



REPUBLIQUE DU BENIN

*****@*****

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

*****@*****

UNIVERSITE D'ABOMEY CALAVI

*****@*****

INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART, D'ARCHÉOLOGIE ET DE LA
CULTURE



MÉMOIRE DE MASTER PROFESSIONNEL

Option : Management de la Culture et du Tourisme

SUJET :

**L'INDUSTRIE MUSICALE FACE AUX ENJEUX DU NUMERIQUE AU BENIN :
CAS DES STRUCTURES DE DIFFUSION**

Réalisé par :

Géraud 1^{er} Jumeau TOLOFON

Sous la direction de :

M. DIDIER HOUENOUE

Professeur Titulaire des Universités/ CAMES

Et sous la codirection de :

Dr. Rose Ablavi AKAKPO

Maître-Assistant/CAMES

Soutenu le 22 septembre 2023

Devant le jury composé de :

Président : M. DIDIER HOUENOUE, Professeur Titulaire des Universités / CAMES

Examinatrice : Dr. Rose Ablavi AKAKPO, Maître-Assistant / CAMES

Rapporteur : Dr Dorothee DOGNON, Maître-Assistant des Universités / CAMES

Sommaire

Sommaire	2
Certification.....	4
Avertissement.....	5
Dédicaces	6
Remerciements	7
Liste des abréviations, sigles et acronymes.....	8
Liste des figures, photos et tableaux	9
Glossaire de l'étude	10
Résumé	12
Introduction	13
1 CADRE THEORIQUE, INSTITUTIONNEL ET METHODOLOGIQUE DE LA RECHERCHE	15
1.1 Contexte et justification du choix du sujet	15
1.2 Revue de littérature.....	17
1.3 Clarification des concepts clés	19
1.4 Objectif général	22
1.4.1 Objectifs spécifiques	22
1.5 Résultats attendus	22
1.6 Cadre méthodologique de la recherche	23
1.6.1 Nature de la recherche	23
1.6.2 Techniques de collecte des données.....	23
1.6.3 Outils de collecte des données	25
1.6.4 Méthode de traitement des données	26
1.7 Difficultés rencontrées.....	26
2 ETAT DES LIEUX DE LA MUSIQUE BENINOISE DES ANNEES 1970 A NOS JOURS.....	28
2.1 Evolution de la musique béninoise des années 70 à nos jours	28
2.2 Accès à l'internet au Bénin.....	30
2.3 Les bouleversements structurels	31
2.4 Les méthodes de production et de diffusion	32
2.4.1 Dans la création	33
2.4.2 Dans la diffusion	34

2.4.3	Dans l'organisation des concerts.....	35
2.4.4	Relation entre fans et artistes	36
2.5	Dans l'évolution des métiers	37
2.5.1	Impacts coûts.....	38
3	LES PRATIQUES ET LES ENJEUX ECONOMIQUES ACTUELS DES INDUSTRIES MUSICALES BENINOISES	40
3.1	Cas de Blue Diamond	40
3.2	Cas du GROUPE EMPIRE.....	41
3.3	Les enjeux.....	43
3.3.1	Les défis de la vente	44
3.3.2	Les droits d'auteur.....	45
3.3.3	La numérisation des contenus : un problème pour les acteurs	48
3.3.4	L'adaptation à des nouvelles technologies et la formation des acteurs.....	50
3.4	Le projet professionnel	55
	CONCLUSION	69
	ANNEXE	70
	Questionnaire	71
	Références bibliographiques	74
	Tables des matières	77

Certification

Nous certifions que le présent mémoire a été effectivement réalisé par TOLOFON Géraud 1^{er} Jumeau, étudiant en fin de formation de Master II de l'Institut National des Métiers d'Art, d'Archéologie et de la Culture (INMAAC), Option Management de la Culture et du Tourisme.

Signatures

Coordonnateur Master

Directeur de mémoire

Avertissement

L'INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ART, D'ARCHEOLOGIE ET DE LA CULTURE (INMAAC) N'ENTEND DONNER NI APPROBATION, NI IMPROBATION AUX OPINIONS ÉMISES DANS CE MÉMOIRE. LES OPINIONS DOIVENT ÊTRE CONSIDÉRÉES COMME PROPRES A LEURS AUTEURS.

Dédicaces

À

Ma mère Ambroisine BODJRENOU

Remerciements

Ce travail n'a été possible que grâce à une assistance soutenue, un accompagnement spontané d'augustes personnes à qui nous exprimons notre sincère et profonde gratitude. Ainsi, nos remerciements vont à l'endroit de :

- Monsieur Didier Marcel HOUENOUDE, Professeur Titulaire des Universités du CAMES, notre directeur de mémoire qui a accepté de suivre ce mémoire malgré ses multiples occupations ;
- Dr. Rose Ablavi AKAKPO, Maître-Assistant des Universités du CAMES, qui a accepté de codiriger ce mémoire et de nous aider à parfaire notre document ;
- Dr Dorothée DOGNON, Maître-Assistant des Universités du CAMES, Coordonnateur Master de l'INMAAC pour ses conseils éclairés, son soutien et sa constante disponibilité ;

Nos remerciements à tous les membres du Jury, qui nous font l'honneur d'apprécier notre travail ;

Tout le corps enseignant de l'INMAAC ; Monsieur Auguste AMOUSSOU Directeur de Black Music Industry (**BMI**) du Groupe EMPIRE qui nous a aidé pour un bon aboutissement de notre stage ;

- Nous remercions tous les camarades et amis de notre promotion, spécialement celle de la filière Management de la Culture et du Tourisme.

Liste des abréviations, sigles et acronymes

FENAAPROB : Fédération Nationale des Associations des Artistes Professionnels du Bénin.

FAABEN : Fédération des Associations des Artistes du Bénin.

BUBEDRA : Bureau Béninois des Droits d’Auteur et des Droits voisins.

BMI : Black Music Industry.

UGC : User generated content (contenu créé par des utilisateurs externes).

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

ARCEP : Autorité de Régulation des Communications Électroniques et de la Poste.

IFPI : Fédération Internationale de l’Industrie phonographique.

MND : Ministère du numérique et de la Digitalisation.

ADN : Agence pour le Développement du Numérique.

OCRC : Office Central de Répression de la Cybercriminalité.

IETM : Manuel technique électronique interactif

Liste des figures, photos et tableaux

Figure A : Évolution de l'accès de la population béninoise à l'Internet depuis 2014 à 2018 données tirées de l'ARCEP 2018.....	28
Figure B : Nombre d'écoutes nécessaires par un artiste pour gagner 1 euro.....	44
Figure C : Chiffre d'affaires total de la musique enregistrée entre 1999 à 2022 dans le monde (en milliards US \$)	49
Figure D : Flux de revenus dans la chaîne de valeur du streaming musical.....	51
Tableau 1 : Synthèse de la recherche documentaire	20
Tableau 2 : Répartition de l'échantillon	23
Tableau 3 : Tableau récapitulatif des événements organisés par le Groupe Empire.....	40
Tableau 4 : Tableau du budget prévisionnel.....	57
Tableau 5 : Tableau du plan d'exécution du projet.....	59
Tableau 6 : Tableau du cadre logique du projet	61

Glossaire de l'étude

Musique enregistrée : « Désigne la diffusion de la musique au moyen d'un dispositif physique ou numérique, ou par sa transmission audio à travers un appareil récepteur, ou radiodiffusion, et son amplification publique (y compris audiovisuel). » (Law Insider, s.d.)

Streaming : Le streaming est un principe utilisé principalement pour l'envoi de contenu en « direct » (ou en léger différé). Très utilisé sur Internet, il permet de commencer la lecture d'un flux audio ou vidéo à mesure qu'il est diffusé. Il s'oppose ainsi à la diffusion par téléchargement qui nécessite par exemple de récupérer l'ensemble des données d'un morceau ou d'un extrait vidéo avant de pouvoir l'écouter ou le regarder.

Peer-to-Peer : « (angl. peer-to-peer, égal à égal) ce sont des réseaux d'échange des fichiers sur Internet. Chaque utilisateur du réseau, s'il veut participer à ce système, installe sur son ordinateur un logiciel spécial via lequel il peut avoir accès au contenu se trouvant sur les disques durs des autres utilisateurs du même système. Avec les réseaux p2p, les internautes échangent avant tout des fichiers musicaux, mais également des films, des jeux, des logiciels.

Label : « Se charge de tout ce qui est marketing et communication autour de l'artiste, et également de la commercialisation des différents morceaux de ce dernier. Un label se doit de rendre un musicien authentique, et de faire en sorte qu'il soit de pair avec sa musique. » (Marion Mayer, 2019)

Maison de disque : « Entreprise aidant les artistes à produire et éditer leurs œuvres musicales. Elle est chargée d'écouter les compositions des musiciens qui viennent à eux afin de déterminer s'ils ont du talent. » (Marion Mayer, 2019)

La piraterie : C'est une activité commerciale exercée par des individus sans scrupule qui s'enrichissent en reproduisant et en commercialisant des œuvres sans payer leurs droits aux créateurs des œuvres ou à leurs ayants droit. La piraterie est donc une infraction délibérée aux droits de la propriété intellectuelle. Selon le dictionnaire Hachette multimédia livre 1998, le pirate désigne « un aventurier qui court les mers pour piller les navires dont il parvient à se rendre maître ». Le mot a évolué pour avoir une application en propriété intellectuelle. « Pirater c'est « reproduire une œuvre sans payer de droit d'auteur, selon le dictionnaire Le petit Robert de la langue française 2006.

FLOW MACHINES : C'est une application destinée à assister le processus de production d'un artiste musicien, avec une Intelligence Artificielle capable de suggérer des mélodies, des accords et des lignes de base dans le style choisi par l'utilisateur. Pour donner vie à celui-ci,

Flow Machines propose un concept unique baptisé Palette de Styles (Style Palette), qui utilise un modèle d'apprentissage automatique afin d'analyser les données musicales. Il permet de choisir parmi plusieurs palettes préréglées créées par Sony CSL ou de créer sa propre Palette de Styles originale, directement dans l'application. Cela permet à l'IA de générer des mélodies afin d'inspirer de nouvelles idées tout en préservant son style personnel.

Résumé

Au cours de la dernière décennie (2010-2020), les outils d'enregistrement et de production musicale, les médias sociaux et les plates-formes Web de vente et d'écoute de musique en ligne ont radicalement transformé l'industrie de la musique enregistrée dans le monde. Pendant que certains prévoyaient la fin de ces dernières au profit de l'autoproduction et de l'autopromotion, d'autres ont suggéré que les maisons de disques indépendantes puissent devenir des joueurs incontournables de ce nouvel environnement, pourvu qu'elles s'adaptent et développent une offre de services et une expertise répondant aux besoins réels des artistes. Ce mémoire s'intéresse à la façon dont les structures de diffusion de la musique font face aux nouvelles techniques du numériques pour la promotion et la vente des productions musicales à l'ère du numérique. Dans cette étude, deux structures indépendantes de production musicale béninoises ont été choisies pour la réalisation de notre travail. Des entretiens ont été réalisés avec les chargés du développement de la carrière de ces maisons de diffusions indépendantes afin de connaître leur perception et leurs usages des nouveaux moyens de la distribution des œuvres musicales, de même que les stratégies qu'ils emploient pour accroître la visibilité des artistes qu'ils représentent.

Mots-clés : Industrie musicale, enjeux, numérique, structure de diffusion, plateforme.

Abstract

Over the past decade (2010-2020), music recording and production tools, social media, and web-based platforms for selling and listening to online music have radically transformed the recorded music industry around the world. While some foresaw the end of the latter in favor of self-production and self-promotion, others suggested that independent record labels could become key players in this new environment, provided they adapt and develop a service offering and expertise that meets the real needs of artists. This thesis focuses on how music distribution structures deal with new digital techniques for the promotion and sale of music productions in the digital age. In this multiple case study, two structures independent of Beninese music production were chosen for the realization of our work. In-depth interviews were conducted with the career development officers of these independent broadcasters to learn about their perception and uses of the new means of distributing musical works, as well as the strategies they employ to increase the visibility of the artists they represent.

Keywords: Platforms, models, self-production, digital, companies, consumers.

Introduction

La musique est présente dans la vie quotidienne de bon nombre d'individus pour diverses raisons. Bien qu'elle soit appréciée par les consommateurs, on enregistre pourtant un effondrement des ventes de disques qui s'effondrent d'années en années. Ce paradoxe s'explique en partie par la dématérialisation de la musique ayant conduit à la chute du marché du disque qui constituait une formidable manne financière pour les majors. On peut alors comprendre que depuis les années 2001, les outils et les applications les plus diverses recourant à l'informatique s'imposent dans notre existence. En matière de musique, la dématérialisation affecte l'ensemble de l'économie (au sens générique de ce terme) de la musique. Codée sous forme de fichiers numériques et stockée sur des interfaces telles que des ordinateurs, des clés USB, des iPods, des téléphones mobiles, des sites web, la musique enregistrée circule via des plateformes de streaming, des blogs, les réseaux sociaux, etc. Du fait de cette fluidité, tout internaute peut potentiellement prescrire, dupliquer et distribuer à grande échelle la musique, un phénomène qui fragilise grandement le monopole de la fabrication et de la distribution que l'industrie musicale détenait encore il y a moins de vingt ans.

Même si nous savons que la révolution du numérique a atteint le continent africain tardivement, elle s'y déploie néanmoins avec rapidité et vigueur suivant des modalités singulières, en sautant des étapes. Ce qui a fait exploser le nombre d'utilisateurs sur le continent. Cette dynamique montre que la révolution numérique est un maillon sur lequel l'industrie musicale peut appuyer pour son rayonnement planétaire.

Dans le contexte béninois, la musique qui a su traverser tous les temps grâce à ses différents acteurs n'a pas occulté ces nouvelles formes de production et de diffusion de la musique enregistrée. Mais le constat fait est que dans l'ensemble, les acteurs de la filière musicale ne sont pas encore totalement outillés quant à l'usage de ces nouveaux moyens de diffusion et de promotion de leurs créations, en témoigne le nombre d'œuvres musicales béninoises disponibles sur les plateformes digitales. Cet état de choses provient de plusieurs facteurs dont principalement le conservatisme, la non maîtrise de ces nouveaux moyens de diffusion et la peur de l'inconnu qu'il engendre. En conséquence, les artistes béninois semblent être peu représentés sur le marché musical international ; ce qui n'est pas sans conséquences sur leur rémunération. Une telle situation ne saurait laisser indifférent toute personne s'intéressant à la culture et principalement au marché de l'industrie musicale béninoise qui est pourvu d'un grand potentiel, en témoigne le nombre d'artistes béninois dont

les créations ne manquent d'admirateurs. Il s'en suit donc que l'univers de la musique en ligne mérite d'être mieux exploré afin d'en connaître les rouages, et donner des clés aux acteurs du milieu, principalement les artistes. Ceci devrait leur permettre d'exposer leurs œuvres par ce nouveau moyen, voire booster leurs carrières.

C'est pour mieux explorer cet univers que nous avons choisi le présent sujet d'étude : **"L'industrie musicale face aux enjeux du numérique au Bénin : Cas des structures de diffusion"**. Ce sujet présente l'intérêt de nous permettre de pouvoir étudier les nouvelles mutations des structures de la production et de diffusion dans un premier temps, les impacts économiques et artistiques des nouvelles technologies sur le secteur et enfin d'aborder les transformations économiques qu'a induit la révolution numérique dans la filière de la musique. Une telle démarche pourrait aider les acteurs du secteur musical à mieux s'y prendre dans ce nouvel univers qui semble désormais incontournable.

A la fin de notre recherche en effet, nous avons élaboré un projet de formation des managers d'artistes. Cette formation permettra aux managers de bien positionner les œuvres des artistes sur les plateformes en ligne et de bien faire la promotion de la musique béninoise partout dans le monde.

La présente recherche est structurée en trois chapitres. Le premier chapitre comporte le cadre théorique et méthodologique de la recherche ; le deuxième chapitre s'articule autour de la présentation et l'analyse des résultats et le troisième chapitre se consacre aux enjeux économiques des industries musicales béninoises et à la présentation du document projet de formation des acteurs de ce secteur.

1 CADRE THEORIQUE, INSTITUTIONNEL ET METHODOLOGIQUE DE LA RECHERCHE

Ce chapitre présente le contexte et la justification du choix du sujet, la clarification conceptuelle, la revue de la littérature, la problématique, les hypothèses et les objectifs de notre travail de recherche.

1.1 Contexte et justification du choix du sujet

Le monde musical est de nos jours marqué par la diffusion en ligne des productions musicales qui en a radicalement changé les habitudes de consommation et surtout le modèle économique.

