

La concurrence étrangère

Le vendredi 13 avril 1984 demeurera une date à part dans l'histoire de la presse marocaine. Ce jour-là en effet, les journaux marocains ont organisé une grève de parution pour protester contre la publication d'un décret autorisant pour la première fois certains journaux étrangers à imprimer leurs titres au Maroc.

Le « Syndicat National de la Presse Marocaine » qui avait appelé à la grève a déclaré alors que “ cette initiative et les autres formes de protestation qui suivraient pour s'opposer à l'autorisation d'imprimer les journaux étrangers dans notre pays, étaient de nature purement professionnelle. Il s'agit uniquement d'autodéfense pour la préservation de la sécurité de notre pays, de ses intérêts et pour protéger la presse nationale ”.

Le S.N.P.M. a également considéré que “ l'autorisation d'imprimer les journaux étrangers allait saturer le marché marocain par une presse qu'il n'est pas possible de concurrencer et retarde le développement des médias et des publications marocaines, du journal au livre ”.

Cette position qualifiée comme une forme de résistance, pose depuis longtemps une problématique

que fondamentale et très sensible pour la presse marocaine, à savoir celle de la concurrence.

Pour information, notre pays importe de toutes les régions du monde mille sept cents titres environ, lesquels sont exposés à la vente sur le marché marocain, souvent à des prix défiant toute concurrence, bien inférieurs aux prix des publications marocaines, parfois inférieurs au prix pratiqués pour ces mêmes titres dans leurs pays d'origine, et en tous cas incomparables avec leur prix de revient.

L'importation de la presse étrangère coûte à elle seule quelque huit milliards de centimes par an, et qui plus est en devises (chiffres de 1984).

Les journaux français qui ont déjà été imprimés au Maroc sont notamment *Le Figaro*, *France Soir*, *L'Equipe*, *Paris Turf*, *Le Continent*, à côté de journaux arabes tels *Ach-Charq Al Awsat*, *As-Yassa* et *Al-Hayat*.

Pour leur part « les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne » (NMPP) ont indiqué que le Maroc dépense chaque année l'équivalent de trois milliards de francs français pour l'importation des livres français, occupant ainsi la première position pour ce qui est de l'achat des publications françaises.

La question de la concurrence, si l'on parvenait à la séparer de sa dimension politique en tant qu'instrument d'invasion culturelle et si on la traitait uniquement sous un angle purement profes-

sionnel, met la presse marocaine, avec ses faibles possibilités et ses modestes performances techniques, dans une situation embarrassante pour justifier sa prise de position au regard du lecteur et de l'opinion publique nationale. Sa prise de position est, en effet, inconciliable avec le leitmotiv que notre pays ne cesse de mettre en avant en tant que pays d'ouverture politique, de pluralité des opinions, de défense des droits du citoyen à l'information et à la communication. Un pays qui ouvre ses portes devant toutes les opinions, les courants de pensée, les cultures et les expériences diverses.

Cependant, cette presse étrangère qui se vend au Maroc au même prix ou à des prix inférieurs à ceux pratiqués dans son marché local d'origine, alors qu'elle supporte davantage de frais de transport et de charges supplémentaires diverses pour être distribuée sur le marché marocain, à grand renfort de techniques onéreuses, le jour même de sa parution, réduit les titres de la presse marocaine au statut de tracts chétifs qu'il est difficile de commercialiser ou d'en augmenter la distribution et les ventes.

Dans un communiqué daté du 15 octobre 1983, le S.N.P.M. avait fait état des " nombreux obstacles qui se dressent devant la distribution des journaux marocains dans les pays d'où nous importons les journaux ".

Pour sa part, le journal *Al-Alam*, dans son numéro 12040, daté du 2 août 1983, avait men-

tionné que pour être distribué le titre en Arabie Saoudite, par exemple, il avait dû fixer le prix de l'exemplaire à deux rials saoudiens, soit le prix le plus élevé du marché local de la presse. En plus de l'interdiction de distribuer le jour même de la parution ”.

Et *Al-Alam* de commenter ces mesures en les qualifiant de mesures destinées à protéger la production locale, à garantir l'assimilation par l'opinion publique nationale locale des questions d'intérêt national et d'une vision patriotique. Elles sont destinées également à garantir la diffusion de la production nationale, l'animation du marché intérieur et la protection des emplois.

De son côté, l'hebdomadaire *Al-Balagh Al-Maghribi* du 21 avril 1984 a signalé que le prix à l'achat d'un exemplaire du quotidien *Ach-Charq Al-Awsat* ne couvre même pas le cinquième des seuls coûts de l'impression. C'est également la même règle qui régit tous les grands journaux du monde qui font de l'importance de leur diffusion un argument rentable en matière de rentrées publicitaires.

Al-Balagh a ajouté qu'un journal comme *Ach-Charq Al-Awsat* “ ne perd pas d'argent. Il en gagne plutôt. Il n'a pas besoin du soutien du gouvernement ”.

Le décret autorisant l'impression des journaux étrangers au Maroc, à partir de 1984, a suscité l'intérêt de tous les acteurs du secteur des mé-

dias nationaux : journalistes, éditeurs, ainsi que l'organisme de diffusion et les responsables à divers niveaux. Pour la première fois le débat a porté sur la nécessité de développer la presse nationale et de relever son niveau matériel, en reconsidérant sérieusement les moyens et les méthodes de publication des titres nationaux, leur pagination, leur qualité rédactionnelle et technique, etc. Un moment de remise en question qui a mis le doigt sur la nécessité d'opérer un nouveau départ pour accompagner le développement de la presse dans le monde.

