

Synthèse des rencontres professionnelles

Etat et perspectives du secteur audiovisuel au Maroc

30, 31 octobre et 1^{er} novembre 2009 à l'ESAV

Pourquoi ces rencontres ?

Au moment de l'arrivée sur le marché du travail de sa première promotion et de l'ouverture d'un **master réalisation** et d'un **master production**, l'ESAV, avec le soutien du programme européen TEMPUS, a souhaité réunir des professionnels marocains et européens, acteurs, à différents niveaux, du fonctionnement de l'industrie audiovisuelle pour débattre des problématiques spécifiques à ce secteur d'activité en permanente évolution et échanger avec les étudiants.

L'arrivée, tous les ans, sur le marché du travail dans un premier temps, d'une **trentaine de professionnels** de l'image, du son et du montage et, à partir de 2012, de réalisateurs et de producteurs inaugure une nouvelle époque de ce secteur d'activité au Maroc.

Dans quelles structures ces étudiants sortant seront-ils amenés à travailler? Quelle place occuperont-ils dans le paysage audiovisuel marocain? Comment ce nouveau vivier de compétences va-t-il s'inscrire dans le secteur?

Le rôle d'une école n'est pas seulement de répondre aux besoins de compétences d'un secteur d'activité. Compte tenu de l'évolution rapide de ce secteur, elle doit aussi ouvrir un espace de réflexion et d'échange pour construire l'avenir, de concert avec ses partenaires.

Ces rencontres ont pour ambition de proposer un temps d'analyse pour une meilleure compréhension des évolutions économiques et techniques et pour être en phase avec elles.

Pour être en mesure de les devancer, les prévoir, les susciter.

Une quarantaine de décideurs, représentants d'institutions ou de chaînes publiques ou privées, marocaines ou européennes, producteurs, réalisateurs, professionnelles de l'image, du son et du montage, vendeurs et loueurs de matériel, responsables d'entreprises de post production ont répondu à notre invitation, apportant au débat leur expérience, les problématiques auxquelles ils se confrontent, les défis qu'ils sont en train d'expérimenter. Ces travaux se sont ouverts avec une conférence de Nour-Eddine Sail, Directeur Général du Centre Cinématographique Marocain (CCM).

Les quatre ateliers

Atelier 1 Post production image, montage, effets spéciaux, traitement de l'image

Atelier 2 Post production son, montage son, mixage, doublage, design sonore

Atelier 3 Quelle place pour le créateur face aux nouveaux médias de la création audiovisuelle, internet et téléphone portable ?

Atelier 4 Comment la production marocaine s'inscrit-elle sur le marché international ?

ont permis discussions et échanges entre professionnels mais aussi un dialogue avec les étudiants de l'ESAV. Ces ateliers ont été co-animés par un spécialiste du secteur marocain et européen.

Confluence des problématiques

Les ateliers post production image et post production son ont été réunis la seconde demi-journée, comme les ateliers sur les nouveaux médias et la production marocaine à l'aune du marché international. Lors de la synthèse, on a constaté que les différents interlocuteurs avaient abordé les thématiques par différentes entrées mais que toutes conduisaient au même questionnement :

comment intervenir pour restaurer et dynamiser **la chaîne de création, production, diffusion des films**, socle indispensable au développement du secteur audiovisuel, lié au fonctionnement d'un circuit économique sain ?

L'audiovisuel marocain : constats positifs...

La question qui a précédé « où va le cinéma ? » était : « comment va l'audiovisuel au Maroc ? » la réponse est encourageante et reflète le dynamisme de ce secteur. On retiendra

- de **fortes potentialités** créatrices
- une **volonté politique**, qui se manifeste en intervenant à différents niveaux de la production à l'exploitation (soutien aux festivals, soutien à la production, projet de développement des multiplexes...) : plan programme du CCM de 90 millions de dirhams sur 3 ans.

La production cinématographique a été **multipliée par trois en cinq ans** : aujourd'hui, **15 longs-métrages** sont produits chaque année. S'y ajoutent 60 à 70 courts, entre 200 et 250 publicités et entre 120 et 150 films institutionnels et 16 accueils de tournages étrangers pour des longs-métrages.

Il y a actuellement **125 structures de productions** dont entre 20 et 25 produisent du cinéma.

Aucun agrément n'a été donné à la création de chaînes TV privées, mais la chaîne d'informations MEDI1SAT va devenir la **troisième chaîne TV généraliste** en janvier 2010.