La musique en ligne telle que connue aujourd'hui est le fruit d'un long processus qui a commencé dans les années 1990 avec le piratage et le partage de fichiers numériques sur des sites peer-to-peer. A cette époque déjà, la musique en ligne était perçue comme une menace voire un danger pour l'industrie musicale en raison des téléchargements gratuits et surtout de l'illégalité de ces téléchargements. Il était clair que la situation, au risque de faire effondrer ce marché, ne pouvait pas rester en l'état. Il fallait trouver une parade. Sébastien Gasquet mentionne ainsi que : « *C'est alors qu'en 2007, quelques génies, en Suède (Spotify) et en France (Deezer), ont inventé un nouveau modèle, qui a progressivement rendu obsolète le téléchargement, non seulement légal mais aussi illégal : le streaming musical par abonnement¹* ». L'avènement du streaming (en flux) changea ainsi le modèle de la musique tant dans la manière d'accéder à celle-ci (fini le stockage de la musique sur des supports numériques comme les clés ou les ordinateurs au profit d'un environnement infini qu'est le cloud pour un accès à la demande) que dans la rémunération (abonnement payant).

Cette révolution n'est pas sans conséquence sur le monde musical béninois qui doit s'adapter à l'air du temps pour pouvoir exister et prospérer. En effet, le mode d'accès et de diffusion de la musique ayant changé, il s'en suit que le modèle économique a connu lui aussi

¹ Sébastien Gasquet, « Comprendre la culture numérique », Cairn.info, 2019, p. 110-116, mis en ligne le 30/03/2022, disponible sur : <https://www.cairn.info/comprendre-la-culture-numerique--9782100795840-page-110.htm>, consulté le 01/07/2024.

un changement. A cet effet, finis les disques, les cassettes et autres moyens anciens au profit du peer to peer, du streaming, pour une rémunération qui s'effectue par abonnement.

Tout cet écosystème qui change radicalement le monde musical affecte les artistes musiciens béninois et nécessite une adaptation. Mais cette adaptation n'est pas facile en raison de plusieurs facteurs dont le conservatisme, la peur de l'inconnu, l'absence de connaissance appropriée pour faire face aux nouvelles réalités. Ainsi, la non-maîtrise de ce nouveau secteur par les acteurs influe sur la qualité de leurs œuvres et la rémunération qui en découle. En conséquence, les productions musicales béninoises peinent à s'imposer sur la scène internationale. Ces considérations méritent une attention particulière, afin de ressortir les tenants et aboutissants de la diffusion en ligne de la musique. A cet égard, les efforts déployés par le Bénin dans le domaine de l'accès à l'internet pour faciliter le travail des entreprises culturelles et autres dans ce domaine sont à saluer même s'ils sont insuffisants pour le développement du secteur. Il urge alors de trouver d'autres alternatives pour aider les acteurs de la musique à atteindre leurs objectifs de développement de la filière, dont les acteurs ont plus que jamais besoin de connaissance, d'expertise et d'informations.

Le choix de notre thème est fait dans le but d'approfondir notre connaissance sur le fonctionnement de la musique enregistrée à l'ère du numérique et de comprendre les perspectives auxquelles elle fera face sur le marché africain et international. Comprendre également si le numérique bouleverse la chaîne de valeur des Industries Culturelles créatives (ICC) pour le cas de la musique enregistrée au Bénin et quelle sera le meilleur modèle pour promouvoir les œuvres des artistes locaux.

Le présent travail essaie d'apporter une réponse à cette interrogation. D'abord, il évalue le degré de connaissances des acteurs du secteur musical béninois sur le numérique et de ses enjeux. Ensuite, il identifie les besoins et les attentes des acteurs de la musique béninoise à l'ère du numérique et enfin, il propose une stratégie musicale adaptée au numérique pour rentabiliser la production musicale béninoise à l'ère du numérique.

Pour y parvenir, une étude critique de la documentation existante sur les modèles de distribution de la musique béninoise et/ou sur la numérisation des activités musicales aidera à bien orienter notre sujet et atteindre l'objectif de notre étude.

1.2 Revue de littérature

La question de la numérisation et du numérique préoccupe de nombreux chercheurs qui y ont consacré leurs travaux de réflexion. Pour ce faire, nous allons présenter quelques-uns de ces travaux.

Au sujet de l'histoire de la révolution numérique, Michelle Duport (2016) décrit les mutations et bouleversements induits dans les secteurs d'activité et dans le vécu quotidien des humains depuis son avènement en 1989. Elle affirme que :

Nous assistons à l'une des mutations les plus rapides de notre civilisation planétaire induite par la technologie et entamée avec le Web en 1989 qui se répand de façon massive à partir de 1993 et qui a transformé les manières d'apprendre, de vivre, d'aimer, de faire de la politique, de faire des affaires, de vendre, d'acheter, de gérer.²

Michelle Dupont montre que la révolution numérique est irréversible. Forte de ces mutations et bouleversements décrit par l'auteur, notre étude se veut un appui scientifique à l'implémentation de cette révolution dans le secteur de la musique au Bénin.

De même, le Rapport publié par le Forum de Davos (2016) souligne que les mutations et bouleversements induits par la révolution numérique ont progressivement transformé le vécu quotidien des humains. La révolution numérique a changé les modes de production dans tous les secteurs de la vie des hommes. Elle a modifié la manière de travailler faisant émerger d'autres corps de métiers et de rapport sociaux etc. Il écrit :

Désigné par certains comme la troisième révolution industrielle, voire la quatrième ; le numérique en se développant transforme nos modes de production, nos métiers, nos modes de vies et nos rapports sociaux, avec l'émergence notamment des réseaux sociaux et du web 2.0.³

Ce rapport soutient les constats de Dupont et met l'accent sur les domaines de la vie humaine touchés par la révolution numérique. Les auteurs de ce rapport sont unanimes sur l'obligation pour les Hommes de s'impliquer dans la dynamique de la révolution numérique pour un essor économique des pays. Notre étude est une incitation à la mise en œuvre de cette

² Michelle Duport, « *Les compétences en management interculturel* » in Aline Scouarnec, Gwénaëlle Poilpot-Recaboy ed., *Quels métiers RH pour demain ?* Dunod, 2016, P.122-130

³ Rapport publié par le Forum de Davos, début 2016. Ce rapport expose les changements induits par la révolution numérique dans les activités anthropiques,

révolution numérique (mutations et bouleversements) dans le secteur de la musique enregistrée au Bénin.

Le rapport des Nations-Unies CNUCED (2020) fait un résumé des efforts du Bénin pour l'implémentation de la révolution numérique dans tous les secteurs d'activités du pays. Les politiques du Bénin en matière du numérique montrent que les acteurs sont conscients des avantages de la révolution numérique. On peut lire dans ce rapport que :

Le Bénin affiche depuis 2016 sa volonté de promouvoir le développement de l'économie numérique et du commerce électronique. Le Programme d'Actions du Gouvernement 2016-2021, intitulé « Bénin révélé », est très ambitieux à cet égard, visant notamment une couverture de 80% de la population en accès à haut ou très haut débit et la généralisation du commerce électronique.⁴

Ces efforts du gouvernement béninois favorisent l'atteinte de l'objectif de notre étude celui de mettre en exergue les enjeux de la distribution de la musique à l'ère du numérique afin d'aider à la mise en œuvre d'un système plus performant sur le plan du numérique pour amener plus de gens à s'intéresser à notre musique.

Grisot (2008) inscrit dans son rapport sur les nouveaux modèles de business dans le domaine de la musique en insistant sur la valeur ajoutée du numérique dans le secteur. Il met l'accent sur les atouts du numérique qui change notre manière de consommer la musique. Dans son mémoire « Numérisation de la musique et convergence des médias : les mutations de l'industrie musicale. ». Il décrit les moyens, les modèles, et la diversification des contenus en ligne. Ce qui ouvrira la voie à un développement exceptionnel de la musique enregistrée dans le monde et au Bénin en particulier.

En somme, les œuvres et ouvrages des auteurs lus montrent que la musique face aux enjeux des nouvelles technologies est un sujet qui a été abordée par plusieurs auteurs. Mais il faut signaler qu'au Bénin, le sujet n'a pas véritablement été documenté.

En dépit de cela, notre travail contient certaines expressions qu'il convient de clarifier pour en faciliter la bonne compréhension.

⁴ CNUCED, 2020. Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et le Développement dans sa parution unique.

1.3 Clarification des concepts clés

La clarification conceptuelle permet au chercheur de préciser le cadre sémantique des principaux concepts de sa recherche. En effet, un mot et/ou une expression ne peut avoir de sens que celui que le contexte de son utilisation lui confère. La clarification permet au chercheur de lever l'équivoque et de faciliter la compréhension des corpus aux lecteurs. Pour ce faire, une définition sera donnée aux concepts ci-après : numérisation, secteur, enjeux et perspectives.

➤ Industrie musicale

L'industrie musicale (appelée également industrie du disque) désigne les activités qui contribuent à l'offre de produits musicaux obtenus par un processus industriel de reproduction (en général, le disque). Le terme fait référence plus explicitement à la filière de l'édition phonographique ; en réalité, il faudrait parler d' « industries musicales » au pluriel, regroupant ainsi toutes les activités de reproduction de la musique, par le processus industriel (produit physique) ou par le numérique (produit dématérialisé). De ce fait, on y englobe généralement l'édition musicale et même la facture instrumentale (voire aujourd'hui les logiciels de composition et de musique de synthèse)⁵.

➤ Numérisation

La révolution numérique exige que les activités soient toutes numérisées pour favoriser leur traitement via des machines automatisées. Ainsi, la numérisation selon (Kelly K. et al. 1997), est une étape indispensable à l'essor de l'économie numérique qui est globale et privilégie les objets immatériels, interconnectées par un système de réseaux.

Dans le contexte de ce travail, « *la numérisation est la conservation d'informations sous forme de données numériques, formant des fichiers numériques, pouvant être traitées par un ordinateur ou un appareil électronique* »⁶.

Secteur

Un secteur est défini comme un domaine d'activité économique, social dans un Etat, une organisation, une institution. C'est également une subdivision d'activité, regroupant

⁵ <https://www.wikipédia.org/Dictionnaire/Industrie/musicale.com>, publié le 23/03/2024, consulté le 28/09/2024 à 10h10

⁶ <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Numerisation.htm>, publié le 13/08/2021, consulté le 28/09/2024 à 10h15

l'activité des entreprises qui appartiennent à une même catégorie⁷. Dans notre contexte, l'expression secteur (secteur musical) réfère à toute activité qui consiste en la production, la distribution, l'échange et la consommation de biens et services dans le domaine de la musique.

➤ **Enjeu**

Alain P. (2019) définit l'enjeu comme ce que l'on risque dans un jeu, en particulier une somme d'argent, et qui revient au gagnant. Ce que l'on peut gagner ou perdre dans une entreprise quelconque. Le terme désigne tout ce qui peut être remporté ou perdu dans une entreprise quelle qu'elle soit. Les enjeux de la numérisation du secteur de la musique sont un ensemble de retombées positives sur les activités du secteur musical (visibilité, développement, rentabilité etc.)

➤ **Perspective**

Une perspective est un point de vue particulier, parfois partagé par tout un groupe démographique. Les perspectives sont définies ici comme un ensemble d'évènements, de projets ou évolution, devenir de quelque chose qui se présente comme probable ou possible ; éventualité, horizon : Les attentes future du secteur musical béninois.

➤ **Structures de diffusion**

Les structures de diffusion veillent à l'équilibre entre actions culturelles et diffusion, en évitant de mettre les artistes en fragilité artistique et financière par une trop grande demande d'action culturelle notamment sur les spectacles en création.

Cela dit, la diffusion de la musique en ligne présente ses propres réalités qu'il convient de questionner.

1.4. Problématique

La musique en ligne est désormais une réalité dans l'univers musical et s'impose pratiquement à tous les acteurs du milieu qui doivent s'y adapter. Déjà en termes de retombées financières, elle a affiché une croissance de 10,2 % de son chiffre d'affaires dans le

⁷ <https://www.wikipédia.org/Dictionnaire/Secteur.com>, publié le 20/09/2024, consulté le 03/10/2024 à 06h44

monde en 2023, 28,6 milliards de dollars⁸, elle a révolutionné le marché de la distribution de telle sorte que les modèles sur lesquels était bâti le marché de la musique sont devenus obsolètes. De ce point de vue, rester dans l'ancien système fait encourir de nombreux risques aux acteurs tant en termes de visibilité que de moyen pour produire et diffuser leurs créations. Ce nouveau monde s'impose donc à tous et il est nécessaire de le connaître, le comprendre, voire le dominer pour en tirer profit. Cette révolution entraîne aussi des dérives comme la piraterie et autres qui rendent fragiles les écosystèmes dans les pays qui ne maîtrisent pas encore totalement ce milieu, d'où la crainte de certains acteurs à s'y jeter de façon résolue.

Tel est le cas au Bénin où l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication a modifié l'organisation structurelle de la filière industrielle de la musique. Le numérique a engendré de nouvelles pratiques culturelles au sein de la filière. Ces pratiques sont à l'origine du développement du phénomène de la piraterie des œuvres musicales. Malgré les nombreuses initiatives qui ont été mises en place pour réguler le marché de la musique par les acteurs, la piraterie demeure et résiste à toute tentative d'éradication. Les acteurs n'ont pas mis en place des stratégies musicales adaptées au numérique pour rentabiliser leur production. Ils ne profitent pas des avantages que leur offre le numérique.

Face à ces constats, une question essentielle demeure : Comment le monde musical béninois et en particulier les structures de diffusion doivent-elles s'y prendre pour faire face à l'avènement de la musique en ligne ? C'est pourquoi nous nous interrogeons sur les stratégies fiables d'exploitation de la musique au Bénin à l'ère du numérique. Pour résoudre notre problème principal, certaines questions secondaires nous viennent à l'esprit par priorité.

QS1 : Les modes de diffusion de la musique béninoise favorisent-elles un engouement autour des créations artistiques ?

QS2 : En quoi le numérique a-t-il changé les anciennes pratiques de création et diffusion de l'œuvre musicale ?

QS3 : Le modèle économique est-il adapté à son rayonnement sur le plan international ?

1.5. Hypothèses de recherche

Les besoins de cette étude nous amènent à émettre une hypothèse générale qui est que : l'introduction des nouvelles technologies dans le domaine de la musique a un impact sur

⁸ IFPI Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique « Global Music Report » 21 mars 2024

le développement de la musique béninoise. Autour de cette hypothèse, se trouvent d'autres que sont :

- **Hypothèse secondaire 1** : Les nouvelles technologies ont changé les habitudes de création jusqu'à la distribution des œuvres musicales.
- **Hypothèse secondaire 2** : La musique béninoise s'est adaptée au nouveau modèle économique des maisons de production à l'ère du numérique.

1.4 Objectif général

Etudier le fonctionnement de la musique béninoise et ses nouveaux enjeux à l'ère du numérique

1.4.1 Objectifs spécifiques

- Etudier l'évolution de la musique enregistrée au Bénin et de l'insertion du numérique sur le marché culturel en général et ses impacts sur la filière musicale ;
- Montrer la valeur ajoutée du numérique sur l'industrie musicale au Bénin afin d'apporter des solutions évidentes et efficaces.

Au terme de notre recherche, nous espérons obtenir certains résultats.

1.5 Résultats attendus

Au terme de ce travail de recherche, les résultats suivants sont attendus :

- Les enjeux du numérique dans le secteur de la musique béninoise sont étudiés ;
- Les perspectives qu'offre le numérique à la filière musique au Bénin sont décrites ;
- Les facteurs socio-économiques qui influencent la numérisation du secteur de la musique au Bénin sont répertoriés ;

Pour mener à bien notre recherche nous avons opté pour un stage dans les structures de programmation et de diffusion de la musique. Cela nous a permis de comprendre les modèles économiques et les méthodes dont usent ces structures de diffusion et de programmation de la chose musicale.

Cette recherche ainsi menée ne s'est pas faite sans une démarche méthodologique appropriée

1.6 Cadre méthodologique de la recherche

L'approche méthodologique utilisée comporte trois volets : la collecte des données, leur traitement et l'analyse des résultats. Mais, il convient de définir la nature de la recherche, définir ensuite l'échantillon, les techniques et les outils de collecte des données y afférents.

