

تقرير

2

الصحافة المغربية

وآثار الجائحة بعد
رفع الحجر الصحي

يوليو 2020 - ماي 2021

ماي
2021

لجنة المنشأة الصحفية
وتأهيل القطاع

تقرير 2

المحافظة المغربية وآثار الجائحة
الظرفي والبيئوي في أزمة
القطاع بعد رفع الحجر الصحي

المحتويات

6	السباق والرصد
8	وضع الصحافة عبر العالم : لسنا وحدنا
11	وضع الصحافة بعد الحجر المحدي: الخصومية المغربية مبيعات الصحف: المؤشر المذيف
13	التوزيع: شبكة المشاكل العنكوبية
16	الطباعة : أزمة بالزان
18	الزيتان: السقوط الحر
20	نتائج الزرمة: اختلال المؤشرات المالية والافتصاجية
23	الحجم العمومي من الاستثناء إلى المؤسسة
25	الادعيات المهنية والخلقية
29	خلافات وتوصيات
31	

الوطنية المنظمة من طرف لجنة المنشئة الصحافية وتأهيل القطاع بالمجلس الوطني للصحافة⁽²⁾.

كما استند التقرير على جزء هام من المؤشرات والخصائص التي توصل إليها التقرير المنجز في بداية الجائحة والذي اهتم بشكل خاص بتأثر الحجر الصحي على القطاع، وقدم من خلاله ثلاثون إجراء للتعويض من الأزمة. هذا إلى جانب عدد من التقارير والدراسات والتغطيات المنشورة في صحف مغربية أو أجنبية متعلقة بتأثير الجائحة على المعيد الجوهري منها العديدة من الدراسات والتقارير الأجنبية من دول أوربية وأمريكا الشمالية والمنطقة العربية وغيرها.

وإضافة من ذلك، تعتبر هذه الدراسة وصفية تحليلية للمعطيات الراهنة للصحافة المغربية تتعقب الوتوق على تطور وضعها خلال شهر ما بعد الحجر الصحي، واستخلاص مؤشرات جديدة لفهم أعمق لتأثيرها المزروعة، الطرفية والبنوية في نفس الوقت، والتي يتأكد يوما بعد يوم، أنها لا ترتبط بالضرورة بتأثير تعافى الاقتصاد الوطني ما بعد الجائحة، بقدر ما ترتبط بتحديات كثيرة وذات أبعاد متعددة يتدخل فيها عامل التحول الرقمي، ومحدودية سوق الإعلان، وتراجع جمهور القراء، والاختيارات الكبرى في التعامل مع الصحافة كقطاع استثماري له دور أساسي في تعزيز حرية الفكر والرأي والتعبير والتعددية والمشاركة في الشأن العام، وإجمالاً في بناء المواطنة.

السياق والرصد

مثلت أزمة كورونا ظاهرة استثنائية في تاريخ البشرية، حيث أثرت على مختلف مناحي الحياة سواء الاقتصادية منها أو التعليمية أو الصحة وغيرها من الأوضاع الاجتماعية والنفسية والإعلامية والاتصالية، وأضحت إلى حد كبير شاملة في مختلف بلدان العالم، بعض النظر عن اختلاف أنظمتها واختياراتها ومداخلها.

وقد سبق للمجلس الوطني للصحافة أن أجاز، تقريراً أولياً⁽¹⁾ تناول موضوع تأثيرات أزمة كوفيد 19 على الصحافة المغربية وعالج أوجه التأثيرات التي عمقت بها جائحة كورونا والحجر الصحي الجرادات الكثيرة والمتعددة للصحافة المغربية والتي برزت مؤشرات لها منذ حوالي عقد من الزمن.

هذا التقرير الثاني هو تشخيص لوضعية الصحافة المغربية بعد الحجر الشامل، وعودة الارتفاع منها إلى الأكتاف، وذلك من خلال تفكيك واقعتها في ظل الأزمة والتأثيرات على كل حلقات مناعتها وتوصيلها لجمهور القراء، وكذا من خلال تحليل العديد من القضايا المتفرعة أو المرتبطة بالقطاع، وسيأتي ذلك عبر استعراض وضعها القانوني والمالي وتوزيعها ومقروئيتها، ومن ثم الوقوف عند إكراهاتها الموضوعية وعند آراء ومواقف مختلف المعنيين بالقطاع سواء من بين المهنيين أو من بين المؤسسات العمومية، وذلك بحثاً عن بدائل لإيجادها من أزمةها الحالية والهيكلية على السواء.

وتحقيق ذلك، اعتمد التقرير على منهجية وصفية لرصد مختلف مظاهر الأزمة التي عرفتها الصحافة المغربية خلال الفترة المذكورة، كما اعتمد التقرير على المعطيات الرسمية التي حصل عليها المجلس من طرف الفاعلين الأساسيين في القطاع (التأثرون والطابعون والموزعون والمعلنون وممثلو الصحفيين). علاوة على المعطيات المرتقمة للمؤسسات والهيئات المعنية، كقطاع الاتصال والبيانية العامة، أو الدراسات والتقارير المنجزة من طرف الهيئات المهنية كالمفوضية المغربية للتشريحي الصحف، أو نتائج الندوة

05

هذا التقرير الثاني هو تشخيص لوضعية الصحافة المغربية بعد الحجر الشامل، وعودة الارتفاع منها إلى الأكتاف، وذلك من خلال تفكيك واقعتها في ظل الأزمة والتأثيرات على كل حلقات مناعتها وتوصيلها لجمهور القراء، وكذا من خلال تحليل العديد من القضايا المتفرعة أو المرتبطة بالقطاع

نهائياً. بعد منع السلطة من تداول المنتجات الورقية، مما جل المحف لزوم إرس تقليم الاستثمار والاستغلة عن جزء من مواردها المحفية والتقفية. وهذا ما جعل إجمالاً التوزيع لكبر وأهم ستة صف روسية لم يعد يتجاوز مليون نسخة، فـي بلد يزيد عدد سكانه عن 146 مليون نسمة.⁽⁴⁾

أما بالنسبة للعالم العربي فقد انخفض انتشار الصحف المطبوعة حيث وصل في مصر، إلى نحو 50 ألف نسخة يوميًا، من أصل مليوني نسخة سنة 2013، كما تراجع محاذيل الصف من التوزيع بدرجة غير طفيفة، وتقلص عدد صفحات بعض الصف من 24 إلى 8 صفحات، وانخفضت الإعلانات بنسبة 75٪.⁽⁵⁾ وفي دول الخليج أعلنت صحيفة "الحياة" الشهيرة في السعودية عن توقف موقعها الإلكتروني نهاية 2020 بعد توقف جريدها الورقية سنة قبل ذلك، بعد 70 عامًا من انطلاقها كما توقفت طباعة الصحف في كل من الكويت والاردن، وعرفت تونس بدورها توقف توزيع الصحف الورقية تمامًا. وتم تعويضها بنسخ رقمية في شكل ملفات PDF، وتم إلى غاية نهاية السنة المنصرمة، تسريع 190 محفًا من أصل 436 يعملون في المحافة الورقية والإلكترونية، وتوقفت أهم المؤسسات المحفية الخاصة عن دفع رواتب محفياها حسب النقابة الوطنية للمحفيين التونسيين.⁽⁷⁾

60% في روسيا تم إغلاق 60% من أكشاك بيع المطبوعات التي يتعدى عددها 400 منشور يوميًا، بسبب تحدي المبيعات وحرمان الصف من عائدات الإعلان



يوسف محاهد

هناك خطر حقيقي على المحافة ولا يمكن تصور مجتمع بدون صحافة متطورة وكفئة. هناك من يعتبر بأن الجدل هو الشبكات الاجتماعية وأنشكال أخرى من التواصل، لكن واحد الآن لم يثبت علمياً أن هذا يشكل ديداً للمحافة

أما نموذج الصف التي قاومت من أجل الاستمرار فجدج بعض الأمثلة لها فهي كندا وفرنسا وبريطانيا وألمانيا ودول البلطيق، حيث استطعت أغلب مقارولتها المحفية في صف المقومة التي تراجعت بين الجانية لنشر الأخبار، وبين العمل بالأحدث من التكليف وبين التحول الرقمي. وترجع ذلك في كذا عبر التحول إلى مقاس "التابلويد" لتوفير تكاليف الطباعة، مع الاستمرار في إنتاج مواد إعلامية مميزة وتنافسية بالاعتماد على موارد بشرية كفاءه وقادرة على الاستجابة لتطلعات القراء، وكذلك بإعلاء المؤسسة المحفية بوساطة التواصل المتنوعة والمتعددة، لاستهداف مختلف الشرائح الاجتماعية، وبالتالي التوقيع بقوة أمام المنافسة. أما في فرنسا فزعم إغلاق جزء كبير من تقط البيع وانخفاض رقم معاملات البيوعات في الأكشاك بنسبة لا تقل عن 30٪، وتأثر الصف وتوقف بعضها عن الصدور، إلا أن البعض منها سجل نموًا مثيرًا معقدًا في ذلك على العيش على عائدات إعلانية منخفضة وعلى ولاء قرائه بشكل خاص. حيث ركزت بعض الصف مثل le figaro⁽⁸⁾ على حملات

وضع الصحافة عبر العالم: لنا وحدنا

لهم ما وقع من تأثيرات على قطاع الصحافة المغربية بشكل عام، والورقية منها على الخصوص، يفتح التقرير نافذة على أوضاع الصحافة الدولية. الاستنتاجات بالكرهات التي اعترضتها والحلول التي تنتها على المحف القريب والمتوسط.

في مناطق مختلفة من العالم، تجد الصحافة اليوم نفسها مضطرة للبحث عن فرص جديدة للحياة والاستمرار لمواجهة التحديات العديدة والمتوعة، ويتبين أن الاتجاهات العالمية الكبرى لمسارات الصحافة ظل السنوات الأخيرة، بما فيها مرطو كورولا، أفرت تزايد توجهات أو نماذج كبرى في دول أوروبية وآسيوية وأمريكية وعربية مختلفة، أولها يخص محفًا تركزت بالترجمات إلى درجة الانهيار، وثانيها نماذج إعلامية قاومت من أجل البقاء والاستمرار وثالثها صحفا لم تتأثر بالجائحة نظرا لخصوصيات مجتمعاتها وطبيعة نماذجها الاقتصادية.

من ضمن البلدان التي تأثرت بعض محفها بشكل كبير نجد الولايات المتحدة الأمريكية شمات التأثيرات السلبية المجموعات الاقتصادية الكبرى، حيث أصبحت مقاولات محفية متخصصة تحت مراقبة صندوق استثمارية وأبحاث نظرا لما يجتمعا من دجون مقترضة من هذه المؤسسات المالية وبعد انهيار أسهمها في البورصة وتراجع مبيعاتها وابتعاد المعالين عن صحفها الورقية وتحولهم صوب الصحافة الإلكترونية، وهذا ما وقع للمجموعة المحفية CNNet الناشرة أكبر الصحف الوطنية والجهوية في أمريكا⁽³⁾. إلا أن الأزمة لم تصب الصف الوطنية فقط بل تسببت كذلك لكبرى النشر الصف الجهورية الأمريكية العريقة مثل مجموعة (McGraw-Hill) التي تصدر أكثر من 30 جريدة جهورية موزعة في 14 ولاية أمريكية، والتي اضطرت لإعلان إفلاسها، بعد أن تجاوزت ديونها 700 مليون دولار، مما جعلها تحت وصاية أحد صناديق الاستثمار من بين دنايها الكبار.

وفي روسيا تم إغلاق 60% من أكشاك بيع المطبوعات التي يتعدى عددها 400 منشور يوميًا، بسبب تحدي المبيعات والانخفاض المهول لعائدات الإعلان، وتوقف النسخ الورقية

5

من ضمن البلدان التي تأثرت بعض محفها بشكل كبير نجد الولايات المتحدة الأمريكية شمات التأثيرات السلبية المجموعات الاقتصادية الكبرى، حيث أصبحت مقاولات محفية متخصصة تحت مراقبة صندوق استثمارية وأبحاث نظرا لما يجتمعا من دجون

المحافة بعد الدجر المحفي:

الخصوصية المغربية

أكد التقرير السابق للمجلس الوطني للمحافة حول المحافة في ظل الدجر المحفي، أن الأزمة المعقدة في قطاع المحافة المغربية برزت ملامحها منذ سنة 2013، واستمرت في التسارع لتشمل كل مراحل وسلسلات صناعة وتسويق المحافة الورقية والرغمية والرغمية على السواء. أما الإثباتية الظرفية التي طالت المفاوضات الوطنية خلال سنة 2020، فمردداً أساساً إلى الأثر السلبية التي أفرزتها الجائحة والتي أصابت كل القطاعات الجوية، دون أن نغفل آثار استمرار الأزمة المعقدة التي ساهمت في تحديد وضعها الحالي بالانهاز.

ولابد من التذكير بأهم مؤشرات المحافة المغربية خلال الدجر المحفي لتتضح صورة وضعا بعد رفع الحظر الشامل، بحيث إن التقرير الأول للمجلس أكد أن حجم الإعلانات الموجهة للصحف النخفض بشكل رهيب، كما أن مبيعات الورق في ظل ثلاثة أشهر ووقفت عند الصفر بسبب تعليق المطباعة، ورغم ذلك استمر الناشرون في إعادة محفهم عبر الانترنت بمبيعة PD4 بالمجان، بحيث كان هناك نقص محاذل يقدر بـ 36 مليون درهم وقد ساد الاعتقاد أن رفع الدجر المحفي والسماح بعودة الصحف إلى الكشاك سيمع حدا للتريف، وبالتالي كان الرد من العوذة إلى مؤشرات القطاع في الشهور التي تلت الدجر.

إن الأزمة العملة التي يعرضها القطاع تعتبر من طرف المهنيين خطراً حقيقياً على المحافة، التي وصلت اليوم إلى وضعية غير مسبوقة، بالرغم من أنها جريت كل الأزمات والأحوال قبل خمس سنوات. والمفارقة أنه في ظل «الوباء الالتهامي» الذي تزامن مع الجائحة ظهرت في المغرب، كما في دول كثيرة، الحاجة إلى المحافة المحترفة والمحافة المبنية على قواعد العمل الصحفي والاذاني وهذه المحافة مهددة بشبح الرفض.⁽⁹⁾

إن المؤشرات القطاعية ناطقة وتؤكد أن ملاح الأزمة المركبة بارزة



■ نور الدين مفتاح

كما في الخطوط الأمامية
والمحافظون خاطروا
وعامروا بمحتمهم
وحياتهم العمل تضاعف
والدرب ضد الميك نيوز
والرشات والأخبار الرافئة
كانت على أشدها وجامتها
المحافة الاخرافية
بشراسة ولكن المرافقة
أنه كما أشد العمل كما
أشادت أزمة المحافة

استثنائية. أما في ألمانيا، فإن المقاومة للحفاظ على مقرونية الصحف، جاءت من طرف كبار السن الذين استمروا في اقتناء الصحف الورقية ضارين عرض الحائط فكرة انتقال الوباء عبر الورق.⁽⁹⁾ أما في دول البلطيق التي تراجعت مبيعاتها عموماً بنسبة 90٪، فقد اختارت بعض الصحف مثل Verdens Gang و Le canard Dagebladet، التحدي المرطدي عن محفها الورقية وإسناد إنتاجها، في إطار المناولة، إلى وكالات إعلامية خارجية، والتفرغ إلى إنتاج صحف رقمية، في أفق التحدي النهائي عن التسج الورقية خلال الثلاث سنوات القادمة.⁽¹⁰⁾

أما الاستثناء في ظل الأزمة فقد سجته الصحف اليابانية والهندية. فبالرغم من وجود بعض الأزمات والتحديات، فقد استطاعت الصحف اليابانية على سبيل المثال أن تبقى في جادة الاستثناءات. فخلال السنتين الماضيتين لم ينخفض متوسط عدد الصحف الورقية ذات الاهتمام العلم، إلا بنحو 5٪ يستقر في حدود 45 مليون نسخة يومياً. ويرجع ذلك إلى أن حوالي 70٪ من اليابانيين متأثرون على قراءة الصحف بشكل يومي أو أسبوعي، ويتشكل أغلبهم ممن تجاوزوا الخمسين سنة، ويفسرحا الاستثناء كذلك بالتنسيق والتنظيم المحكم الذي تشتغل به المحافة الجوهية التي عملت على طق منصة إلكترونية موحدة تتقاسم فيها أهم المقالات ولها روابط تحيل على هذه الصحف، ويتميز مضمونها بالتنوع وتعدد المصادر والوسائط.⁽¹¹⁾

وفي الهند التي أفضت فيها الجائحة إلى تعديل طرق عمل المحافة وتحديد مجال حركتها وتقليص مواردها، فقد بقيت الصحف الورقية سنة 2020 مستقلة أكبر من 4 متصفحين الجريدة الواحدة، وتنجذب 42٪ من الاستثمارات الإعلامية، مقابل 38٪ فقط للتلفزيون و10٪ للإذاعة و10٪ للمحافة الإلكترونية. وذلك بالرغم من الأزمة الظرفية والمناخسة الشرسة بين 20 ألف جريدة مصرح بها، وبينها وبن 55 قناة إذاعية و88 قناة تلفزيونية.

ويعود هذا الاستثناء إلى عوامل تاريخية، وجغرافية، وعرفية، وسياسية، واقتصادية.⁽¹²⁾ تبين طامحات الاتجاهات الدولية الكبرى لوضع المحافة الورقية والإلكترونية في العالم حالياً، بأن الأزمة طالت مختلف البلدان بغض النظر عن اختياراتها الجغرافية أو أنشطتها الاقتصادية، إلا أنه في بعض البلدان تمكنت المفاوضات المحفية من تشكيل الاستثناء وتسجيل العمود والستمرار رغم ظروف الجائحة. ويبدو هذا الأمر تفسيره في عوامل كثيرة، منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي، ويستلخ أهمها إحداجها ضمن العوامل التي من شأنها أن تشكل بدائل فعالة أو مساعدة للحالة المغربية.



■ عبد الله القلالي

هناك أزمة في
المقابلة الصحفية وكان
المحافظون في مقدمة
ضحايا هذه الأزمة، حيث
تم تخفيض أجور بعضهم
وتم تقليص عدد ساعات
عمل آخرين وهالك من
تم طردهم وهذه هي
تداعيات الأزمة على
المستوى الاجتماعي

تطور الصحافة الإلكترونية المغربية بين 2017-2020

المبيانات رقم 2

السنة	صحف الإلكترونية لعمت ومضيفها مع القانون	عدد التصاريح حسب المحاكم الابتدائية
دجنبر 2017	121	656
يوليوز 2018	200	700
دجنبر 2019	428	979
شتنبر 2020	546	1016

مبيعات الصحف: المؤشر المخيف

المبيانات رقم 3

90 مليون درهم
240 مليون درهم
62.5% ↓

مبيعات الصحافة الوطنية والدولية

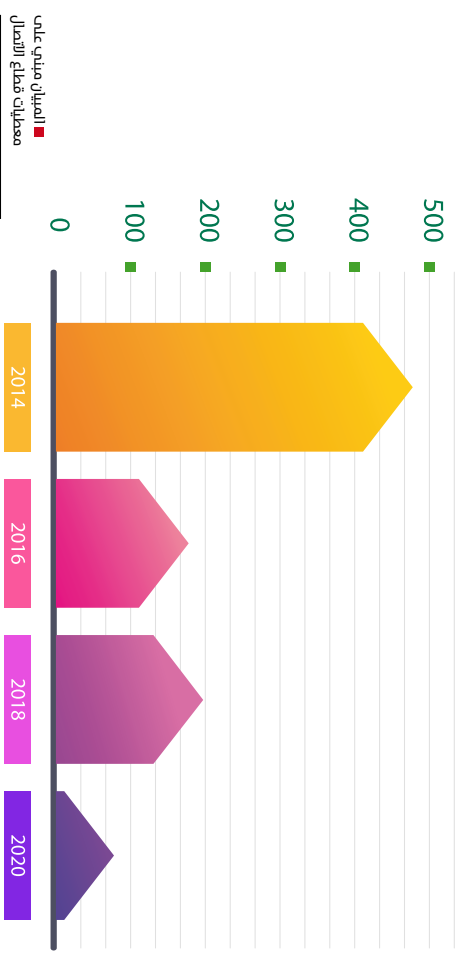
إذا كنا قد تحدثنا في مقدمة «النيشمارك» عن اليبان مثلا التي تمثل فيها مبيعات الصحف إلى 45 مليون نسخة في اليوم، فإن هذا المؤشر في بلادنا ظل بعيدا بشكل ملكي عن هذه الأرقام حتى في أكثر أيام ازدهار الصحافة، ولم يسبق لصحافتنا أن وصلت إلى المليون نسخة مبيعة أبدا اللهم إلا إذا احتسبنا عدد الصحف المقروعة بالقرء أو بالمجان (انظر التقرير الأول) وإذا كانت مبيعات 2019 قد اعتبرت علامة على دخول الصحافة المغربية في مواجهة شبح الازمات وذلك بنحو 240 مليون درهم كقيمة لمبيعات شركة سايبريس (دون مبيعات يومية المساء التي كانت توتعها شركة الوسية) فإن مجمل مبيعات الصحف المغربية في سنة 2020 كانت مؤشرا على الانهيار بحيث سجلت نسبة نزول وصلت إلى 62.5% بقيمة مبيعات لم تتجاوز 90 مليون درهما ضاملا مبيعات الصحافة الأجنبية أيضا.

اليوم بشكل جلي على مستوى التوزيع والمبيعات والازدهار وكثافة القرء، وكذا على مستوى الشكل والوعاء ونبوية المطامين الإعلامية، إضافة إلى الجوانب الاقتصادية والمالية للمقاولات الصحفية.

