

Publicité

El Khalfi veut plus de transparence

● L'intervention, mercredi dernier, du ministre de la Communication au Parlement sur le secteur de la publicité a été l'occasion d'un certain nombre d'annonces. La fin de la publicité du loto à la télévision publique, la nécessité d'unifier le cadre juridique et de lutter contre le monopole des publicitaires ont été au cœur des débats.

Plus qu'un consommateur, Mustapha El Khalfi veut jouer au régulateur du secteur de la pub.

C'est l'une des conclusions à retenir de son intervention, le mercredi 11 juin devant les députés de la Commission de l'enseignement, de la culture et de la communication de la Chambre des représentants. Le ministre de la Communication et porte-parole du gouvernement a indiqué qu'il était disposé à apporter son coup de pouce à la création d'un Observatoire national de la publicité. Cet organe sera «chargé du suivi des pratiques publicitaires, de la régulation de la profession et de s'assurer du respect des dispositions de la Constitution, de la loi et de l'éthique de la profession», mentionne El Khalfi car aujourd'hui, a-t-il fait remarquer, à l'instar des députés : «L'attribution de la publicité à la presse nationale souffre de grandes disparités de répartition». Il plaide ainsi pour «une approche globale et un processus participatif pour résoudre les problèmes auxquels le secteur est confronté afin d'assurer la transparence, la concurrence loyale et l'égalité des chances». Le ministre a ainsi souligné que son

MARCHÉ PUBLICITAIRE			
	2011	2012	2013
TV	41%	42%	42%
Presse	32%	29%	25% (17% journaux)
Web	14%	16%	19%
Radio	7%	7%	7%
Affichage	6%	6%	7%

SOURCE : IMPERIUM MEDIA

département s'activait à la mise en œuvre d'un cadre juridique pour réguler la publicité dans la presse écrite. La lutte contre le monopole figure parmi les urgences, selon certaines critiques.

Cadre fragmenté

L'unification du cadre juridique apparaît aussi comme une nécessité aux yeux d'El Khalfi. Il a souligné devant les députés que le cadre légal de la publicité est marqué par une «fragmentation du système juridique avec l'existence d'une vingtaine de textes organisant le secteur». Le plus ancien est le décret d'avril 1938 relatif à la régulation du recours aux annonces, aux affiches et aux spots, lequel est encore en vigueur. Au niveau de l'audiovisuel, un projet de décret est en préparation. Il résultera, entre autres nouveautés,

de son évolution vers un «Fonds de promotion de l'espace audiovisuel, de l'édition et des annonces publiques» qui verront ainsi leurs sphères d'intervention renforcées.

Fin du loto à la télé publique

En dehors de ces chantiers,

Le Maroc premier marché maghrébin

Lors de son intervention devant les députés, le ministre de la Communication a indiqué que le secteur de la publicité a attiré un investissement global de 5,6 MMDH en 2013, ce qui continue de faire du Maroc le premier marché dans le Maghreb, bien loin devant ses voisins algérien et tunisien. Cependant, à en croire Mustafa El Khalfi, la part de marché des différents médias a connu une baisse par rapport à 2012, à l'exception de la radio qui enregistre une hausse de 7%, favorisée par l'augmentation du nombre de stations privées (14 radios). Quant à la publicité sur Internet, elle gagne du terrain. Au cours des dernières années, elle a connu «un développement remarquable» qui se chiffre à près de 40 MDH. Signalons que le porte-parole du gouvernement reprend les chiffres du cabinet Imperium Media, dont les Éco vous livre mensuellement ses études sur le marché publicitaire nationale.

Mustapha El Khalfi est revenu sur le fameux dossier de la publicité de la loterie sur les chaînes de télévisions publiques. À ce propos, il a fait une annonce qui ne manquera certainement pas de faire des remous : la diffusion des spots publicitaires du loto va être

La tutelle veut mettre fin au monopole publicitaire dans la presse écrite.

suspendue à partir de cette semaine. Le ministre propose aux chaînes de bénéficier d'une plage de «deux minutes supplémentaires pour contrer les effets possibles de l'arrêt de la diffusion de ces spots». Pour le moment, aucune réaction n'a été notée de la part des acteurs concernés, mais on risque encore une fois de revivre la polémique suscitée lors de la première tentative d'El Khalfi d'arrêter ce type de publicités à la télévision publique.

PAR OUMAR BALDÉ
o.balde@leseco.ma