1.6.1 Nature de la recherche

Les données de cette recherche ont été collectées au travers de la recherche documentaire et de l'enquête de terrain. Ce qui nous a permis de faire une étude sélective des données qualitatives relatives aux entreprises de la musique et aux événements organisés dans ces entreprises. Notre recherche est donc de nature qualitative. La collecte des données s'est réalisée grâce à des techniques de collecte des données.

1.6.2 Techniques de collecte des données

Les techniques utilisées pour recueillir les données sur la distribution, la création et sur l'organisation de ces entreprises du secteur musical concernent :

❖ Travail de terrain

Notre recherche ne peut être bien menée sans le déplacement sur le terrain. C'est dans cette optique que nous avons sollicité un stage professionnel dans deux groupes qui sont des expérimentés et de renom international (**Groupe EMPIRE et BLUE DIAMOND**) pour mener à bien notre étude. Cela nous a permis de vivre la création musicale et aussi de participer à la prise de décision en matière de création, de production et de diffusion. Ce qui nous permet de proposer des théories de changements de stratégie et de promotion musicale ;

❖ La recherche documentaire

A ce niveau nous avons étudié les documents, les articles en ligne et les mémoires qui abordent les industries culturelles et ses filières, la dématérialisation et également le modèle économique dans la filière de la musique enregistrée. Le tableau I donne les différents centres sillonnés et les données recueillies.

Tableau 1 : Synthèse de la recherche documentaire

Centres de documentation	de à	Nature des documents	Types d'informations	Etat et qualité des informations
--------------------------	------	----------------------	----------------------	----------------------------------

bibliothèque		recueillies	recueillies
Bénin Excellence	Ouvrages généraux sur le secteur culturel	Informations générales sur le numérique	Informations anciennes mais très précieuses pour le sujet
Anciens mémoires à l'INMAAC	Rapports, mémoires, articles ...	Informations générales et données disponibles sur le numérique	Existence d'une large documentation utile à ce travail
Ministère du Tourisme, de la Culture, et des Arts, du Ministère de l'Economie Numérique, BUBEDRA	Revue, rapports ...	Information générale sur l'évolution de la musique au Bénin	Existence d'une large documentation utile sur le cadre d'étude
Commission Nationale Béninoise pour l'UNESCO, INSAE, Web	Articles scientifiques, Livre, Rapport...	Informations disponibles sur les chaînes de valeurs de la musique béninoise	Existence d'une large documentation contenant des informations anciennes mais toujours d'actualité

Source : Enquête de terrain, 2022.

La recherche documentaire a été suivie d'entretiens qui ont permis d'étoffer et d'affiner nos informations.

❖ **Entretien**

Dans le cadre de la collecte des données, nous avons fait usage de l'entretien que nous avons effectué avec certains acteurs de la musique béninoise en tant que technique de collecte des données dans une recherche qualitative. Cette technique nous a permis de recueillir des informations pour mieux comprendre le processus de distribution et de promotion des œuvres musicales. Mais il faut noter que le processus de collecte a été confronté à un problème de vérification des données ou d'autres préfèrent même ne pas répondre à nos interrogations pour des raisons personnelles. Par ailleurs, dans le souci de parfaire le processus de collecte des

données, sont mis à profit, des entretiens occasionnels, les entretiens avec les personnes ressources.

❖ Echantillonnage

L'enquête s'est déroulée à Cotonou dans le quartier Haie Vive dans le Groupe EMPIRE et à Saint Michel au niveau de Blue Diamond et aussi lors des spectacles de musique organisés pendant les mois de juin, juillet, août et septembre 2022. Nous avons eu à interviewer des managers, les artistes, les passionnés et autres acteurs de la musique béninoise.

Le tableau 2 ci-dessous présente le nombre de personnes enquêtées par cible ou échantillons.

Tableau 2 : Répartition de l'échantillon

Groupes cibles	Effectifs
Gestionnaires d'entreprise de musique	02
Managers	05
Artistes	07
Employés	06
Fans	11
Total	31

Source : Enquête de terrain, 2022-2023

Le tableau ci-dessus présente la répartition des personnes interviewées. De l'analyse de ce tableau, il ressort que 31 personnes ont été interviewées. Il s'agit : de 02 gestionnaires d'entreprise de musique, 05 managers d'artistes, 07 artistes, 06 employés et 11 fans ou admirateurs de la musique béninoise. Les données sont recueillies auprès de ces acteurs grâce aux outils de collecte des données ci-dessous cités.

1.6.3 Outils de collecte des données

Les outils de collecte de données utilisés sont :

- Le guide d'entretien a permis de recueillir des informations complémentaires auprès des différents acteurs de la musique béninoise et des personnes ressources dans le cadre de notre recherche ;
- La grille d'observation est l'un des outils qui a permis de comprendre de manière très sélective les réels impacts du numérique dans le domaine musical et de définir les réels enjeux auxquels doit faire face la musique béninoise pour son essor

Les données recueillies à l'aide de ces outils ont été traitées et analysées grâce à certaines méthodes de traitement de données.

1.6.4 Méthode de traitement des données

Pour mener à bien notre recherche, nous avons procédé premièrement à la collecte des données nécessaire ou qui vont dans le même sens que notre sujet de recherche. Ce travail consiste à créer une base de données où nous analysons les informations recueillies pour aboutir à une conclusion. Les données que nous jugeons nécessaires sont traitées par le logiciel Word, Google analytics. Le modèle SWOT nous a aussi permis de déterminer les options stratégiques envisageables au niveau d'un domaine. Pour déterminer la qualité de ces informations, nous avons utilisé la méthode SWOT pour identifier les forces et les faibles de la musique béninoise et aussi les opportunités et les menaces dont elle regorge. Ces différentes méthodes de travail et d'analyse nous ont permis de comprendre la pertinence et d'envisager un changement radieux pour le secteur musical.

Malgré toutes les méthodes utilisées, notre recherche s'est heurtée à des difficultés qu'il convient de mentionner.

1.7 Difficultés rencontrées

Au-delà des difficultés liées à l'accès à des documents et informations jugées secrètes par certaines personnes, nous avons été confrontés à des difficultés de planning qui ne concorde pas souvent avec les acteurs du secteur souvent indisponibles comptes tenu de leur agenda et préoccupations, aussi nous avons connu des difficultés de langues ou certaines informations sont en anglais ce qui nécessite leurs traductions. Nous pouvons dire que cette recherche nous a aussi permis d'interviewer certains artistes de renom dont nous n'avons jamais pensé les croisés de sitôt. Si certains cadres sont difficiles a rencontrés, d'autres sont

restés coopératifs avec nous pour la bonne marche des travaux de terrain. En somme, cette recherche s'est déroulée sans heurts parce que nous avons fait preuve de tact pour ne pas heurter les sensibilités des uns et des autres.

L'identification des techniques de collecte appropriées, l'élaboration des outils de collecte de données et la définition de l'échantillon nous ont permis de collecter des données qui sont présentées dans le chapitre suivant.

2 ETAT DES LIEUX DE LA MUSIQUE BENINOISE DES ANNEES 1970 A NOS JOURS

Dans ce deuxième chapitre nous allons dresser un constat de l'évolution de la musique béninoise des années 70 à nos jours et des changements structurels face au développement du numérique au Bénin.

2.1 Evolution de la musique béninoise des années 70 à nos jours

Le Bénin à l'instar des autres pays de l'Afrique a accédé à sa souveraineté nationale et internationale le 1^{er} août 1960. Mais très tôt ce petit pays de l'Afrique de l'Ouest est confronté à différents problèmes d'ordre politique et économique depuis les premiers jours de son accession à l'indépendance. C'est fort de cela qu'il a connu dans son parcours une décennie après son indépendance le régime militaro-marxiste dirigé en 1972 par le commandant Mathieu Kérékou. C'était l'époque du parti unique et de la pensée unique, une période assez difficile pour les Béninois car les causes du retard du pays sur les plans économiques et infrastructurels jusqu'à nos jours proviennent de cette période. Paradoxalement, c'était sous le régime dictatorial que le Bénin a connu les activités culturelles et surtout musicales les plus florissantes de son histoire. C'est dans cette période que le Bénin a le plus connu des artistes talentueux de renom international qui se produisaient partout dans le monde. On peut citer le vétéran de la musique béninoise Sagbohan Danialou lui qui a traversé tous les temps, Gnonnas Pedro, Tohon Stan, le Grand Miguelito, Angélique Kidjo, Yédénou Adjahoui... La capitale économique du Bénin, Cotonou, était devenue dans les années 70 et 80 la plaque tournante de la musique africaine bien avant Abidjan. La Satel avait eu l'idée d'implanter à Cotonou un studio d'enregistrement de huit (08) pistes, l'unique en Afrique centrale et de l'ouest. Ce studio faisait drainer des artistes de partout l'Afrique qui profitaient de leur séjour pour offrir de beaux spectacles aux mélomanes béninois. Les Congolais des deux rives se bouscuaient également à Cotonou. On peut citer Franco et son orchestre OK Jazz, Monseigneur Rochereau Tabu Ley avec tout son groupe Africa international, Abéti Massikini et ses Tigresses, Zaïko Langa Langa, Mpongo Love, Sam Magwana et sa bande Africa All Stars composée de Lokassa Ya Bongo, Shimita, Dizy Madjèkou sans oublier Pépé Kallé et son groupe Empire Bakuba, Suzy Kasséya etc. Ces derniers venaient s'établir pendant plusieurs années à Cotonou où ils jouaient de la musique congolaise avec les orchestres béninois Poly Rythmo, Black Santiago, Les volcans et les sympathiques de Porto-Novo avant de s'envoler pour les USA via Lomé, Abidjan et Paris. Il faut dire que les Congolais y venaient le plus souvent pour des spectacles. De même, Myriam

Makeba, Manu Dibango, Fela Anikulapo Kuti, Aïcha Koné ont plusieurs fois offert gracieusement des spectacles dans les années 70 et 80 au président Mathieu Kérékou au Hall des Sports devenu plus tard Hall des Arts et au Palais des Sports de Cotonou. La musique afro- cubaine était aussi très prisée à l'époque au Bénin. C'est ainsi que des artistes comme Johnny Pacheco, Celia Cruz, Roberto Torres, Lynda Lynda, Oscar D' Leon au cours d'une tournée africaine étaient venus se produire au Stade de Cotonou 2 (Stade René Pleven). Partout dans le pays les Cafés bars se mettaient en place dans les grandes villes du pays et proposaient des spectacles de différents types pour l'épanouissement de ses clients dans le but de remplir les poches ce qui permettaient aux artistes de se produire sur des scènes partout dans le pays.

Mais face au développement des nouvelles technologies, les nouveaux moyens d'informer ont connu une évolution avec les médias en ligne. Ces moyens de communication n'ont pas mis une croix sur la médiatisation de la chose culturelle. Ils connaissent depuis peu une ascension fulgurante dans les habitudes des Béninois. Plusieurs plateformes en ligne sont de plus en plus proposées. Pendant que certaines sont généralistes et offrent peu d'espaces à la musique, d'autres ont choisi de s'y consacrer exclusivement. Si les médias généralistes en ligne disposent d'une rubrique « culture » sous laquelle sont classés tous les articles de la sous-rubrique « musique », certaines plateformes en ligne spécialisées en Culture, consacrent toute une page à la musique. Ainsi, alors que les gros titres ne font pas une différence entre les différentes rubriques culturelles, on retrouve des plates-formes comme Bénincultures ou Dekartcom qui identifient clairement la musique comme rubrique. Pour aller plus loin, Dekartcom offre à ses internautes la possibilité de télécharger des musiques, généralement Béninoises alors que la plate-forme www.afrikopus.com a fait l'option de parler uniquement de l'actualité musicale au Bénin et en Afrique. Mais à y voir de près, ce sont les radios en ligne et les plateformes de téléchargement de musique qui ont le vent en poupe ⁹

Du côté des radios en ligne, il faut noter que toutes les chaînes de radio se bousculent pour pouvoir s'adapter à cette nouvelle méthode toujours dans le but d'accroître son audience et de s'imposer comme une radio moderne. Pour illustrer, nous pouvons citer Waka Waka,

⁹www.notrezik.net (link is external), www.voluncorp.com, www.urbenhits.com sont les sites de téléchargement de musique les plus prisées.

Radio TOKPA, KULTU Radio et TV, Radio Bénin pour ne citer que ceux-là. Mais tout ceci peut être possible grâce à l'accès à une connexion internet de qualité.

2.2 Accès à l'internet au Bénin

La République du Bénin développe aujourd'hui un véritable écosystème du numérique qui s'appuie principalement sur l'Internet. Aujourd'hui, la capacité Internet internationale du Bénin est de 775 mégabits par seconde sur le Câble SAT3 et 40 gigabits par seconde sur le câble ACE¹⁰ selon l'évaluation des indicateurs ROAM-X¹¹ de l'Universalité de l'Internet de l'UNESCO. Cette capacité Internet est redistribuée grâce à :

- Un maillage national en fibre optique,
- Un point d'échange Internet,

Des opérateurs de téléphonie mobile offrant de l'Internet mobile et une dizaine de fournisseurs d'accès Internet (FAI). Les politiques mises en place ont permis le développement des infrastructures d'accès à Internet et l'émergence d'un groupe d'acteurs très actifs. Le nombre d'abonnés Internet est de 5 456 810 en 2018¹². Selon l'Association des développeurs du Bénin et des codeurs, on y compte entre cinq cents et six cents développeurs. Ils sont formés dès le plus jeune âge dans des lieux comme Blolab, un laboratoire de fabrication numérique. 48,02% de la population du Bénin dispose d'un abonnement Internet¹³. En 2017, l'Indice de Développement d'Internet (IDI) du Bénin est de 1,94 plaçant ainsi le pays au 161e rang mondial (sur 176), derrière le Togo, le Mali, le Sénégal et la Côte d'Ivoire. L'indice de connectivité mobile de la GSMA¹⁴ mesure les performances de 163 pays représentant 99% de la population mondiale par rapport aux catalyseurs clés de l'adoption de l'Internet mobile : infrastructure, accessibilité financière, état de préparation du consommateur, contenu et services. Ces données peuvent aider l'industrie de la téléphonie mobile et les autres parties prenantes à comprendre où concentrer l'action pour favoriser une adoption accrue de l'Internet mobile.

¹⁰ Africa Coast to Europe

¹¹ The national assessment initiatives and relevance of Internet Universality (Utilisation des indicateurs ROAM-X de l'Universalité de BÉNIN l'Internet de l'UNESCO), publié en 2020 par l'UNESCO.

¹² Source Rapport ARCEP 2018.

¹³ Source Rapport ARCEP 2018.

¹⁴ La GSM Association

Mais face à toutes ces politiques, il faut signaler que l'accès à l'Internet au Bénin demeure toujours une priorité des populations qui font face à des coûts très élevés et au faible accès dans les zones rurales ce qui ne favorise pas les acteurs culturels en général et ceux de la musique en particulier de conquérir tout le Bénin en matière de vente de leurs créations. Tout ceci met un coup de fouet dans la conquête et la relation qui doit être du tic au tac entre le produit artistique et le consommateur final.

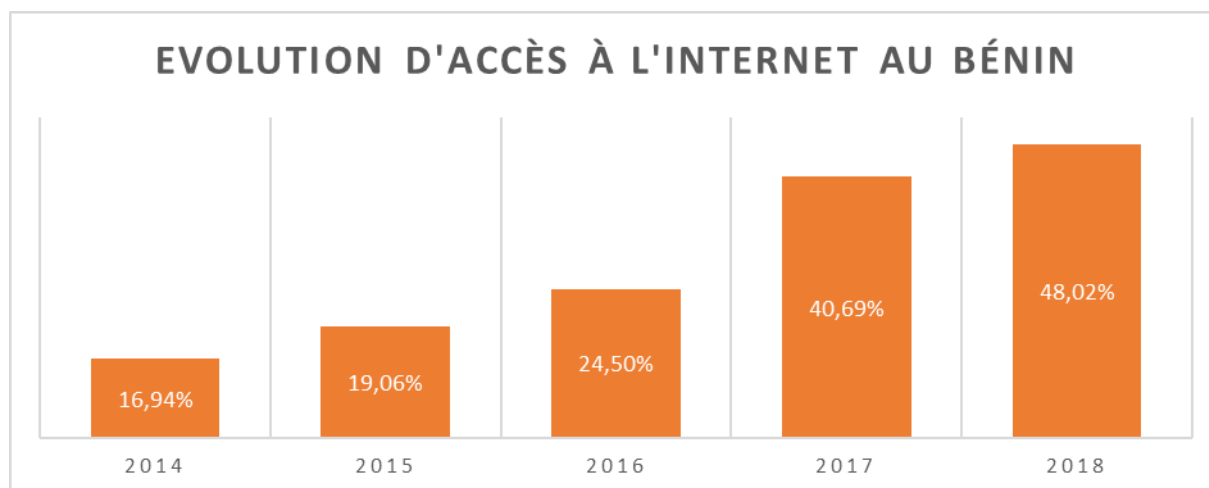


Figure A : Évolution de l'accès de la population béninoise à Internet depuis 2014 à 2018 données tirées de l'ARCEP 2018. On note alors un accroissement de l'accès de la population à l'internet. Ce qui favorise le développement de tous les secteurs que ce soit dans le domaine de la musique et autres.