ومن مفارقات الأزمة أن مجرد عودة طباعة الصحف بعد الدر المحدي اعتبر مؤشرا إيجابيا بعض النظر عن نتائج الرقمية، ورغم هذا فإن الصحف لم تعد كلها المحور في شكلها الورقي، بل احتفظ بعضها بشكله الرقمي (pdf) المتاح بالمران، كما اضطر بعضها الآخر إلى إعادة رسملة أسهمه، وتوقف بعضها الآخر عن الصدور بالنظر إلى المعوقات التي واجهها بفعل الوباء. (14) وكانت الأزمة الهيكلية قد تسببت في تراجع الصحف الورقية بالمغرب بشكل كبير خلال العامين الماضيين وذلك بتوقف حوالي 58 في المائة منها بسبب تراجع حجم المبيعات، حيث لم يتبقّ منها سوى 105 صحف ورقية في سنة 2020 جزء مهم منها ينفق في حداد غير الهيكل. (15)

تطور إصدار الصحافة الورقية بين 2014 و 2020

المبيانات رقم 1



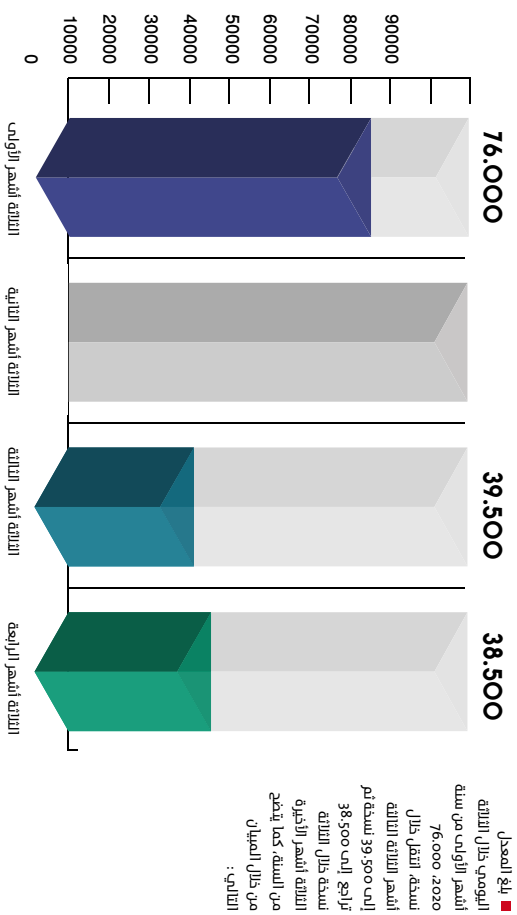
ولم تنج الصحافة الإلكترونية، بحرها من هذه الأزمة، فبالرغم من ارتفاع عدد التصاريح بالصدور التي بلغت 1016 تصريحدا، تمت ملاءمة 546 صحيفة منها فقط، وفق بئو قانون الصحافة والنشر. (16) ولم يستطع مواجهة الأزمة منها إلا عدد قليل، وبالتالي وعلى عكس ما يعتقد البعض، فالصحف الرقمية لم يستطع أغلبها أن يكون له وضع قانوني ملاتم مع القانون رقم 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر، كما يظهر من المبيان رقم 2، نظرا لما يتطالبه ذلك من شروط مهنية وتديرية، وحتى تلك التي لعت وضعها لم تتمكن كلها أن تتبوا موقفا مميذا في المشهد الصحفي المغربي، وذلك بالنظر إلى نموذجهما الاقتصادي أو عرضة الإعلامي أو إكراهات الواقع، وهذا ما تؤكد على سبيل المثال المؤشرات المتكافئة بتريب المواضع المغربية الأكثر متابعة، (17) وهو الترتيب الذي لا يلقى الزمجم من طرف المعنيين، بالنظر إلى الطرق السهلة التي يمكن استخادها لتضخيم عدد المتابعين.

وحتى يتبين الحجم المخيف لهذا التراجع الذي ضرب الصحافة المغربية الورقية في مقبل، نجد أن نقان بين مبيعات الممل الزول الذي سبق الحجر المحدي في 2020 والمصليين اللذين أحققنا هذا الدر من نفس السنة ليتبين أننا نزلنا من 100 ألف نسخة مبيعة في اليوم بالضرب جريدة المسلة التي تقوم بالتوزيع الذاتي إلى 39 ألف نسخة في اليوم بالكاد مع عدم عودة المسلة إلى الأكتناك، وهذا السيلارو هو الأسوأ ضمن كل السيلاروهات السبئية التي كانت منتطرة في القطاع.

-48%

الاشراكات المباشرة أو عبر الشبكة التي كانت تؤمن 77% من المبيعات تراجعت بـ 65%، وشبكة المقاهي التي كانت تقتني حوالي 20% من المبيعات سبئية انقلنا بنبسة 57%، أما فقط الربع التي كانت تضم 33% من روجان المصفت تراجعت بنبسة 48%.

المبيعات اليومية لمبيعات الصحف الوطنية (باستثناء المساء)



المبيعات (رقم)
6

■ بلغ المصل اليومي خلال الثلاثة اشهر الأول من سنة 76.000 2020 نسخة انقل خلال اشهر الثلاثة التالية إلى 39.500 نسخة تم تراجع إلى 38.500 نسخة خلال الثلاثة اشهر الأخيرة من السنة كما يتضح من خلال المبيان التالي :

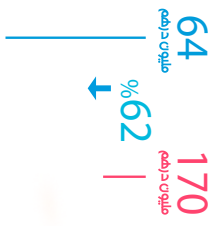
وخاصة هذا التراجع الرهيب الذي قد يكون لا رجعة فيه كما أسلفنا، هو أن جليدة كورونا التي كانت طرفية وعمقت الأزمة السبئية للصحافة المغربية تحوت اليوم إلى تملظر جديد لهذه الأزمة السبئية التي لن تتخرج كل ملاحها المؤلمة إلا بعد توقف الدعم الاستثنائي الكبير الذي قدمته الولة للمصفت خلال 12 شهراً متتابعاً كحدمات لأجور العاملين في المقاولات الصحفية.

إن تدهور الصحافة الورقية من جهة أخرى ليس سببها الوحيد في المغرب هو التحول الإلكتروني في الصحافة، لأن هذا المكون بدوره مازوم ويحتاج إلى هيئة وتنظيم وتأهيل، ولكنه يعود أيضاً، حسب بعض الفاعلين في القطاع، إلى عدم توفر الصحافة المغربية ببنيتها على نموذج اقتصادي ملائم لخصائصها وواقعها محليها، إضافة إلى هشاشتها، ونقص رأس مالها، وقلة مواردها البشرية، وضعف منسوب حكمة وحسن تسيير بعضها، وتؤكد بعض المعطيات أنه من أصل 1.000 منشأة إعلامية إلكترونية نجد أن 40% منها تشغل بأقل من ثلاثة أفراد، وبالتالي ليس مقنعا القول بأن الورقي تراجع بسبب الرقمي، إذ ليس هناك إعلام إلكتروني منظم وراصف⁽¹⁹⁾.

أما حجم مبيعات الصحف الوطنية فتوضح نفس المعطيات تراجعاً بيننا حوالي الثلثين وذلك خلال سنتين، حيث انقل من 170 مليون درهم سنة 2019 إلى 64 مليون درهم سنة 2020، أي بنبسة تراجع قدرت بـ 62%⁽¹⁸⁾.

مبيعات الصحافة الورقية

المبيعات (رقم)
4



2020 2019

وقد العكس هذا الانخفاض بسبب متفاوتة بين أوعية بيع وتسويق المصفت، حيث نجد أن الاشراكات المباشرة أو عبر الشبكة التي كانت تؤمن 27% من المبيعات تراجعت بـ 65%، وشبكة المقاهي التي كانت تقتني حوالي 20% من المصفت سجلت نقماً بنبسة 57%، أما نقماً البيع التي كانت تضمن 33% من روجان المصفت تراجعت بنبسة 48%، وحسب تقديرات شركة سيريس فإن الصحافة الوطنية ستفقد أكثر من 60% من حجم مبيعاتها، وربما أقل، ولكنها لن تعود إلى سابق عهدها قبل الجليدة.

■ المصفت: شركة التوزيع سيريس (أكتوبر 2020)

مبيعات اليوميات المغربية حسب الوعية بين مارس ونونبر 2020

المبيعات (رقم)
5

الوعية	نسبة مساهمة الوعية في المبيعات	الجهة المبيعت في شهر نونبر 2020
شبكة نقماً البيع	53%	-48%
شبكة المقاهي	20%	-57%
الاشراكات المباشرة عبر الشبكة	27%	-65%
المجموع	100%	-54%

■ المصفت: شركة التوزيع سيريس 2020

«وان تحول هوية شركة التوزيع من شركة خاصة بتوزيع الصحف والمجلات والكتب بالمغرب إلى شركة للوجستيك، توزع اللواتك الناشئة والكتب المدرسية والدفاتر والاقلام والمنتجات المكتبية ومجموعة من المنتجات الغذائية، أصبح نطاق توزيع الصحافة لا يشكل إلا جزءا بسيطا من اهتماماتها، مما يزيد من اختلال التوزيع ويرتبان عدد من المناطق من التردد بالمصحف» حسب العديد من الناشئين المستجوبين.

ولمواجهة تحديات التوزيع وتوسيع قاعدة قرائها، حاولت بعض الصحف المغربية الوردية منها والاكثرونية، تحريب العروض الإعلامية المدفوعة، وقد اطلقت أول تجربة سنة 2018 مع "لوديسك"، على الرغم من المعوقات التي واجهها في الوصول إلى عدد من المشتركات قادر على ضمان توازن مالي لهذا الموقع الإلكتروني، وتعهدت التجارب بعد ذلك في أشكال مختلفة، والأخص خلال السنتين الماضيتين، حيث اختارت بعض الصحف

ليس هناك أي سبب لعدم بيع المحافة الوردية في عالم رقمي ولكن يجب أن نلغاز في ومي كل الازوال يستحيل الربط على النموذج الاقتصادي الخاص لتوزيع الصحافة



امين بشيري

فتح الاشتراك لقرائها في صحفها الوردية أو الإلكتروني أو هما معا في المصحات الوردية، أو تخصيص قراءتها الاسبوعية أو اسبوعية من مقالاتها الرئيسية الوردية بمقابل مالي ونجد في هذا النموذج كل من " تيل كيل" و " لافي إيكوتوميك" ومجموعة "ماروك سوزا"، كما أن موقع "يا بلادي" اقترح صيغة مختلفة، وهي الاشتراك في "لادي صحفي" حصري وطاقم عوض الاشتراك في الجريدة الإلكترونية، مما يمكن الزعماء من الولوج إلى مختلف الوسائط الإعلامية التي توفرها المصحة المضممة لذلك، إضافة إلى مجموعة من الخدمات التي يقدمها ويوفرها أصحاب الموقع الحالية المغربية المقيمة في الخارج بشكل خاص.

ولم تتوقف المبادرات عند هذا الحد، بل بدأت محاولات لتطبيق أكشاك لردية لقراءة الصحف مجالا، منها موقع يحمل اسم "Annuaire de la presse francophone et arabophone du Maroc" وهو عبارة عن رابط لمواقع الصحف الوطنية بكل أشكالها وأصنافها. إلا أن مثل هذه المبادرات تعتبر مظهرا من مظاهر تعميق الأزمة لأنها تضرب حقوق التأليف بالنسبة للناشرين وتكبدهم خسائر فادحة بسبب السطو على متنوع دون إذن، والأداء⁽²⁾.

وطاهر بعد ذلك كشك رقمي خصومي، يحمل اسم Kalka وهو عبارة عن تطبيق يسمح بشراء وقراءة الصحف بصيغة رقمية، على مختلف الحوامل. ويقترح على زبائنه أكثر من 70 عنوانا، تتضمن 15 يومية و 15 أسبوعية والعديد من الدوريات باللغتين العربية والفرنسية، وجريدة واحدة بالانجليزية، والملاحظ هو أن الصحف تعرض بثلاثتها الوردية في حين أن المجلات والدوريات الأخرى تعرض بأقل من ثلثها الوردية⁽³⁾. إلا أن هذه المبادرة، بالرغم من طابعها التجاري، مازالت محتشمة بالنظر إلى عدم قيامها بحملات تحسيسية وأساسا إلى عدم ترسيخ الاشتراك الوردية كقائمة عد القارئ المغربي، وهو ما يزيد من الخطر الذي تواجهه الصحافة المغربية ما دامت نظيرتها في الدول العربية استطاعت البقاء بالاشتراك الوردية في....

التوزيع: شبكة المشاكل العنكبوتية

يعتبر التوزيع من ضمن الإشكالات الكبرى التي يعاني منها قطاع الصحافة، والتي يتحمل أن تكون سببا في مزيد من التحدي لبعض عناوينها وتراجع مبيعاتها وتزايد عدد مرجعياتها، فبالرغم من الاندماج الذي أفضحت عليه كل من شركتي "شوسيريس" و "سيريس" في كيان واحد، حيث أصبحت المتكحمة في سوق توزيع الصحف الوطنية والأجنبية، إلا أن ذلك لم يساعد على تجاوز عجزها المالي ولا على حل معضلة التوزيع.

وحسب معطيات الشركة⁽⁴⁾ فقد كانت سيريس توزع 138 صحيفة يتم نشرها بانتظام، فيما اليوميات وأغلبها الاسبوعية وشهريات، ولم يعد من هذه الصحف بعد رجع الدر المحدي وعودة طباعة الصحف إلى 56 جريدة منتظمة إلى حدود أكتوبر 2020، وتشير نفس المعطيات إلى أن الصحف الوطنية المنتظمة وزعت منها سيريس بعد الدر ما معدده 770-108 ألف نسخة في اليوم ضمنها 19 يومية من خلال شبكة تتكون من 2616 نقطة للبيع في 12 جهة من جهات المملكة، بمتوسط يومي للبيع وصل إلى 38-550 نسخة، وما يبرز دمج تراجع مبيعات الصحف الوطنية بسبب كورونا بالمقارنة مع الأرقام التي كان عليها الوجود قبل الخاتمة نجد أن سيريس وزعت أكثر من 66 مليون و 600 ألف نسخة في سنة 2018 عبر 5000 نقطة بيع، برقم معاملات بلغ 135 مليون درهم، وهامش ربحي يصل إلى 50.5 سنتيم في كل نسخة.

وتقول سيريس⁽⁵⁾ إنها تعاني من تحدي محديها بسبب تكاليف التوزيع التي تعتبر أقل من 7 إلى 12 مرة من أسعار السوق بالمقارنة مع منتوجات شبيحة، وبالتالي فهي لا تفي بهتليات استمرارية خدمة التوزيع على نحو قار وأمن، مما يعهد مصير الشركة ومعها استثمارية توزيع الصحف الوطنية، كما تعتبر أن كلمة التوزيع تبلغ حوالي 90% من القيمة الناتجة، والتي لا يمكن بحسبها لتغطيتها بالكميات الضخمة التي يتم توزيعها حاليا. ورتى كذلك أن النموذج الحالي غير مرجح بالنسبة لها، على اعتبار أن سعر الجرائد مفيد بالمغرب بالقوة الشرائية، وأن هامش الربح لا يعتمد على طبيعة الخدمة المقدمة وحجمها وأهليتها، بقدر ما يعتمد هامش الربح على العدد الذي لم يبعه والذي تعود فيه 15% من قيمة الحد إلى صاحب الكشك و 75% للموزع، وحسب مسؤولي هذه الشركة، عندما يبلغ عنوان تجبي كسب 7 أو 8 أضعاف ما تستخلصه من عنوان وطني، وبالتالي فهي تعتبر أن الصحافة الدولية أهم من توزيع الصحافة الوطنية، مما يجعلها تلوح بعمر جودى توزيع المنتج المغربي.

إلا أن الناشئين يرون أن هناك أسباب أخرى تفسر اختلال التوزيع، وعلى رأسها التحول في نشاط الشركة الذي كان توزيع الصحف النشاط الرئيسي لها وتآكلت توزيعات المواد التي دفعت إلى انخفاض عدد مهم من نقاط البيع الخاصة بالصحف بشكل حصري.



تقول سيريس إنها تعاني من تحدي محديها بسبب تكاليف التوزيع التي تعتبرها أقل من 7 إلى 12 مرة من أسعار السوق بالمقارنة مع منتوجات شبيحة، وبالتالي فهي لا تفي بهتليات استمرارية خدمة التوزيع على نحو قار وأمن

2020

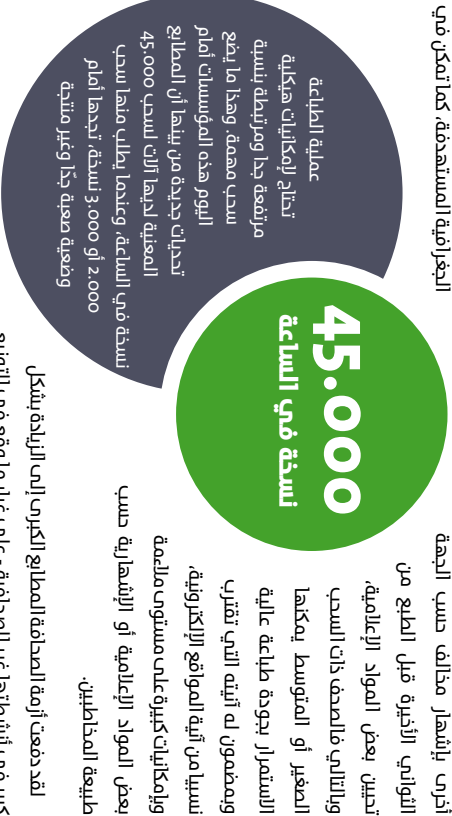


حسب المعطيات فقد توزع 138 صحيفة يتم نشرها بانتظام، فيما اليوميات وأغلبها الاسبوعية وشهريات، ولم يعد من هذه الصحف بعد رجع الدر المحدي وعودة طباعة الصحف إلى 56 جريدة منتظمة إلى حدود أكتوبر 2020

في عدم حاجة المقاولات المحففة إلى طبع آلاف الأعداد كما كان في السابق، إضافة إلى أن كثيرا من الصحف المغربية أطلقت سدا الإلكترونية لجرادها. في حين طلت المطابع تحفظ يرادها التكنولوجية التي تتميز بالقدرة على سحب كميات كبيرة، وتطلب مياة ومقطع غير متجددة وجد عالية كثيرة. ومن هال تبرادجة السوق المحففة المغربية إلى مطابع رقمية حديثة ذات السحب الصغير والمتوسط. وهو نفس الاختيار الذي أفضمت عليه كثير من الصحف في أوروبا وكندا⁽²⁶⁾

وعلى سبيل المثال بدأت كثير من الصحف الفرنسية ذات السحب المحدود والجويات بشكل خاص، تقتني مطابع خاصة بها أو في إطار تعاونيات، وذلك بالنظر إلى المزايا التي توفرها هذه الآلات الجديدة مقارنة مع المطابع التقليدية الضخمة، فبالإضافة إلى صغر حجمها، وتكلفتها الضئيلة، فهي لا تتطلب أعدادا قبليا السحب المحف، نظرا لثقلها مرتبطة مباشرة بالحاسوب المركزي، كما أن صيانتها لا تتطلب قطع غير يجب استبدالها من الخارج. أما مطابعها فهي ذات جودة عالية ويمكن من سحب مختلف الأحجام على أنواع عديدة من الورق، زيادة على طابعها الإلكتروني.

إضافة إلى كل هذه الميزات فالطوول التي يمكن أن تقدمها هذه المطابع الرقمية من شأنها المساهمة في حل إشكاليات كثيرة منها على سبيل المثال سحب أعداد محددة بنوع من الرادها، وأعداد أخرى بإشهار مخالف حسب الجهة



لقد صنعت أزمة الصحافة المطابع الكبرى إلى الريدحة بشكل كبير في إشهارها غير المحففة - على عرار ما وقع في التوزيع - وأصبحت تطبع الكتب المدرسية والمطويات الخاصة بالسوق والشركات. وعلى الرغم من تخصيص قانون الصحافة 13-88 في مادته السابقة على دعم للتوزيع والطباعة صرف لأول مرة سنة 2020 وحصل بموجبه الطابعون على 15 مليون درهم فإن المشكل يطال مطرووح حول مدى احترام هذه الشركات لمبدأ أن نشاطها الرئيسي هو المحففة من عدمه، وعليه فإن حلقات صناعة الصحافة المغربية أصبحت جزءا من مشكلها بعدما كانت جزءا من حلها حسب بعض الناشرين المستجوبين.

88-13

دفع أزمة الصحافة المطابع الكبرى إلى الريدحة بشكل كبير في إشهارها غير المحففة - على عرار ما وقع في التوزيع - وأصبحت تطبع الكتب المدرسية والمطويات الخاصة بالسوق والشركات، وعلى الرغم من تخصيص قانون الصحافة 13-88 في هذه المسألة على دعم للتوزيع والمطابع

المطبعة: أزمة بالتامل

إذا كان التوزيع يعتبر أحد الحلقات الضعيفة في قطاع الصحافة الورقية، فإن المطبعة بدورها برزت كحلقة الحلقات المأزومة في صناعة الصحافة المغربية، لأن بعض المطابع أصبحت غير قادرة على الاستجابة للتحولات الجديدة فيما يخص حجم سحب الصحف وعدد صفحاتها الذي تطلبه بعض الأزميين الطرفية والهيكلية. وهذه الإشكالات يمكن أن تكون سببا في انقراض الصحف ذات السحب الصغير، لعدم ملائمة الطابعات الضخمة مع حاجيات السحب القليلة التي يحتاجها بعض الناشرين، كما يمكن أن تتسبب في سكة قلبية تصيب مطابع الصحف المغربية خلال السنوات القليلة القادمة، وذلك بوقف هذه المطابع الكبرى إذا لم يتم استبدالها بمطابع رقمية تتعامل مع حاجيات السوق المغربية التي لا زالت تضمن للمحافة الورقية، ولو كميات قليلة من السحب، مكافئها وموقعها.



محمد هيممي

مستقبل المطبعة يرتبط ارتباطا وثيقا بالصناعة نفسها وألا من أرباع النموذج الثاني؛ إذا لم يتم شراء منتج جديد لم تكن له قيمة ليس لدي الحق في الوجود بل أن نقول أننا بحاجة للدعم من أجل البقاء

ويشير مهنيو الطباعة والتوزيع⁽²⁷⁾ أزمة هاتين الحقتين بواقع موضوعية، دون الإشارة إلى كل الأسباب الداخلية/الخارجية التي تحول دون تطور خدمات هذين القطاعين، لأن عملية الطباعة وبحسبهم تحتاج للمكاليات هيكلية مرتفعة جدا ومرتبطة بنسبة سحب مهمة، وهذا ما يضع اليوم هذه المؤسسات أمام تحديات جديدة من بينها أن المطابع المعنية لديها الآن السحب 45.000 نسخة في الساعة، وعندما يطلب منها سحب نسخة أو 3.000 نسخة، تجدها أمام وضعية صعبة جدا وغير منتجة.