Pour la première fois en 1984, le secrétaire général du S.N.P.M. a affirmé que le syndicat œuvre pour " l'amélioration de la situation générale de la presse nationale en la faisant bénéficier des évolutions technologiques que ce soit au niveau de la charte graphique, de l'image, de l'impression ou de la distribution, parce que la presse marocaine est encore déficitaire en termes de moyens et de possibilités qui la mettront en mesure d'accomplir sa mission " .

Si cette déclaration remonte à 1984, nous sommes contraints de constater que le problème est toujours d'actualité, bien que la presse marocaine bénéficie aujourd'hui d'une subvention gouvernementale de deux millions de dirhams versés au profit de la presse partisane, en plus des annonces à caractère institutionnel ! Et la part des revenus de la publicité commerciale qui est versée

annuellement à la presse écrite marocaine atteint dix milliards de centimes sur un total de soixante-cinq milliards de centimes, selon les chiffres de 1995.

Le complexe de la presse marocaine réside dans sa fuite devant la réalité et son refus d'affronter celle-ci. Elle parle de liberté lorsque la situation appelle une étude commerciale. Elle parle de démocratie lorsque l'heure est à l'approche technique ou à l'examen des problèmes de la distribution. Elle parle de dignité de la profession lorsqu'il s'agit du droit des travailleurs dans le secteur de la presse qui en sont arrivés actuellement à radicaliser leurs prises de position et à déclencher des grèves générales, à diverses reprises, dans tous les journaux nationaux pour la signature des conventions collectives qui devaient être bouclées depuis au moins deux décennies.

Commentant l'incapacité des journaux nationaux à concurrencer les journaux étrangers, un journal de la place a écrit : " On a souvent critiqué la mauvaise qualité des titres de presse marocains, du point de vue de l'impression défailante, du peu de diversité et de richesse des contenus et de la mise en page, et de mille autres maux. Et on verse rapidement dans des comparaisons de ces titres avec la presse étrangère, élégante, fournie et à la qualité technique irréprochable. Mais comment se fait-il qu'on oublie que la presse nationale est le reflet du pays où elle vit ? "

Nous estimons que ce genre de justification n'obéit pas à la logique commerciale et arithmétique et n'est pas en mesure de convaincre le lecteur. Nous pensons que la presse marocaine en tant que pratique, profession, mission civilisationnelle et industrie spécifique, est en mesure de jouer le rôle de locomotive du changement et du développement et d'être un élément précurseur dans de nombreux domaines tels le niveau de réflexion, le mode d'appréciation des choses et la manière de faire face aux événements.

Mieux encore, la presse peut concourir à relever le niveau du débat et de l'échange, promouvoir le principe du respect de l'opinion d'autrui, préfigurer les futurs contours de la société de demain sous la houlette des gens d'esprit, de plume et de bon sens politique. Des élites qui empruntent beaucoup au monde de la presse considéré comme précurseur du progrès et du développement dans le monde.

Il est certain que le paysage médiatique marocain a vu se déployer, durant les dernières années, d'importantes initiatives allant dans le sens du développement de la pratique journalistique, dans le cadre de la création de nouveaux journaux et revues en arabe et en français faisant réaliser à la presse de notre pays un saut qualitatif appréciable. Des initiatives caractérisées par leur audace et leur courage dans le traitement de thèmes considérés jusqu'alors comme tabous, et qui ont four-

ni un large espace d'expression à de nouvelles générations de journalistes professionnels et conquis un nombre important de nouveaux lecteurs. Cependant, et malgré ces avancées, ces titres sont confrontés à de nombreuses difficultés qui résident notamment dans l'obligation de faire face aux lourdeurs héritées du passé dans le domaine.

La presse marocaine a réalisé au cours des quelques dernières années un saut qualitatif en matière de liberté d'opinion et d'expression. Des libertés garanties dans le dispositif juridique et la constitution de notre pays. Elle a également réalisé certains progrès en matière d'impression, notamment par l'introduction de la couleur par l'ensemble des quotidiens et hebdomadaires.

Néanmoins, nous estimons que l'hyperconcentration de ces imprimeries sur l'axe Casablanca-Rabat est un obstacle à la diffusion de ces titres, d'une part, et d'autre part il limite les tirages qu'elles sont en mesure de réaliser. Alors, que dans le même temps, la presse régionale qu'il convient de soutenir, souffre du manque d'imprimeries régionales et du déficit en matière de compétences professionnelles et organisationnelles modernes, ainsi que des lenteurs des processus entre rédaction, impression et distribution.

Nous sommes tous tenus de déployer le maximum d'efforts pour contribuer efficacement au soutien de ces publications en veillant sur la rapidité de leur diffusion dans les différents points

de vente, que ce soit sur le plan national ou régional, et d'œuvrer pour établir des passerelles de communication et de partenariat en matière de conseil, d'études de marché et d'attraction de nouveaux lecteurs dans les grandes villes, comme dans les petites agglomérations excentrées.

Nous considérons la distribution comme l'un des piliers fondamentaux de tout projet de presse qui désire perdurer et se développer. Elle constitue également un indicateur et un critère d'évaluation du succès de telle ou telle expérience médiatique. Ce qui explique que nous nous comportions avec l'ensemble des publications en tant que partie concernée par son succès, dans les limites de nos responsabilités directes.

Nous serions également ravis de voir les journaux nationaux annoncer les chiffres de leur distribution et de leurs ventes. Ce qui confirmera l'importance de la convergence des efforts entre rédaction, impression, administration et distribution pour parvenir au succès escompté.

Notre souhait est que tout le monde prenne conscience que la distribution est l'organisme le plus apte à identifier les desiderata des lecteurs, et que nul ne soit étonné du fait que le distributeur exprime son point de vue sur la manière de présenter les informations et les reportages, ainsi que sur l'opportunité de réaliser des numéros spéciaux et des suppléments avec lesquels on compte étoffer sa publication.