2.3 Les bouleversements structurels

Là où le disque était le centre de l'économie musicale, il en devient un produit dérivé. Aujourd'hui, au Bénin la musique enregistrée se fond en un flux, un service disponible sur de multiples canaux ce qui impact négativement les structures de disques mais permet de développer d'autres moyens de se faire de gain. Dans ce mouvement, les artistes reprennent progressivement leur place, au centre de la filière musicale et s'affiche avec des regroupements pour défendre leurs causes. L'exemple de FENAAPROB, FAABEN, BUBEDRA et autres. Les nouveaux talents sont amenés à se développer par eux-mêmes en utilisant le principe du do-It-yourself. Cela va de l'autoproduction, rendue plus facile et moins chère grâce au numérique, à l'autopromotion sur les réseaux sociaux, voire l'autofinancement

via les plateformes de financement participatif, ou crowdfunding. Cela n'empêche pas les artistes d'avoir besoin de grandes structures qui existaient pour commercialiser leur musique ou gérer leurs droits. Dans l'ancien monde, ils n'avaient que le choix des majors du disque et des sociétés de droits. Dans le nouveau monde, ils peuvent aussi travailler en direct avec les Apple, YouTube ou Spotify, mais aussi avec des plates-formes plus spécialisées comme AUDIOMACK, FREEPAY ou BLAAZ et autres artistes béninois ont l'habitude de positionner leurs sons sans oublier URBENHITS, DINGA Stream créer par de jeunes promoteurs béninois pour donner un coup d'accélérateur aux œuvres béninoises. Quitte à faire appel à des prestataires de service mais sans leur céder aucun de leurs droits de propriété intellectuelle. Enfin, cette révolution numérique continue de bouleverser les pratiques du public avec l'ouverture d'un accès immédiat à des millions de titres pour un coût très réduit. Certes, le peer-to-peer et son inventeur, Shawn Fanning, avaient ouvert la voie avec Napster il y a quinze ans déjà. Mais ce procédé ne permettait pas de rémunérer les artistes ni ceux qui font de la musique. Ainsi, après une quinzaine d'années d'expérimentations technologiques, de réflexions sur la culture de l'échange et du partage, d'expérimentations juridiques, de création de hautes autorités et de recherche de modèles économiques, il semble bien que les solutions soient aujourd'hui en place. Le modèle du streaming s'installe en tant que mode dominant d'écoute de la musique. Et dans le monde du cinéma, du livre et de la presse, les initiatives ne manquent pas afin d'imposer ce même modèle. Nous sommes entrés dans la civilisation de l'accès, l'accès légal et instantané à toute la musique du monde, à toute la culture du monde... Avec le streaming, la musique préfigure un des bouleversements majeurs généré par internet avec l'émergence d'une économie de l'accès et de l'attention. Gratuit ou payant, l'accès à la musique tend à faire disparaître l'acte d'achat titre par titre au point qu'on a vu récemment Apple, la principale capitalisation boursière mondiale et le premier marchand de musique du monde, en perte de vitesse sur le téléchargement payant, racheter la jeune société américaine Beats, spécialisée dans le streaming musical et les casques audio.

2.4 Les méthodes de production et de diffusion

Au Bénin, la musique bien que n'ayant pas beaucoup de moyen pour se produire, se contentait du peu pour offrir du beau au peuple béninois qui s'en jouissait pour des motifs différents. De 1970 à nos jours, les prestations artistiques se faisaient et se diffusaient dans les cafés, les bistrot, les salles, les buvettes, les lieux publics pour ne citer que ceux-là. La musique béninoise a eu la chance d'avoir vite les radios disponibles pour la diffusion des

productions artistiques béninoises par des rubriques d'une chaîne à une autre. Ce qui permettait de mieux connaître les artistes partout sur le territoire national et dans la sous-région. Les grandes maisons de production reconnue sont : Laha Production, Guru Record qui n'existe vraiment plus ; Guru Record pour sa part a réduit ses ambitions. Cette maison produit actuellement à peine des artistes pour ne pas dire ne produit carrément plus. Cette maison de production en soi ne peut plus prendre des risques énormes face aux nouveaux moyens d'auto production. Donc à mon avis, il n'y a plus de maison de production mais il y a de l'auto production. Les artistes se produisent eux-mêmes. Mais on note quelques maisons qui résistent face à cette nouvelle donne. On peut citer AFRICA SOUND CITY, REAL REC PRODUCTION, BLUE DIAMOND et dernièrement le BMI lancé par Ulrich ADJOVI le samedi 18 Février 2023 lors du Festival International des Arts du Bénin événement qui a fait passer bon nombre d'artistes de la musique urbaine béninoise. Celui qui investit s'attend à gagner et il faut adopter les nouvelles manières de production et de diffusion qui changent les anciennes méthodes pour pouvoir se maintenir comme une industrie musicale.

2.4.1 Dans la création

De nos jours, le numérique a un énorme impact sur tous les aspects de la musique. En effet, l'utilisation de technologies numériques a changé la façon dont la musique est produite et consommée. De plus en plus d'artistes et de producteurs utilisent des outils numériques pour créer et partager leurs morceaux.

De ce fait, les technologies numériques permettent aux musiciens et aux producteurs de faire des enregistrements à un coût relativement bas. Les artistes peuvent enregistrer leurs morceaux directement sur un ordinateur sans avoir besoin d'un studio d'enregistrement professionnel. En outre, le matériel informatique peut être utilisé pour modifier et améliorer le son d'un morceau. Ces technologies numériques ont donc rendu plus facile et moins coûteux la production musicale.

De plus, ces technologies numériques permettent aux artistes de créer des morceaux avec peu ou pas de connaissances techniques. Les logiciels modernes sont conçus pour être accessibles aux débutants. Les artistes peuvent donc apprendre à utiliser ces outils et à produire leurs propres titres sans avoir à passer par un studio professionnel.

Les technologies numériques ont également eu un impact important sur les studios d'enregistrement traditionnels. Les studios ont été forcés de s'adapter à cette nouvelle

technologie, ce qui a modifié leurs méthodes de production. Les studios modernes utilisent souvent des logiciels ou des appareils informatiques pour enregistrer et modifier les sons. A titre illustratif, on peut citer Tracktion Waveform, Garageband, Audacity, Presonus Studio One. De plus, certains studios offrent maintenant des services basés sur une utilisation intensive de technologies numériques.

En conclusion, les technologies numériques ont radicalement transformé la production musicale en offrant des outils accessibles à tous et en réduisant considérablement le coût de production. De plus, les studios d'enregistrement ont été contraints d'adopter cette technologie pour rester compétitifs.

2.4.2 Dans la diffusion

L'émergence du web 2.0 a permis aux consommateurs d'agir directement sur le contenu d'un média, ainsi la communication n'est plus subie mais elle suit les envies des consommateurs. Cela a entraîné le développement de sites communautaires permettant aux internautes de se constituer un réseau et de personnaliser leur internet. Le web 2.0 a ainsi réussi à offrir le besoin de liberté dans la consommation de musique que les individus recherchent tant.

Internet et la numérisation sont devenus responsables de l'industrie musicale d'aujourd'hui n'a plus rien à voir avec ce qu'elle était il y a trente ans. « Adieu » au physique et « bonjour » au format numérique, à la possibilité d'avoir des millions de chansons dans un espace minimum. La révolution des formats et l'apparition du MP3 ont complètement relégué les cassettes et disques aux plus nostalgiques et, aujourd'hui, à ceux qui aiment le vintage. Au-delà de la forme, la numérisation de la musique était une réinvention incontournable pour le secteur. Les menaces en ligne étaient nombreuses et les contenus sont devenus pratiquement gratuits grâce à Internet avec l'apparition de certaines plateformes comme Napster. Il était plus qu'évident qu'avec l'arrivée d'Internet dans la musique, le premier point qui remarqua son effet fut celui de la diffusion.

Cependant, après de nombreuses années de lutte contre le piratage par le Bureau Béninois des Droits d'Auteur (BUBEDRA), il semble enfin que les habitudes de consommation aient changé. Les gens sont prêts à offrir de l'argent pour des chansons, à la différence près que maintenant nous n'achetons plus la musique, mais nous payons pour l'écouter légalement. La naissance du streaming est arrivée et, avec elle, de nouvelles chaînes

telles que Spotify, YouTube Music, Amazon Music ou Apple Music, entre autres. Avec eux, en outre, un nouveau monde de possibilités s'ouvre lorsqu'il s'agit de mesurer l'impact d'un artiste au-delà du nombre de ses ventes. Désormais, les auditeurs, les téléchargements ou le nombre de vues d'un clip vidéo peuvent faire qu'un artiste ou un groupe soit au top des tendances musicales. Aujourd'hui la diffusion de la musique ne nécessite plus de faire obligatoirement des cours à des maisons de disque pour pouvoir avoir une place ni à des chaînes de télévisions ou radios pour pouvoir diffuser son œuvre. L'artiste peut déjà de chez lui balancer son produit artistique depuis son portable Android grâce à des applications de diffusion à un prix presque gratuit et accessible à des millions de consommateurs en ligne sur l'internet.

Mais qu'en est-il de la création musicale ? Sans surprise, la technologie a également réussi à prendre pied dans ce domaine, à tel point qu'il existe déjà des algorithmes capables de créer à eux seuls un véritable succès musical avec des outils tels que Flow Machines. Des innovations qui ne laissent aucun doute sur le fait qu'Internet et la musique vont de pair vers une évolution constante et qui nous font nous demander à quoi ressemblera la musique de demain.

2.4.3 Dans l'organisation des concerts

Aujourd'hui l'évolution de la musique dans le monde se centralise sur le numérique et nulle part dans le monde elle n'attend pas une seconde pour sa diversification. Tout a vraiment changé et même écouter une seconde de la chose musicale nécessite de faire recours aux nouvelles technologies du numérique. Et ce n'est pas dans mon pays on dira le contraire. La musique actuelle s'impose au numérique et les acteurs ne doivent plus se permettre de dormir sur leurs lauriers ce qui mettrait notre musique en berne même si nous avons les meilleurs talents du monde.

Les effets d'Internet sur la musique ne se limitent pas seulement à la façon dont elle est créée ou distribuée, mais il y a également changé la façon dont nous comprenons le concept de divertissement en direct. Le plus grand exemple de cette révolution vient d'être vu par chacun d'entre nous à cause de la pandémie causée par le coronavirus. L'impossibilité de réunir un public avec le confinement obligatoire dans de nombreux pays, a fait que les concerts en streaming sont devenus les meilleurs alliés des artistes. Les exemples, il y en a beaucoup et pas de petites dimensions justement. Sans aller plus loin, Lady Gaga a organisé

l'émission caritative One World Together At Home, qui a réuni de nombreux grands artistes mondiaux dans un méga concert en ligne. Une tendance qui ne connaît pas les frontières et qui est rejointe par des groupes comme le sud-coréen BTS, qui ont déjà annoncé leur prochain festival en ligne.

Cependant, laissant la pandémie de côté et se tournant vers les concerts physiques tels que nous les connaissons, Internet s'est également faufilé sur ce terrain. La preuve la plus évidente en est de voir comment les billets pour les spectacles de certains artistes sont épuisés en quelques minutes après leur mise en vente, grâce à la possibilité d'acquérir le billet en ligne. Quelque chose qui, il n'y a pas si longtemps, serait totalement impensable sans faire la queue plusieurs heures.

Comme si cela ne suffisait pas, les nouvelles technologies sont également « téléchargées » directement sur scène, révolutionnant complètement le monde des concerts en tant qu'artistes virtuels sous la forme d'un hologramme. Un monde en constante évolution depuis les pionniers Gorillaz jusqu'au succès d'Hatsune Miku, l'hologramme le plus célèbre au monde sous la forme d'une diva virtuelle qui a parcouru le monde dans le plus pur style rock star.

Mais les hologrammes nous apportent non seulement de nouveaux phénomènes musicaux, mais sont également capables de remplir à nouveau les stades sous la forme d'artistes déjà décédés. C'est le cas de la tournée populaire de Whitney Houston, visiblement sous forme d'hologramme, ou de María Callas. Une manière de « secourir » les artistes qui ne convaincent pas tout le monde mais qui, sans aucun doute, a un impact.

2.4.4 Relation entre fans et artistes

Depuis l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il est désormais possible de personnaliser les messages et de diversifier l'offre afin de satisfaire les nombreuses demandes divergentes existantes sur le marché. Toutefois, les stratégies marketing des maisons de disque s'étaient jusque-là concentrées sur les mass média, délaissant quelque peu les fans. Depuis la crise que l'industrie traverse, ces dernières doivent à présent se recentrer sur le cœur de cible que constituent les fans : ce sont eux qui peuvent assurer la durée d'un artiste sur le long terme et ils représentent une importance économique non négligeable.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux rapprochent le côté le plus humain et quotidien des artistes de leurs followers, ce qui nous permet de les connaître un peu plus. Tout fan a la possibilité d'écrire un commentaire à son chanteur préféré et, ce qui est plus choquant, cet artiste peut lire, lui répondre et même partager son contenu, comme une reprise par exemple.

Sur le plan professionnel, les réseaux sociaux ont complètement changé les règles du jeu de l'industrie. Les artistes dévoilent leurs reprises sur les réseaux sociaux, leurs collaborations, leurs prochains projets et en avant-première leurs singles. Il est pratiquement indispensable de les suivre sur leurs profils si vous voulez être au courant de toute actualité. Informations immédiates et de première main disponibles pour tout adepte.

Comme si cela ne suffisait pas, Internet nous permet également de nouvelles façons de faire notre travail en tant que communicateurs et, encore une fois, nous prenons comme exemple la quarantaine, dans laquelle le contenu culturel a été fortement demandé. Grâce à des outils tels que les appels vidéo, il a été possible de se connecter avec nos artistes préférés et de les interviewer presque comme nous en avons l'habitude.

2.5 Dans l'évolution des métiers

La situation actuelle du marché de la musique oblige les maisons de disque et les labels à adopter des stratégies créatrices d'un maximum de valeur. La solution aujourd'hui retenue est de tendre vers une diversification des activités et chercher à réaliser des bénéfices dans les secteurs directement ou indirectement liés à la musique elle-même. Cette solution se manifeste par une diversification des produits et des supports ainsi que par une diversification des activités¹⁵.

Tout ceci a impacté les métiers qui existaient dans le domaine en offrant la possibilité de la création de nouveaux métiers plus professionnels. La musique traîne en son sein de nombreux métiers aujourd'hui comme le designer, le webmaster, l'ingénieur de son et de vidéo... Cette évolution ouvre la porte à de nombreuses activités génératrices de revenus et impactera le secteur de l'emploi ce qui donnera un bonus dans la contribution des entreprises à la trésorerie nationale.

¹⁵ Débat organisé par la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération) grâce au concours de l'Adami et la Spedidam Avril 2006 - Mars 2007, [http : //www.fing.org](http://www.fing.org)

Grâce à l'intelligence artificielle aujourd'hui, la musique peut se faire d'une manière plus artificielle et peut ne pas nécessiter à ses côtés l'être humain dans la diffusion des contenus musicaux. Il suffirait juste d'exprimer sa volonté face à un agrégateur pour être satisfait de son désir. Ce qui réduit la main d'œuvre et permet aux maisons de production de se passer quelquefois des artistes dans la production d'une œuvre musicale. Du fait que ça aide les maisons de productions à sans passer des artistes elle permet aussi aux artistes de bien positionner leurs œuvres sur les plates-formes les mieux utilisées sans avoir recours à des sites pour booster son contenu. Il est également utilisé pour découvrir et recommander de la nouvelle musique et joue un rôle influent dans un monde de diffusion en continu dans lequel nous avons le choix entre des millions d'œuvres.