إلا أن هذا الرأي لا يتفاسمه بعض المهنيين⁽²⁸⁾ الذين يعتبرون أن عدم قدرة المطابع على التأقلم مع التحولات التي يعرفها قطاع الإعلام وطنيا ودوليا، هي السبب الرئيس في أزمةها، وينبهون في نفس الوقت إلى المتحول الجديد

بعض المهنيين يعتبرون أن عدم قدرة المطابع على التأقلم مع التحولات التي يعرفها قطاع الإعلام وطنيا ودوليا، هي السبب الرئيس في أزمةها، وينبهون في نفس الوقت إلى المتحول الجديد في عدم حاجة المقاولات المحففة إلى طبع آلاف الأعداد كما كان في السابق

ووفقا للدراسة التي أجراها مكتب Imperium Media، الخاصة بالفترة من 16 مارس إلى 20 أبريل، فإن حصة المحافة كانت قد انخفضت بنسبة 58 في المائة.

حجم الاستثمارات الإشهارية في الصحافة للأشهر الثلاثة لما بعد الحجر الصحي (بالدرهم)

35.225.176 57.981.706 38.701.850

المبيعات
رقم
7

■ المصدر: شركة
المبرور (دانس
بالجنس الوطني
المحافة)



وبالنسبة لمجمل الاستثمارات في المجال الرقمي تبين معطيات 2020 أن عمالقة الويب العالميين «GAFAM» حصلوا معا على 75٪ والمواقع الناشئة على الحظ "pure players" على 20٪ ومواقع الصحافة المكتوبة على 5٪ فقط. ويقال بعض المختصين في الإعلانات الرقمية بما يقال عن هجرة الاستثمارات الرقمية نحو GAFAM، على اعتبار أن فيه نوعا من التضخم لأن 730 إلى 35٪ فقط من المعلنين هم الذين يتجهون إلى هذه الشركات العملاقة، لأن استخدام Google أو Facebook وحده لا يمكنهم من تحقيق كل الأهداف المتوقعة من عملية التواصل، حسب هؤلاء الخبراء.⁽³⁹⁾

أرقام الاستثمارات الإشهارية المعلن عنها أعلنته ليست محط إجماع كل المتحذرين في القطاع، لأن بعضهم يرى أن الوضع أكثر من كارثي مقارنة بالارقام التي قدمت، لأنها تتجاوز ناقص 40٪ أو 50٪ بتقريب من ناقص 65٪ و70٪ ويرى البعض الآخر أن تيزج المعطيات الإحصائية الزائفة يقتضي تحفيظها بنسبة 50٪ لتكون واقعية، وهذا ما تؤكدته كذلك مجموعة المؤسسات المتخصصة في دراسة السوق الرقمية التي سبق لها أن أكدت أن الاستثمارات الرقمية/الإشهارية كانت في حدود 3 ملايين ونصف المليار درهم سنة 2017، في حين لم تتجاوز سنة 2020 المليار ونصف المليار.

إن المؤكد أن الأرقام المتداولة تبقى نسبية، في غياب آليات القياس متوثق بها، ومعطيات دقيقة وبنماتة، وعلاقة واضحة بين المعلنين ووكالات الاستشارة في الاتصال. وبين هذه الأخيرة ووسائل الإعلام، إضافة إلى غموض أسعار المساحات الرقمية وتغييب المعطيات والإحصائيات الدقيقة، وعدم وجود آليات للقياس والتنظيم الذاتي في المجال.

الإشهار: السقوط الحر

إذ كما قد أسلفنا في التقرير الأول أن الإعلانات التجارية خلال فترة الحجر الصحي نزلت بشكل رهيب بالمقارنة مع نفس الفترة من العام السابق على الجائحة، فإن مؤشر التراجع ظل قائما خلال فترة ما بعد الحجر الصحي الشامل وهو يعود، في نظر المعلنين، أساسا إلى الركود الذي أصاب بعض القطاعات الاقتصادية. وبالرغم من أن بعض المعلنين حاولوا التعامل مع الوضع الجديد، لكنهم صادفوا عجزا من المصوبات في إنتاج وتفعيل الحملات الرقمية على أرض الواقع نظرا للإعفاء، وبالتالي فسيبقى الاستثمارات وصلت لأقل من 740٪ طال هذه الفترة، وكان الخاسر الأكبر في هذا الوضع، هي الصحافة الورقية.⁽²⁷⁾

وتؤكد إحصائيات صادرة عن شركة "مبرور"⁽²⁸⁾ أن حجم الاستثمارات الإشهارية الخار في كل الدواخل الصحافة وغير الصحفية، وصل إلى حدود شهر أكتوبر 2020، إلى حوالي 3 مليار 240 مليون درهم. عادت للصحافة الورقية منها نسبة 9٪ فقط أي 291 مليون ألف درهم، وتوزعت حصة الصحف من هذه الاستثمارات حسب محتواها بشكل غير متساو، حيث حصلت منها الصحف اليومية على 68٪ والسيويات على 20٪ والشهريات على 9٪ ويقابلي الجوريات على 2.93٪.

أما بالنسبة للصحف الرقمية، فقد حصلت على حصة مهمة من الجمهور القارئ، مما كان له تأثير على تحدي الأورليات من حيث الاستثمار الرقمية، حسب دراسة قام بها اتحاد المعلنين حول أثر الوباء على العمليات التجارية المغربية، أكدت أن 32٪ من المعلنين توجهوا للتواصل الرقمي كإلوية في حملاتهم، وأن 92٪ ممن شملهم الاستطلاع قالوا أنهم استعملوا "فيسبوك" لإشهار أثارهم سنة 2020.⁽²⁹⁾

وعدم الخروج من الحجر الصحي الذي كان يحمل آمالا كبيرة في العودة إلى حجم مقبول من الاستثمارات، فإن مؤشرات الثلاثة أشهر الموالية للحجر تؤكد أن حجم الاستثمارات الإشهارية في قطاع الصحافة الورقية والإلكترونية تجاوزت الكحد 35 مليون درهم في شهر يونيو، وارتفع نسبيا في يوليو حيث قارب 58 مليون درهم، وعاد للانخفاض في أغسطس حيث قارب 39 مليون درهم فقط.

92%

حسب دراسة قام بها اتحاد المعلنين حول تأثير الوباء على العمليات التجارية المغربية، أكدت أن 32٪ من المعلنين توجهوا للتواصل الرقمي كإلوية في حملاتهم، وأن 92٪ ممن شملهم الاستطلاع قالوا أنهم استعملوا "فيسبوك" لإشهار أثارهم سنة 2020

25

رغم الخروج من الحجر
الصحي الذي كان يحمل
أملا كبيرة في العودة
إلى حجم مقبول من
الاستثمارات، فإن
مؤشرات الثلاثة أشهر
الموالية للحجر تؤكد أن
حجم الاستثمارات
الإشهارية في قطاع
الصحافة بلغ في شهر
يونيو 35.225.176 درهم
وارتفع نسبيا في يوليو
حيث وصل إلى
57.981.706 درهم وعاد
للانخفاض في أغسطس

نتائج الأزمة: اختلال المؤشرات المالية والاقتصادية

بعد أن سجلت المنشآت المحففة خلال أشهر الدرر المحدي الشامل انخفاضا مهولا لعائداتها المالية بسبب توقف الطليعة واعتماد نسخ PDF، لم يتمكن القطاع من استعادة نشاطه الاقتصادي لما قبل الحادثة رغم رفع الدرر المحدي وعودة الطليعة، بل تعسقت أزمته بعد استنزاف مخزواته المالية خلال ثلاثة أشهر بسبب محور جرادل مجانية دون عائدات بيع أو محاصيل إنشائية، مع الاستمرار في تحمل مختلف المصاريف الثارة.

وحتى وإن لم تكن هالك أرقام حقيفة حول أرقم المعاملات الإجمالي للمحافة المغربية فإنه يعتبر ضعيفا جدا بحيث لا يتجاوز المليار درهم سنويا وهذا الرقم الضعيف نفسه تراجع بالنسبة لجن الناشرين والمطابعين⁽³⁴⁾ بـ 50٪ تقريبا. أما بالنسبة لقطاع توزيع الصحف، فقد وصل إلى أرقم معاملات يومية كارثية لم تتجاوز 160 ألف درهم، عادت فيها لشركة سيريس، التي أصبحت تحتكر سوق التوزيع بعد توقف نشاط "الوسيط مبدئيا"، عمولة يومية بقيمة 24 ألف درهم، وهذا التراجع المهول بعد الدرر المحدي، أصبح يشكل عينا كبيرا للشركة⁽³⁵⁾، التي تعتبر أن عملية التوزيع وإعادة المرجوعات غير مجدية بالنظر إلى هامش الربح الضئيل مقارنة مع تكلفتها المرتفعة، وذلك بالرغم من الدعم المقدر لهم من طرف السلطات العمومية.

وقد سبق أن سجلنا في التقرير الأول أن أرقام المعاملات بالمحافة المغربية المنظم، قبل الجائحة تراجمت ما بين 2012 و2017 حيث يوضح رقم معاملاتها تراجمت بحوالي 50٪ وإن عدد المنشآت المحففة التي طالها العجز تجاوزت 30 مقاولا، 21 منها تعمل في المجال الرقمي، وأن فائض الاستغلال الخالم المصافي لناشري الصحف تراجع بنسبة 73٪، ومعزل التمويل الذاتي لكل ناشر تراجع بحوره بحوالي الثلث، وإن عائدات البيع التي كانت توفرها شبكات المقاهي بنسبة 20٪ انهارت بحورها وتسيبت في زيادة انهيار محاصيل الناشرين وشركة التوزيع على حد سواء.

يضاف لهذه الأوضاع، التحولات التي يشهدها القطاع على مستوى رسملة بعض المقاولات الإعلامية، أو بيع بعضها بعد إفلاسها، وذلك بالرغم من الأزمة الهيكلية التي أتحدت حل الصحف

ومع هذا السياق، يرى اتحاد المحللين المغاربة "أنه بالرغم من الأهمية التي يوليها المعلون المغاربة لإعلام الرقمي، فإنه لا زالوا يجهلون نسبة الجماهير التي تدخل إلى المواقع الإلكترونية الوطنية، والتي تكون فيها نسبة المتابعة مجرد تخمينات وتقديرات ليس إلا، وانطلاقا من ذلك لا يمكننا معرفة الفرق بين المواقع الإلكترونية الوطنية، مما يبرز ضرورة تبنيها لنسبة الزوار بشكل حقيق"⁽³⁶⁾، ومن أجل ذلك يدعو هذا التجمع المهني إلى الاندلاء بتجربة "Digital up trust" وهي تقنية بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية ومنسأ قبل عامين، تسمح بالتدقيق على صحة نسبة الجمهور في الوسائط الإلكترونية.

وقد يكون لهذا النظام تأثير إيجابي على المحافة الوطنية حيث سيمكن من توضيح جوانب الظل في العائفة بين الأطراف المعنية، ووسيلة إجابية من شأنها أن تسمح لناشرين المحللين من أخذ نسبة من حصة سوق الإعلانات التي تذهب إلى الثاني "اليسوك وغوجل".

والد من هيمنة هذه الشركات العملاقة على الاستمارات الإشرائية المغربية تروم آراء ومواقف المحللين⁽³⁷⁾ إلى نقطتين أساسيتين: الأولى وهي عبارة عن قناعة تعتبر أن تدخل الدولة المغربية ضروري من جهة، لمواجهة المنافسة غير الشرعية

لعائلة الترتيب، ومن جهة أخرى، لرفض حد أدنى للاستثمار الإشرائية على المؤسسات العمومية توجه للمواقع المحففة المهنية الحاصلة على الملائمة، أما النقطة الثانية، فهي الدعوة إلى إطلاق منصات رقمية محلية تساهم في تنشيط سوق الاستمارات الإشرائية وتحفيز المعللين، وهي اقتراح هائل الفاعل يمكن الوصول، من خلال هذه الإجراءات، إلى نموذج اقتصادي ملائم للمقاولات المحففة المغربية.



■ يوسف شجدي

يبدو أن المنظر الأكبر من التراجع المهول بالاعتمادات الإعلانية الوطنية هو المحافة الورقية التي انتقلت من أكثر من 20٪ من حصة السوق إلى ما دون العشرة بالمائة خلال السنوات الخمس الأخيرة، إلا أنه بالمحصص في المحففات المتاحة، يتضح أن المحافة المغربية عموما بما فيها الإلكترونية ضجتة للتحولات في الاستمارات الإشرائية التي لم تنتقل إلى الدواخل المحففة المحترفة الرقمية مع التطور التكنولوجي وكافة المصنقات من الأشكال الأخرى للتواصل بما في ذلك اللوحات الإشرائية ومايسوك وغوجل فيما يبقى الإعلام العمومي منافسا كبيرا للمحافة الخاصة بحيث يستحوذ على حصة 40٪ تقريبا وهو وضع تم تجاوزه في البلدان الديموقراطية التي تمول هذا الإعلام من الميزانية العامة.

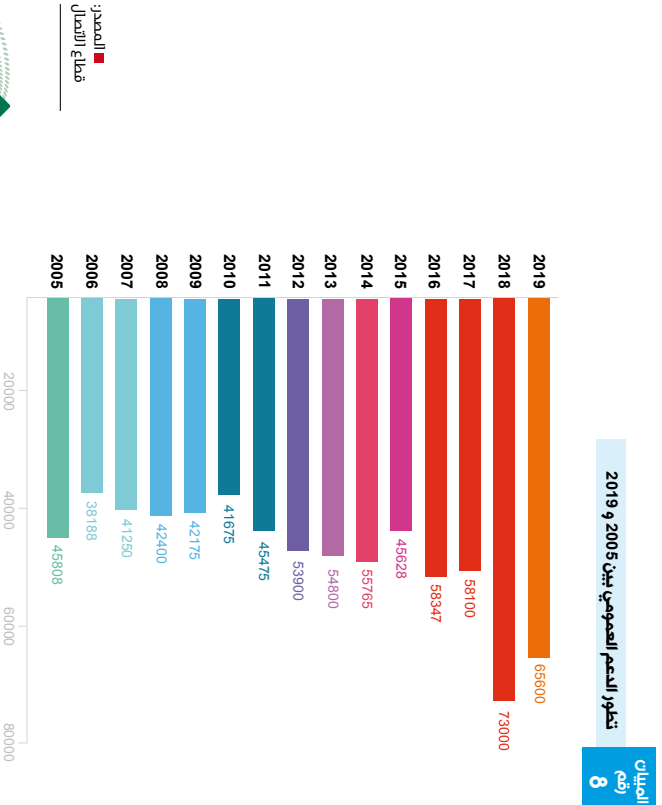
50%

50%

سبق أن سجلنا في التقرير الأول أن أرقام المعاملات بالمحافة المغربية تراجمت بحوالي 50٪ وإن عدد المنشآت المحففة التي طالها العجز تجاوزت 30 مقاولا، 21 منها تعمل في المجال الرقمي، وأن فائض الاستغلال الخالم المصافي لناشري الصحف تراجع بنسبة 73٪، ومعزل التمويل الذاتي لكل ناشر تراجع بحوره بحوالي الثلث، وإن عائدات البيع التي كانت توفرها شبكات المقاهي بنسبة 20٪ انهارت بحورها وتسيبت في زيادة انهيار محاصيل الناشرين وشركة التوزيع على حد سواء.

الدعم العمومي: من الاستثناء إلى المأسيّة

رغم أن الدعم العمومي لا يشكل إلا عشرة بالمئة تقريبا من رقم المعاملات السنوية المحافة المغربية، فإنه يبقى موردا مهما ومحفزا أساسيا يساهم في حركة كثير من المقاولات المغربي والمتوسطة، وقد عرف الدعم العمومي المحض المخصص المحافة، في إطار تعاقب بين السلطات العمومية والمفدزالية المغربية لتأشيري المحافة تطورا ملموسا بين سنة 2005 و2019 حيث تضاعف حجمه حوالي مرتين خلال عقدين، وتستفيد منه أسسلا المحافة الورتية في المرتبة الأولى تليها المحافة الراكروية.



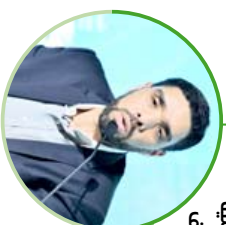
المصدر:
قطاع الاعمال

الورتية والرتمية على السواء. ضمن هذه الميانات نجد المجموعة الالمانية "Eco-medial" التي تغير من أكبر المقاولات المحفية بالمغرب، بعائدات سنوية قدرت بـ 16 مليون دولار، والتي مكنت شركة "T-rispolis" المالية الفايضة في عز جائحة كوروننا. من الدول في راسماليها حوالي 70% (6) ويتوفر هذا الهولدينغ على شركة لحراسة السوق وأخرى لتمية التكالوجيا الرتمية، وأسواق تجارية لعاملات كرتي، إضافة إلى شركات تعمل في مجال المال والأعمال.

160

بالنسبة لقطاع توزيع المحفي، فقد وصل إلى رقم معاملات يومية كارتية لم تتجاوز 60 ألف درهم، عادت لها لشركة سبريس، التي أصبحت تحكر سوق التوزيع بعد توقف نشاط "الوسيط محفيا"، عمولة يومية بقيمة 24 ألف درهم. وهذا المراجع العمول بعد الدر المحدي أصبح يشكل عينا كبيرا للشركة

وتنهجت هذه الفترة كذلك، توقف الميعة الورتية لمجاة "Challenge" التي أصبحت تمدر في شكلها الرتمي والرتبية الاقتصادية "لأبي إكوتونيك"، كما اكتفت يومية المساء بصيغتها الرتمية، واضطرت يومية "أخبار اليوم" إلى التوقف بعد أن وجدت صعوبات كبيرة للعودة إلى الأكتشاك، وذلك بعد ثلاث سنوات من الصعوبات التي بدأت باعتقال مدير نشرها ورئيس تحريرها توفيق بوعشرين، وعدم توملها بالدعم العمومي إسوة بإقاضي المؤسسات المحفية المغربية، وانتهت بعرض الشركة للتأشيرة لليومية الورتية (مجديا 2) للتصفية، أما موقع "اليوم24" فقد باع كل أسهمه إلى شريك سابق في الشركة المحفدة له والذي كان يسيطر على 30٪ من رأسماله.



محمد الورتاق

لنضع أنفسنا في المدار
ونحاول التحرك نحو هذا المستقبل القريب الذي هو أكثر إشراقا، أنه الابتكار وكيفية مواكبة التطور التكنولوجي. لقد فأت المحافة الورتية الموسد التكنولوجي ونجد كصناعة رتمية في طريق الاندراف

كما أن العديد من البيوسيات والأوسيعات اضمطت بنسحتها الرتمية إلى جانب محفها الورتية، في موازجة جنية بين المؤحد عه الذي يعرض في نفس الوقت مجانا مما يعطي صورة أخرى عن هذه الأزمة التي أدخلت جزءا من القطاع إلى السورالية.

إن الأزمة العيكية لقطاع المحفدة وطروف الوباء وآثاره السلبية على ارتقصاد الوطني لا يشجعان نظريا على الاستثمار في القطاع إلا أن بعض الصفقات التي تمت في هذا الإطار كانت إما صفقات المضطر كما هو حال مؤسسة «اليوم 24» أو نظرا إلى الدور الذي تلعبه المحفد المغربية الورتية والراكروية في المشهد السياسي، وهذا ما يفسر تسليق رجال المال والأعمال على امتلاك شركات إعلامية كبيرة مؤثرة، وهو ما تؤكده كذلك حركة القطاع التي شهدت اندماج شركتين متخصصتين في الإعلام واحدة هي التي تصدر «Les Eco» والثانية «Le site» وهما في ملكية اثنين من أكبر رجال الأعمال بالمغرب، واحد جزائري والثاني وريز سابق. وقد أصبحت هذه المجموعة الإعلامية تمتلك 8 عناوين منها الورتية والرتمي، وتتوال بين الجرائد الاقتصادية والرياضية والأخبارية العامة، إضافة إلى وكالة للتسويق الرتمي.

الدر منذ 30 سنة تم تجاوزها في الصيغة الاستثنائية، ويتعلق الأمر بتنمية القراءة والتعددية والتأهيل، وكان بالإنسان الاحتفاظ بالدر العادي المبتدئ من روج القانون يستكمل بالدر الاستثنائي بناء على معايير قوة تأثير الجائحة على كل مفولوجة". إضافة إلى أن "تتجهد هذا الدر الاستثنائي هو التفاوتات الصارخة التي أنتجها المعيار المستحدث لأجور العاملين، (...) ومعاملة أكثر من عشر مرات لمعاداة قلة قليلة من المقاولات الكبرى، في حين لم تتوصل المنشآت الصغيرة المتوسطة والصغيرة حتى يبلغ الدر الذي كانت تتوصل به في إطار الدر العادي"⁽⁸⁷⁾.

وإذا كانت هذه التساؤلات تطرح حول مدى احترام مرف الدر للمصوص القانونية والاجرائية، فإن بعض الفاعلين يتساءلون عن جدوى الدر حيث يعتبرون أنه خرج عن الأهداف الأولى التي أسس من أجلها، وأصبح مجرد مجرد طرفي يعطل وسائل الإنعاش ويؤخرها عن المرور إلى العالم الرقمي بشكل مرن، وهكذا يترجمون أنه لا يمكن المراهنة عليه، بالرغم من أنه اعتبر كالأكسجين الذي سيقتد المقاولات المحفية والمشهد الإعلامي في زمن أزمة كورونا.

في حين يرى فاعلون في مجال النشر والطباعة والتوزيع⁽⁸⁸⁾، أن الدر العمومي الموجه للمحافة، يفت مقاب خدمة عمومية تقوم بها المنشآت الإعلامية الخصوصية والتي تولاهها الحكايات الدولة مزمنة للقيام بهذا الدور، وبناء على ذلك، يطالب هؤلاء هؤلاء من المزيد من الدر العمومي بشكل مباشر وغير مباشر، كما هو معطال به في كثير من الدول، على اعتبار أن المحافة بشكل عام، والوقفية بشكل خاص لها أحوار اجتماعية تفهم بها لا يمكن لوسيلة أخرى القيام بها.

