

# POLITIQUE

Peut-on rentrer dans ses frais, voire dégager du bénéfice, lorsque la publicité n'intervient qu'à hauteur de 10 à 11% dans le chiffre d'affaires. Il semble que oui. Pour *Al Ahdad Al Maghribia*, c'est carrément vendre ou crever.

## Al Ahdad Al Maghribia, un phénomène de presse au Maroc

# Le secret d'une prouesse

Un journal indépendant, en langue arabe, qui plus est quotidien, est plus qu'une gageure, un pari fou. Lorsqu'il s'agit d'une publication conduite par l'ex-

Abdellatif Mansour

directeur de l'organe de presse de l'USFP, Mohamed El Brini, le pari prend des allures de dissidence, voire de conflit politique. Du moins au début. L'aventure de *Al Ahdad Al Maghribia*, car c'est de ce quotidien qu'il s'agit, était donc doublement hasardeuse, au plan financier comme au niveau de son positionnement éditorial par rapport à la presse partisane de l'ex-opposition en général et par rapport à *Al Ittihad Al Ichiraki* en particulier.

### Critères insondables

Un groupe d'hommes, anciens militants de l'USFP, ou simplement convaincus de l'importance de la presse indépendante pour l'enracinement de la démocratie, ont jugé que cette aventure valait la peine d'être tentée, qu'elle était financièrement viable et politiquement indispensable. Ils s'y sont investis corps et âme, dès le lancement du premier numéro d'*Al Ahdad Al Maghribia*, le 22 octobre 1998.

Au bout de l'effort, un quotidien devenu incontournable. Avec une moyenne de vente de 93.000/jour en 2000 et de 85.000/jour en 2001, *Al Ahdad*

*Al Maghribia* caracole en tête des publications de langue arabe. Le tirage est quotidiennement annoncé. Il se situe autour de 110.000. Le rapprochement des deux chiffres donne un taux moyen d'invendus entre 20 et 30%. Une bonne performance pour une publication qui boucle à peine sa troisième année d'existence, sans un quelconque appui partisan ou étatique. L'effet d'annonce est tout de même loin derrière, c'est plutôt un rythme de croisière que l'équipe rédactionnelle et directoriale d'*Al Ahdad* tente de maintenir, sinon d'améliorer.

Quel rapport vente-publicité? C'est l'équation qui taraude tous les directeurs de journaux. La préoccupation est générale, mais elle est plus insistante pour ne pas dire vitale pour les publications indépendantes. Sans pub, pas de viabilité, les ventes n'étant qu'un appoint pour survivre quelque temps, pas pour durer. Ce dogme est d'autant plus vrai que les chiffres de vente ne constituent pas un argument très persuasif auprès des annonceurs. Ceux-ci ont des critères absolument insondables pour l'octroi de leurs annonces. Des critères qui peuvent être même inversement proportionnels à l'audience de telle ou telle publication généreusement arrosée. Sur ce registre, *Al Ahdad Al Maghribia* est d'abord pénalisé en tant que journal de langue arabe. Les annonceurs consi-



**“Ce type de sujets forme un cahier qui ne dépasse pas le quart du journal, le reste étant consacré à l'information générale”.**

dèrent, plutôt à tort qu'à raison, que les consommateurs ciblés sont à chercher en priorité parmi les francophones. Un postulat appelé à évoluer par la force des choses. Pour le moment, *Al Ahdad Al Maghribia* fait avec. La publicité n'intervient qu'à hauteur de 10 à 11% dans son chiffre d'affaires. Il a donc été décidé,

en connaissance de cause, de tabler sur les ventes. C'est carrément vendre ou crever.

### Vendre ou crever

Question: Peut-on rentrer dans ses frais, voire dégager du bénéfice, avec ce type de rapport vente/pub, carrément inversé? Il semble que oui. La trésorerie d'*Al Ahdad* n'est pas seulement équilibrée; elle est excédentaire. Une véritable prouesse, lorsqu'on sait que le prix de revient moyen d'un numéro vendu avoisine les deux dirhams. Lorsqu'on sait également que le lancement de ce journal a nécessité un investissement de départ de 1.750.000 dirhams. Et que

l'aménagement du siège, à savoir l'acquisition du terrain, la construction et l'équipement, a coûté pas moins de dix millions de dirhams. Un siège flambant neuf qui répond aux normes modernes d'agencement de l'espace de travail, à la fois fonctionnel et agréable.

Il n'y pas de doute, *Al Ahdad Al Maghribia* n'est pas seulement un phénomène du paysage médiatique marocain en matière de vente et d'audience, c'est aussi un cas d'école en termes de gestion financière et de maîtrise comptable. Il n'est donc pas étonnant que les banques aient fait confiance à une entreprise aussi jeune pour lui donner les moyens de

ses ambitions. Dès son lancement, *Al Ahdad Al Maghribia* a suscité curiosité et interrogation sur son financement et sa capacité à durer. Au Maroc, dès qu'on parle financement, particulièrement à propos d'un projet de presse, on imagine des fonds occultes secrètement glissés à leurs destinataires par un gros ponton tapi dans l'ombre, ou sous la table d'un banquier discret par obligation professionnelle. C'est notre pêché mignon national. On s'est donc demandé pour qui paraît *Al Ahdad* et pour qui roule Mohamed El Brini.

Éléments de réponse cueillis auprès des principaux concernés: *Al Ahdad Al Maghribia*, est édité par l'Entreprise maghrébine de Média, une société anonyme de vingt participants où chacun ne possède pas plus de dix actions. Ce plafond uniforme de participation se veut une sorte de précaution de sécurité gestionnaire, ainsi qu'une garantie relative de l'indépendance éditoriale du journal.