2.5.1 Impacts coûts

La baisse des coûts des nouvelles technologies permet à l'artiste de se produire, se promouvoir et se distribuer sans avoir recours à un label. L'évolution technologique permet une diversification des formats de lecture. Voici quelques exemples d'artistes qui se détachent des maisons de disques et se produisent en solo sans avoir couru de gauche à droite pour des supplications derrière les grandes maisons de production : sur des plates-formes ils distribuent leurs œuvres sans aucun souci. On peut citer Dibi Dobo, Blaaz, Crisba et autres... et ont permis aux internautes d'avoir accès à leurs albums en streaming. On remarque aussi le développement de peer to peer¹⁶ qui permet un échange direct entre artiste et ses fans ce qui favorise une désintermédiation¹⁷ de la vente de musique. Internet est un canal d'exposition supplémentaire aux activités traditionnelles de l'industrie du disque. D'un autre côté, ne servirait-il pas de canal de substitution pour des artistes qui n'ont pas accès aux réseaux de distribution traditionnels ? Dans ce cas précis, c'est une forme d'autoproduction, il s'agit de la pratique du Do It Yourself. Le meilleur exemple d'autopromotion est celui du groupe de rock belge Wilco avec leur album *Yankee Hotel Foxtrot* » qui a été refusé par les maisons de disques, ne le jugeant pas assez commercial. Il devait être commercialisé par le label. Reprise,

¹⁶ Peer to peer ou pair à pair en français est un modèle d'échange en réseau où chaque entité est à la fois client et serveur, contrairement au modèle client-serveur, publié en juillet 2018 sur wikipédia

¹⁷ Les artistes ne font plus appel aux maisons de disques pour la promotion de leurs disques. Désormais, Internet et le numérique permettent de créer des liens entre les artistes et les consommateurs.

mais fut rejeté pour son manque de potentiel commercial supposé et il fut ensuite repris par Nonesuch Records¹⁸.

De nos jours, il est également possible d'assurer sa promotion à l'aide de weblogs¹⁹. Ce phénomène est né au milieu des années 90 aux Etats-Unis. Au départ, leurs objectifs étaient de grouper une somme de ressources en ligne autour d'un thème précis en diffusant des listes de liens hypertextes pointant vers des sites web jugés intéressants par leurs auteurs. En 1999, le blog se spécialise et prend sa forme actuelle : il intègre les dernières fonctions multimédias d'Internet. En 2005, le nombre de blogs augmente et devient un phénomène mondial relayé par la presse et les médias. Cette pratique s'adresse à présent au grand public. Comment expliquer cet engouement ? Tout d'abord parce qu'Internet est synonyme de révolution numérique. De fait, il est à la fois accessible dans les lieux publics (cyber-café, bibliothèques...), et intégré dans de nombreux foyers mais aujourd'hui c'est à la portée de main vu l'accès des smartphones qui s'est répandu partout dans le monde. Face à ces différentes mutations qu'a subi l'industrie musicale, il urge d'adopter de nouvelles pratiques économiques fiables pour porter l'étendard de la musique béninoise très haut.

¹⁸ Source : <http://musique.fluctuat.net/wilco.html>

¹⁹ **Weblog** : Le weblog signifie trace sur le web. Sa finalité serait donc de représenter son auteur dans le monde virtuel d'internet. Il contient aussi bien du texte, des images, du son et de la vidéo, tous au format numérique, Béchet Christine « créer son blog en 5 minutes », 2005

3 LES PRATIQUES ET LES ENJEUX ECONOMIQUES ACTUELS DES INDUSTRIES MUSICALES BENINOISES

Le numérique s'est imposé partout dans le monde comme un outil indispensable dans tous les domaines de la vie. Mais sa présence dans le secteur de la musique a tout révolutionné et donne un plus valu aux entreprises ou aux artistes du secteur de s'y adapter pour une meilleure dynamique dans la création, la production et la diffusion des œuvres. Ce qui appelle à une nouvelle forme d'organisation dans la gestion des pratiques économiques. C'est vrai que les pratiques économiques du secteur de la musique diffèrent d'une entreprise à une autre vu la pléthorique des stratégies pour se renflouer les poches. Ce qui nous a amené à étudier les cas de **Blue Diamond** et du **Groupe Empire** qui sont deux structures de la production, promotion et de la programmation des artistes de la musique béninoise. Ces deux structures font un grand effort dans le développement de la musique béninoise dans un contexte où les sources de financement de la chose culturelle sont difficiles à obtenir du fait du secteur qui peine à convaincre les gouvernants parce que pour eux, il y a d'autres priorités plus utiles que la jouissance.

3.1 Cas de Blue Diamond

Créé en novembre 2016 par le promoteur culturel Sidikou Karimou, le label blue diamond situé à Cotonou, quartier Saint Michel, a su se faire une place dans le secteur de la musique au Bénin et dans la sous-région ouest africaine. Passionné de la bonne musique, Sidikou n'a point hésité à se lancer dans la production d'artistes quand il lui a été présenté un projet musical clair et concis. Cette maison de production de la musique urbaine se hisse parmi les meilleurs de l'industrie de la musique au Bénin. Spécialisé dans la production et la diffusion des œuvres grâce à son accord avec le groupe Canal 3 Bénin (chaîne de télé), Blue diamond dispose du droit de diffusion sur toutes les musiques qui se diffuse sur la chaîne Canal 3 Bénin. Cet espace lui permet de promouvoir les artistes de son label et d'autres artistes le souhaitant en commun accord avec le groupe. Tenant des spécialistes de la création à la diffusion, Blue diamond impose sa marque grâce aux talents de ses artistes partout dans le monde lors des spectacles par des contrats de reproductions artistiques sur différentes scènes. Ses artistes les mieux connus sont Zeynab, Queen Fumi, Manzor qui a récemment quitté et Fanicko qui est l'actuel "numéro 1" de la musique urbaine béninoise, le label se place aujourd'hui à la tête des structures de production de musique au Bénin. Quelques années plus tôt, cela était inconnu du public (le label) jusqu'à ce que Fanicko, ex-protégé de Mister Blaaz,

y signe. On peut donc bien se demander comment Blue diamond a su s'imposer aussi rapidement sur le marché musical béninois. Mais quand on voit les Hommes qui se battent du jour au lendemain de cette structure, on comprend mieux ce qui peut y passer.

Blue Diamond fait partie des industries culturelles les plus dynamiques au Bénin. Il favorise l'éclosion de ces artistes grâce à ses stratégies qui sont de divers ordres. Comme on l'avait si bien précisé, son droit de diffusion acquis à Canal3 Bénin lui permet de détenir le droit sur la diffusion des clips joués sur cette chaîne de télé. Cette acquisition de droit lui permet de promouvoir les artistes avec qui il a des contrats de production et aussi d'autres artistes par des contrats de diffusion et de promotion.

Cet institut de diffusion et de promotion se hisse grâce à son adoption le plus tôt possible des nouveaux moyens technologiques de la production à la diffusion de la musique sur une échelle plus large que le Bénin. Mais on note constamment une grande vision du groupe de par leur détermination et la définition d'une stratégie plus claire dans la production et la diffusion de la musique béninoise.

3.2 Cas du GROUPE EMPIRE

Créé le 12 mai 2016, le groupe Empire s'est vu élargir sa structure de l'événementiel pour la création d'autres structures toujours dans le développement du secteur culturel. Aujourd'hui le Groupe Empire a su imposer sa notoriété dans le secteur de la culture et on ne peut plus parler des entreprises culturelles les plus influentes sur le sol béninois sans parler du Groupe Empire. Dirigé par un homme de vision comme Ulrich ADJOVI, un opérateur culturel qui maîtrise et innove à travers l'organisation de plusieurs types d'événement culturel partout dans le pays et dans la sous-région de l'Afrique de l'Ouest. Il faut noter qu'on ressent de plus en plus le Groupe qui s'impose dans l'organisation des concerts et se positionne comme un acteur très important dans la filière musique au Bénin à travers les grands spectacles comme le YELLOW FEVER 229, Concert des artistes comme DADJU, TOGBE YETON et dernièrement le FINAB (Festival International des Arts du Bénin). Mais la création récemment de BMI (Black Music Industry) change la donne et vient nous montrer que Empire événementiel ne veut pas s'arrêter seulement sur la programmation des spectacles mais veut s'imposer en tant qu'une industrie culturelle les plus accomplies de la sous-région par la création, la promotion et la distribution des contenus musicaux ce qui se fera par une prospection des talents partout dans le pays et les aider à valoriser leur création grâce à des

programmes de développement de carrière et des travaux très prolifiques dans son studio nouvellement créé. Dans ce contexte, Empire veut se mesurer comme Universal Music, Sony Music, Mavins Record dans la hiérarchie de l'industrie de la musique continentale. Tout ceci permettrait de hisser la musique béninoise parmi les industries musicales les plus prolifiques d'Afrique et dans le monde.

Si la venue du numérique a beaucoup modifié l'ordre de la diffusion et la programmation de la chose musicale n'en déplaît que dans la programmation, le Groupe Empire s'est vu fortement adapté à de nouvelles méthodes dans la gestion des spectacles et autres. C'est dans cet optique que la structure a créée en son sein une structure spéciale TAM-TAM Communication où travaillent des experts de la digitalisation pour la propagande de ses événements à travers des publicités pointues sur les médias en ligne et petitement dans les médias traditionnels qui sont coûteux et qui ne touchent pas concrètement les jeunes qui aujourd'hui n'ont plus trop d'intérêt à suivre les émissions télé et radios que d'être sur les réseaux sociaux. Mais grâce à ce concept nouveau de la diffusion numérique il faut aussi suivre le mouvement comme la plupart des consommateurs sont désormais sur les plateformes digitales.

Aujourd'hui rien ne se fait dans le secteur de la musique sans la numérisation de la création à la programmation même dans la négociation des contrats pour des spectacles.

Le Groupe Empire fait partie des entreprises qui concentrent ses investissements dans l'organisation des spectacles ce qui est leur modèle économique. Ce modèle fondé sur la vente des billets d'entrée lors des spectacles leur permet d'assurer les employés et de faire une économie pour la survie de l'entreprise. Grâce à sa notoriété et la disponibilité de la logistique dans l'organisation des spectacles, il se voit chaque fois à ses événements le positionnement de nombreux sponsors pour la promotion et la visibilité de leurs produits. De la période du 19 Mars 2022 à la période 02 Mai 2023 ils ont pu organiser plus de 100 spectacles dans différents lieux partout sur le sol béninois. Sur ces différents lieux ils ont pu programmer plus de 200 artistes et groupes d'artistes.

La question des nouvelles technologies dans ce groupe fait partie des priorités majeurs car on le constate lors de l'organisation des spectacles à travers le déploiement des appareils de nouvelles générations. On voit le plus souvent l'achat des billets en ligne, la diffusion des supports et contenus visuels pour la propagande de leurs événements et aussi la diffusion du direct de certains spectacles. Il est alors certain qu'on ne peut plus parler de la

musique sans indexer le secteur du numérique à Empire qui a vite compris et s'adapte de jour au jour à ces nouvelles méthodes.

Tableau 3 : Tableau récapitulatif des événements organisés par le Groupe Empire dans la période du 19/03/22 au 02/05/2023 sur le territoire Béninois. Lors de ces spectacles, l'Etat perçoit un pourcentage de 3 % sur le cachet de chaque artiste comme AIB.

Période	Nombre de spectacles	Nombre d'artistes	Coût des spectacles	Nombre d'emploi	AIB
19/03/22 au 02/05/2023	86	196	44.665.000 FCFA	+15 emplois par spectacle	1.339.950 FCFA

L'adoption de ces différentes pratiques amènent les industries musicales béninoises à faire face à de nouveaux enjeux à l'ère des nouvelles technologies du numérique.

3.3 Les enjeux

L'impact de la numérisation sur la chaîne de la vie musicale est sans précédent dans l'histoire. Cependant, les nombreux et profonds changements qui ont affecté la musique n'ont pas supprimé tout moyen de continuer à la commercialiser, et à en vivre. La rémunération de la création, condition indispensable au fait de permettre la production d'œuvres de qualité, prend donc une nouvelle dimension. Certes, les échanges de fichiers numérisés et les activités de partage illégal sont un risque pour le droit d'auteur, qui reste difficile à endiguer. Mais de nouvelles voies sont ouvertes par la numérisation : en particulier, la vente de musique légale en ligne constitue une réelle alternative pour les acteurs de l'industrie musicale. Les majors ont pourtant mis un certain temps à s'y adapter. Elles se sont focalisées sur les échanges illégaux, et sur l'effondrement des ventes de disques, sans véritablement faire face aux nouveaux moyens de vente de musique. Elles ont perdu de précieux atouts dans la lenteur avec laquelle elles ont réagi à la numérisation, au profit de nouveaux acteurs tels que les fournisseurs d'accès. Dans cette partie, nous étudierons les différents aspects du nouveau marché qu'est la vente de musique en ligne, les droits d'auteur et leurs rémunérations et enfin les conditions d'accès à des Béninois à l'Internet.

3.3.1 Les défis de la vente

Le développement du numérique s'est traduit premièrement par une nouvelle vague de démocratisation de l'accès dans les industries culturelles. Celle-ci a redonné du pouvoir aux consommateurs, qui ont la possibilité de comparer et de choisir, entraînant une remise en cause des logiques d'offre et de programmation qui primait dans le champ culturel. À cette logique verticale s'est substituée une logique de pilotage par la demande, qui renforce la nécessité pour les œuvres de séduire les acheteurs et les consommateurs. Cette inversion s'est accompagnée d'un sentiment de libération des consommateurs, vis-à-vis des intermédiaires, qui s'est beaucoup exprimé aux premiers temps d'Internet. En outre, elle a un impact sur la valeur que les consommateurs accordent à l'œuvre.

Si nous devons nous en tenir compte de l'harmonie des fourmis pour traverser chaque obstacle, les acteurs de la filière de la musique béninoise doivent aller sur le marché musical ensemble vu que les contenus en ligne n'est plus comme le marché traditionnel. Ce qui va permettre de constituer un marché numérique de la musique béninoise très solide pour conquérir plus le monde et de mieux vendre les œuvres. Parce qu'avant de positionner l'œuvre ils auraient pu sélectionner le bon produit vendable partout dans le monde et non à un tiers personne. Tout ceci se fera avec des structures bien équipées sur le plan technique et sur le plan organisationnel pour convaincre les consommateurs de la chose musicale à mieux comprendre ce qui se fait désormais au Bénin par une forte communication autour de nos créations artistiques. Mais on ne peut rien faire sans mettre le consommateur final au centre des définitions de stratégies pour comprendre réellement ce qu'il aime et ce qu'on doit lui proposer pour le fidéliser face aux œuvres musicales du Bénin.

Face à des structures bien assises, il faut bien définir le modèle économique qui va le plus développer le secteur en le propulsant plus loin. Vu que les quatre modèles d'affaires (par le paiement par téléchargement dépendant de la technologie du fournisseur, paiement par téléchargement indépendant du fournisseur, basés sur l'abonnement et en fin les modèles d'affaires qui incluent des commissions sur la revente de contenu audio numérique) qui ont créé la disparité entre l'offre et la demande ne répondent plus aux besoins des consommateurs finaux, il tient alors lieu d'opter à des modèles plus innovants qui sauraient être plus proches des attentes des différentes parties.

Enfin, il faut définir des nouveaux textes de lois régissant la diffusion des contenus en ligne pour permettre aux acteurs de se conformer sans enfreinte à la liberté de tout un chacun de nous et d'en protéger les valeurs morales et culturelles de notre nation.

3.3.2 Les droits d'auteur

L'essor du streaming a soulevé une question reprise avec passion par la presse, celle de la rémunération des artistes. En réalité, il s'agit d'une question plus technique portant sur la légitimité des clauses contractuelles liées au partage de la valeur dans l'industrie musicale ainsi que sur celle des régimes juridiques couvrant les différentes exploitations des enregistrements.

Il faut souligner que la question du droit d'auteur est une question cruciale qu'il urge de trouver des solutions idoines à l'ère des nouvelles technologies du numérique ou la piraterie et les écoutes des contenus musicaux semble être de plus en plus gratuit dans le monde. Si nous nous tenons compte de la gestion collective des droits d'auteur, on pense trouver un tant soit peu une réponse à cette préoccupation. Mais ce qu'il tient à rappeler est que la question de la gestion des droits d'auteur existe toujours et les solutions pour résoudre ce problème nécessitent une définition commune des règles pour pouvoir venir à bout de cette préoccupation à l'ère du numérique.