إن استمرار الجائحة دفع إلى استمرار الدر الاستثنائي لسنة أشهر الأ ولح من سنة 2021 كأداء لأجور العاملين بالمقاولات المحفية التي سبق أن استفادت من حر 2020 جون غيرها مع الاستفادة الصحف الإلكترونية القانونية من حر جزافي معدله 30 ألف درهم عن كل ثلاثة أشهر في إطار علاف مالي يقدر بـ 30 مليون درهم، ويعدا يكون الدر الاستثنائي الإجمالي قد وصل إلى ما يزيد عن 340 مليون درهم وهو رقم غير مسبوق اعتبرته المنظمات المهنية تكريما للمحافة المغربية ومجهودها استثنائيا من طرف الدولة لصالح القطاع يستحق التلويه.

إن اعتماد معيار الأجور زاد من تعميق فوارق الاستفادة المقاولات المحفية خصوصا بعدما تم إلغاء الدر العادي لسنة 2021 أيضا، وقد دفع هذا جزءا من ناشري الصحف إلى التنبه لضرورة إعادة النظر في تدبير حر



■ عبد المصوم دلمني

2021

إن استمرار الجائحة دفع إلى استمرار الدر الاستثنائي لسنة أشهر الأ ولح من سنة 2021 كأداء لأجور العاملين بالمقاولات المحفية التي سبق أن استفادت من حر 2020 جون غيرها مع الاستفادة الصحف الإلكترونية القانونية من حر جزافي معدله 30 ألف درهم عن كل ثلاثة أشهر في إطار علاف مالي يقدر بـ 30 مليون درهم

عرف هذا الدر خلال سنة 2020 مدا وجزا بين قرارات تعلن عن تقديم الدر العادي (بلاغ في 24 أبريل 2020) بناء على العقد البرنامج لسنة 2013، وبين أخرى تعلن عن حر استثنائي غير مسبوق (أمر بـ 26 يونيو)، وكان لازما قبل الجائحة لتحديد الطرق والآليات لتفعيل منظومة الدر العادي وتتبعها ومراقبتها أن تحدر السلطات العمومية المعقبة، قرارات وزارية في هذا الشأن، إلا أنه لعدم جاهزيتها في صيغة نهائية متوافق عليها، وظهور الوباء، وقرار الحكومة تعليق طبع الصحف خلال الحر المحمي الشامل الذي دام 3 أشهر تقريبا، تم تجميد هذه الإجراءات وتخصمت الحكومة لقطاع الصحافة والطباعة والتوزيع حعا استثنائيا بشكل مسبق، كإجراء لمواجهة الأزمة.

وتعد توصل قطاع المحافة بمبلغ 235 مليون إلى حدود نهاية سنة 2020 تم اعتماده أساسا في صرف أجور العاملين بالمقاولات المحفية، وخصص منه 150 مليون درهم لحر لحر الأجور 309 مليون درهم لحر المقاولات المحفية الحاصلة على الملائمة، والتي لم تستد من الدر قبل 2019. إضافة إلى 15 مليون درهم لفائدة الإذاعات الخاصة، ومنها للمطابع التي تطبع أكثر من 500 ألف نسخة سنويا. كما أن شركة التوزيع، استفادت بجزء من حر استثنائي بلغ 15 مليون درهم، إلى جانب حر من وزارة المالية لإعادة استثمارها لبرصيد آخر يقدر بـ 10 ملايين درهم، دون أن تستفيد شركة التوزيع الثانية (الوسيط محيا) من أي حصة في هذا الدر.



توصل بالمعمل قطاع المحافة بمبلغ 235 مليون إلى حدود نهاية سنة 2020 تم اعتماده أساسا في صرف أجور العاملين بالمقاولات المحفية الحاصلة على الملائمة، والتي لم تستد من الدر قبل 2019.

مرف الدر العمومي، كما تبين من التوزيع المشار إليه، لم يتم وفق قانون الصحافة، وبالأخص المادة 7 منه، ولا وفق مرسوم مارس 2019، الذي جعل الدر العمومي ينتقل من مبدأ حر الورق إلى ويشمل مثلا مع روج القانون، حيث نص مراجعة ل "تسمية الفدرات البشرية والتكوين والمواكبة من أجل التأهيل وتعزيز التعددية وتحدث الإنتاج والتجهيز والطباعة والتوزيع". إلا أنه خلافا لذلك تقر أن يوجه الدر "الاستثنائي" للصحف لأداء واتب 3 أشهر بشكل مباشر للعاملين في المقاولات المحفية، وأداء تحملات الطباعة والورق والإيواء وغيرها. للأشهر السنة الأولى من سنة 2020.

وتم بالفعل بداية تفعيل هذه الإجراءات بتسويق بين قطاع الاتصال ووزارة المالية، لكن بمقاربة أخرى معدلة، حيث تم صرف 6 أشهر للعاملين في المقاولات المحفية في إطار استثنائي، وتم اللخلي عن أداء تحملات الموردين، مع إلغاء الدر العادي لسنة 2020، وسيتم تجميد هذا الحر ليشمل 6 أشهر أخرى من سنة 2021.

وبالرغم من ترغيب الفاعلين بهذا الدر، الذين اعتبروه بمثابة أوكسجين في هذه الظروف الاستثنائية، إلا أنهم طردوه كموضوع نقاش داخل هيئاتهم المهنية، التي اعتبرت بعضها "أن الأسس التي ارتكز عليها

التداعيات المهنية والأخلاقية

من بين الأثر التي استمرت خلال مرحلة ما بعد الحجر المحدي الشامل، هو سيطرة أثير الجائحة على العمل الصحفي اليومي وتنامي ظاهرة انتشار الأثير الزائفة والمضلة ونظريات المؤامرة، التي أطلقت عليها منظمة الصحة العالمية اسم الوباء المعلوماتي "infodemi" حيث اتسعت رقعته لتصل لبعض الصحف المغربية. كما تراجع منسوب ثقة الناس في وسائل الإعلام جراء عدم احترام بعض المنابر الإخباريات المهينة وعدم التحلي بالمهنية في العمل الصحفي. في حين تحول اهتمام المواطن بالبحث عن الأثير أو تفاسيها إلى وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أكدت معطيات نهاية سنة 2020 لبارومتر أهم الشبكات الاجتماعية في المغرب،⁽⁴⁾ أي خلال مرحلة ما بعد الحجر المحدي، أن المغاربة اعتبروا أن "الواسط" هو التطبيق المفضل لديهم، حيث أتى في المرتبة الأولى بنسبة 65٪، متبوعا بـ "الفايسبوك" بنسبة 53٪ و"الانستغرام" بنسبة 26٪. وبالتالي أصبح الواسط حسب هذا المؤشر الوسيلة المفضلة لمختلف الشرائح المغربية لتداول الفيديوهات والمعلومات والقصاصات الإخبارية ومختلف أنواع المطبوعات والمصور.

وإذا كانت الأزمة الطرفية سببا في إلقاء أضرار كثيرة بقطاع الصحافة، إلا أنها كانت مناسبة للمجلس الوطني للصحافة لتعبئة كل المعالجات المتخذة في القطاع من أجل تخصيص وتحليل واستشراف آفاق الممارسة الصحفية في بلدنا، وكذلك من أجل خلق نقاش عمومي لإثارة انتباه المسؤولين لدحر الكارثة وإثرائها الزبنة والمستقبلية، والبحث عن الحلول والزيات الناجحة لتجاوز الزمتمين الطرفية والهيكلية، وبالتالي للحفاظ على الصحافة الوصائية كجزء من المشروع الديمقراطي والتعددية والتنوع وتلبية الحق في الإعلام داخل المجتمع المغربي.

وفي هذا السياق اعتبرت المعلومات والأثير الزائفة التي أطلق عليها اسم "infodemi"؛ أهم معركة كان على قطاع الصحافة خوضها خلال الحجر المحدي وبوجه

29

إذا كانت الأزمة الطرفية سببا في إلقاء أضرار كثيرة بقطاع الصحافة، إلا أنها كانت مناسبة للمجلس الوطني للصحافة لتعبئة كل المعالجات المتخذة في القطاع من أجل تخصيص وتحليل واستشراف آفاق الممارسة الصحفية في بلدنا

وفي هذا السياق اعتبرت المعلومات والأثير الزائفة التي أطلق عليها اسم "infodemi"؛ أهم معركة كان على قطاع الصحافة خوضها خلال الحجر المحدي وبوجه

المحدي في إطار تصور «يأخذ بعين الاعتبار حجم الدور الذي تقوم به هذه الصحافة وتأثيرها وليس مؤسسة معايير حجم استثنائي كانت له ظروفه ودواعيه الوصائية المعروفة». مع الاهتمام بالعاملين في القطاع «ليس بأداة أجورهم يراد عن مشغليهم، ولكن بتخصيص حجم يضاف إلى رواتبهم التي يجب أن تكون في مستوى مجهوداتهم والتي يجب أن تؤديها مقاولاتهم صونا لكرامتهم وحفاظا على استقلالية صحفهم»⁽⁴⁰⁾.

وقد ذهبت النقابة الوطنية للصحافة المغربية إلى طرح أسئلة حول الدعم الاستثنائي في بيان لها صدر في 3 ماي 2021 بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة بخصوص طرق مرمزة «وودح استفادة كل مؤسسة منه، مما يتطلب نشر جميع البيانات المتعلقة بمرزمه والمؤسسات والجهات المستفيدة منه والمبالغ التي استفادت منها» ليخلص البيان إلى أن آثار هذا الدعم: «طلب جد محدودة، إن لم تكن معدومة بالنسبة للمحافين والصحافيات المغاربة».

ويجمع المهنيون على أن يتم تبني تصور جديد للدعم العمومي للصحافة ابتداء من سنة 2022 في إطار تشاركي وتوافقي بين السلطات العمومية وممثلي الناشرين والصحافيين والمجلس الوطني للصحافة يضمن الشفافية والتوازن والفعالية.

خلصات وتوميات

أفد سبق المجلس الوطني المحافة، من خلال تقريره الأول المتعلق بآثار الجائحة على قطاع المحافة خلال فترة الدر المحي الشامل، أن أقترح 90 إجراء للخروج من الأزمة، وقد ارتكبت أساسا حول دعم مقروية المحافة الوطنية، وتطعيم سوق الريف، ووضع تحفيزات إطلق صناعة إعلامية تنافسية، وتقديم تعويض عن استغلال المصالحين الإعلامية من طرف المعتادين الوطنيين للاتصالات وإعادة النظر في تكوين وتأهيل الموارد البشرية والرفع من مستوى الدر العمومي وإعطاء امتيازات ضريبية وتسهيلات إجرائية للمقاولات المحفية...

وإذا كانت بعض الإجراءات قد تمت إزالتها مجددا، إلا أن أغلب ما يقترح من توميات في هذا التقرير الجديد يروم إيجاد حلول للأزمة الهيكلية من منظور عميق يسائل دور المحافة داخل المجتمع، ونموذجها الاقتصادي، ومدى ملائمتها المستفيدة من الدر العمومي، ومدى نجاعة شركات المطبعة والتوزيع ومراكزهم لمختلف التطورات والتحديات التكنولوجية وحجيات الناشرين والسوق الوطنية للمحافة، إلى غير ذلك من التوميات التي من شأنها إعادة الولوج إلى قطاع وصل إلى مرحلة الاحتجاز. ويمكن أن تقسم هذه المقترحات إلى ثلاثة محاور أساسية:

إن العمل على إعادة الاعتبار للمحافة الوطنية يستمد مشروعيتها من أن هذه المحافة تقدم خدمة عمومية مواطنة تدخل في صميم المصلحة العامة، وهي ليست بقطاع تحكمه قواعد السوق فقط بل تعتبر، إضافة إلى دورها الإخباري والثقافي والتثقيفي، دعامة للحكومة، وأداة للمواطنة والمساهمة في البناء الديمقراطي، ومن أجل ذلك، يقترح:

- أن يعمل المجلس الوطني للمحافة، إلى جاني مختلف المرافة على تغيير عادات القراءة المجانية من خلال

رد الاعتبار للمحافة: اللفة والمصادقية

5

أغلب ما يقترح من توميات في هذا التقرير الجديد يروم إيجاد حلول للأزمة الهيكلية من منظور عميق يسائل دور المحافة داخل المجتمع، ونموذجها الاقتصادي، ومدى ملائمتها الإعلامية الإعلامية مع حاجيات ومطالبات الجمهور

قد نفسها وحظ التوامل الاجتماعي على الخصوص، تسارعت فيه خلال هذه الأزمة الأخبار الرائفة، ولكن بإمكانيات ضعيفة وغير ملائمة للواقع الجديد.

لذلك أقتنع البعض بأن "المحافة الورقية فإنها الموعود التكنولوجي والمحافة الرقمية بدورها وجدت نفسها في طريق الانحراف عن موعود الابتكار التكنولوجي المرتبط بالبيانات (42) "Datajournalisme" و "Algorithmique".

وهذا النوع من الممارسة الإعلامية الذي تعمل به القليل من وسائل الإعلام بالمغرب، يتم إجزاه بشكل تلقائي على أساس المعطيات المتاحة في بنك معلومات المقاولات المحفية دون الاضطرار لإيجاد محفبين لعين المكان، مما يمكن من إيجاد وإنتاج

مقالات وتقارير واستطلاعات ذات قيمة مضافة من طرف المحفبين، وهذه الممارسة الجديدة الناتجة عن التطورات التكنولوجية والفرة على التفكير في المعلومة، سيكون أهم التحديات التي تواجهها المحافة

3

دان الوقت إطلق صفة جديدة مع وسائل الإعلام، فالمعلنون يسهون إلى العثرة على الوسيلة الإعلامية الوسيطة التي تسمح لهم بالوصول إلى المستهلك المحتمل لمتواجدهم ومن الضروري العمل على إيجاد درسات التأثير وأنا أعلم أن هناك محف ومواقع تعمل بشكل جيد جدا ولكن نطمح لأشياء ملموسة تسمح بأن يكون لنا مبادرة أوية مميزة لدعي المعلنين



■ علم ففحة

المغربية مستقبلا. لذلك يدعو بعض الإعلاميين (43) إلى محاولة المزج بين الوثقي والرقمي على مستوى عوامل النشر والبت، والبحث عن التوازن بين العمق والتفريق والمورية والأبوية على مستوى صناعة المعاملين، وأخيرا ملائمة غرف الأخبار ومراجعة طرق العمل بما مع المتطلبات والتحديات الجديدة التي يعرفها القطاع.

كما أن تكيف العروض المحفية لمتطلبات الجمهور والاستمرار في جذب والاحتفاظ به وجعله وفيا للمنتوج المحففي أصبح هاجسا من هواجس المهنيين، الذين يعتبرون أن المحف من جهة ثانية هي منتج تسويقي يخفض تقواعد السوق كأي علامة تجارية أخرى، ومن هذا المنطلق يرون أنه من الضروري العمل على إبراز "صفحة جديدة مع وسائل الإعلام" من منطلق "رائج-رائج" تمكن من إلهام الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتكسب الترويج والتعددية التي يتميز بها المغرب. (44)

اعتبرت المعلومات والأخبار الرائفة التي أطلق عليها اسم "Infodémie"، أهم معركة كان على قطاع المحافة فوضها لتسهيل التوامل الاجتماعي على الخصوص، تسارعت فيه خلال هذه الأزمة الأخبار الرائفة، ولكن بإمكانيات ضعيفة وغير ملائمة للواقع الجديد

Infodémie

في نفس المحور، تقترح الأهتمام بالجوانب المتعلقة بإذاعات مهنة الصحافة وحقوقي المؤلف، وذلك من خلال العمل على:

- ضمان حقوق الناشرين والمصحفين الذين تستخدم أعمالهم المحفية من طرف مؤسسات إعلامية أو تجارية، مما يدفع إلى تنافس منتج في إطار الاتجار المتبادل الضروري لكسب احترام المجتمع.
- حث المقاولات الناشئة والمصحفين على احترام أخلاقيات مهنة الصحافة واسترجاع هيتهم ومكاتبهم الاعتبارية.



إن النموذج الاقتصادي الحالي للمؤسسات المحفية المغربية لا يمكنه مواجهة التحديات الاقتصادية والتحولات التكنولوجية وعادات القراءة الرقمية للجيل الصاعدة، لذا يقترح أن يعتمد النموذج الجديد، إضافة إلى الدعم العمومي المطور، على المبيعات الورقية والاشتراكات الرقمية، وعلى الإظهار العمومي الموزع بطريقة موضوعية وعلى دعم المقرئية عبر صندوق دعم القراءة، إضافة إلى ذلك لابد من فتح رسالة المقاولات الإعلامية لفائدة الفاعلين الاقتصاديين، كما هو الشأن بالنسبة لمختلف القطاعات ومختلف الدول، وبشكل خاص:

- تفعيل آلياتين أساسيتين لتحسين القطاع وتحسين مردوبيته، وهما تعزيز قدرات التدبير للقطاع، ووضع شروط لإنشاء المقاولات المحفية.
- وضع تصور لدعم الصحافة منبدي على معايير جديدة ومنظمة لكي يكون أحد الرافعات الأساسية لتطوير الصحافة المغربية حتى تنهض بدورها المجتمعية.
- تخصيص الدعم العمومي للمحف المهنبة والأدائية بناء على انتشارها وتأثيرها، بدل أن يكون الدعم مخصصاً لبقاء بعض الصحف على قيد الحياة بشكل اصطناعي.
- دمج مشروع المجلس الوطني للصحافة حول صندوق تنمية قراءة الصحف كجزء من الدعم العمومي مما سيرفع بشكل مباشر من انتشار الصحافة المغربية ويضع الدماء في حوزتها الاقتصادية. ليكون الدعم العمومي قريبا من فلسفته التأهيلية بدل أن ينالق إلى دعم التوازن المالي للمقاولات المحفية.
- تنظيم عملية توجيه الاستثمارات الإرشهارية من طرف الدولة، كما كان الشأن بالنسبة للإذاعات الإذائية والقضائية، وذلك من خلال فرض حد أدنى للاستثمار الإرشهارية للمؤسسات العمومية الذي يجب أن يوجه للمواقع المحفية المهنبة الحاصلة على الملائمة.
- العمل على الشراكة مع الشركات العالمية العملاقة للويب «الكاف» لتبذل مساهمتهم في صندوق تنمية قراءة الصحف كتعويض عن حقوق التأليف للناشرين المغاربة.

حملات التحسيس، وأن يعمل الناشر على توفير المنتج الصحفي في شكله الرقمي ووضعه رهن إشارة القراء، بمثابة معقولة وتبسيط الضريبة على القيمة المضافة، على الإذاعات التجارية وإطلاق حملة الاشتراكات الفردية والجماعية لفائدة المؤسسات العمومية والخاصة.

- العمل على إخراج صندوق تنمية القراءة في أقرب وقت، واعتباره آلية من الآليات الأساسية لدعم مقرئية الصحافة الوطنية.
- القيام بدراسة حول مؤشر الثقة الذي يمكن أن يكون جوايا على أحد أسئلة مستقل هذا القطاع، لمعرفة درجة الثقة بين الصحافة المغربية والمجتمع ومواصلة البناء.
- ضرورة خلق تعاقب جديد مع الصحافة الوطنية لتمكينها من استرجاع مصداقيتها المصمنة لاستمراريتها واعتبارها مؤشرا حقيقيا للحدودية المكزية والسياسية والمجالية.
- والتحقق هذه العاية يوصى بتبويد المضمون الإعلامي، من خلال:

- التمكن في ملامة وتكييف المطامين لدراجات ومطالبات مختلف الشرائح وعبر مختلف الوسائط. لذا يقترح التطوير في الصحف الورقية في اتجاه اعتمادها على الأجاس الكبرى وأجاس الرابي، عوض المقالات والمواضيع الأخرارية التي تنفوق فيها المواقع الإلكترونية بالنظر إلى طبيعتها التي تنتج تلقائيا من طرف قواعد بيانات "Data journalism" مما يمكن الصحفيين من الوقت الكافي من أجل إعداد مقالات وتقارير واستطلاعات ذات قيمة محفامة.

- إعادة النظر في بنية وتنظيم غرف التحرير لملائمتها مع طبيعة العمل الصحفي الجديد المقدم على تعدد الجرائد، وليس الاختصاص، وعلى النشر والابت في وسائط مختلفة ومعقدة.
- الاعتماد على الكفاءات الكافية والمؤهلة، لأن الملاحظ من خلال الدراسة التي قامت بها لجنة البطافة بالمجلس الوطني للصحافة، هو أن 40% من أصل 1.000 منشأة إعلامية إلكترونية تشتغل بأقل من ثلاثة 3 أفراد، وهو ما يدفع إلى التساؤل حول القوة الحقيقية لهذا المكون من إعلامنا الوطني للمساهمة في هذا المجهود التأهيلي.

- وبرتباطا لحدود المضمون بدونه بإعادة النظر في تكوين وتأهيل الموارد البشرية العاملة في القطاع، وتقترح التوصيات:
- إعادة النظر في تكوين الصحفيين والانتقال من مفهوم التخصص (صحافة مكتوبة، صحافة سمعية بصرية، صحافة وكالة، صحافة رقمية...) إلى مفهوم صحفي منتج للمطامين والمحتويات المتعددة لفائدة مختلف الوسائط الإعلامية.
- إدماج الصحافة الألوغزتمية في برامج التكوين، باعتبارها أحد "الأجاس" التي ستؤتي الإعلام خلال السنوات القادمة.

- التكوين في تسيير المقاولات الإعلامية لمسارية التحولات والتحديات التي يشهدها قطاع الإعلام خصوصا بالنسبة للمواقع الإلكترونية الجهوية.
- دعم الصحفيين المميزين لخلق مؤثرين، يكونون قاطرات لجرادهم الورقية والرقمية.

■ تقديم عروض مدمجة تلزم بين الورقي والرقمي على اعتبار أن أكثر من ثلث المغلبن من بين أعطاء "أجلد المغلبن المغربي" أصبحت اختيار أنهم تتجه نحو الرقمي.

■ تثبيت أهمية نسبة المشاهدة في الرقمي وتبني عملية التديق على صفة نسبة المتابعة من طرف هيئات ذات مصداقية، تمكن المغلبن ووكلائهم الاستشارية من عقلنة استثمارهم واختيار الوسائط الملائمة لجمهورهم المستخدم.

