

[Le Maroc fait la promotion de son produit sur le marché international de l'audiovisuel à Cannes](#)

Culture & Divertissement

Posté par: Visiteur

Publié le : 07-04-2011 23:37:08

Le Maroc a dépêché pour la première fois une forte délégation de professionnels de l'image (audiovisuel et cinéma) à la 48^{ème} édition du Marché International des Programmes TV (MIPTV), qui se tient jusqu'au 7 avril à Cannes (sud de la France), dans l'objectif de faire connaître le meilleur de ses productions et démarcher d'éventuels acheteurs arabes, latino-américains ou occidentaux.

Cette participation a été programmée à l'initiative du ministère de la communication dans le cadre de sa stratégie de soutien et de développement des médias marocains, tous supports confondus, et pour procurer un rayonnement international aux produits audiovisuels marocains (téléfilms, documentaires, séries et autres sitcoms).

L'ensemble des opérateurs marocains de l'image présents à ce rendez-vous incontournable des contenus audiovisuels, où se négocient l'achat, la vente, le financement, la co-production et la distribution des contenus sur toutes les plateformes (media, tv, mobile, cinéma, internet), ont fait part à la MAP de leur volonté et de "leur ambition de réussir à écouler le meilleur" des programmes produits par le pôle public marocain (SNRT et 2M).

Ils ciblent d'abord les chaînes concurrentes dans le monde arabe et en Amérique latine, avant de s'attaquer aux réseaux de l'Occident. Ils reconnaissent certes qu'il s'agit d'un "défi exceptionnel" quand on sait que le produit marocain, à cause du dialecte, est étiqueté souvent "d'inéligible à la consommation grand public arabe de la télévision" .

Mais, selon eux, ce "cliché commence à rendre l'âme". ils argumentent que les films marocains de cinéma et de télévision décrochent de grands prix dans les festivals régionaux et continentaux.

Autre point fort invoqué: les produits marocains de fiction, de variétés ainsi que les documentaires "sont aujourd'hui à la pointe de ce qu'on peut réaliser en termes de télévision au moins autour du bassin méditerranéen".

Forts de ces atouts, la délégation marocaine est passée à l'offensive, la première du genre au MIP TV de Cannes, pour marquer de sa présence cette édition qui se déroule sur le lieu qui abrite le célèbre Festival International du Film de Cannes.

A travers cette participation, le Maroc "entend passer du statut du consommateur d'images venues d'ailleurs à celui d'exportateur d'images marocaines vers les téléspectateurs mondiaux", a assuré le président de l'association marocaine des professionnels de l'audiovisuel et du cinéma (AMPAC), M. Sarim Fassi Fihri.

"Le plus important aujourd'hui est d'être visible sur le marché mondial. Demander aux chaînes

d'évaluer leurs produits par rapport aux territoires n'est pas prioritaire. L'essentiel étant de placer ces produits", a-t-il affirmé.

Le catalogue marocain qui sert au démarchage des futurs clients comprend notamment "les émissions de flux (Lalla Laâroussa) et les émissions de stocks (sitcoms, téléfilms). La SNRT propose même la telenovela +Zynat Al Hayat+, en diffusion sur Al Oula depuis le 2 avril seulement ", a indiqué M. Sarim Fassi Fihri.

Dans l'attente de finaliser des contrats, nombreuses sont les promesses d'achat du produit Maroc, notamment de la part de distributeurs ou diffuseurs dans les pays arabes, en Chine et en Italie, a-t-on appris auprès de la délégation.

Le MIPTV, un marché propice à la création de partenariats au niveau international, a permis également de rendre plus visible le cinéma marocain à travers les contacts entrepris sur place par les responsables du Centre Cinématographique Marocain (CCM) et la Chambre marocaine des producteurs de films.

Les responsables de ces deux organismes ont mis à profit leur participation pour "promouvoir la destination Maroc en matière de tournage de films étrangers et la commercialisation des films marocains", a confié à la MAP, le secrétaire Général du CCM, M. Mustapha Stitou.

La délégation marocaine très active tout au long des quatre journées du MIP TV a noué des "contacts fructueux" avec les opérateurs internationaux (diffuseurs, producteurs et distributeurs) en vue de renforcer le partenariat aussi bien dans le secteur de l'audiovisuel que du cinéma.

Le MIPTV a été inauguré lundi dernier en présence de Frédéric Mitterrand, ministre français de la culture et de la communication, des décideurs clés du marché international des programmes audiovisuels et de stars des petit et grand écrans tels Arnold Schwarzenegger (ancien gouverneur de la Californie), venu assurer la promotion d'une série animée "The Governator", dont il sera le héros.

Ce marché, regroupe 105 pays et quelque 12. 000 participants qui viennent des quatre coins du monde présenter en plus des tout derniers programmes produits, les innovations technologiques inhérentes à l'évolution de l'image et de la 3D dans le monde.

MAPF