Aujourd'hui le consommateur a la capacité de copier une musique sans une quelconque autorisation ce qui n'encourage pas le créateur de l'œuvre de pouvoir jouir pleinement de son droit. Mais s'il y avait une restriction qui permet aux consommateurs de savoir que le fait de copier une chanson illégalement est contraire à la loi et qu'il risque une condamnation, il sera un peu difficile pour lui de le faire comme si il le fait actuellement sans aucune inquiétude. Il faudrait alors une mise à jour de la loi n° 2005-30 du 05 avril 2006 relative à la protection du droit d'auteur et des droits voisins en république du Bénin en y ajoutant des nouvelles réglementations pour contenir les dérives de la piraterie dans le système numérique actuel.

L'arrivée des plates-formes comme mode de distribution des biens culturels se traduit par un contexte renouvelé, dont la prise en compte est essentielle dans la redéfinition de l'intervention publique. La transformation des modalités de production et de distribution des œuvres s'accompagne d'un déplacement et d'un changement de nature de la concurrence. La raison principale tient au fait que l'offre que proposent les plates-formes est surabondante.

D'abord parce qu'elles peuvent stocker un nombre gigantesque de titres. Ensuite parce que les barrières à l'entrée ont été abaissées de façon importante dans la plupart des secteurs, avec comme conséquence la multiplication des offres créatives (autoédition dans le livre, matériels et logiciels professionnels accessibles dans le domaine musical, les jeux vidéo ou l'audiovisuel pour une autoproduction de qualité, production UGC sur YouTube ou sur les réseaux sociaux tels que Tik Tok). De ce fait, le marché de toutes les industries culturelles est devenu hyper concurrentiel. La concurrence entre propositions artistiques ne se joue donc plus tant pour l'accès à des canaux de diffusion autrefois marqués par une certaine rareté (la présence en librairie, la signature avec un label de musique ou la programmation dans une salle de cinéma) que pour la captation de l'audience. Ce basculement rend nécessaire non seulement d'être capable de proposer des œuvres, pour lesquelles les plates-formes ouvrent un appel d'air gigantesque, mais de leur permettre de rassembler rapidement une audience, dans un nouveau contexte où la concurrence est encore plus exacerbée.

Si nous prenons l'exemple de la France où le protocole d'accords pour le développement durable de la musique en ligne, orchestré par le médiateur Marc Schwartz en 2015 revient sur ce partage de la valeur jugé inéquitable. Il entend poser le principe d'une rémunération minimale garantie aux artistes en contrepartie de l'exploitation numérique de leurs enregistrements. Cette orientation s'accompagne d'outils destinés à la réalisation du projet, notamment la rédaction d'un code des usages et bonnes pratiques de l'édition des œuvres musicales²⁰ qui verra le jour fin 2017 mais dont le contenu, très soucieux de ne pas porter atteinte à la liberté contractuelle, ne semble avoir qu'une portée limitée et symbolique.

Tout ceci nécessite l'implication de l'auteur de l'œuvre et son rôle primordial dans la diffusion de sa création. Mais comment se gère le droit d'auteur dans ce monde de digitalisation des contenus en ligne ?

Il faut alors comprendre que les rémunérations de l'auteur passent par l'accès d'un public à son contenu mis en ligne. Chaque fois que le consommateur y va pour écouter ou visualiser son contenu, l'auteur de l'œuvre engrange des points qui lui permettent de capitaliser dans un délai donné un nombre important d'audience autour de sa production. C'est tout ceci qui montre l'agissement des artistes sur les réseaux sociaux de chaque fois créer de buzz autour d'une nouvelle sortie pour amener les fans à s'en approprier dès le

²⁰ Code des usages et bonnes pratiques de l'édition des œuvres musicales, signé le 4 octobre 2017 par (...)

lancement de l'œuvre. La figure ci-dessous montre combien d'écoutes il faut pour gagner un euro sur les plates-formes.

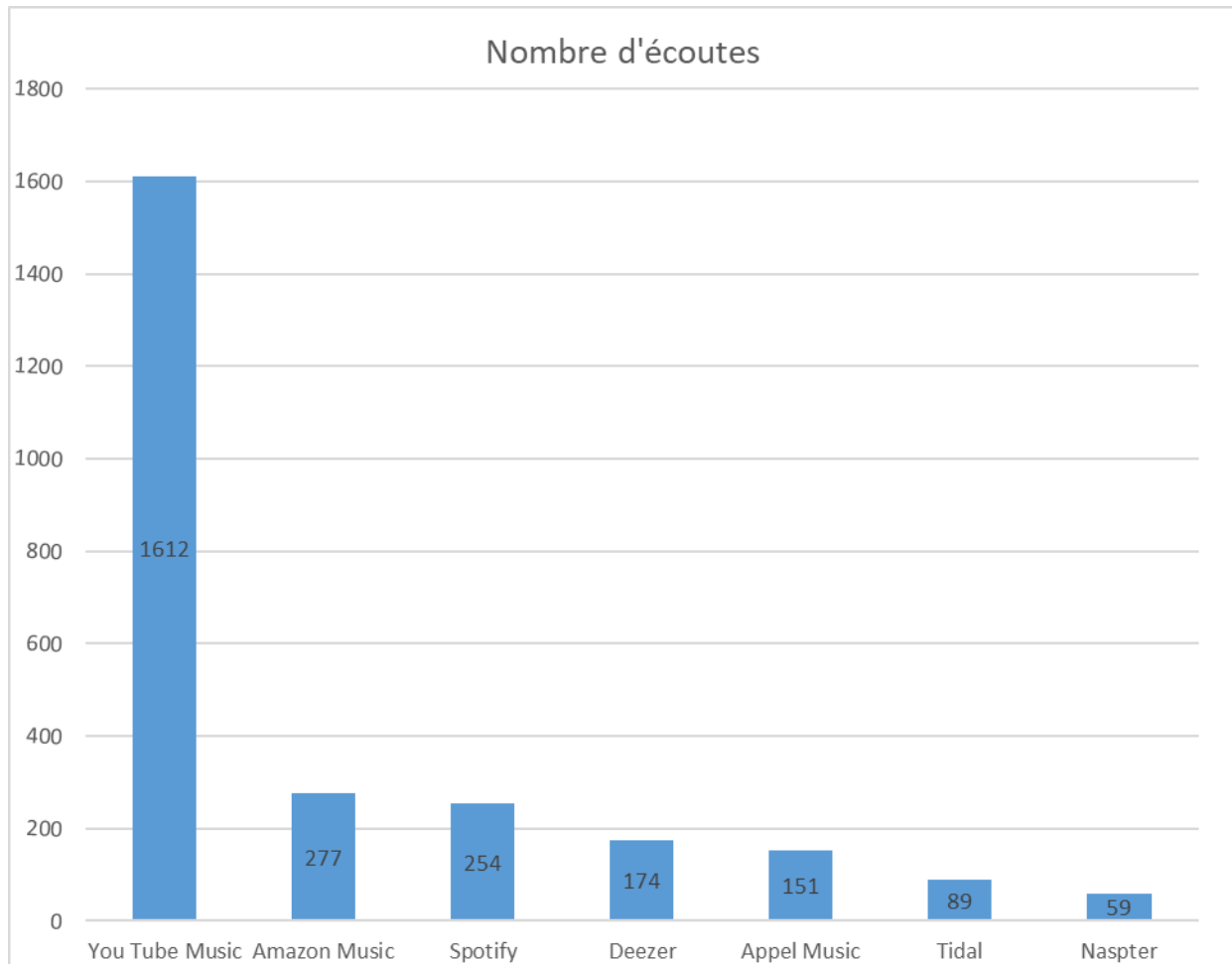


Figure B : Nombre d'écoutes nécessaire par un artiste pour gagner 1 euro.

Exemple : Prenons l'exemple d'un artiste (x) qui fait un million d'écoutes sur un single sur spotify, cela fait $x = \frac{1000000}{254} = 3937,01 \text{ euro}$. Il tient à noter que les rémunérations des artistes diffèrent d'un continent à un autre, et aussi l'extraction des frais d'exploitation et la TVA avant que l'auteur ne vienne en possession de ce qui lui est dû.

Considérées comme étant l'activité la plus rentable, les représentations scéniques, à savoir par exemple des concerts, des premières parties ou encore des festivals, restent à ce jour la méthode la plus fiable pour générer des revenus. Comme nous l'avons tous constaté ces derniers mois ou les artistes béninois ont organisé partout sur le territoire national des concerts pour accroître leurs audiences et aussi pour une revalorisation de leurs cachets lors

des spectacles privés. On peut alors comprendre que la scène est indispensable pour la carrière d'un artiste, aussi bien en termes de développement artistique que de marketing. D'une part, se produire en « live » permet de toucher plus intimement son public et, d'autre part, cela permet également le développement de son réseau dans sa niche musicale. Néanmoins, notons également qu'un artiste se produisant constamment dans la même localité peut notamment conduire à une diminution graduelle du cachet éventuel²¹.

3.3.3 La numérisation des contenus : un problème pour les acteurs

A travers les différentes informations recueillies lors de nos interviews, nous avons été en mesure de prendre conscience de l'importance pour un artiste d'agir comme un entrepreneur en vue d'appréhender les différents enjeux que soulève le streaming digital dans leur carrière musicale. En effet, la dématérialisation ainsi que la diminution des coûts de production de la musique ont engendré une explosion du secteur musical, créant ainsi une masse considérable d'artistes sur les plateformes de streaming. Cet enjeu a notamment pour conséquence principale le changement du comportement professionnel des artistes souhaitant vivre de leur musique. Ainsi, les points évoqués prochainement auront pour intérêt d'illustrer les nouvelles réalités de cette ère du streaming digital ainsi que les pratiques modernes de production pour y faire carrière.

Premièrement il faut noter qu'au Bénin la majorité des acteurs de cette filière végètent dans l'analphabétisme total. On peut alors comprendre que l'adoption de ce système de fonctionnement paraît un peu compliqué. Un système où l'artiste joue pratiquement tout le rôle qui ne devrait pas être le sien pour trouver une place parce que ne faisant pas confiance à ceux qui devraient mieux structurer la machine pour faire plus sa promotion, il se positionne comme l'homme a fait tout ce qui complique un peu le développement des carrières artistiques de certains artistes béninois. D'autres ayant délaissé carrément ceux qui sont compétents ou ayant reçu une formation dans la gestion des carrières artistiques pour le choix d'un ami ou un frère comme manager ne maîtrisant rien dans le domaine fait de la peu près pour l'artiste.

Aujourd'hui ou le développement de la carrière artistique ne peut se faire sans les nouvelles technologies du numérique, l'artiste ou le manager doit avoir un carnet d'adresse

²¹ Marketing Musical, 2018

bien structuré avec une grande connaissance dans la gestion et la création de contenus sur les réseaux sociaux, comprendre vite les agrégateurs de contenus les plus rentable dans le domaine de la musique pour mieux exposer son artiste à un public plus large et plus aimant. L'artiste ne peut pas être au four et au moulin. C'est ce qu'il tient à souligner aux artistes pour une bonne gestion de leurs carrières.

De plus, les conditions d'accès à l'internet et le coût au Bénin est un problème crucial. C'est ce qui a amené les jeunes à s'organiser pour mener une campagne contre les oligopoles des réseaux mobile, contre l'ARCEP et le ministère de l'économie numérique pour l'accès à l'internet à moindre coût et de qualité. Leur slogan était 1giga Favi. Mais ceci n'a abouti à rien face à l'indifférence de ces mêmes artistes qui devraient utiliser leurs audiences et visibilité pour mener à bien cette campagne. Face à cet état de chose, la numérisation des contenus ne sera jamais une belle expérience pour les acteurs. Bien que le gouvernement fasse déjà des efforts pour le développement des réseaux d'accès à l'internet, il tient de noter que le coût de l'internet au Bénin ne donne pas la joie au cœur dans un pays où la population peine à se nourrir.

De surcroît, le problème majeur de la numérisation est le recouvrement des droits d'auteur. Sur les plateformes de diffusion de la musique en ligne le recouvrement des droits d'auteur pose un problème vu le nombre important des téléchargements illégaux qui n'encouragent pas l'artiste à jouir bien de son produit. C'est fort de cela que nous mettons souvent l'accent sur la formation des acteurs qui maîtrisent déjà mieux le fonctionnement de ce système qui peut offrir plus de bien que de mal dans un monde où tout devient numérique ou il faut avoir plus de moyens pour toucher le consommateur et le fidéliser.

La musique bien qu'étant un instrument de plaisir fait partie des filières les plus rentables pour une nation grâce à des concerts et autres différents types d'événements. Au Nigeria, les acteurs de cette filière ont compris et investissent assez d'argent pour son développement. Mavins Record de Don Jazzy's a investi 150 millions de Naira pour faire tourner la musique de ces artistes en seulement le premier trimestre de l'année 2023. Cela inclut la production de chansons, les tournages vidéo, la distribution, les promotions télévisées, la campagne des blogueurs et les challenges sur les réseaux sociaux. On comprend par-là que la musique nécessite assez de moyens pour se hisser au sommet comme toute autre activité en créant des devises pour la nation. Les investissements dans la filière musique sont créateurs de beaucoup d'emplois même si les gens regardent toujours la musique béninoise

avec de petit œil comme l'enfant unique d'un couple. Parce que c'est seulement l'artiste qui bénéficie de toutes les retombées de son art.

3.3.4 L'adaptation à des nouvelles technologies et la formation des acteurs.

La musique enregistrée au Bénin végète toujours dans la quasi-totalité dans l'ancien système où l'artiste attend une maison de production pour venir à sa rescousse pour pouvoir sortir un single ou un album. Mais à l'heure des nouvelles technologies du numérique où les artistes s'auto produisent et diffusent facilement leurs œuvres sur les plateformes en ligne sans attendre un bienfaiteur, il urge de trouver des solutions adéquates à la formation des acteurs de la filière musique béninoise pour mieux l'exporter sur d'autres cieux.

De nos jours, on ne peut plus parler de musique sans parler du streaming qui est la méthode la plus utilisée et qui permet de diffuser à un grand nombre juste par un clic à des millions de consommateurs qui se trouvent partout dans le monde. Le streaming est actuellement le moyen de diffusion le plus utilisé dans le secteur de la musique enregistrée. Le secteur du streaming musical a connu une croissance exponentielle depuis le début du XXI^e siècle, notamment grâce au développement de grandes plates-formes numériques multinationales aux catalogues toujours plus vastes. La popularité du streaming musical s'est encore accrue avec la survenue de la pandémie de COVID-19 en 2020, qui a réduit les possibilités de concerts en direct et intensifié la consommation numérique de la culture. En 2021, le streaming représentait 65 % du total des revenus mondiaux de la musique enregistrée (16,9 milliards de dollars des États-Unis)²² et 109,5 millions de nouveaux abonnés ont commencé à écouter de la musique en streaming, portant le nombre total d'abonnés dans le monde à 523,9 millions²³.

Il tient à noter que le développement de l'écosystème du streaming varie considérablement d'une région à une autre grâce à des facteurs de disponibilité et l'accessibilité à des infrastructures technologiques de qualité et à la mise en place des réglementations adaptées qui jouent un rôle très important.

²² IFPI. (2022). IFPI Global Music Report 2022 - State of the Industry. www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/04/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf.

²³ Mulligan, M. (18 janvier 2022). Music subscriber market shares Q2 2021. MIDIA Research. www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-q2-2021.

Afin de démontrer la présence évolutive du streaming dans l'industrie et son impact dans la carrière d'un artiste plus particulièrement, il nous semble intéressant de présenter la répartition du revenu mondial selon les différents modes de rémunérations musicales en 2019. Comme expliqué précédemment, cette mise en contexte de l'univers musical peut notamment être expliquée dans le rapport annuel de l'IFPI (IFPI, 2022). En effet, cet organisme international à but non lucratif, dont l'objectif est de veiller au respect des droits d'auteurs de l'industrie du disque phonographique dans le monde entier, publie chaque année un compte rendu du marché avec différentes études permettant une interprétation économique de la consommation musicale à l'échelle mondiale. Ce rapport annuel nous fournit notamment une segmentation du revenu mondial de la musique par modes d'exploitation. De ce fait, le graphique ci-dessous nous permet d'analyser l'évolution globale du chiffre d'affaires depuis la naissance de l'industrie musicale au début des années 2000, ainsi que l'émergence du streaming en 2005 (Figure C).