تتعلق التوصلات المرتبطة بهذا المحور بملءة ما ورد التنتاج والتوزيع، ابتداء من قطاع الإنتاج، مروراً بإتات الطباعة، ووصول إلى مصلات ومصحات التوزيع، ويتعلق الأمر بشكل ألق :-

- اقتناء المصاح رقمية لسحب الأجلد الصغيرة من المصح لأن النموذج الاقتصادي للمصاح التقليدية الكبيرة، لم يعد يسائر التنتاج المهول في ميقات المصح وكذا التحول الرقمي الذي تعرفه جل المصح والتي قلت من السحب الورقي، أو تعيش انتقالاً مرحلياً نحو الرقمي، إضافة إلى الاتحالي التدريجي للشركة الرئيسية للتوزيع نحو التوزيع الحصري المصح وتحويلها إلى شركة للوجستيك.

■ مبادرة الناشرين إلى خلق شركة في إطار تعاوني للتوزيع الذاتي استلهاها للنموذج الفرنسي خصوصاً أن البعض من هؤلاء الناشرين لهم خبرة في التوزيع، وأن شركة ستاربيس لن تستطيع الاستثمار في تحاء توزيع المصح بفعل الانخفاض الذي قد يكون لا رجعة فيه في المبيعات.

■ خلق منصات رقمية تشراكة للناشرين تقدم عروضاً صحفية مختارة ومتنوعة يأمأن تحفيزية.

المرآج

1. تير تون - المصاح المغربية وكورونجا، ألق الدرر المصحي على المصاح 309 أجزاء للذوة من الزامنة، تقرير اللجنة المختصة بأهل المصاح مطبوعات المصاح الوطني الصحفية تحت 2020.
2. لفقت لجنة المصاح وأهل المصاح الوطني الصحفية لذوة وطنية ونو "استطلاع المصاح المغربية بين أثر الطاعة وإقامة الميكانيكة"، وطنية ونو، 799 ديسمبر 2020، سارات فيها كل المصاح في المصاح ولفقت إلى مجموعة من التوصلات يوجد جزء مملءة في هذا التقرير.
3. Gamnet et Cañabone broadcast une fiction genre dans la presse 3 americaine. <https://www.lesechos.fr/Tech/Médias/Médias>
4. ألتاع الرقمي مزاياة الأفاض والوطن التوح مقل لسامر الألسي، نشر موقع العوسب. www.alhayat.co.uk، الدرر: أبريل 2020
5. مؤلفات ألسنت وإيرادات توفقت سبب كورونجا، التجربة نت يزهد الأوتاع الذاتية المصاح الوطنية الألعالم العربي - مقال المصاح أفران- مايو 2020. www.alhazem.net/dobiesness...
6. نفس المصحر دفع المرفج 5
7. نفس المصحر المذكو دفع المرفج 5
8. «Le Figaro» confere son rang de premiere marque papier et web. www.lefigaro.fr - Économie & Publiicité - La strategie du Parisien pour atteindre 200 000 abonnements numériques en 5 ans in MEDIAS / STRATÉGE DIGITAL
9. المصاح الألمانية ماملة الل، جلدة كورونجا <https://niedlicke-est-online.com>، 8- 2020
10. ENQUETE : En Scandinavie, les journaux tournent la page du papier. www.lesechos.fr, 25 novembre 2019.
11. 45 millions de journaux sont vendus chaque jour au Japon <https://www.lefigar.fr> - Médias- 26/02/2020-07
12. Media en Inde - Marco Vasco Inde - <https://indiancricwireless.com>
13. مطبعة من المصاح التي فهمها السيد أوق الدين مقال رئيس لعدة المسألة المصحية وأهل المصاح. طلال الذوة الوطنية المصاح أرفنا سابقاً.
14. أقاميل هذه العبيرات مفسلة في المصحر المعلق بـ «إنتال المؤشرات المالية واه المصاحات»
15. حسب التقرير ألقمر نه وزير الثقافة والشباب والطبقة أمام لجنة لدية العليم والثقافة والتصال في مجلس النواب، في إطار ألقمر الموزانية الجديدة للوزارة، يوم 2 نونبر 2020.
16. حسب مصلحات قطع التصل.
17. حسب موقع الأكسا المصمحر في ترتيب المواتع، ان يظهر أن التواتع الفوق الراضنة على المنظمة ونحو فهي هذه الأفران التوح ضمن 20 موقع الأوسب، إلى المصحة الميكانيكة والمهنية من صفك «المنشة على الخط سواة الناطقة العربية أو الفرنسية.
18. مصلحات الشركة التواتع سراسي.
19. عد إلى المصاح طلال الذوة الوطنية المصظمة 7994 ديسمبر 2020. <https://www.lesechos.fr> - Économie - 24
20. أمين بشكاري، الرئيس المصحر العام للشركة طلال الذوة الوطنية المصاح أرفنا سابقاً، إضافة إلى إحصائيات حصرة عن تواتع المصحة المغربية

فصها المصاح.

21. نفس المصحر المصاح أرفنا فيه في المرفج 20.
22. قانون حماية حقوق المؤلف والتحقق المصاح 2008 بالمغرب، كما تم تميمه وتحديثه، يأتي مع أنه لم يتم سلق وأخر المصحة كصمت ألسي و مفكري وإبداعه، إلا أن تعريف المصحة كما ورد في المادة الأولى والنقطة من هذا القانون على اعتبار أن المادة المصحة هي «إبداعات فكرية في مجالات الألى والشو مثل: (المصمحات المصحة كالمقالة» قانون الملكية الفكرية على سبل المثال ضمن المصحين، فتوظف المادة والمعونة الفرنسية على سبل المثال ضمن مصلحات إبداعية متميزة بقوة الإثبات.
23. <https://therebelprint.com>
24. الرئيس المصحر العام لمجموعة «سوار» السبب المصمحي والرياس المصحر العام الشركة سراسي، السيد أمين بشكاري، طلال الذوة المصاح أرفنا سابقاً.
25. مدمج يرادة المصحر العام الشركة سراسي طلال المصحة من ميثاقه وكافة المصحر العربي الوطني الوطنية، المصاح أرفنا سابقاً. التي تمت الإشارة إرفنا سابقاً.
26. يوسف يرادة في الذوة الوطنية، المصاح أرفنا سابقاً.
27. يوسف بشكاري، رئيس اللد العليم الأرفنا، طلال عريف في فعاليات الذوة الوطنية التي تمت الإشارة إرفنا سابقاً.
28. مصلحات الشركة «سراسي» تم إنشاها يعلق جاس من المجلس الوطني المصاح.
29. يوسف بشكاري، المرفج 27
30. عمار فحده، عمو ألقدر وكافة الإضافة من الأضاح ومحمد الأوق المصحر العام الوابية الإلكترونية «بالحد» - طلال الذوة المصاح أرفنا سابقاً.
31. عمار فحده، المرفج لفر 30
32. يوسف بشكاري، المرفج 27
33. محمد الميتمعة، عد المصمر الألسي، أمين بشكاري، محمد الأوق، عمار فحده، طلال مضاآكمهم في الذوة الوطنية المصاح أرفنا سابقاً.
34. أمين بشكاري، المرفج 20
35. أمين بشكاري، المرفج 20
36. بلق من نفس التواتع «Euro-medi».
37. مذكورة المصاح المغربية الألسي المصحة الوطنية إلى وزير الثقافة والشباب والرياضة
38. محمد الأوق، المرفج 30.
39. عد المصمر الألسي، الرئيس المصحر العام لمجموعة «سراسي» ومحمد الميتمعة، طلال الذوة الوطنية.
40. بلق، المصاح المغربية للتشري المصحة ألقدر يوم 8 ماي 2021.
41. دارالمطبعين وسبل التواتع الألسي سنة 2020، ألدت من طرف مكتب الدراسات - موقع Sintergia.
42. محمد الأوق، المرفج 30.
43. محمد الميتمعة، المرفج 24
44. عمار فحده، المرفج 30.

rapprocher plus de sa philosophie de réhabilitation, plutôt que d'être assimilée à une béquille pour l'équilibre financier des entreprises de presse.

- Organiser le processus d'orientation des investissements publicitaires de l'Etat, comme ce fut le cas pour les publicités administratives et judiciaires, en imposant un investissement minimum pour les établissements publics qui doit être orienté vers les titres professionnels et en conformité avec la loi sur la presse et l'édition.

- Travailler en partenariat avec les géants mondiaux du web « GAFAM » à travers leur contribution au Fonds de développement de la lecture des journaux en contrepartie de l'exploitation des contenus journalistiques des éditeurs marocains.

- Proposer des offres intégrées en fusionnant l'imprimé et l'électronique, sachant que plus d'un tiers des annonceurs parmi les membres de l'Union des Annonceurs du Maroc se sont tournés vers le numérique.

- Adopter un processus de certification du taux d'audience des médias électroniques par des organismes agréés et crédibles. Le but est de permettre aux annonceurs et à leurs agences conseil de rationaliser leurs investissements et de choisir les supports adaptés à leur public cible.

3 Adapter les ressources aux exigences et aux évolutions du marché

Les recommandations liées à cet axe portent sur l'adéquation des moyens de production et de distribution, en partant des unités de production jusqu'aux espaces et plateformes de distribution, en passant par le processus d'impression. Il s'agit ainsi de :

- L'acquisition d'imprimantes numériques pour de petits tirages, face à un modèle économique des grandes imprimantes traditionnelles devenu « obsolète ». Cela en raison de la baisse dramatique des ventes de journaux, la transformation numérique de la plupart des titres marocains et l'abandon progressif de Sappress de la distribution exclusive de journaux et sa transformation en société de logistique.

- L'initiative des éditeurs de créer une entreprise dans un cadre coopératif d'auto-distribution, inspirée du modèle français, d'autant plus que certains de ces opérateurs ont à leur actif une expérience dans la distribution et que Sappress ne pourra plus à l'avenir continuer à supporter les charges de la distribution des journaux face à la baisse irréversible des ventes.

- La création de plateformes numériques participatives pour les éditeurs qui proposent des présentations de presse sélectionnées et diversifiées à des prix attractifs.

Les références

1- Rapport sur « la presse marocaine et Coronavirus, les efforts de confinement sur le secteur et 30 mesures pour sortir de la crise », un rapport du Comité de rétablissement de la Presse et de la Réhabilitation du Secteur, Publications du Conseil national de la presse- Août 2020.

2- La Commission de l'Entreprise de Presse et de la Mise à Niveau du Secteur du Conseil National de la Presse a organisé le 7 Décembre 2020 un colloque national sur « l'avenir de la presse marocaine entre la pandémie et la crise structurelle », auquel ont participé tous les acteurs du secteur, ce dernier a été conduit par un ensemble de recommandations est inclus dans ce rapport.

3- Garnett et Gatenhouse boudent une fusion géante dans la presse américaine. <https://www.lessectors.fr> Tech - Médias - Médias. 4- Médias russes : crânes de fâillite et le modèle unique, article de Samir Iliou, publié sur le site Internet d'Al-Mabry www.alabry.co.uk Al Jaddid, avril 2020.

5- « Des institutions qui ont fait faillite et des revenus ont cessé à cause du Coronavirus ». Al Jazeera Net, survie les conditions financières de la presse imprimée dans le monde arabe - Article de Mohammed AfzalZ - Mai 2020 Al Jazeera Net www.aljazeera.net/ebusiness...

6- Idem, ref. 5

7- Idem, ref. 5

8- « LeFigaro » contorne son rang de première marque papier et web www.lefigaro.fr : Economie, Médias & Publicité - La stratégie du Parisien pour atteindre 200.000 abonnements numériques en 5 ans dans MEDIAS / STRATÉGIE DIGITALE

9- La presse allemande résiste pendant la pandémie de Corona <https://middle-east-online.com/8-8-2020>

10- ENQUÊTE : En Scandinavie, les journaux tournent la page du papier. www.lessectors.fr, 25 novembre 2019.

11- 45 millions de journaux sont vendus chaque jour au Japon <https://www.lepfd.fr> - Médias-26/02/07-

12- Media en Inde - Marco Vasco Inde - <https://indemarcovascor.fr>

13- Extrait de l'intervention présentée par M. Noureddine Miftah, Président de la Commission de l'Entreprise de Presse et de la mise à Niveau du Secteur, lors du colloque national précité.

14- Les détails de ces transformations sont développés dans l'axe relatif au « Déséquilibre des indicateurs financiers et économiques ».

15- Selon le rapport présenté par le ministre de la Culture, de la Jeunesse et des Sports aux membres de la Commission de l'éducation, de la culture et de la communication de la Chambre des représentants, dans le cadre de la présentation du sous-budget du Ministère, le 2 novembre 2020.

16- Données fournies par le Département de la Communication 17- Selon le site Alexa, spécialisé dans le classement des plateformes, il n'existe parmi les 20 premiers sites que des journaux structurés et professionnels de la catégorie « Nésant en ligne », qu'ils soient arabes ou français. Le classement Alexa est un système qui classe des millions de sites par ordre de popularité. Il est calculé en examinant l'ensemble quotidien de visites de visiteurs uniques et le nombre de pages vues pour un site donné au cours des 3 derniers mois.

18- Données de la société de distribution SAPRESS.

19- Abdelilah EL BAKKALI lors du colloque national précité organisé le 7 décembre 2020.

20- Amine BENCHERKI, PDG de la société SAPRESS, lors du colloque

national précité, ainsi que les statistiques exclusives sur la diffusion des journaux marocains présentées au Conseil.

21- Idem, ref. 20

22- La loi marocaine relative à la protection du droit d'auteur et des droits voisins (loi no 240 de 2000) telle qu'elle a été complétée et modifiée, bien qu'elle n'intègre pas clairement la presse en tant qu'œuvre littéraire, intellectuelle et créative, mais la définition de l'œuvre comme énoncé dans les articles premier et troisième de la présente loi, étant donné que la matière de presse est « des créations intellectuelles dans les domaines de la littérature et de l'art, telles que (a) les œuvres exprimées par écrit, (a) la loi de propriété française, par exemple, garantit aux journalistes leurs droits matériels et moraux, car elle considère que les œuvres des journalistes sont des œuvres littéraires protégées par la force de la loi.

23- <https://ikeelipin.com>.

24- Il s'agit Mohammed HATTIJI du PDG du Groupe « Maroc, Sor » et d'Amine BENCHERKI, le PDG SAPRESS, lors du séminaire précité.

25- Mohamed BERRADA, ancien Directeur Général de la société SAPRESS, lors de son intervention dans le forum de l'Agence Marocaine de Presse (12 novembre) 2019 et lors du colloque national susmentionné.

26- Mohamed BERRADA lors du colloque national, évoqué plus haut.

27- Youssif BENCHERKI, Président du Groupement des Annonceurs du Maroc, lors de sa présentation aux activités du colloque national évoqué plus haut.

28- Les données de « Imperium » ont été établies à la demande du Conseil national de la presse.

29- Youssif BENCHERKI, référence 27

30- Issam FAHHA, membre de l'Union des Agences Conseil en Communication (UAC) et Mohamed Ezzouak, Directeur Général du portail « l'abdali.com », lors du séminaire précité.

31- Issam FAHHA, ref. n° 30.

32- Youssif BENCHERKI, ref. 27

33- Mohammed HATTIJI, Abdelnouaim DILAMI, Amine BENCHERKI, Mohamed Ezzouak, Issam FAHHA, lors de leur participation au colloque national susmentionné.

34- Amine BENCHERKI, ref. 20

35- Amine BENCHERKI, ref. 20

36- Communiqué à la même date, « l'etiquet », 17 Juin 2020, et un article de l'Economiste.

37- Mémoandum de la Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux adressé au ministre de la Culture, de la Jeunesse et des Sports.

38- Mohamed EZZOUAK, ref. 30

39- Abdelnouaim DILAMI, PDG du Groupe Ecomedia, et Mohammed HATTIJI, lors du colloque national.

40- Communiqué de la fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux, diffusé le 9 mai 2021.

41- Une étude de l'échelle des réseaux sociaux au Maroc pour l'année 2020, réalisée par le Bureau d'Études Suneqia - <https://groupe.suneqia.com>

42- Mohammed EZZOUAK, ref. 30

43- Mohammed HATTIJI, ref. 24

44- Issam FAHHA, ref. 30.

- Semploie, avec les différents acteurs et partenaires, à modifier les habitudes de lecture gratuite par des campagnes de sensibilisation. Que les éditeurs mettent à la disposition des lecteurs le produit imprimé sous forme numérique et à des prix raisonnables, réduisent la taxe sur la valeur ajoutée sur les publicités commerciales et lancent une campagne d'abonnement individuel et collectif au profit des établissements publics et privés.

- Activer la mise en place du Fonds National de développement de la lecture de la presse, considéré comme l'un des principaux mécanismes de soutien et de lisibilité de la presse nationale.

- Réaliser une étude sur l'indice de confiance qui pourrait être une des réponses à la question sur l'avenir du secteur. L'objectif de cette étude est d'anticiper les comportements du lectorat et de mesurer réellement le degré de confiance entre la presse marocaine et la société.

- Proposer aux autorités publiques l'élaboration d'un nouveau contrat avec la presse nationale pour lui permettre de retrouver sa crédibilité et de jouer pleinement son rôle fondamental dans la vie démocratique dont elle est le reflet.

Pour atteindre cet objectif, il est recommandé d'améliorer le contenu des médias, à travers :

- Une réflexion profonde sur la pertinence et l'adaptation des contenus aux besoins et aux exigences des différents segments de la société. A ce niveau, le data journalisme s'impose comme un levier de changement de la culture organisationnelle d'un titre, notamment de petite taille. Le data journalisme représente, alors, une véritable valeur ajoutée pour le monde journalistique, surtout en cette période de crise où la profession subit l'avènement d'une nouvelle concurrence qui l'oblige à une course à la rentabilité.

- Une révision de la structure et de l'organisation des rédactions en fonction de la nouvelle nature du travail journalistique, qui repose sur une pluralité d'expertises, et non de spécialisation, et sur l'édition et la diffusion dans des médias différents et multiples.

- Le recours à des compétences suffisantes et qualifiées, car il est constaté à travers l'étude réalisée par la Commission des Cartes du Conseil National de la Presse, que 40 % des 1.000 établissements de médias électroniques fonctionnent avec moins de 3 personnes.

À son tour, l'amélioration des contenus est liée à la reconsidération de la formation et de la réhabilitation des ressources humaines travaillant dans le secteur. Des ressources humaines qualifiées sont considérées comme une pierre de l'édifice essentielle pour l'amélioration de la qualité et de la rentabilité du produit médiatique. Ainsi, il est recommandé de :

- Revoir et de consolider la formation des journalistes afin de passer de la spécialisation (journalisme écrit, audiovisuel, d'agence, numérique...) à un tout nouveau concept journalistique produisant des contenus divers et multiples au profit de différents médias.

- Intégrer le data journalisme dans les programmes de formation, la grande tendance des années à venir.

- Former à la gestion d'entreprises de presse, notamment pour les sites électroniques régionaux. L'objectif est de s'adapter aux changements et aux défis que connaît le secteur des médias. De

même, fournir des outils et méthodes d'analyse indispensables pour comprendre et décoder les principes fondamentaux du raisonnement stratégique, l'analyse de l'environnement concurrentiel, le diagnostic stratégique et l'évaluation de différentes options de développement. Il est également question de repérer les grandes tendances actuelles et émergentes afin de produire un contenu de haut niveau professionnel.

- Soutenir des journalistes émérites pour créer des influenceurs qui deviendront les locomotives de leurs médias.

Dans le même axe, il est proposé de prêter attention aux aspects liés à l'éthique de la profession et au droit d'auteur, en travaillant pour :

- Garantir les droits des éditeurs et des journalistes dont le travail est utilisé et exploité par des médias ou des organisations commerciales. Ce qui conduit à une concurrence productive dans le cadre du respect mutuel nécessaire pour gagner la confiance et la crédibilité auprès de la société.

- Exhorter les entreprises de presse et les journalistes à respecter l'éthique de la profession, à restaurer leur prestige et leur statut juridique.

2 Adoption d'un modèle économique approprié

La baisse des revenus publicitaires, des ventes de journaux, les transformations technologiques et les habitudes de lecture imposent aujourd'hui une profonde réflexion sur le modèle économique de l'entreprise de presse. Un nouveau modèle qui, en plus de l'aide publique, devrait dépendre de la vente de la presse imprimée et des abonnements numériques, de la publicité publique diffusée de manière objective et de la subvention des supports lus par le biais d'un fonds de soutien à la lecture.

De plus, il est nécessaire d'ouvrir la capitalisation des entreprises de médias au profit d'acteurs économiques, comme c'est le cas pour différents secteurs et pays, notamment :

- Activer deux mécanismes essentiels pour renforcer le secteur et améliorer sa rentabilité, à savoir la consolidation des capacités de gestion du secteur et la mise en place des conditions d'implantation des entreprises de presse.

- Développer une vision pour l'accompagnement de la presse, basée sur de nouveaux critères équitables afin de lui permettre d'accomplir son rôle societal.

- Allouer une subvention publique aux journaux professionnels et éthiques en fonction de leur diffusion et de leur influence, au lieu de les maintenir artificiellement.

- Intégrer le projet sur le fonds de développement de la lecture des journaux du Conseil National de la Presse dans le cadre de la subvention publique. Ce qui augmenterait directement la diffusion de la presse marocaine. Le but est que la subvention publique se

Dans ce contexte, il existe une des grandes batailles qui concerne plus que jamais l'« Infodémie ». Le secteur de la presse a dû mener un dur combat pendant et après le confinement au sein de son propre camp, mais aussi sur les réseaux sociaux. Le phénomène ayant pris beaucoup d'ampleur au niveau de la communication sociale et les moyens pour y faire face étaient faibles et inappropriés.

Infodémie

organisé pour sensibiliser, notamment les responsables sur l'ampleur de la catastrophe et ses effets immédiats et futurs. Il a fallu aussi réfléchir aux solutions possibles pour remédier à la situation et penser à la mise en place de mécanismes efficaces pour surmonter les crises conjoncturelles et structurelles. Ainsi, la presse nationale pourrait être préservée comme instrument indispensable dans le cadre d'un projet démocratique, assurant le pluralisme et la diversité. Comme elle doit aussi conforter son rôle de protecteur du droit du public à l'information au sein de la société marocaine.