On assiste à une **explosion du secteur radio** qui crée un besoin de compétences.

Le secteur aura besoin de **80 techniciens par an** sur les 5 prochaines années.

...mais dans un contexte problématique

Mais parallèlement se sont mis en place des « cercles vicieux » comme

- **le piratage**, phénomène endémique qui dispose de gros moyens techniques et logistiques, qui a le **monopole total** de la diffusion de films sur support DVD.
- **l'absence de rémunération des auteurs** : des droits et textes de lois existent au Maroc mais les structures nécessaires à leur application ne sont pas toujours efficaces.
- **une diffusion cinématographique déficiente** : l'existant, 50 salles et deux (bientôt trois) chaînes TV ne suffit pas à créer les conditions d'un autofinancement et, par conséquent, les conditions du développement du secteur. Le public marocain « consomme » du cinéma marocain mais le système de diffusion et d'exploitation des films ne permet pas une remontée de recettes suffisante pour qu'une part conséquente du cinéma marocain se finance sur son propre public.

Symptômes identifiés pour construire les bases saines du secteur...autant de chantiers de réflexion commune :

- Pour la **télévision, une situation de monopole**. Or la concurrence public/privé peut avoir un effet de levier sur le cinéma. La télévision n'est pas motrice pour la production de nouveaux contenus.
- Une offre télévisuelle pas assez diversifiée qui s'adresse à « monsieur tout le monde » 24h/24 n'est pas attractive pour certains **annonceurs de publicité** qui ne peuvent pas cibler leur public car ils veulent s'adosser à des programmes plus spécifiques. Il y a donc **un manque à gagner** (150 annonceurs effectifs actuellement sur un potentiel estimé à 2000). Ce manque à gagner se répercute sur la production : la totalité de la production marocaine est indirectement financée par la publicité puisque le fonds d'aide du CCM est financé par 5 % des recettes de la publicité des deux chaînes. Ces recettes sont redistribuées vers le cinéma exclusivement.
- **Tous les films de cinéma ne sont pas distribués**. Alors que le cinéma marocain représente une part importante de la fréquentation des salles, tous les films marocains ne sortent pas en salle. La raison est souvent liée au fait que les films sont entièrement financés par l'avance sur recettes du CCM et qu'il n'y a plus d'intérêt pour les producteurs à prendre de nouveaux risques financiers pour promouvoir et exploiter le film.
- **Le système d'aide institutionnel a des effets pervers**. Beaucoup de producteurs et réalisateurs se contentent de ce financement et ne poussent pas plus loin l'écriture de leur scénario ou le développement du film. Ce qui leur serait imposé par la recherche de financement complémentaire, notamment l'exigence d'un coproducteur.
- **L'insuffisance de l'offre de fournisseurs indépendants** de matériel et de prestataires de services compétents. Ce manque est criant notamment en ce qui concerne la post production son (pas de Cantar au Maroc, manque de structures de doublage et de post synchronisation). Les producteurs sont obligés de louer le matériel qui leur manque, soit à l'étranger, soit auprès de leurs concurrents. Car les prestataires de service sont en même temps producteurs.

Post production son et post production image

La question de la post production de l'image et du son ne se pose pas en soi.

Toutes les questions ramènent à un centre : la production et la distribution des films.

L'industrie ne peut pas vivre sans un laboratoire de qualité. La garantie de qualité est liée au volume d'activité qui lui même dépend du **tirage des copies en série** (travail industriel).

L'évolution qualitative du laboratoire du CCM est dépendante de son volume d'activité et donc de l'exploitation en salle des films marocains.

Le laboratoire ne peut envisager un système rentable qu'en allant chercher des clients à l'international sur des critères de qualité.

Or, de l'avis des utilisateurs présents, ce laboratoire a le mérite d'exister et ses équipements sont à la hauteur des attentes des professionnels mais la technique ne suffit pas sans mise à jour des **compétences** (besoin de formation).

D'autre part, il n'est pas assuré ni certifié (notamment par KODAK), ce qui entraîne la méfiance des producteurs qui préfèrent développer à l'étranger.

Enfin ce laboratoire, en raison des évolutions techniques numériques, va vivre de plus en plus la concurrence des petites entreprises qui seront en mesure d'assurer ce type de prestations.