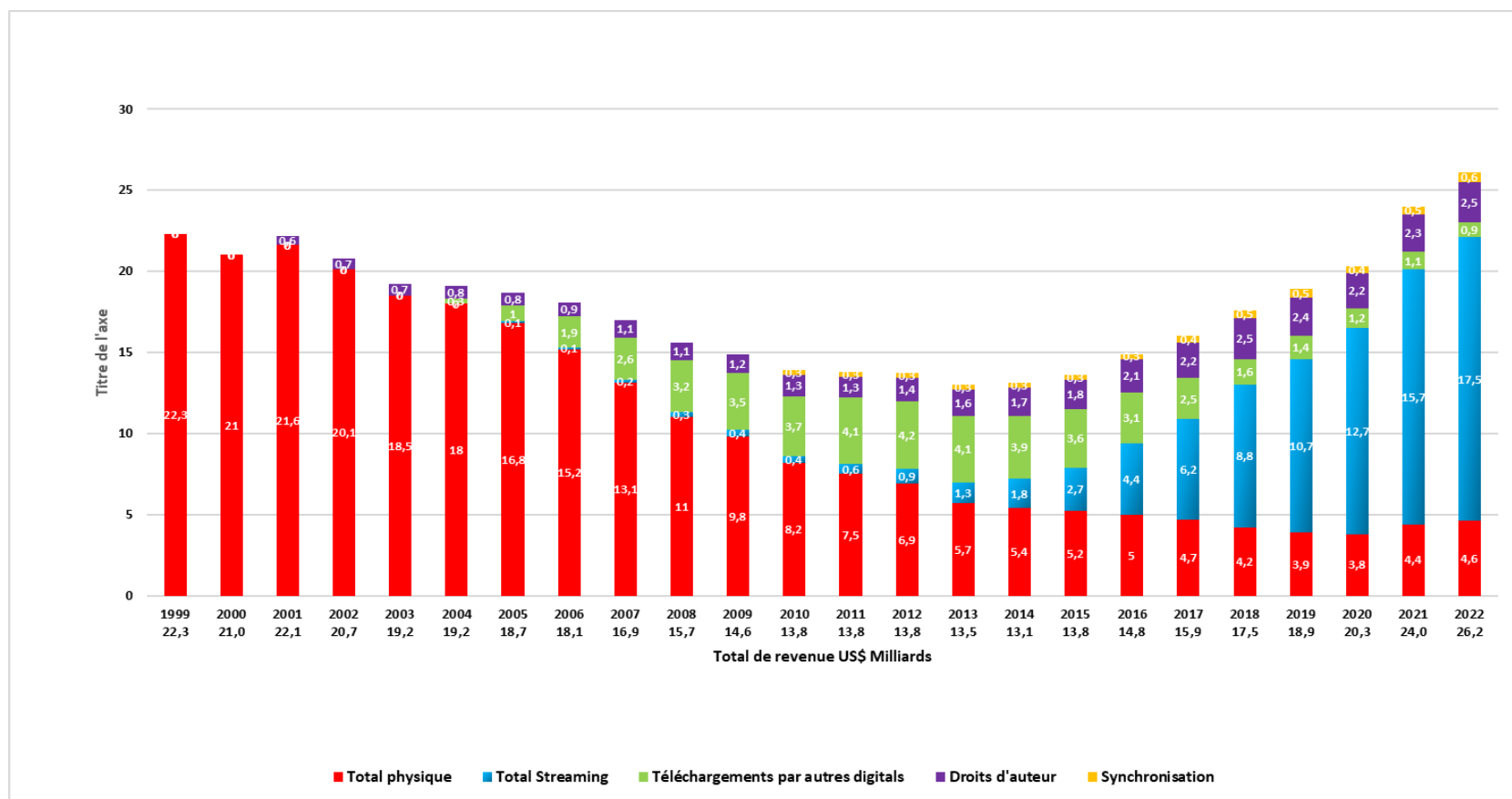


Figure C : Chiffre d'affaires total de la musique enregistrée entre 1999 à 2022 dans le monde (en milliards US \$).²⁴

²⁴ IFPI. (2022). IFPI Global Music Report 2022 - State of the Industry. www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/04/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf.

En effet, ces statistiques nous permettent d'observer la croissance significative que connaît l'industrie de la musique depuis quelques années suite à l'essor du streaming. Nous pouvons constater très clairement une progression du chiffre d'affaires total du marché musical depuis 2014. Ce qui nous amène à mener des analyses sur le comment faire pour que ce modèle consommation soit une priorité pour nos artistes et acteurs de la chaîne de la musique béninoise.

Face à cet état de chose, les acteurs de cette filière doivent se fédérer ensemble pour une belle organisation qui pourra bien définir réellement les maux qui minent le secteur pour une adoption totale des nouvelles pratiques de création, de production, de diffusion et de distribution pour que la musique béninoise puisse retrouver ces lettres de noblesse.

De ce fait, l'artiste doit jouer pleinement son rôle de création et laisser sa structure de production et de diffusion assurer la mission qui est la sienne pour pouvoir positionner son artiste sur le sommet. Donc la définition des règles de fonctionnement doit auparavant être une priorité avec des choix basés sur des individus ayant reçu une formation sur les nouvelles méthodes de diffusion en ligne et leurs choix sur les agrégateurs de contenus les plus profitables pour son équipe.

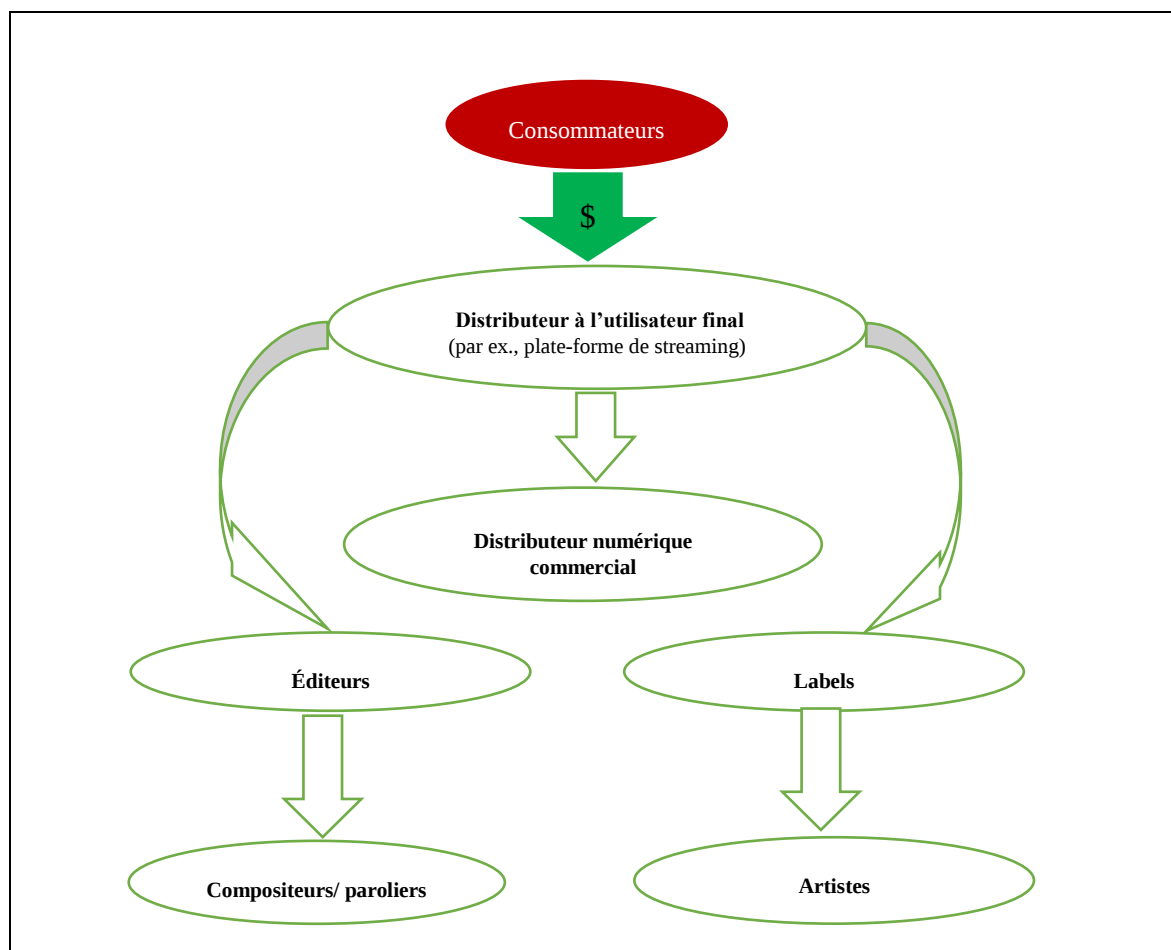
En ce qui concerne les managers, ils doivent avoir une bonne notion de gestion des carrières ce qui leurs permettra de bien propulser et de bien gérer l'artiste qui est sous sa tutelle pour que l'on arrive plus à voir les artistes qui à la fin de leur carrière font des appels d'aide pour recourir à leur santé ou pour pouvoir survivre. C'est pour cela que le manager ne doit pas être un accompagnateur sans savoir ce qui pourra le mieux aider son artiste à extérioriser son talent et en profiter au maximum dans la sphère culturelle où tout semble être dans un temps donné. Le manager doit comprendre les enjeux d'aujourd'hui dont la musique en ligne souhaite se saisir et mieux connaître les plates-formes où la musique de son artiste sera le mieux proposé aux consommateurs. Si tout le monde chante FANICKO qu'il est le porte flambeau de la musique béninoise c'est grâce à des gens qui connaissent mieux le domaine qui travaillent à plein temps pour ce résultat.

Ils doivent (artistes et managers) aussi comprendre les évolutions en termes de marketing mise en lumière avec le nouveau visage de l'industrie de la musique : celle de la notion de brand content, remplacée par la notion d'artiste content. Le modèle de brand content d'hier était le suivant : les marques utilisaient la musique pour se rapprocher de leurs cibles, renforcer leur image et séduire de nouveaux consommateurs. Mais aujourd'hui, les artistes

sont amenés à produire et à générer eux-mêmes leurs contenus. Ils tendent à être plus proches de leur public, puisque l'heure est au Direct-to-Fan, c'est-à-dire à une désintermédiation de la communication entre l'artiste et l'auditeur.

C'est fort de cela que nous mettons l'accent sur la formation de tous les acteurs de la chaîne et que chacun joue sa partition pour que la musique béninoise quitte l'obscurité dont elle est pour rentrer dans la lumière des nouvelles technologies du numérique ou plus rien n'attend ceux qui ne veulent pas se conformer. Ce qui ne se fera pas sans l'accès à l'internet, le haut débit pour une belle fluidification des contenus en ligne. Il faut alors impliquer les dirigeants de ce pays qui ne cessent de mettre les petits plats dans les grands pour que l'internet de meilleure qualité soit une réalité et à moins coût sur tout l'étendue du territoire national.

Figure D: Flux de revenus dans la chaîne de valeur du streaming musical.²⁵



²⁵ Répartition des revenus et transformation dans la chaîne de valeur du streaming musical, publié en 2022 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)

Ce schéma montre l'importance du numérique dans la gestion des flux dans le domaine de la musique enregistrée. On constate que les distributeurs de contenu numérique commercial sont au centre de toutes initiatives pour une musique qui veut se faire rentable et se faire voir à l'internationale. Ce qui montre que la diffusion de la musique à l'ère des nouvelles technologies nécessite de nouveaux moyens et une formation ou adaptation à ces différentes méthodes.

3.4 Le projet professionnel

Cette partie de l'étude présente notre projet professionnel dont le titre est la formation des managers d'artistes de la musique sur les nouvelles techniques de diffusion et de distribution des contenus en ligne.

TITRE DU PROJET : Formation des managers d'artistes de la musique sur les nouvelles techniques de diffusion et de distribution des contenus en ligne.

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La diffusion et la distribution de la musique a changé de stratégie et de méthode grâce aux nouvelles technologies du numérique. Face à cet état de chose ou la diffusion et la distribution de la musique à l'échelle internationale demeure la priorité de tous, il est alors nécessaire de trouver des alternatives pour s'imposer sur le plan international. Mais pour le faire, les acteurs de cette filière qu'est la musique doivent s'adapter aux nouveaux moyens plus dynamiques pour pouvoir espérer avoir un plus large consommateur à l'échelle mondiale. C'est dans ce contexte qu'est née l'idée de la formation des managers d'artistes de la musique béninoise sur les nouvelles techniques numériques de diffusion et de distribution des contenus musicaux, une formation qui aidera la filière musicale béninoise à de plus exporter le patrimoine musical béninois.

OBJECTIF GENERAL

Favoriser la diffusion de la musique par les nouveaux moyens du numérique.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE

Développer la culture de diffusion et de distribution de la musique en ligne au Bénin.

RÉSULTATS

1. Un appel à candidatures lancé et diffusé sur 2 chaînes télés et sur deux stations radios sur deux (02) jours et une équipe projet de deux (02) personnes recrutés dont :
 - un (01) coordonnateur de projet
 - un (01) responsable chargé des affaires administratives et financières mise en place.
2. Un appel à candidatures lancé et diffusé sur 2 chaînes télés et sur deux stations radios sur deux (02) jours et une équipe de deux (02) personnes recrutées dont :
 - Un (01) expert dans le marketing digital
 - Un (01) community manager
- 3 Un appel à candidatures lancé et diffusé sur deux (02) chaînes télés et deux (02) stations sur cinq (05) jours radios et Cinquante (50) managers ou agents d'artiste sélectionnés pour participer à la formation sur les nouvelles méthodes de distribution de la musique.
- 4 Un local capable de contenir 60 personnes affrété pour la formation.
- 5 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés et savent diffuser et distribuer la musique et maîtrisent les nouveaux modèles économiques du showbiz international.
- 6 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés sur la création de e-label de la musique enregistrée et peuvent promouvoir la musique béninoise partout dans le monde.
- 7 Cinq rapports contenant les activités du projet et un bilan de fin de projet à la suite du projet.

ACTIVITES

- 1- Mise en place d'une équipe projet pour la bonne marche des activités.

La mise en place de l'équipe projet consiste à lancer un appel à candidatures pour le recrutement de deux personnes dont un coordinateur et un responsable chargé des affaires administratives et financières pour le bon fonctionnement du projet.

 - Le Coordonnateur du projet se chargera du bon fonctionnement du projet. Il sera une personne dont la compétence en matière de gestion est d'un niveau certain. C'est une personne capable d'assurer des responsabilités de taille et une personne de vision pour la bonne marche des choses.

- Le responsable chargé des affaires financières et administratives : Il est le relais du coordonnateur de projet en menant des courses administratives et le bon fonctionnement des comptes du projet. Son rôle est lié à celui du coordonnateur dans le processus des décisions pour le bon fonctionnement du projet.

2- Mise en place d'une équipe de formateurs des métiers du numérique.

Depuis le début de la transformation digitale de nos économies et la digitalisation des entreprises culturelles, tous les secteurs d'activité ont été plus ou moins fortement impactés. Toutes les fonctions de l'entreprise ont également connu d'importantes évolutions. Le marketing traditionnel a fait place au Web marketing, et ce marketing Digital concerne désormais les Pure Players comme les acteurs traditionnels de l'économie de la musique. Si l'objectif reste le même (mieux connaître les attentes des consommateurs pour pouvoir adapter la stratégie commerciale de l'entreprise), les outils utilisés, les canaux pour y parvenir et les stratégies à déployer ont connu une véritable révolution.

Et comme l'indique le projet, la formation des managers d'artiste musicien sur les nouvelles techniques numériques de diffusion va permettre de propulser la filière musicale béninoise sur le plan international. Il est alors nécessaire la mise en place d'une équipe d'experts dans le domaine du numérique pour une bonne formation des acteurs de cette filière.

De ce fait, un appel à candidature sera lancé pour le recrutement de deux (02) personnes constituées de :

- D'un (01) expert dans le marketing digital : Les experts du Digital Marketing répondent à ces transformations et donc aux nouvelles exigences des entreprises dans le domaine de la musique enregistrée. Le spécialiste du Marketing Digital a pour mission de développer la capacité du relationnel chez les managers, et accroître leurs compétences dans le domaine du numérique et doit être capable de s'adapter en permanence à résoudre des situations de groupe.

Cet expert formera les managers dans le système actuel de diffusion des contenus musicaux sur les nouveaux agrégateurs de contenus et proposera des solutions pour une bonne valorisation de la musique enregistrée au Bénin. De ce fait, il doit avoir fait un cursus permettant d'obtenir le titre **d'Expert Digital Marketing**, un diplôme reconnu comme un titre RNCP (Répertoire National

des Certifications Professionnel) de niveau 1 et un BAC +5 et une expérience de cinq (05) requise.

- Un (01) commuty manager²⁶

Cet expert formera les managers dans le système actuel du relationnel sur le web dans le but d'élargir la compétence des agents d'artiste à mieux comprendre les opportunités des nouveaux moyens de vendre la musique et proposer des solutions pour une bonne valorisation de la musique enregistrée au Bénin. De ce fait, il doit avoir fait un cursus permettant d'obtenir le titre d'Expert en relationnel Digital, un diplôme reconnu comme un titre RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnel) de niveau 1 et un BAC +5 et une expérience de cinq (05) requise.