Dans ce contexte, il existe une des grandes batailles qui concerne plus que jamais l'« Infodémie ». Le secteur de la presse a dû mener un dur combat pendant et après le confinement au sein de son propre camp, mais aussi sur les réseaux sociaux. Le phénomène ayant pris beaucoup d'ampleur au niveau de la communication sociale et les moyens pour y faire face étaient faibles et inappropriés.

Ainsi, des professionnels étaient convaincus que « la presse imprimée a raté le rendez-vous technologique, et que la presse numérique, à son tour, s'est écartée de l'évolution de l'innovation technologique associée au data journalisme « Datajournalisme » et « Algorithmique »^[42].

Ce type de pratique médiatique, dans laquelle peu de médias opèrent au Maroc, s'accomplit automatiquement sur la base des données disponibles au sein des entreprises de presse sans avoir à envoyer des journalistes sur le terrain, ce qui permet de préparer et de produire des articles, des reportages et des enquêtes à grande valeur ajoutée.

Cette nouvelle pratique, issue du développement technologique et de la capacité à maîtriser l'information, sera le défi le plus important auquel sera confrontée la presse marocaine à l'avenir. L'usage des données est un atout éditorial puissant pour le travail journalistique. Ainsi, certains professionnels des médias^[43] appellent à tenter de fusionner l'imprimé et le numérique au niveau des supports d'édition et de diffusion, à la recherche d'un équilibre entre profondeur, analyse, et instantanéité au niveau de la production des contenus, et enfin, à adapter les rédactions et à revoir les méthodes de travail avec les nouvelles exigences et transformations que connaît le secteur.

Adapter les offres de presse pour attirer le public et le fidéliser est devenu l'objectif premier des professionnels, qui considéraient le journal comme un produit marketing soumis aux règles du marché au même titre que tout autre produit. De ce point de vue, ils estiment nécessaire de conclure un « nouveau deal » avec les médias, sur la base d'un pacte « gagnant-gagnant » qui permet l'intégration des petites et moyennes entreprises, et reflétant ainsi la diversité et le pluralisme qui caractérisent le Maroc^[44].



Il est temps de créer un nouvel accord avec les médias, car les annonceurs cherchent un média qui leur permet d'accéder au consommateur potentiel pour vendre leurs produits ; et par conséquent, il est nécessaire de travailler à la préparation d'études d'impact. Je sais qu'il y a des journaux et des sites qui fonctionnent très bien, mais nous aspirons à des choses concrètes qui nous permettent d'avoir une initiative préliminaire justifiée auprès des annonceurs

Issam Fathia

Conclusions et Recommandations

Le Conseil National de la Presse, à travers son premier rapport sur les effets de la pandémie sur le secteur de la presse pendant la période de confinement complet, avait proposé 30 mesures pour sortir de la crise. Elles reposaient principalement sur le relèvement du niveau de la subvention publique et sa révision, le soutien à la lecture des journaux, l'organisation du marché publicitaire, la mise en place de mesures incitatives pour la création d'une industrie médiatique compétitive, la rémunération de l'exploitation des contenus médiatiques, le renforcement du champ médiatique par des chartes déontologiques spécifiques et enfin la reconstruc-tion de la formation et de la requalification des ressources humaines.

Si certaines mesures ont été à nouveau soulevées, la plupart des recommandations proposées dans ce nouveau rapport visent à trouver des solutions à la crise structurelle dans une perspective profonde qui s'interroge sur le rôle de la presse au sein de la société, sur les besoins et les exigences du public, sur la valeur ajoutée de certaines de ses composantes bénéficiaires de la subvention publique, sur l'étendue de l'efficacité des entreprises d'impression, de distribution et leur adaptation aux divers développements. Figurent également les défis technologiques, les besoins des éditeurs et du marché de la presse nationale, en plus d'autres recommandations qui permettraient de redonner de la vie à un secteur à l'agonie.

La plupart des recommandations proposées dans ce nouveau rapport visent à trouver des solutions à la crise structurelle dans une perspective profonde qui s'interroge sur le rôle de la presse au sein de la société, sur les besoins et les exigences du public

Réhabilitation de la presse: Confiance et crédibilité

Le travail de réhabilitation de la presse nationale tire sa légitimité du fait qu'elle joue un rôle social vital. Celui-ci est un levier important du développement socio-économique, un observatoire sur la société, sur le monde et un acteur essentiel dans l'évolution des sociétés, contribuant à l'ancrage de la démocratie et du pluralisme. Pur cela, il est suggéré que le Conseil National de la Presse:

employés des entreprises de presse, qui ont bénéficié de subvention en 2020. Les journaux électroniques légaux ont reçu une aide forfaitaire de 30.000 dirhams tous les trois mois dans le cadre d'une enveloppe financière estimée à 30 millions de dirhams. Le total des subventions exceptionnelles a ainsi atteint plus de 340 millions de dirhams, un chiffre sans précédent. Pour les organisations professionnelles ce geste est qualifié d'effort remarquable de la part de l'Etat en faveur d'un secteur qui mérite égards et soutien.

Cependant, l'adoption du critère salarial a davantage accentué le gap entre les entreprises de presse, surtout après la suppression de la subvention ordinaire pour l'année 2021. Ce qui a poussé de nombreux éditeurs à attirer l'attention sur l'obligation de revoir les critères d'octroi des subventions des journaux. Le but étant de «tenir compte du rôle que joue la presse ainsi que son impact et non l'institutionnalisation de critères de subvention exceptionnelle [dictés par la pandémie] et de s'intéresser davantage aux employés du secteur «non pas en payant leur salaire à la place de leurs employeurs, mais en allouant une subvention en complément de leur émoulement qui doit être à la hauteur de leurs efforts et effectuée par leurs entreprises afin de préserver l'indépendance de leurs journaux»⁽⁴⁰⁾.

De son côté, le Syndicat National de la Presse Marocaine a émis son avis sur la subvention exceptionnelle dans un communiqué publié le 3 mai 2021 à l'occasion de la journée mondiale de la liberté de la presse et concernant les modalités du décaissement ainsi que la part attribuée à chaque établissement. Le SNPM considère que le procédé impose la publication de toutes les données relatives à son décaissement, les établissements et les montants dont elles ont bénéficié. Le communiqué conclut que les effets de cette subvention «sont restés très limités, voire inexistant, pour les hommes et les femmes journalistes marocains».

A l'unanimité, les professionnels s'accordent sur la nécessité de chercher, à partir de 2022, des consensus larges et productifs entre tous les intervenants, afin d'encadrer l'aide publique ordinaire et ce, conformément à la loi, de manière à réaliser l'équité, la transparence et l'égalité et contribuer à une véritable mise à niveau des entreprises du secteur et à l'accompagnement de leur développement.



Le concept de soutien à la presse est indispensable, mais il n'offre pas de solution structurelle. Nous devons donc trouver une solution à la capitalisation des entreprises de presse à travers l'entrée « du grand capital » dans les médias

■ Abdelmouainm Dliami



Les répercussions professionnelles et éthiques

Parmi les effets qui ont persisté pendant la phase post-confinement complet, figure la domination de l'information ayant trait à la pandémie. Le travail quotidien des journalistes est resté centré sur le sujet alors qu'un phénomène a pris de l'ampleur : la propagation de fausses et trompeuses nouvelles et celles relatives aux théories du complot, que l'Organisation Mondiale de la Santé a qualifié d'épidémie informatique ou « Infodémie ».

Des journaux au Maroc n'ont pas été épargnés par le fléau, qui n'a pas été sans conséquence sur le lectorat. Une certaine défiance du public s'est installée à l'égard des médias qui ont manqué d'éthique et de professionnalisme. Ce qui a poussé le citoyen à s'orienter vers un autre canal d'information : les réseaux sociaux.



Si la crise conjoncturelle a entraîné des dégâts considérables au niveau du secteur de la presse, elle a été l'occasion pour le Conseil National de la Presse de mobiliser l'ensemble des acteurs impliqués dans le secteur afin de diagnostiquer, analyser, anticiper sur l'avenir de la presse et étudier les perspectives de la pratique journalistique dans notre pays

Si la crise conjoncturelle a entraîné des dégâts considérables au niveau du secteur de la presse, elle a été l'occasion pour le Conseil National de la Presse de mobiliser l'ensemble des acteurs impliqués dans le secteur afin de diagnostiquer, analyser, anticiper sur l'avenir de la presse et étudier les perspectives de la pratique journalistique dans notre pays.

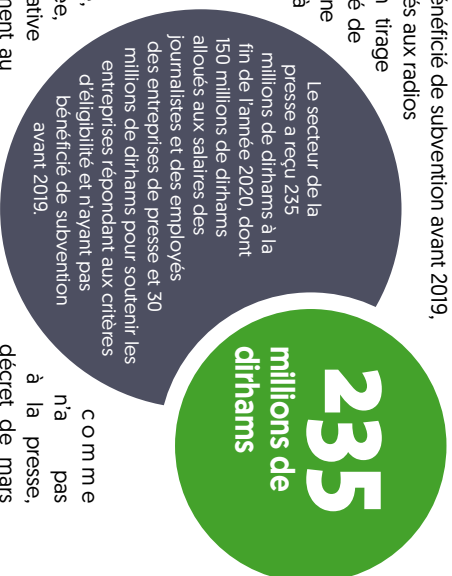
Par ailleurs, un débat public a été

65%

Les Marocains considéraient «WhatsApp» comme leur application préférée. Elle arrive en tête du classement avec 65%, suivie de «Facebook» avec 53% et «Instagram» 26%. Selon cet indicateur, WhatsApp est devenu le moyen de communication préféré pour divers segments marocains du trading de vidéos, informations, articles de presse et divers types de publications et de photos

Au cours de l'année 2020, cette subvention a fluctué au gré des décisions : régulière sur la base du contrat programme de 2013 (communiqué du 24 avril 2020), et exceptionnelle et inédite (communiqué du 26 Juin 2020). Pour une meilleure visibilité, il était néanmoins nécessaire de déterminer les mécanismes pour activer et contrôler le système de subvention. Cependant, en raison de la pandémie et de la décision de suspendre pendant 3 mois l'impression des journaux pendant le confinement total, cette procédure a été gelée. Pour faire face à la crise sanitaire et tenter de sauver les meubles d'un secteur aux abois, le gouvernement a alloué une subvention exceptionnelle destinée à la presse, l'impression et la distribution.

En effet, le secteur a reçu une aide de 235 millions de dirhams à la fin de l'année 2020, dont 150 millions de dirhams alloués aux salaires des journalistes et des employés des entreprises de presse et 30 millions de dirhams pour soutenir les entreprises répondant aux critères d'éligibilité et n'ayant pas bénéficié de subvention avant 2019, en plus de 15 millions de dirhams destinés aux radios privées et aux imprimeries ayant un tirage plus de 500.000 exemplaires. La société de distribution, quant à elle, a bénéficié d'une subvention exceptionnelle s'élevant à 15 millions de dirhams, en plus d'une recapitalisation étatique à hauteur de 10 millions de dirhams alors que la deuxième société de distribution (Al Wasiti Medial) n'a bénéficié d'aucune subvention.



L'octroi de la subvention publique, l'indique la répartition susmentionnée, été effectuée conformément à la loi relative notamment son article 7, ni conformément au 2019. Celui-ci a fait passer la subvention publique subvention du papier à un concept plus large et global en conformité à l'esprit de la loi, qui souligne expressément que ladite subvention a pour objet le «développement des ressources humaines, la formation et l'accompagnement pour réhabiliter, renforcer le pluralisme, moderniser la production, l'équipement, l'impression et la distribution».

Cependant, et contrairement à ce qui était prévu, il a été décidé que la subvention «exceptionnelle» des journaux soit destinée à payer les salaires sur une période de trois mois directement aux employés des entreprises de presse, ainsi que les dépenses d'impression, de papier et autres, pendant les six premiers mois de l'année 2020.

Ces procédures étaient déjà activées en coordination entre le ministère de la Communication et le ministère des Finances, mais sur la base d'une approche modifiée, puisque 6 mois ont été payés aux employés des entreprises de presse dans un cadre exceptionnel, en plus de la prise en charge des dépenses d'impression, de papier, d'hébergement et des charges des

La persistance de la pandémie a entraîné le maintien d'une subvention exceptionnelle pour les six premiers mois de 2021, destinée au paiement des salaires des employés des entreprises de presse, qui ont bénéficié de subvention en 2020. Les journaux électroniques légaux ont reçu une aide forfaitaire de 30.000 dirhams estimée à 30 millions de dirhams. Le total des subventions exceptionnelles a ainsi atteint plus de 340 millions de dirhams

fournisseurs n'ayant pas été pris en compte par la subvention régulière de l'année 2020 annulée. Cela en faisant fi du code de la presse et du décret réglementaire préparé à cet effet.

Si les acteurs ont salué cette subvention considérée comme une bouffée d'oxygène dans ce contexte inédit, certains ont néanmoins estimé lors de discussions au sein de leurs instances professionnelles, que «les fondements sur lesquels reposait la subvention, il y a 30 ans, ont été outrepassés dans cette formule exceptionnelle». Ils concevaient pour l'essentiel le développement de la lecture et du pluralisme. Pour soutenir de manière efficace le secteur, estimant des professionnels, il aurait été nécessaire de maintenir la subvention initialement prévue par la loi, et d'octroyer en complément une aide exceptionnelle attribuée en fonction de l'impact de la pandémie et des effets néfastes spécifiques à chaque entreprise.

D'autre part et «dans le cadre de cette subvention exceptionnelle, les nouveaux critères ont entraîné de fortes disparités dans les salaires des employés [...] et que le montant a été décapité au profit d'un petit nombre de grandes entreprises, alors que les moyennes et petites entreprises de presse n'atteignaient même pas le montant de l'aide qu'elles recevaient auparavant dans le cadre d'une subvention ordinaire»⁽³⁷⁾.

Si question de la conformité aux textes juridiques et procédures concernant les subventions versées, est soulevée, certains acteurs⁽³⁸⁾ se sont interrogés sur l'intérêt même de la subvention, car ils considèrent qu'elle s'est écartée de ses objectifs premiers, et n'est aujourd'hui en fait, qu'un calfeutrage qui perturbe le secteur et retarde son passage au numérique. Aussi, affirment-ils, elle ne peut être prise en compte, même si elle a été perçue comme un ballon d'oxygène qui sauverait les entreprises de presse et les médias au temps de la crise du coronavirus.

De leur côté, des professionnels de l'édition, de l'impression et de la distribution⁽³⁹⁾ estiment que la subvention octroyée à la presse s'effectue en échange d'un service public assuré par les établissements privés, sans lesquels l'État aurait été obligé d'assumer ce rôle. Ils réclament alors plus de subventions publiques, directes et indirectes, comme c'est le cas dans de nombreux pays, étant donné que la presse en général, et la presse imprimée en particulier jouent un rôle fondamental au niveau social.

La persistance de la pandémie a entraîné le maintien d'une subvention exceptionnelle pour les six premiers mois de 2021, destinée au paiement des salaires des

l'annulation de la subvention publique, attribuée par l'Etat aux autres institutions de presse marocaine. Akhbar Al Youm a entraîné dans sa chute la société editrice Media 21 aujourd'hui en liquidation. Quant au site Internet «Al-Youm24», il a cédé la totalité de ses parts à un ancien associé de la société émettrice, qui détenait 30% de son capital.

Aussi, de nombreux quotidiens et hebdomadaires ont conservé leurs versions numériques en parallèle à leurs journaux imprimés, ballotés entre une partie payante et une autre gratuite, donnant ainsi une image totalement surréaliste du secteur.

La crise structurelle, l'épidémie et ses effets négatifs sur l'économie nationale n'incitent pas théoriquement à investir dans le secteur, mais certaines des transactions qui ont eu lieu dans ce cadre étaient soit des transactions forcées, comme c'est le cas d'Akhbar Al Youm, soit en raison du rôle joué par les journaux marocains imprimés et électroniques sur la scène politique. Le secteur séduit et attire entrepreneurs fortunés ou hommes d'affaires pour l'acquisition de grandes sociétés médiatiques influentes. Une tendance confirmée par le dynamisme du secteur qui a connu la fusion il y a un an et demi de deux sociétés spécialisées dans les médias, l'une qui produit «Les Eco» et l'autre «Le Site Info», toutes les deux détenues par deux des plus grands hommes d'affaires du Maroc, et anciens ministres.

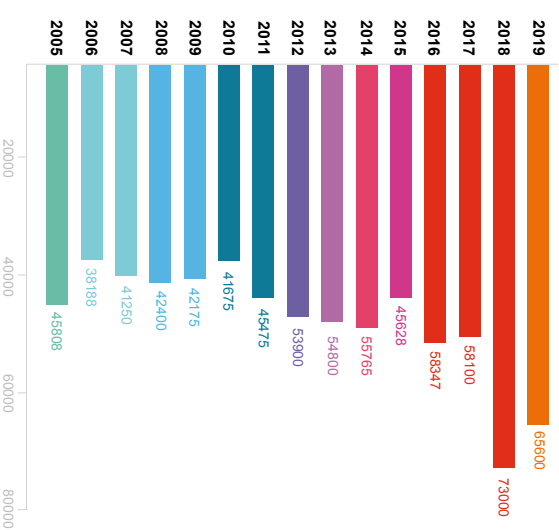
La nouvelle entité regroupe désormais 8 titres, imprimés et/ou numériques, répartis entre les journaux économiques, sportifs et d'information générale, en plus d'une agence de marketing numérique.

La subvention publique: de l'exception à l'institutionnalisation

Bien que la subvention publique ne dépasse pas les 10% du chiffre d'affaires annuel de la presse marocaine, elle reste néanmoins une ressource importante. Elle est aussi source de motivation pour dynamiser les activités des nombreuses petites et moyennes entreprises que compte le secteur. La subvention publique allouée à la presse, dans un cadre contractuel entre les pouvoirs publics et la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux, a connu une évolution tangible entre 2005 et 2019. Elle a presque doublé en deux décennies. Ainsi, la presse imprimée est considérée comme le principal bénéficiaire de cette subvention, suivie de la presse électronique.

Graphique N°8

L'évolution des subventions publiques entre 2005 et 2019



Source : Département de la Communication

Les résultats de la crise : un déséquilibre des indicateurs financiers et économiques

La situation reste extrêmement difficile pour les entreprises de presse. Celles-ci ont subi une baisse considérable de leurs revenus financiers pendant le confinement, avec la suspension de l'impression et le recours au format PDF. Mais pour autant, la situation ne se rétablit pas avec la fin du confinement. Le secteur peine à reprendre ses activités et ce malgré le retour à l'impression. Au contraire, la crise s'est aggravée, après épuisement des stocks financiers en trois mois seulement, du fait de la diffusion gratuite des journaux sans produit de vente ni revenu publicitaire, tout en continuant à supporter les divers charges fixes.

ER

50%

Le premier rapport avait révélé un chiffre d'affaires modeste et une baisse continue, estimé à 50% dans le secteur de la presse structurée entre 2012 et 2017. Ceci concernait plus de 30 entreprises dont 21 actives dans la presse numérique

Même s'il n'existe pas d'indications précises sur le chiffre d'affaires global de la presse marocaine, il est cependant considéré comme très faible, ne dépassant pas le milliard de dirhams par an. Il est aujourd'hui en chute libre avec la crise, pour la plupart des éditeurs et imprimeurs de 50 %^[34].

Quant au secteur de la distribution des journaux, il a atteint un niveau sans précédent, n'excédant pas 160.000 dirhams de chiffre d'affaires par jour, sur lesquelles la société Sappress a perçu une commission quotidienne de 24.000 Dirhams, depuis sa monopolisation du marché de la distribution, après l'arrêt de l'activité «d'Al Wassit-Media». Cette baisse massive après le confinement est devenue ingérable pour l'entreprise^[35]. Ses dirigeants considèrent dès lors que le processus de distribution et des retours des invendus ne peut plus être assuré, compte tenu de la faible marge bénéficiaire par rapport aux coûts élevés des services. Cela malgré la subvention octroyée par les pouvoirs publics.

Le premier rapport avait révélé un chiffre d'affaires modeste et une baisse continue, estimé à 50% dans le secteur de la presse structurée

160

Quant au secteur de la distribution des journaux, il a atteint un niveau sans précédent, n'excédant pas 160.000 dirhams de chiffre d'affaires par jour, sur lesquelles la société Sappress a perçu une commission quotidienne de 24.000 Dirhams, depuis sa monopolisation du marché de la distribution, après l'arrêt de l'activité «d'Al Wassit-Media». Cette baisse massive après le confinement est devenue ingérable pour l'entreprise.

que connaît le secteur en termes de capitalisation de certaines sociétés de médias, ou de vente de certaines d'entre elles après leur faillite, malgré la crise structurelle qui menace la plupart des journaux imprimés et numériques. Parmi ces institutions, figure le groupe Eco-Médias, considéré comme l'une des plus grandes entreprises de presse au Maroc, avec un chiffre d'affaires estimés en 2020 à plus de 53 millions de dirhams et dont 70% du capital a été acquis par la holding financière «Trispolis» et ce en pleine pandémie^[36]. La holding financière Trispolis vient d'en prendre le contrôle, à travers l'acquisition de 60% du capital. Cette holding dispose d'une société d'études de marché, d'une société de développement de technologies numériques et de marchés commerciaux pour de grandes marques, en plus de filiales œuvrant dans le domaine commercial et financier.

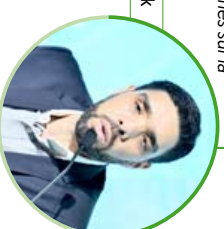
Cette période a également connu la suspension de la version imprimée au profit du numérique d'un certain nombre de titres comme le magazine «Challenge», de l'hebdomadaire économique «La Vie Economique» ou encore le quotidien Al-Massa. De son côté, «Akhbar Al Youm» a été condamné à disparaître des kiosques après trois ans de difficultés liées et à l'arrestation de son directeur de publication et rédacteur en chef, Taoufik Bouachrine et à

entre 2012 et 2017. Ceci concernait plus de 30 entreprises dont 21 actives dans la presse numérique. L'excédent brut d'exploitation du résultat net des éditeurs de journaux a reculé à son tour de 73%, et la moyenne d'auto-financement de chacun des éditeurs a reculé du 1/3 : par contre, Le taux moyen de rentabilité est resté stable entre 2012 et 2017. Les bénéfices de ventes assurés par le réseau de café, à hauteur de 20% s'est effondré, à son tour, provoquant ainsi une chute des revenus à la fois des éditeurs et des sociétés de distribution.