## Sujets sulfureux

Une réputation colle aux journaux en langue arabe: des salaires faibles comparativement aux rémunérations pratiquées dans la profession. On est donc tentés de se demander si *Al Ahdad* n'arrive à équilibrer sa comptabilité que grâce à une masse salariale et autres charges sociales réduites à leur plus simple expression. Renseignements pris, il semble que ce n'est pas le cas. Un premier point extrêmement important: le personnel d'*Al Ahdad*, toutes affectations confondues, bénéficie d'une couverture sociale complète, avec une triple affiliation à la CNSS, à la CIMR et à une assurance maladie. Quant aux salaires proprement dits, une approximation indicative: après deux ans d'ancienneté, un journaliste peut atteindre une tranche qui varie entre 5000 et 6500 Dh brut, plus les primes de fête et de productivité.

En somme, une situation professionnelle marquée par une progression de carrière et un filet de protection sociale face aux aléas de la vie. Le recrutement des journalistes, une trentaine au total, se fait par

voie de concours, puis des sessions de formation complémentaire grâce à une convention passée avec l'Institut supérieur de l'information et de la communication.

Du point de vue des conditions matérielles de travail, des méthodes de gestion humaine et financière, on peut dire que *Al Ahdad Al Maghribia* contribue à la modernisation et à la professionnalisation du métier de journaliste. Une plus value précieuse qui permettra de valoriser une profession jusqu'ici ouverte aux

quatre vents du dévoiement et à toutes les critiques.

## Progression de carrière

Quand on demande à Mohamed El Brini si *Al Ahdad Al Maghribia* a été fondé contre l'organe de l'USFP qu'il dirigeait auparavant, il répond catégoriquement "non"! Les deux titres sont certes concurrents, avec les paramètres froids et les données pas très rationnelles du marché, mais sans autre forme d'animosité.

Lorsqu'on lui dit que le courant Elyazghi semble avoir récupéré *Al Ahdad*, El Brini répond que "*Elyazghi n'a pas mis un sou dans ce journal, mais qu'il reste un ami dont les idées ne sont pas loin des miennes*". Il ajoute "*qu'on ne peut pas se dire démocrate tout en encourageant l'affaiblissement des partis et l'émiettement du paysage politique nationale*".

Quant aux sujets sulfureux, autour du sexe, quotidiennement montés à la une comme

argument de vente, on se doutait bien que Mohamed El Brini a son point de vue sur la question. "*Cela participe, dit-il, de l'information éducative pour les jeunes surtout, sur un sujet considéré comme tabou, complètement refoulé et sans autre espace d'extériorisation dans la société*". Ceci dit, assure-t-il, "*ce type de sujets forme un cahier qui ne dépasse pas le quart du journal, le reste étant consacré à l'information générale*". Indépendante, évidemment. □

ROYAUME DU MAROC



ISCAE

## CONCOURS D'ACCÈS AU CYCLE SUPÉRIEUR DE COMMERCE INTERNATIONAL : CSCI ANNÉE UNIVERSITAIRE 2001/2002

**Objectifs du cycle :** Le CSCI forme des spécialistes de haut niveau dont les préoccupations concordent avec les besoins en commerce international identifiés des entreprises:

- perfectionner les cadres des grandes entreprises engagées dans le commerce international;
- assurer la mise à niveau de l'entreprise exportatrice, imposée par la mondialisation et la doter d'une nouvelle vision stratégique;
- aider à créer et ou à développer des PME exportatrices performantes.

### Conditions d'admission:

Le concours est ouvert aux candidats justifiant:

- d'un diplôme d'ingénieur d'État, d'un diplôme d'études supérieures, du diplôme du cycle supérieur de l'École Nationale d'Administration ou d'un diplôme équivalent.
- Aux candidats titulaires d'un diplôme donnant accès au grade d'ingénieur d'application, du diplôme du cycle normal de l'École Nationale d'Administration, de la licence ou d'un diplôme équivalent et justifiant d'au moins quatre années d'expérience professionnelle en tant que cadre.
- Aux candidats titulaires du diplôme du cycle normal de l'ISCAE, ou titulaires de diplômes de toutes écoles supérieures de commerce reconnues équivalentes et justifiant d'au moins trois années d'activité professionnelle en tant que cadre.

### Dossier de candidature :

- Dossier de candidature fourni par l'ISCAE
- Photocopie de la CIN

- Attestation de travail
- Photocopies certifiées conformes des diplômes
- Justificatifs de l'équivalence des diplômes
- 3 enveloppes timbrées et auto-collantes portant l'adresse du candidat
- 4 photos d'identité
- 100 Dh frais de dossier

### Concours d'admission

Le concours comporte deux épreuves :

- Une épreuve écrite d'admissibilité qui porte sur les disciplines suivantes :
  - Anglais commercial
  - Technologie de l'information
  - Environnement des affaires au Maroc et dans le monde
  - Gestion et comptabilité
  - Environnement financier international
- Une épreuve orale pour les candidats admissibles qui consiste en un entretien avec le jury d'admission.
- une participation aux frais de formation est requise.
- possibilité d'octroi d'une bourse sur demande justifiée des candidats.

**Date limite d'inscription:** le 03 octobre 2001 à 18 heures.

### Date du concours:

Écrit: le 05 et 06 octobre 2001 à 09h

Oral: les 19 et 20 octobre 2001.

### Renseignements et dépôt des candidatures

ISCAE km 9,5 route de Nouasseur BP

8114 Casa-Oasis

022/33.54.82 à 85 poste 267

Fax : 022/33.54.96