Autre conséquence : le tout numérique (12 films marocains sur les 15 tournés cette année ont été tournés avec la caméra Red). Une société comme SIGMA se positionne comme producteur et fabricant de **nouveaux produits audiovisuels** à diffuser sur le web. C'est une démarche et une ambition **riches de perspectives**.

Mais à l'heure actuelle, le développement de ces productions n'est **pas rentable** et ce type de recherche est considéré comme un investissement à long terme, qui devrait permettre une dynamique de création et **d'innovation**. Cela pourra avoir des répercussions sur la production, la diffusion et l'écriture des œuvres audiovisuelles.

Production et coproduction

Les avantages d'une coproduction internationale sont multiples. Les coproductions permettent notamment **de valoriser des compétences marocaines et de trouver des financements**.

Le mode de financement actuel fait que l'avance sur recettes du CCM suffit à financer un film. Cette étape franchie, la question de la plus-value apportée au scénario sur la période de développement du projet ne se pose plus.

Or la qualité du scénario est l'élément essentiel dans le développement d'un film, ce temps de développement est incontournable et une coproduction crée les conditions et impose ce travail d'écriture du scénario encore plus approfondi. Les productions locales ne peuvent devenir internationales qu'avec un scénario susceptible d'intéresser un autre public.

C'est aussi la condition nécessaire pour s'adresser aux différents guichets internationaux. Cela permet également un saut qualitatif. Il faut prendre plus de temps dans la fabrication. La qualité artistique d'un film primera toujours sur sa qualité technique.

Cela impose une contrainte essentielle au cinéaste marocain : trouver la dimension universelle de son propos et de son style.

Comment la production marocaine souhaite-t-elle s'inscrire sur le marché international ?

Pourrait-on imaginer une vraie coproduction (dans le cadre d'accords étatiques) avec les pays du Maghreb et de langue arabe ?

→ Nécessité de travailler avec les **législateurs** car les textes existent mais ne sont pas adaptés pour aboutir à une vraie coproduction (Ex : En Tunisie, dans le cas d'une coproduction internationale seul un réalisateur de nationalité tunisienne peut faire le film)

→ Imaginer un système où le Maroc en retirerait un **bénéfice** économique (ex : obligation de dépenser un pourcentage du budget sur le sol marocain...)

Les sources de financements au Maroc sont le CCM et les chaînes TV.

Le rapport de force entre les producteurs et les chaînes de télévision est totalement déséquilibré au profit des chaînes. Celles-ci sont coproductrices, sans limite de durée ni de diffusion. Le producteur n'a donc plus rien à vendre.

En France, le système est très **encadré par l'Etat** (obligations de productions, limitations de la durée des droits de diffusion, limitation des droits à recettes, chronologie des médias etc.), et négocié régulièrement avec les organisations professionnelles.

En Belgique il existe aussi des syndicats puissants qui permettent de réguler les relations entre les producteurs et l'unique chaîne de télévision.

Un accord de coproduction existe entre la France et le Maroc mais il est trop ancien et inadapté.

Pour l'instant, seul Le Fonds Sud intervient en attribuant des subventions sur la qualité du scénario. Ce système est hautement compétitif et peu de scénarios marocains ont été présentés et acceptés ces dernières années. Le Fonds Sud n'est accordé qu'à des films coproduits par un producteur français, et pour lesquels les contrats d'auteur sont inscrits au Registre du cinéma et de l'audiovisuel.

D'autres aides sont disponibles notamment pour financer l'écriture d'un scénario (ex : Résidences d'auteurs en France, Cinemart à Rotterdam, Torino Film Lab etc.) Et il semblerait qu'il existe une aide à l'écriture du CCM.

Nouveaux médias

Les différentes offres adressées aux nouveaux médias créent de **nouvelles formes de narration** (le web documentaire par exemple). Peut-on envisager qu'une nouvelle dynamique de production soit suscitée par l'émergence de nouveaux médias ? Face à cette offre, quel est le positionnement institutionnel ?

On assiste en Europe à une augmentation du temps passé sur internet au détriment du temps passé devant sa télévision.

Parallèlement, des études ont montré qu'en France, le consommateur de DVD télécharge des films sur internet et fréquente aussi les salles de cinéma. Il y a cumul des pratiques et non pas exclusion.