A toute cette situation, s'ajoutent les transformations

Mettons-nous en orbite et essayons d'avancer vers cet avenir proche qui est plus prometteur, et qui se résume à l'innovation et à la manière de suivre le développement technologique. Le Journalisme papier a raté son rendez-vous technologique, et nous, en tant que presse numérique, sommes sur la voie de la dérive

■ Mohamed Zouak



investissements publicitaires annoncés. Certains n'hésitent pas^[31] à qualifier la situation de catastrophique. Pour eux, les chiffres dépassent les 40 ou 50%, et seraient même proches des 65 et 70%. D'autres estiment qu'il y a lieu de minimiser ces données pour aboutir à des chiffres plus proches de la réalité, soit 50%. Ce qui est également confirmé par les différentes données des cabinets d'études qui ont révélé que les investissements publicitaires ont atteint 3,5 milliards de DH en 2017, pour retomber à 1,5 milliard de dirhams en 2020.

Globalement, les chiffres diffusés restent approximatifs en l'absence de mécanismes de mesure fiables, de données précises et transparentes et de relations claires entre annonceurs et agences de conseil en communication. A cela s'ajoutent l'ambiguïté des prix des espaces publicitaires, l'absence de statistiques précises et de mécanismes de régulation et d'auto-organisation dans le secteur.

Dans ce contexte, l'Union des Annonceurs du Maroc estime que «malgré l'importance que les annonceurs marocains accordent aux médias numériques, ils ignorent encore le pourcentage d'audiences des sites électroniques nationaux, dont le taux de suivi n'est que supposé ou estimé. A partir de là, nous ne pouvons effectuer une estimation des fréquentations pour chaque site et évaluer le pourcentage de visiteurs»^[32]. Pour cela, l'Union invite à s'inspirer de l'expérience «Trust up Digital», une technologie lancée aux États-Unis et en France il y a deux ans, permettant d'authentifier des pourcentages d'audience dans les médias électroniques.

Ce système pourrait avoir un impact positif sur la presse nationale car il permettrait de clarifier tous les aspects de la relation entre les parties concernées, et de fournir un moyen supplémentaire aux éditeurs locaux de disposer de leur part du marché publicitaire dont bénéficient le duo «Facebook et Google».

Afin de limiter la domination des GAFAs sur les investissements publicitaires marocains, les acteurs^[33] préconisent de nouvelles mesures, et les avis convergent vers deux principaux points. Le premier concerne l'intervention de l'Etat marocain pour remédier à la concurrence déloyale des géants de l'internet, en imposant un investissement publicitaire minimum des institutions publiques, destiné aux sites de presse professionnelle. Quant au deuxième point, il fait référence à la création de plateformes numériques locales afin de contribuer à redynamiser le marché de l'investissement publicitaire et à motiver les annonceurs. Ainsi, précisent les responsables du secteur, il sera alors possible d'atteindre, par le biais de

En tant qu'annonceurs nous avons lancé l'initiative « Annonceurs solidaires », mais le modèle de presse tel que nous le connaissons aujourd'hui, doit changer. Nous sommes obligés, si nous voulons continuer à exister, de combiner entre le papier et le numérique pour présenter des offres globales, à la fois sur l'imprimé que sur le numérique

■ Youssef Chikhi



ces mesures, un modèle économique adapté à l'entreprise de presse marocaine.

Il s'établit aux regards des chiffres, que les répercussions de la crise ont sévèrement affecté la presse écrite en premier lieu : les investissements publicitaires ont connu une régression importante, passant de plus de 20% de part de marché à près de 10% au cours de ces cinq dernières années. Cependant, en examinant les données disponibles, il s'établit clairement que la presse marocaine en général, y compris la version électronique, est victime des mutations opérées au niveau de la publicité. Les investissements ont ciblé non pas la presse professionnelle avec le développement technologique, mais plutôt d'autres supports de communication, notamment les panneaux publicitaires ou encore Facebook et Google. A cela s'ajoute la forte concurrence des médias publics qui accaparent 40 % de part de marché.

La publicité : chute libre

Le rapport a mentionné que la publicité, pendant la période du confinement, a diminué de façon alarmante par rapport aux prévisions des professionnels et par rapport à la même période de l'année précédant la pandémie. La situation a perduré pendant la période post confinement et cela en raison principalement, selon les annonceurs, de la stagnation qui a touché de nombreux segments économiques. Malgré la conjoncture, des annonceurs ont tenté de relancer des campagnes publicitaires, mais en vain. Les investissements ont atteint moins de 40% durant cette période et c'est la presse imprimée qui en pâtit le plus ^[27].



Malgré le déconfinement, qui portait de grands espoirs de retour à un volume d'investissements appréciable, les indicateurs des trois mois suivant le confinement révélaient un montant d'investissements publicitaires (presse papier et électronique) de 35,225,176 millions de dirhams en juin, pour relativement augmenter en juillet à 57,981 millions de dirhams et marquer un recul en août

Les statistiques publiées par le bureau d'étude Imperium Media ^[28] confirment que le volume des investissements publicitaires bruts dans tous les supports médias et non médias, a atteint environ 3 milliards 240 millions de dirhams en octobre 2020 dont seulement 9 % sont revenus à la presse imprimée, soit 29 600 millions de dirhams. La part des journaux a été répartie selon la publication de manière disproportionnée, les journaux quotidiens obtenant 68 %, les hebdomadaires 20%, les mensuels 9 % et le reste des périodiques 2,93 %.

Quant aux journaux numériques, ils ont fédéré une part importante du lectorat, devenant ainsi le support privilégié des annonceurs pour les investissements publicitaires. Selon une étude du Groupement des Annonceurs du Maroc, 32% des annonceurs ont opté pour la communication digitale et 92% des personnes interrogées déclarent avoir utilisé «Facebook» pour leurs publicités en 2020 ^[29].

92%

Selon une étude du Groupement des Annonceurs du Maroc, 32% des annonceurs ont opté pour la communication digitale et 92% des personnes interrogées déclarent avoir utilisé «Facebook» pour leurs publicités en 2020

Malgré le déconfinement, qui portait de grands espoirs de retour à un volume d'investissements appréciable, les indicateurs des trois mois suivant le confinement révélaient un montant d'investissements publicitaires (presse papier et électronique) d'un peu plus de 35 millions de dirhams en juin, pour relativement augmenter en juillet à 57,981 millions de dirhams et marquer un recul en août n'atteignant pas les 39 millions de dirhams.

Dans le même sens, selon l'étude réalisée par Imperium Media, portant sur la période allant du 16 mars au 20 avril 2020, la part de la presse a diminué de 58%.

Graphique

N°
7

Le nombre d'investissements publicitaires dans la presse durant les trois mois post-confinement (en dirhams)

35.225.176 **57.981.706** **38.701.850**



■ Source : Société Imperium (données exclusives pour le Conseil National de la Presse)

Quant à l'investissement total dans le secteur numérique, les données 2020 montrent que les géants mondiaux du web «GAFAM» en ont obtenu 75%, les «pure-players» 20 % et les sites de presse écrite seulement 5 %. Cependant, des experts minimisent le phénomène de migration des investissements publicitaires vers les GAFAM, estimant que les chiffres ne reflètent pas la réalité. Selon eux, seuls 30% à 35% des annonceurs recourent à ces géants, précisant que l'utilisation de Google ou Facebook seule ne peut réaliser tous les objectifs souhaités dans un processus de communication ^[30].

Reste que les acteurs du secteur ne sont pas tous unanimes quant aux chiffres des

L'impression : une crise en noir et blanc

Si la distribution est considérée comme l'un des maillons faibles du secteur de la presse papier, l'imprimerie n'est pas en reste. Et pour cause, certaines unités sont devenues incapables de s'adapter à la réalité du marché, concernant le volume du tirage des journaux et la réduction de la pagination sous la forte pression des crises conjoncturelles et structurelles. Une situation qui pourrait être à l'origine de l'extinction des journaux à petit tirage, les grandes imprimeries ne pouvant assurer les tirages à minima. Et dans les années à venir, menacer même l'impression des journaux marocains et mettre un coup d'arrêt aux grandes imprimeries, si ces dernières n'adoptent pas le numérique répondant aux besoins du marché qui garantit à la presse imprimée la poursuite de ses activités même dans le cas de tirages limités.

Les professionnels de l'imprimerie et de la distribution^[24] expliquent les raisons de ces crises par des contraintes exogènes, sans faire référence pour autant aux causes internes qui empêchent le développement des services de ces deux sous-secteurs. Le processus d'impression nécessitant, soulignent-ils, des capacités structurelles très élevées liées à un volume de tirage important.

Reste que ces institutions sont confrontées aujourd'hui à de nouveaux défis, notamment le fait que les imprimeries concernées disposent de machines de tirage d'une capacité de 45.000 exemplaires par heure, ne pouvant assurer des commandes de 2.000 ou 3.000 exemplaires et donc s'avèrent non rentables.

Cependant, ce point de vue n'est pas partagé par certains professionnels qui considèrent que l'incapacité des imprimeries à s'adapter aux transformations que connaît le secteur des médias est la principale raison de sa crise. Cela tout en mettant en relief les nouvelles exigences du marché avec la non-nécessité des reprises de presse d'imprimer des milliers de numéros comme par le passé, le lancement de versions électroniques par de nombreux journaux et le maintien par les imprimeries des machines traditionnelles. Celles-ci se caractérisant par la capacité

de tirer de grandes quantités et exigeant une maintenance, des pièces de rechange renouvelables et une main-d'œuvre importante. Dou le besoin pour le marché marocain de se doter d'imprimeries numériques modernes à petits et moyens tirages. Un choix d'ailleurs effectué par différents journaux en Europe et au Canada.^[26]

C'est également le cas de la France. De nombreux journaux à tirage limité et des régionaux ont, soit acquis leurs propres imprimeries numériques, soit travaillé dans le cadre de coopératives, compte tenu des avantages offerts par ces nouvelles traditionnelles machines par rapport aux grandes machines.

45.000 exemplaires par heure

L'opération de l'impression nécessite des capacités structurelles très élevées liées à un taux de tirage important. Cela place aujourd'hui ces institutions devant de nouveaux défis, notamment le fait que les imprimeries concernées disposent de machines de tirage d'une capacité de 45 000 exemplaires par heure, et lorsqu'on leur demande de faire un tirage de 2 000 ou 3 000 exemplaires.

Outre tous ces avantages, les solutions que peuvent apporter ces imprimantes numériques contribueront à résoudre de nombreux problèmes : à titre d'exemple, le tirage d'une édition donnée avec un type de publicité, et d'autres éditions avec une publicité différente selon la région géographique ciblée.

différents formats sur différents types de papier, en plus de leur caractère écologique.

La crise de la presse a incité les grandes imprimeries à augmenter considérablement leurs activités non médiatiques, comme cela s'est produit dans la distribution des journaux. Elles se sont lancées dans l'impression des manuels scolaires et des brochures pour les marchés et les entreprises. Bien que la loi 88-13 prévoie dans son article 7 l'octroi d'une subvention à la distribution et à l'impression (une première aide de 15 millions de DH a été versée aux imprimeurs en 2020), la question est de savoir aujourd'hui dans quelle mesure ces entreprises respectent le principe selon lequel leur activité principale concerne la presse.

L'avenir de l'impression est étroitement lié à la presse elle-même, et je suis un adepte du modèle suivant : si mon produit n'est pas acheté et s'il n'a aucune valeur, donc je dois me rendre à l'évidence que mon produit n'a pas le droit d'exister, au lieu de dire que nous avons besoin de soutien pour exister et survivre

Mohamed Hattami



continuité du service de distribution d'une manière stable et sûre. Ce qui menace le sort de l'entreprise ainsi que les services liés à la distribution des journaux nationaux.

La société affirme également que le coût de la distribution représente environ 90% de la valeur fixe, ce qui ne peut être couvert par les faibles quantités aujourd'hui distribuées. Elle considère également que le modèle actuel n'est plus rentable, étant donné que le prix des journaux est limité au Maroc par le pouvoir d'achat, et que la marge bénéficiaire ne dépend pas de la nature, de la taille et de l'importance du service rendu, autant qu'elle dépend du chiffre de vente dont 15% revient au kiosque et 15% au distributeur. Selon le management de l'entreprise, lorsqu'un titre étranger est vendu, les gains sont 7 ou 8 fois supérieurs à ceux d'un titre national.

Cependant, des éditeurs pensent qu'il existe d'autres raisons expliquant le déséquilibre de la distribution. Au premier rang, le changement dans l'activité de l'entreprise dont la distribution des journaux était son activité principale, avec l'ajout d'une centaine de produits. Résultat: disparition d'un nombre important de points de vente réservés aux journaux exclusivement.

En effet, «la transformation de l'identité de la société spécialisée dans la distribution des journaux, des magazines et des livres au Maroc en une entreprise de logistique distribuant des photocopies, des manuels scolaires, des cahiers, des stylos, de la papeterie et autres produits alimentaires, rend infirme l'activité de distribution de la presse. Ceci, accentue le déséquilibre de la distribution et entraîne la privation de certaines zones de l'approvisionnement en journaux», estiment plusieurs éditeurs interrogés.

Afin de relever les défis de la distribution et tenter d'élargir la base du lectorat, des journaux aussi bien papier que numérique ont tenté d'expérimenter des offres médiatiques payantes. La première expérience a été lancée en 2018 avec «Le Desk», malgré les difficultés rencontrées pour accéder à un certain nombre d'abonnements capables d'assurer un équilibre financier à ce site électronique.

Par la suite, les expériences ont varié sous différentes formes, notamment au cours des deux dernières années. Des journaux (imprimés et/ou électroniques) ont mis à la disposition de leur lectorat des abonnements sur des plateformes numériques. Ils proposent la lecture d'un numéro hebdomadaire ou d'un certain nombre d'articles moyennant une somme d'argent. Sur ce créneau, figurent notamment «Tel Quel», «La Vie Economique» et le groupe «Maroc Soir». Le

2020

55

Selon les données de l'entreprise, SAPPRESS distribuait 138 journaux publiés régulièrement, dont des quotidiens et la plupart des hebdomadaires et des mensuels. Après la levée du confinement et la reprise de l'impression, seuls 56 titres ont continué à être édités de façon régulière jusqu'à octobre 2020.

site «Yabladi» a lancé une formule dans un autre genre. Il s'agit d'un abonnement à un «club de presse» exclusif. Les membres peuvent accéder aux différents médias présents sur la plateforme. Ce concept donne aussi la possibilité aux propriétaires du site d'offrir un ensemble de services destinés aux résidents marocains à l'étranger en particulier.

Les initiatives ne se sont pas arrêtées là. Des kiosques numériques ont été créés avec une offre de lecture gratuite, dont le site «Annuaire de la Presse francophone et arabophone du Maroc» lequel constitue un lien regroupant différents sites des journaux nationaux. Cependant, de telles initiatives sont considérées comme étant une des manifestations de l'aggravation de la crise car elles touchent aux droits d'auteur des éditeurs, en leur faisant subir de grandes pertes ⁽²²⁾.

Autre tentative d'innovation : le kiosque numérique privé Kalpin. (Une application qui permet l'achat et la lecture de journaux en format numérique) est apparu sur différents supports. Il propose aux clients plus de 70 titres, dont 15 quotidiens, 15 hebdomadaires, plusieurs périodiques en arabe et en français et un seul journal en amazigh. Les journaux sont proposés au prix de vente papier, tandis que magazines et périodiques le sont à un prix inférieur.

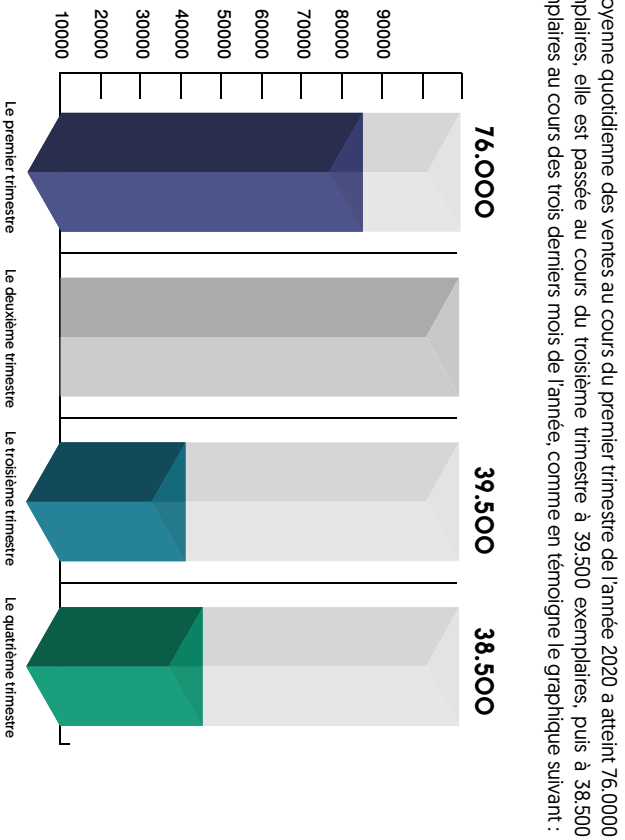
Cependant, cette initiative, malgré son caractère commercial, reste encore modeste, car elle n'a pas bénéficié d'opération marketing de sensibilisation. L'abonnement numérique n'étant pas encore une culture ancrée chez les lecteurs marocains, ce qui amplifie les menaces qui guettaient la presse marocaine; ceci au moment où celle des pays occidentaux survit grâce aux abonnements numériques donnant accès aux contenus de la presse papier sous format PDF.



■ Amine Ben Chakri

Il n'y a pas de raison pour ne pas vendre la presse papier dans un univers numérique, néanmoins, le contenu doit être attractif et intéressant pour le lecteur ; et dans tous les cas, il est impossible de maintenir le modèle économique pendant pour assurer la distribution de la presse

Graphique
N°
2
Moyenne de ventes quotidiennes des journaux
nationaux (Ihommis Al Massae)



La moyenne quotidienne des ventes au cours du premier trimestre de l'année 2020 a atteint 76.000 exemplaires, elle est passée au cours du troisième trimestre à 39.500 exemplaires, puis à 38.500 exemplaires au cours des trois derniers mois de l'année, comme en témoigne le graphique suivant :

Cette baisse dramatique pour le secteur et sans doute irréversible est, comme nous l'avons cité, due à la pandémie du coronavirus qui a aggravé la crise structurelle que connaît la presse au Maroc. L'ampleur du phénomène ne pourra être visible qu'après l'arrêt de la subvention exceptionnelle accordée par l'Etat pendant 12 mois au secteur pour prendre en charge les salaires des employés des entreprises de presse éligible à la subvention.

Il est nécessaire de rappeler aussi que la transformation numérique n'est pas l'unique raison de la détérioration de l'état de santé de la presse papier au Maroc. La presse électronique est aussi en crise, elle a besoin d'être structurée, organisée, encadrée et réhabilitée. Pour certains opérateurs, les faiblesses de la presse marocaine électronique ou imprimée sont dues à l'absence d'un modèle économique approprié adapté aux spécificités et conforme à la réalité de son environnement.

Autres raisons qui précarisent le secteur, le manque de capital, les insuffisances au niveau des ressources humaines, les manquements au système de gouvernance et les failles dans la gestion de certaines structures. D'ailleurs, sur les 1.000 médias électroniques répertoriés, 40% fonctionnent avec moins de trois personnes. Il serait donc hasardeux d'affirmer que la presse imprimée a régressé à cause du numérique, car il n'y a pas, pour ainsi dire, de journaux électroniques organisés et performants, capables de concurrencer l'édition papier.^[19]

La distribution : Un problème multidimensionnel

La distribution est l'un des problèmes majeurs de la presse qui risque d'entraîner la disparition de certains titres, en plus d'une baisse des ventes et une augmentation du nombre des invendus. Ce service est le maillon faible du secteur malgré la fusion des deux entreprises Sochepress et Sapress, devenues leaders sur le marché de la distribution des journaux nationaux et étrangers. Cette union n'a pas pu résoudre ni les difficultés financières persistantes ni le problème de la distribution.

Selon les données de l'entreprise^[20], SAPRESS distribuait 138 journaux publiés régulièrement, dont des quotidiens et la plupart des hebdomadaires et des mensuels. Après la levée du confinement et la reprise de l'impression, seuls 56 titres ont continué à être édités de façon régulière jusqu'à octobre 2020.

Les mêmes données indiquent que les journaux nationaux réguliers, distribués après le confinement, représentaient en moyenne 108.770 exemplaires par jour en moyenne, dont 19 quotidiens, répartis sur 2.616 points de vente dans les 12 régions du Royaume. Avec une vente quotidienne moyenne de 38.550 exemplaires.

Ce qui met en évidence l'ampleur de la chute des ventes durant cette période par rapport aux chiffres réalisés avant la pandémie : plus de 66.000 millions d'exemplaires en 2018 à travers 5.000 points de vente, un chiffre d'affaires de 135 millions de Dirhams, et une marge bénéficiaire de 0,50 centime par exemplaire.

Sapress affirme^[21] pâtir d'une faiblesse de ses revenus en raison des coûts de distribution qu'elle considère inférieurs de 7 à 12 fois à ceux des prix du marché pour des produits similaires. Par conséquence, elle affirme ne plus pouvoir répondre aux exigences dans la



Sapress affirme pâtir d'une faiblesse de ses revenus en raison des coûts de distribution qu'elle considère inférieurs de 7 à 12 fois à ceux des prix du marché pour des produits similaires. Par conséquence, elle affirme ne plus pouvoir répondre aux exigences dans la distribution des journaux nationaux

A son tour, la presse électronique n'a pas été épargnée par cette crise. Malgré le nombre élevé de déclarations relatives à la création de sites [1016], seuls 546 se sont conformés aux dispositions de la loi n°88.13, relative à la presse et à l'édition [16]. Et, seuls quelques-uns ont pu faire face à la tourmente. Alors, contrairement à ce que pensent certains, la plupart des journaux numériques ne pourraient pas bénéficier d'un statut juridique conforme à la loi, comme il ressort du graphique n°2, en raison des conditions professionnelles et administratives requises. Même les sites conformes n'ont pas aujourd'hui les reins assez solides, vu la fragilité de leur modèle économique ou encore leur incapacité à s'adapter aux nouvelles mutations.

