producteur lui-même en envoyant son film à quelques festivals. L'absence de stratégie de promotion des films marocains à l'étranger est un point commun chez la majorité des productions marocaines. Le bureau de promotion des films marocains pourrait intervenir dans ce sens.

En classant les films produits au Maroc selon les caractéristiques de chacun, le bureau de promotion enverrait chaque film aux festivals les plus adaptés et donc là où il aurait le plus de chance d'être retenu. Des séances de visionnage des films marocains au profit des distributeurs et diffuseurs lors des grands festivals et marchés du film seraient un outil important de promotion et de vente du cinéma marocain. Ceci devrait être pris en charge par le centre Cinématographique national.

d/ Un bureau d'accompagnement juridique pour les films à l'étranger (contrat de distribution, vente aux diffuseurs étrangers...)

La formation des réalisateurs marocains et des producteurs marocains ne leur permet pas d'avoir l'expertise nécessaire pour étudier et élaborer des contrats avec des partenaires internationaux pour la vente, distribution et diffusion. Le manque de maîtrise de lois internationales qui régissent le domaine audiovisuel dans chaque pays, nécessite l'intervention d'un bureau d'expert pour l'étude de ces contrats.

Il permettrait d'apporter un accompagnement juridique aux productions marocaines, pour pouvoir élaborer des contrats équitables avec les distributeurs étrangers, et des diffuseurs en dehors du territoire marocain. Cet accompagnement peut aller de l'écriture des contrats jusqu'à la désignation d'un bureau d'arbitrage, et l'élaboration d'un réseau de juristes internationaux pour un support ou assistance juridique en cas de besoin.

L'implication de l'organisme mondial pour la propriété intellectuelle dans l'arbitrage entre un producteur marocain et un distributeur international est nécessaire dans ce processus, vu l'impact et l'expérience de l'OMPI.

e/ Des textes juridiques intégrant les aléas qui peuvent toucher un film (mort du réalisateur, maladie...)

Le texte réglementaire ne permet pas à la société de production de changer de réalisateur. Dans des cas où le réalisateur ne peut plus faire le film pour des raisons de santé, d'indisponibilité familiale ou simplement de mort, la société de production n'a pas le droit de faire le film.

Une modification claire des textes de loi permettrait un champ d'action plus large en faveur de la société de production pour qu'elle puisse avoir la possibilité de sauver le film quelles que soient les circonstances qui pourraient survenir : mort d'un réalisateur, maladie handicapante... Dans ces cas-là, la société de production, en accord avec le réalisateur (si encore en vie), pourrait engager un autre réalisateur pour finir le travail, et réussir le film.

f/ Un bureau d'arbitrage spécialisé sous la tutelle du CCM

Plusieurs films ont été annulés suite à des conflits entre le réalisateur et le producteur. Un bureau d'arbitrage pour résoudre des conflits entre les différents opérateurs permettrait de sauver plusieurs productions marocaines.

Il serait composé du directeur du centre cinématographique national, d'un représentant du ministère de tutelle, d'un représentant de la Chambre des producteurs, d'un représentant de l'Union des auteurs réalisateurs marocains, d'un représentant du Syndicat des techniciens, et d'un médiateur ou juriste de l'institution marocaine « Le Médiateur » ou bien de la HACA.

g/ Des salles de cinéma de quartier

Les salles de cinéma sont de moins en moins nombreuses. Celles qui existent ne sont pas proches dans les zones résidentielles.

L'adoption de la proposition du CCM pour la création de salles de cinéma devient une urgence. Sans salle de cinéma, tous les efforts des ciné-clubs et les efforts de l'éducation à la cinéphilie ne peuvent aboutir. Pour pouvoir commercialiser un film en salles, il faudrait avoir des salles. Le modèle économique tel que proposé par le CCM, et mentionné plus haut dans la rubrique « efforts du CCM », est un modèle réaliste qui permettrait une multiplication rapide des salles de cinéma à travers le Maroc.

h/ Des salles multiplexes

Attirer les investisseurs étrangers pour investir dans le domaine culturel en général, et plus précisément l'exploitation cinématographique, permettrait une augmentation considérable du nombre des salles de cinéma et surtout des grands écrans disponibles. Malgré le manque de contrôle que ceci pourrait entraîner, les investisseurs étrangers en multiplexes pourraient constituer un grand apport pour l'infrastructure économique culturelle du pays. Cela engendrerait un impact économique sur différentes autres industries et sur d'autres métiers et services créés tout autour.

i/ Un accompagnement pour une meilleure distribution en ligne après les salles

La distribution en salle reste limitée dans le temps. Aussi avec les changements du comportement du spectateur vers une consommation de l'image en dehors de la salle de cinéma traditionnelle, la nécessité de créer un lieu électronique pour le partage du visionnage des films cinéma s'impose.

Il s'agirait de créer une plateforme électronique pour la vente en ligne des films marocains qui ne sont plus en salles. La plateforme serait gérée par le centre cinématographique marocain, et le Bureau marocain des droits d'auteur.

j/ Combattre le piratage en organisant juridiquement et logistiquement les vendeurs VOD

Bien que le centre cinématographique fasse beaucoup d'effort pour combattre le piratage, le visionnage des films sur Dvds achetés reste parmi les pratiques spectatorielles les plus fréquentes (voir Partie V, B/3.). En effet, vu le positionnement stratégique de ces vendeurs-là dans les habitudes de consommation de l'image du citoyen, il serait intéressant de s'appuyer sur eux pour favoriser la vente des films marocains sur Dvds.

Il s'agit de l'intégration des vendeurs, qui auparavant étaient illégaux, dans un réseau de vente organisé par secteurs géographiques, en informatisant le système des ventes, en offrant des avantages sociaux aux vendeurs, en les intégrant dans le système fiscal, et en les sensibilisant au respect du droit des producteurs et des auteurs d'œuvres.