Les conditions à réunir pour favoriser l'émergence d'une offre de films sur ces nouveaux médias sont :

- Convaincre les opérateurs d'investir pour qu'existe une **infrastructure performante** (haut débit).
- **Encourager et soutenir** (soutien public) la création de contenus riches et diversifiés pour ces nouveaux médias.
- **Repenser les systèmes de régulation publics** en favorisant le téléchargement payant, alternative au piratage.

Au Maroc le piratage comble un vide (30 millions de DVD sont vendus chaque année). Il n'y a pas de contrepouvoir, pas de marché officiel du DVD et la politique répressive est insuffisante.

La lutte contre le piratage doit s'opérer en allumant plusieurs contre-feux :

- Développer une politique favorisant la création de **multiplexes** qui doivent coexister avec des **salles de proximité**, qui doivent être soutenues et /ou rénovées.
- Créer un **circuit de vente officiel** de DVD, mais le marché du DVD n'est-il pas déjà dépassé surtout quand l'offre de prix ne peut pas être inférieure à 120dh ?
- Transformer les pirates en distributeurs, mais cela semble difficile.
- Favoriser le développement de la **Vidéo à la demande** (Vod) pourrait permettre la création d'un **marché alternatif** même si celui-ci est au départ moins rentable. Comme mentionné précédemment, la création et le développement de ce marché nécessitent des négociations avec les opérateurs et un équipement technique (Adsl performant). Le coût de la connexion reste encore élevé au Maroc au regard du pouvoir d'achat du Marocain lambda.

De plus, la Vod peut aussi être une excellente vitrine du cinéma marocain qui s'exporterait et aurait plus de **visibilité**.

Des **alternatives** ont déjà vu le jour, comme la web tv, qui peut stimuler la production de programmes. Le CNC a fait état de son expérience d'aide aux nouveaux médias.

Le problème du **financement** est épineux : les TV ne sont pas à l'écoute de ces nouveaux médias pour produire ces programmes. Le CCM, lui, s'y intéresse. La publicité pourrait intervenir sur le financement de ces nouveaux contenus diffusés sur internet. Mais il y a alors un **danger de formatage** de ces productions si les annonceurs interviennent sur les contenus.

Au Maroc, Sigma fait une expérience de web tv mais cela reste au niveau de la recherche. Les 4 millions de visiteurs s'identifient aux contenus proposés en arabe dialectal et prouvent le **besoin de produit local**.

Les nouveaux supports ne doivent pas induire des sous-produits. Il faut défendre la **qualité** des produits. Problème du fast-food audiovisuel ?

Le statut de l'œuvre produite se pose aussi : quelle est la frontière entre ce qui est destiné au web et ce qui ne l'est pas ? C'est mouvant, il est difficile de légiférer là-dessus.

En chantier...

Ne pas démissionner sur le front de la lutte contre le piratage et la restauration d'un **circuit économique vertueux** du secteur.

Accorder plus de temps à **l'écriture et au développement des projets**, étape fondamentale et solution au déficit de qualité.

Faire exister et multiplier les cellules de création, des ateliers de développement de projet (master), des ateliers d'écriture.

Travailler sur la **médiation avec les publics**, autant le public cinéphile traditionnel que le public attiré par les nouveaux médias (marketing spécifique au cinéma). C'est un chantier de réflexion face à l'absence d'expertise.

Imaginer des **coproductions** avec des pays non structurés pour qu'un **nouveau tissu** se crée, notamment sur le continent africain.

Pistes

La Vod.

La problématique de la chaîne des droits.

La web TV qui occupe de nouveaux territoires (en langue darijja par exemple).

Conclusion

Les grandes orientations de chaque atelier sont des pistes pour conduire une réflexion commune. Elles sont le résultat du partage d'expériences de professionnels chevronnés entre eux, et face à des jeunes gens et des jeunes filles en passe de devenir des professionnels de la réalisation, de l'image, du son et du montage. Chacun, dans son parcours d'études, a fait ces constats, abordé ces problématiques, s'y est confronté, et continuera à les traverser.

Le bien-fondé de ces échanges est que les étudiants se sont confrontés à une circulation de parole et à des points de vue différents de leur cursus pédagogique, de leur vision théorique des réalités du milieu.

D'autre part, de l'avis de beaucoup, le fait que les professionnels se rencontrent dans une école décentre légèrement la perspective des réflexions, les plaçant davantage sous le signe de l'avenir.

Les personnalités présentes, impliquées, ont encouragé l'ESAV dans sa mission et le rendez-vous est pris, de manière informelle mais fixe, de renouveler ces questionnements.