Une tendance confirmée par des indicateurs sur les classements de sites marocains les plus populaires [17]. Un classement qui ne fait toutefois pas l'unanimité des professionnels, compte tenu, selon eux, «des méthodes faciles pour augmenter le nombre d'abonnés».

Graphique N° 2
Le développement de la presse marocaine électronique entre 2017-2020

Année	Journaux électroniques conformes à la loi	Le nombre de déclarations selon les tribunaux de première instance
Décembre 2017	121	656
Juillet 2018	200	700
Décembre 2019	428	979
Septembre 2020	546	1016

Source : graphique basé sur les données du Département de la Communication

Ventes des journaux : l'effrayant indicateur

Nous évoquions le cas du Japon où les ventes des journaux atteignent les 45 millions d'exemplaires par jour. Au Maroc, ce chiffre vertigineux nous confronte à une dure réalité. Même dans les moments où la presse marocaine a prospéré, les ventes n'ont jamais atteint un million par jour, à moins d'inclure le nombre de journaux lus en location ou gratuitement (voir le premier rapport).

En 2019, les ventes étaient déjà considérées comme les prémices d'une faillite annoncée pour la presse avec près de 240 millions de Dirhams en valeur des ventes de la société Sappress, sans compter les ventes quotidiennes du journal Al Massae, distribué par sa propre société editrice Al Wasit Média. En 2020, l'effondrement se poursuit avec une chute brutale des ventes de 62,5% pour une valeur ne dépassant pas les 90 millions de Dirhams, y compris la presse étrangère.

Graphique N° 3
Les ventes de la presse nationale et internationale



Source : graphique basé sur les données du Département de la Communication

Source : Société de distribution SAPPRESS (octobre 2020)

Les mêmes données montrent une nette baisse du volume des ventes des journaux d'environ deux tiers en deux ans, passant de 170 millions de dirhams en 2019 à 64 millions de dirhams en 2020, soit un recul estimé de 62% [18].

Graphique N° 4
Les ventes de la presse imprimée



Cette baisse s'est déclinée différemment selon les canaux de commercialisation des journaux. Il ressort que les abonnements directs ou via le réseau (qui réalisaient 27% des ventes), ont diminué de 65%, et le circuit des cafés qui détenait environ 20% des journaux a affiché une baisse de 57%. Concernant les points de ventes (qui totalisaient 53% des ventes), ils ont enregistré un recul de 48%. Selon les estimations de la société Sappress, la presse nationale perdra plus de 60% de son volume de ventes, peut-être moins, mais elle ne revendra pas à son niveau d'avant la pandémie.

Source : Société de distribution SAPPRESS (octobre 2020)

Graphique N° 5
Ventes de quotidiens marocains selon les canaux entre mars et novembre 2020

Assiette de vente	Contribution de de l'assiette dans les ventes	Etat des ventes en mois de Novembre 2020
Réseau de points de vente	53%	-48%
Réseau de cafés	20%	-57%
Abonnements directs via le réseau	27%	-65%
Le total	100%	-64%

La source : Société de distribution SAPPRESS 2020

Afin de monter l'ampleur de cette baisse qui a touché de plein fouet la presse marocaine, il est utile de comparer les ventes du premier trimestre de 2020 avant précédé le confinement et les deux autres semestres suivant cette période la même année. Ainsi, le marché a chuté de 100.000 exemplaires vendus par jour, en incluant le journal «Al Massae», qui s'appuie sur une auto-distribution estimée à 39.000 exemplaires par jour, en prenant en considération aussi le non-retour du journal «Al Massae» en kiosques. Ceci a fait de ce scénario la pire jamais pressenti par les professionnels du secteur.

La presse après le confinement : La spécificité marocaine

Le précédent rapport du Conseil National de la Presse confirme bien que la crise structurelle du secteur de la presse marocaine est apparue depuis 2013, et qu'elle a continué à s'étendre pour englober toutes les étapes et les chaînes de fabrication et de commercialisation de la presse papier mais aussi électronique.

Quant au problème circonstanciel qui a affecté les entreprises médiatiques nationales au cours de l'année 2020, il est principalement dû aux effets négatifs produits par la pandémie. Celle-ci a touché tous les secteurs vitaux et n'a fait qu'aggraver l'état d'un secteur déjà miné dans ses fondements par la crise structurelle et donc menacé d'effondrement.

Pour avoir une vision claire de la situation de la presse marocaine après la levée du confinement, il faut rappeler les indicateurs les plus importants, confirmés dans le premier rapport, à savoir que le volume prévisionnel des publicités destinées aux journaux a diminué de façon alarmante et que les ventes des journaux imprimés pendant trois mois ont été gelées en raison de la suspension de l'impression. Et malgré cela, les éditeurs ont continué à mettre leurs journaux à la disposition des lecteurs, en ligne gratuitement en format PDF, au moment où le secteur affichait un manque à gagner estimé à 36 millions de dirhams. On pensait tout de même arrêter cette hémorragie avec la levée du confinement et le retour des journaux en kiosques, mais les indicateurs sont restés identiques à ceux ayant marqué les mois suivants le confinement.

La crise générale affectant le secteur est considérée par les professionnels comme un réel danger menaçant la survie de la presse, qui a atteint une situation inédite : alors même que l'entreprise de

Nous étions en première ligne, et les journalistes ont risqué leur vie et se sont aventurés au dépend de leur santé. Malgré que le travail ait doublé et la guerre contre les fakes news, contre les rumeurs et les fausses nouvelles était très intense, la presse professionnelle s'est battue farouchement, contre ces faits sociaux ; mais l'ironie a fait de sorte que plus le travail s'intensifie, plus la crise de la presse s'accroît.

■ **Noureddine Miftah**



la crise générale affectant le secteur est considérée par les professionnels comme un réel danger menaçant la survie de la presse, qui a atteint une situation inédite : alors même que l'entreprise de

presse a vécu toutes sortes de revers il y a cinq ans.

Paradoxalement, au moment où le besoin d'une presse professionnelle et éthique s'est fait sentir au Maroc, comme dans de nombreux pays, et ce, à la lumière de l'infodémie qui a coïncidé avec la pandémie, cette même presse se trouve menacée de faillite ⁽¹³⁾.

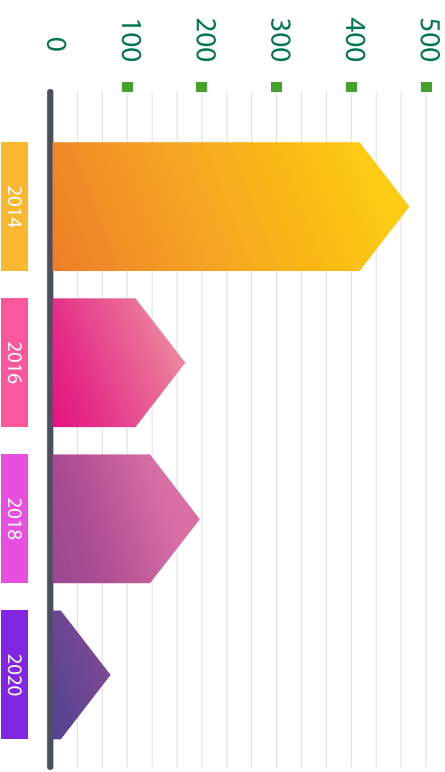
Les indicateurs sectoriels sont révélateurs et confirment bien une crise complexe et manifeste au niveau de la distribution, des ventes, de la publicité et du volume des lecteurs, ainsi qu'au niveau de la forme, du contenant et de la nature des contenus. A cela s'ajoute d'autres aspects économiques et financiers des entreprises de la presse.

Aujourd'hui, malgré un retour à la normal, les journaux ne sont plus édités sous leur forme imprimée. Certains d'entre eux ont conservé leur format numérique (PDF) disponible gratuitement ou eu recours à une recapitalisation, d'autres ont cessé d'exister ⁽¹⁴⁾.

La crise structurelle avait provoqué une réduction importante des journaux imprimés au Maroc au cours des deux dernières années, avoisinant les 58% en raison de la baisse du volume des ventes. Seuls 105 journaux étaient imprimés en 2020, une grande partie est classée comme non structurée ⁽¹⁵⁾.

Graphique N° 1

Le développement de la presse imprimée entre 2014 et 2020



■ Source : graphique basé sur les données du Département de la Communication

n'ont pas appliqué la gratuité pour continuer à informer. Elles ont adopté la version numérique, le travail s'est effectué à minima avec des coûts réduits.

Au Canada, le format « Tabloids » a permis de réduire les coûts d'impression, mais cela n'a pas empêché de réaliser des produits spécifiques et performants en s'appuyant sur des ressources humaines de qualité, capables de répondre aux aspirations des lecteurs, et en développant par ailleurs, les moyens de communication pour renforcer la position de l'entreprise face à une forte concurrence. Les supports ont été diversifiés et adaptés pour cibler les différentes classes sociales.

En France, malgré la fermeture d'une grande partie des points de vente et la baisse du nombre de transactions dans les kiosques, estimée à moins 30%, les journaux ont été impactés et certains dentre eux ont cessé de paraître. Cependant, certains titres ont fait preuve d'une résilience remarquable, en s'appuyant sur des revenus publicitaires minimes et sur la fidélisation de leurs lecteurs en particulier. Certains journaux, comme le Figaro et le Parisien ^[8], ont procédé à des campagnes de sensibilisation pour drainer des abonnements numériques et payants pour faire face à la crise publicitaire. Une situation qui a permis d'augmenter le nombre de lecteurs, atteignant parfois 75%. Cette stratégie a également été suivie par certains journaux britanniques, qui ont réussi au cours de l'année 2020, à atteindre un nombre de 6,6 millions de lecteurs via Internet, considéré comme record au vu d'une situation exceptionnelle.

Quant à l'Allemagne, la survie a été assurée par la fidélité des personnes âgées, qui ont continué à acquérir des journaux imprimés, ignorant l'idée de la transmission de l'épidémie par le papier ^[9].

Dans les États Baltes, dont les ventes ont baissé en général de 90 %, des titres (comme Dagbladet et Verdens Gang) ont choisi d'abandonner temporairement leurs journaux imprimés et de confier leur production, dans le cadre de la sous-traitance, à des agences médias externes ; préférant ainsi orienter leurs activités vers le secteur du numérique, avec le projet de renoncer définitivement au format imprimé dans les trois années à venir ^[10].

De leur côté, l'Inde et le Japon ont fait figure d'exception durant la crise. Malgré l'existence de difficultés et de nombreux défis, les journaux japonais, par exemple, ont pu rester dans la catégorie des privilégiés. Au cours des deux dernières années, le nombre moyen de journaux imprimés d'intérêt général n'a pas diminué, sauf d'environ 5 % pour s'établir à près de 45 millions d'exemplaires par jour. Cela est dû au fait qu'environ 70% des Japonais se consacrent à la lecture

L'entreprise de presse est en crise et les journalistes ont été les premières victimes de celle-ci, puis que certains dentre eux ont vu leurs salaires réduits ou leurs heures de travail diminués et d'autres expulsés ; et ce sont là les répercussions de la crise sur le plan social

■ Abdellah El Bakkaï



des journaux, quotidiens ou hebdomadaires, la plupart dentre eux ont plus de 50 ans.

Cette singularité s'explique, d'une part, par la diversité des contenus et la multiplicité des sources et des médias, et d'autre part, par la coordination étroite entre les organes de presse régionale, qui ont abouti à créer une plateforme électronique unifiée ; on y retrouve les articles les plus importants avec des liens qui renvoient aux journaux/sources ^[11].

En Inde, le secteur des médias se distingue par sa dimension considérable. On comptait, en 2018, 17000 journaux quotidiens publiés dans une douzaine de langues, 550 stations de radio et 880 chaînes de télévision par satellite.

Dans ce pays, où la pandémie a entraîné une transformation des méthodes de travail de la presse, les journaux imprimés ont continué en 2020 à attirer le lecteur, à raison de 4 lecteurs par exemplaire, drainant ainsi 42 % des investissements publicitaires, contre seulement 38 % pour la télévision, 10 % pour la radio et 10 % pour la presse électronique. Et ce, malgré la crise et la concurrence féroce entre les journaux déclarés, les chaînes de radio et de télévision. Cette exception est due à des facteurs historiques, démographiques, ethniques, politiques et économiques ^[12].

Les synthèses des grandes tendances internationales de la situation actuelle de la presse imprimée et électronique dans le monde démontrent que la crise a touché divers pays, indépendamment de leurs choix idéologiques ou leurs systèmes économiques. Cependant, dans certaines contrées, les entreprises de presse ont pu faire l'exception, faisant acte de résistance malgré la crise sanitaire. C'est somme toute la conséquence de nombreux facteurs à la fois objectifs et subjectifs. Nous en retiendrons les plus édifiants pour servir de modèle alternatif pour l'amélioration de l'état du secteur au Maroc.

La situation de la presse à travers le monde: le Maroc n'est pas un cas isolé

Pour comprendre les effets de la crise sur le secteur de la presse nationale de manière générale, et de la presse papier en particulier, le rapport s'est penché sur la situation de la presse internationale, pour une connaissance plus large de la problématique, pour évaluer les contraintes et pour s'informer aussi des solutions adoptées sur le cours et le moyen terme.

Dans différentes régions du monde, une réalité s'est imposée à la presse : l'obligation de se renouveler, de chercher de nouvelles opportunités, et de relever coûte que coûte les nombreux défis qui s'impose à elle. Au cours de ces dernières années, y compris l'épisode du coronavirus, de grandes tendances se sont dégagées au niveau mondial, (Europe, Amérique, Asie et monde arabe) telle que la baisse des ventes des journaux et la réduction des points de vente. Le deuxième phénomène concerne des organes de presse qui ont résisté au choc et assuré leur survie en continuant à produire. Et enfin, le troisième cas de figure: les journaux qui n'ont pas été impactés par la pandémie, en raison des particularités de leurs sociétés et de la nature de leurs modèles économiques.

Les États-Unis est parmi les pays dont une partie des journaux était fortement impactée. Ces effets négatifs ont concerné les grands groupes économiques, ainsi, de multiples entreprises de presse sont passées sous le contrôle et de banques en raison des dettes

RE

Les États-Unis comptent parmi les pays qui ont été durement impactés par la crise. Les effets néfastes ont affecté de grands groupes. En raison de leurs dettes, de nombreuses entreprises de presse sont ainsi passées sous le contrôle de fonds d'investissements et de banques. Cette situation est imputable à l'effondrement de leurs actions en bourse, à une baisse drastique des ventes des journaux et aussi à la chute des recettes publicitaires. Les annonceurs en cette période de crise se sont détournés de la presse papier préférant investir dans les médias numériques. Pour exemple, le groupe Gannett, éditeur du plus grand nombre de journaux nationaux et régionaux en Amérique ^[5]. La crise n'a pas non plus épargné Mc Clatchy, un éditeur de prestige avec pas moins de 30 journaux régionaux distribués dans 14 États américains. Avec ses 700 millions

60%

En Russie, 60% des kiosques à journaux qui comptaient plus de 400 publications par jour, ont été contraints de fermer, en raison de la chute des ventes et des revenus publicitaires

de dollars de dette, l'entreprise a été contrainte de déclarer faillite, et a été placée sous la tutelle de ses principaux créanciers.

En Russie, 60% des kiosques à journaux qui comptaient plus de 400 publications par jour, ont été contraints de fermer, en raison de la chute des ventes et des revenus publicitaires. Les autorités ont suspendu la distribution, obligeant les entreprises à revoir à la baisse leurs investissements et à se séparer d'une partie de leur personnel [journalistes et techniciens]. Ceci a évidemment impacté la distribution globale des six plus grands et importants journaux russes qui n'ont pas pu distribuer plus d'un million d'exemplaires, dans un pays de plus de 146 millions d'habitants ^[4].

Une fonte drastique des ventes des journaux a été constatée également dans le monde arabe. En Egypte, 50.000 exemplaires sont imprimés et diffusés par jour contre 2 millions en 2013. La crise a contraint les éditeurs à réduire la pagination. Ainsi, certains journaux sont passés de 24 à 8 pages, et les recettes publicitaires ont connu une chute vertigineuse de 75 % ^[5].

Du côté des pays du Golfe, le célèbre journal «El Hayat» en Arabie saoudite a annoncé la suspension de son site Internet à la fin de 2020, après que son journal imprimé fut suspendu un an plus tôt et ce, après 70 ans d'activité. L'impression de journaux a également été suspendue au Koweït et en Jordanie ^[6].

En Tunisie, le secteur a renoncé à la distribution de la presse papier au profit des journaux numériques sous forme de fichiers PDF. Jusqu'à la fin de l'année dernière, 190 journalistes sur 436 travaillant dans la presse imprimée et électronique ont été licenciés, et les institutions de presse privées les plus importantes ont cessé de payer les salaires de leurs journalistes, selon le Syndicat National des Journalistes Tunisiens ^[7].

Alléurs, certains journaux ont résisté au choc, et continué à produire malgré la crise sanitaire. On trouve quelques exemples au Canada, en France, en Grande Bretagne en Allemagne et dans les pays Baltes. Dans ces pays, la plupart des entreprises de presse

Il y a un réel danger pour la presse et on ne peut imaginer une société sans presse évoluée et développée.

Certes, il y a ceux qui considèrent que l'alternative réside dans les réseaux sociaux et autres formes de communication, mais jusqu'à présent, cela n'a pas été prouvé scientifiquement

Youness Mjahed



Contextualisation et suivi

La pandémie du coronavirus a créé un phénomène sans précédent dans l'histoire de l'humanité. Survenue en février 2020, la crise sanitaire engendrée par la Covid 19 a bouleversé la marche du monde. Comme un raz de marée, la pandémie a tout balayé sur son passage avec des conséquences incalculables sur le cours de l'existence. Aucun domaine n'a été épargné: l'économie, la finance, le social, la politique, l'enseignement, la culture, le sanitaire et la santé mentale ont subi les contrecoups de la crise, ce qui a engendré une situation critique à l'échelle planétaire. Aucun pays n'y a échappé, quel que soit son système politique, sa gouvernance, ses choix et ses doctrines.

Le Conseil National de la Presse a élaboré un rapport préliminaire relatif aux effets de la crise du coronavirus dans le secteur de la presse au Maroc ⁽¹⁾. Tous les aspects de cette crise ont été abordés. Il ressort à l'évidence que la pandémie et le confinement ont aggravé les multiples maux dont souffre la presse marocaine, et ce depuis environ une décennie.

Ce deuxième rapport est un diagnostic de la situation du secteur après le confinement et le retour des journaux en kiosques. Le document rapporte la réalité qui prévaut dans ce contexte de crise et relate ses effets sur l'ensemble de l'industrie de la presse papier, et sur les répercussions au niveau du lectorat. Il procède au même temps à l'analyse des nombreuses problématiques liées au secteur. Un examen approfondi a été entrepris concernant les divers aspects, à savoir le statut juridique et financier, la distribution, tout en tenant compte des avis et des positions des différents acteurs opérant dans le domaine, qu'il s'agisse des professionnels ou encore des institutions publiques, pour trouver des alternatives afin d'aider le secteur à dépasser la crise conjoncturelle et structurelle.

Pour ce faire, le rapport s'appuie sur une méthodologie descriptive afin d'étudier les différents aspects de la crise qui sévit dans le secteur de la presse marocaine au cours de la période ciblée. Il s'est aussi basé sur les données officielles obtenues par le Conseil National de la Presse auprès des principaux acteurs (éditeurs, imprimeurs, distributeurs, annonceurs et représentants des journalistes) mais également sur les données chiffrées émanant

des institutions et organismes en lien avec le secteur, tel le département de la Communication. Il a également pris en compte les études et les rapports réalisés par des organismes professionnels, en l'occurrence la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux, ainsi que les résultats émanant du colloque national organisé par la Commission Entreprise de Presse et Mise à Niveau du Secteur⁽²⁾.

Ce document se réfère en grande partie aux indicateurs et conclusions du premier rapport élaboré au début de la pandémie et qui accorde une attention particulière aux effets du confinement sur le secteur. Dans cette première partie, une trentaine de mesures a été présentée pour sortir de la crise. L'étude est un tour d'horizon complet, puisqu'elle reprend des rapports, études et articles des journaux marocains et étrangers relatifs à l'impact de la pandémie sur le secteur, et a pris en compte études et rapports émanant des pays européens, des Etats d'Amérique du Nord, du monde arabe et autres.

En définitive, cette étude tient lieu de description analytique des données actuelles concernant la situation marocaine qui retrace dans son ensemble l'état de l'évolution de la situation durant les mois de l'après confinement. Une démarche qui a permis d'établir de nouveaux indicateurs qui aideront à une meilleure compréhension de la crise sur les deux volets: circonstanciel et structurel. Il s'en dégage une réalité manifeste: la situation ne peut s'améliorer, en dépit des perspectives d'une reprise de l'économie nationale. La crise étant liée à des facteurs multiples tels que la transformation numérique, l'insuffisance du marché publicitaire, le déclin du lectorat. Autre élément et non des moindres, les choix majeurs réservés à la presse en tant que secteur stratégique jouant un rôle fondamental dans la promotion de la liberté de pensée, d'opinion et d'expression, du pluralisme et de la participation aux affaires. En somme, à la construction de la citoyenneté.

Sommaire

Le contexte de crise et l'évolution de la situation	6
La situation de la presse à travers le monde : le Maroc n'est pas un cas isolé	8
La presse après le confinement : la spécificité marocaine	11
Les ventes des journaux : l'effrayant indicateur	13
La distribution : un problème multidimensionnel	16
L'impression : une crise en noir et blanc	18
La publicité : une chute libre	20
Les résultats de la crise : un déséquilibre des indicateurs financiers et économiques	23
La subvention publique : de l'exception à l'institutionnalisation	25
Les répercussions professionnelles et éthiques	29
Conclusions et recommandations	31

RAPPORT 2

La presse marocaine et les impacts de la pandémie COVID19
Circonstancier et structurel de la crise du secteur après la levée du confinement

RAPPORT

2

La presse marocaine

et les impacts de la pandémie COVID19 après la levée du confinement