3- Appel à candidature pour le recrutement de 50 managers ou agents d'artiste à former dans les nouvelles méthodes de distribution de la musique.

4- Mise en place du lieu de formation.

La formation se fera dans une salle bien équipée et accessible pour permettre le bon déroulement des activités.

5- Renforcer les capacités managériales des agents d'artiste dans le domaine de la diffusion et de la distribution de la musique en ligne et sur les nouveaux modèles économiques du showbiz international.

La formation sera axée sur 20% de théorie et 80% de pratique. En fin de formation, les managers ou agents d'artistes seront en mesure de diffuser sur les agrégateurs de contenu comme YouTube, Spotify, Amazon Music et Vidéo et celles des applications locales de diffusion et de promotion de la musique en ligne.

6- Former les managers sur la création de e-label pour la musique enregistrée.

A la fin de la formation les managers ou agents d'artistes auront la possibilité de créer le e-label ce qui permettra de mettre en place une politique plus claire en définissant des visions de développement de la musique béninoise à l'ère du numérique et des stratégies plus pointues pour accroître la diffusion et la distribution de la chose musicale.

7- Rapport et bilan du projet.

²⁶ Un commuty manager est un gestionnaire qui est chargé de créer et de fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun. Sa mission consiste à développer et à gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu...) sur Internet.

A la fin de chaque activité un rapport bien détaillé sera fait et envoyé à tous les partenaires du projet pour montrer l'évolution et son impact en cours d'exécution. A la fin du projet un rapport final sera rédigé comme point d'exécution de fin de projet et accessible à tous les partenaires et les participants du projet.

IMPACTS

La formation des managers d'artiste de la musique sur les nouvelles techniques numériques de diffusion et de distribution des contenus musicaux s'adresse à des professionnels du secteur musical qui souhaitent développer leurs compétences et leurs connaissances sur les enjeux et les opportunités liés au numérique. Elle vise à former des managers capables de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies adaptées aux nouveaux modes de consommation et de monétisation de la musique en ligne, ainsi qu'aux nouveaux outils et services disponibles pour promouvoir et valoriser les artistes et leurs œuvres. La formation s'articule autour de quatre modules principaux : le marché et l'écosystème de la musique numérique, les modèles économiques et juridiques, le marketing et la communication digitale, et la gestion de projet et d'équipe.

Groupe cibles :

- Les maisons de production
- Les professionnels du domaine

Bénéficiaires :

- Les artistes
- Les promoteurs de spectacles
- La population
- Les communicateurs culturels
- Les journalistes
- Les agences de tourisme

BUDGET PRÉVISIONNEL

ACTIVITÉS	Désignation	Unité	Jour	Prix Unitaire (en fcfa)	Montant (en fcfa)	Partenaires
Activité 1 : Mise en place d'une équipe projet pour la bonne marche des activités.	Diffusion de l'Appel à Candidatures sur chaînes de TV	6	3	20.000	120.000	
	Diffusion de l'Appel à Candidatures à la radio	10	5	5.000	50.000	
	Per diem des membres du jury	3	1	10.000	30.000	
	Salaire d'un.e coordinateur. trice	1	90	300.000	900.000	
	Salaire d'un.e responsable AAF	1	90	200.000	200.000	
Total activité 1					1.300.000	
Activité 2 : Mise en place d'une équipe de formateurs des métiers du numérique.	Diffusion de l'Appel à Candidatures sur chaînes de TV	6	3	20.000	120.000	
	Diffusion de l'Appel à Candidatures à la radio	10	5	5.000	50.000	
	Per diem des membres du jury	3	1	20.000	60.000	
	Salaire d'un.e Expert en marketing digital	1	15	150.000	150.000	
	Salaire d'un.e commuty manager	1	15	150.000	150.000	
Total activité 2					530.000	
Activité 3 : Appel à candidature pour le recrutement de 50 managers ou agents d'artiste à former dans les nouvelles méthodes de distribution de la musique.	Diffusion de l'Appel à Candidatures sur chaînes de TV	6	3	20.000	120.000	
	Diffusion de l'Appel à	10	5	5.000	50.000	

	Candidatures à la radio					
	Per diem des membres du jury	2	1	10.000	20.000	
	Restauration pour les managers formés	50	30	3.000	4.500.000	
Total activité 4					4.690.000	
Activité 4 : Mise en place du lieu de formation.	Local de formation affrété	1	30	20.000	600.000	
Total activité 4					600.000	
Activité 5 : Renforcer les capacités managériales des agents d’artiste dans le domaine de la diffusion et de la distribution de la musique en ligne et sur les nouveaux modèles économique du showbiz international.	Impressions des documents de formation	1400		1400	35.000	
Total activité 5					35.000	
Activité 6 : Former les managers sur la création de e-label pour la musique enregistrée.	Impressions des documents de formation	1400		25	35.000	
Total activité 6					35.000	
Activité 7 : Rapport et bilan du projet.	Impressions des documents	2800		25	700.000	
Total activité 7					70.000	
Acquisition d'un routeur Moov		1		50.000	50.000	
Forfaits Internet		2	60	50.000	100.000	
Imprévues					1.200.000	
					1.250.000	
TOTAL GENERAL					8.510.000	

PLAN D'EXÉCUTION DU PROJET

Activités	1 Mois				2 Mois				3 Mois			
	1 Sem aine	2 Sem aine	3 Sem aine	4 Sem aine	5 Sem aine	6 Se mai ne	7 Sem aine	8 Sema ine	9 Sem aine	10 Sem aine	11 Sem aine	12 Sema ine
Mise en place d'une équipe projet pour la bonne marche des activités.												
Mise en place d'une équipe de formateurs des métiers du numérique.												
Appel à candidature pour le recrutement de 50 managers ou agents d'artiste à former dans les nouvelles méthodes de distribution de la musique.												
Mise en place du lieu de formation.												
Renforcer les capacités managériales des agents d'artiste dans le domaine de la diffusion et de la distribution de la musique en ligne et sur les nouveaux modèles économique du showbiz international.												
Former les managers sur la création de e-label pour la musique enregistrée.												
Rapport, bilan et évaluation du projet.												

PLAN DE COMMUNICATION

✓

Affiches

✓

Livrets pédagogiques

✓

Communiqué et dossier de presse

✓

Cartes d'invitation

✓

Réseaux sociaux

✓

Médias communautaires

Cadre Logique**Objectif général**

Former les managers ou agents d'artiste aux nouveaux outils de distribution musicale.

**Objectif spécifique**

Les managers sont capables de diffuser et de faire la promotion des artistes en ligne.

**Résultats attendus**

R1 Un appel à candidatures lancé et une équipe projet de deux (02) personnes composée de : - un (01) coordonnateur de projet. - un (01) responsable chargé des affaires administratives et financières mise en place.	R2 Un appel à candidatures lancé et une équipe projet de deux (02) personnes composée de : - Un (01) expert dans le marketing digital - Un (01) expert dans la gestion du relationnel	R3 Un appel à candidatures lancé et Cinquante (50) managers ou agents d'artiste sélectionnés dont 25 femmes et 25 hommes pour participer à la formation sur les nouvelles méthodes de distribution de la musique.	R4 Un local capable de contenir 60 personnes affrété pour la formation.	R5 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés sur les nouveaux modèles économiques.	R6 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés sur la création de e-label de la musique et peuvent diffuser des contenus en ligne.	R7 Cinq rapports contenant les activités du projet et un bilan de fin de projet à la suite du projet.
---	---	---	---	---	---	---

Activités

A1 Mise en place d'une équipe projet pour la bonne marche des activités.	A2 Mise en place d'une équipe de formateurs des métiers du numérique.	A3 Appel à candidature pour le recrutement de 50 managers ou agents d'artiste à former dans les nouvelles méthodes de distribution de la musique.	A4 Mise en place du lieu de formation.	A5 Renforcer les capacités managériales des agents d'artiste.	A6 Former les managers sur la création de e-label pour la musique enregistrée.	A7 Rapport et bilan du projet.
--	---	---	--	---	--	--------------------------------

	Logique d'intervention	Indicateurs objectivement vérifiable (IOV)	Sources et moyens de vérification	Hypothèses
Objectif Global	Favoriser la diffusion de la musique par les nouveaux moyens du numérique.	La musique béninoise est de plus en plus concurrente sur les plates-formes digitales.		
Objectif spécifique	Développer la culture de diffusion et de distribution de la musique en ligne au Bénin.			
Résultats attendus	R1 Un appel à candidatures lancé et une équipe projet de deux (02) personnes recrutées R2 Un appel à candidatures lancé : un expert marketing digital et un expert en gestion relationnel recrutées. R3 Un appel à candidatures lancé et Cinquante (50) managers ou agents d'artiste sélectionnés dont 25 femmes et 25 hommes pour participer à la formation sur les nouvelles méthodes de distribution de la musique. R4 Un local capable de contenir 60 personnes affrété pour la formation. R5 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés sur la création de e-label de la musique enregistrée et peuvent promouvoir la musique béninoise partout dans le monde. R6 Cinquante (50) managers et agents d'artiste formés sur la création de e-label de la musique enregistrée et peuvent promouvoir la musique béninoise partout dans le monde. R7 Cinq rapports contenant les activités du projet et un bilan de fin de projet à la suite du projet.	Rapport de l'étude des dossiers et le procès-verbal. Factures normalisées délivrées par les différentes chaînes et stations radios. 50 managers ou agents d'artiste formés. Rapports et bilan disponible.	Enquête quantitative chez les bénéficiaires du projet. Les rapports et les supports visuels comme documents de justification.	

Activités	A1 Mise en place d'une équipe projet pour la bonne marche des activités. A2 Mise en place d'une équipe de formateurs des métiers du numérique. A3 Appel à candidature pour le recrutement de 50 managers ou agents d'artiste à former dans les nouvelles méthodes de distribution de la musique. A4 Mise en place du lieu de formation. A5 Renforcer les capacités managériales des agents d'artiste dans le domaine de la diffusion et de la distribution de la musique en ligne et sur les nouveaux modèles économiques du showbiz international. A6 Former les managers sur la création de e-label pour la musique enregistrée. A7 Rapport et bilan du projet.	On constate un changement dans la diffusion et la distribution de la musique béninoise sur toutes les plates-formes les plus rentables et un accroissement des artistes béninois sur les grands événements du monde.	Les factures de décaissement de chaque activité menée dans le but du projet.	Étude de faisabilité du projet et les autorisations de différentes structures étatiques dans l'accomplissement du projet.
------------------	---	---	---	--

ETUDE DE FAISABILITE

Cette étude de faisabilité vise à évaluer la pertinence et la viabilité d'un projet de formation des managers d'artiste de la musique sur les nouvelles techniques numériques de diffusion et de distribution des contenus musicaux. Le projet consiste à proposer un programme de formation adapté aux besoins et aux attentes des professionnels du secteur musical, qui leur permette d'acquérir les compétences nécessaires pour optimiser la promotion, la diffusion et la monétisation de leurs artistes sur les plateformes numériques. L'étude de faisabilité comprendra les étapes suivantes :

- Une analyse du contexte et des enjeux du secteur musical face à la transition numérique, notamment en termes de modèles économiques, de pratiques de consommation, de réglementation et de concurrence.
- Une enquête auprès des managers d'artistes de la musique, afin d'identifier leurs besoins, leurs attentes, leurs motivations et leurs freins à suivre une formation sur les nouvelles techniques numériques.
- Une analyse de l'offre existante en matière de formation sur les nouvelles techniques numériques, tant au niveau national qu'international, afin d'identifier les bonnes pratiques, les lacunes et les opportunités.
- Une proposition de programme de formation, comprenant les objectifs pédagogiques, le contenu, la durée, le format, les modalités d'évaluation et le coût.
- Une évaluation des impacts attendus du projet de formation, tant au niveau individuel qu'au niveau collectif, sur la performance, la compétitivité et l'innovation du secteur musical.

ETUDE D'IMPACT

Un projet sur la formation des managers d'artiste de la musique sur les nouvelles techniques numériques de diffusion et de distribution des contenus musicaux au Bénin aura un impact positif sur le développement du secteur musical dans le pays. En effet, les managers d'artiste sont des acteurs clés qui accompagnent les artistes dans leur carrière, leur promotion et leur gestion. Ils ont besoin de maîtriser les outils et les stratégies adaptés au contexte actuel, marqué par la digitalisation et la globalisation des marchés musicaux. En se formant aux nouvelles techniques numériques, les managers d'artiste pourront optimiser la visibilité, la notoriété et la rentabilité de leurs artistes, tout en respectant leurs droits et leurs intérêts. Ils pourront également contribuer à valoriser la diversité et la richesse des expressions musicales

béninoises, en les rendant accessibles à un public plus large et plus varié, tant au niveau national qu'international.

CONCLUSION

L'industrie musicale au Bénin est confrontée à de nombreux défis liés à la transition numérique. Les structures de diffusion, telles que les radios, les télévisions, les plateformes de streaming ou les réseaux sociaux, jouent un rôle essentiel dans la promotion et la valorisation des artistes béninois. Cependant, elles doivent faire face à des problèmes de régulation, de rémunération, de piratage, de qualité ou de diversité. Par exemple, selon une étude de l'UNESCO, le Bénin ne dispose pas d'une autorité nationale chargée de la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins, ce qui limite les revenus des créateurs musicaux. De même, le manque d'infrastructures et de formations adaptées aux métiers du numérique réduit la capacité des acteurs du secteur à produire et à diffuser des contenus de qualité. En outre, la concurrence des productions étrangères, notamment nigérianes et ivoiriennes, rend difficile la promotion de la diversité culturelle et musicale béninoise.

De ce fait, ce secteur de la musique doit innover et se diversifier, en exploitant les opportunités offertes par le numérique, mais aussi en préservant la qualité artistique et surtout purgé dans le patrimoine culturel béninois qui est tellement riche et diversifié.

ANNEXE

Questionnaire

Dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de fin de formation du Master II à l'Institut Nationale des Métiers des Arts, Archéologie et de la Culture (INMAAC) de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC), Option Management de la Culture et du Tourisme, nous avons choisi de réfléchir sur le thème " **L'industrie musicale face aux enjeux du numérique au Bénin: Cas des structures de diffusion**". C'est pour cette raison que nous soumettons à votre bienveillante attention ce questionnaire.

QUESTIONNAIRE POUR LES ARTISTES ET AGENTS D'ARTISTES

1-) Date et heure :

2-) Nom de l'artiste :

3-) Parmi les plateformes de diffusion de musique en ligne ci-dessous, lesquelles vous utilisiez le plus ?

Spotify	☐	Deezer	☐	Youtube	☐	Audio Mack	☐
Apple Music	☐	Boom Play	☐	Amazon Prime	☐	Napster	☐
TuneCore							

4 -) Pourquoi avez-vous choisi ces plateformes de diffusion au lieu des autres?

.....
.....
.....

5-) Combien vous rapporte un **son** ou **vidéo** téléchargé ?

.....
.....
.....

6-) Quel est votre rapport avec le BUBEDRA ?

.....
.....

7-) Etes-vous membre de la structure ?

Oui ☐ Non ☐

8-) Vous enregistrez souvent vos œuvres dans la structure ?

Oui ☐ Non ☐

8-) Si oui, combien avez-vous perçu à la dernière répartition ?

.....
.....

9-) Si non, quelles sont alors les raisons ?

.....
.....
.....
.....

10-) Étant un acteur vivant de la musique béninoise, quel est l'impact direct que vous ressentez dans les nouvelles méthodes de diffusion de la musique à l'ère du numérique ?

.....
.....
.....

11-) Comment rapportez-vous sur le streaming ?

.....
.....

12-) Nous avons constaté que le numérique a favorisé un rapprochement entre l'artiste et ses fans. Comment vivez-vous cet état de chose ?

.....
.....
.....

13-) Quelle est alors votre relation actuelle entre vos fans et vous ?

.....
.....
.....

14-) Le numérique a-t-elle un impact positif dans le développement de votre carrière artistique ?

.....
.....
15-) Comment se passe votre visibilité sur la scène musicale actuelle grâce au numérique ?

.....
.....

16-) Qu'aimeriez-vous changer dans le système de diffusion actuelle pour pouvoir mieux vendre vos œuvres ?

.....
.....

17-) La piraterie ou téléchargement gratuit est selon vous un mal à vaincre par tous les moyens pour permettre aux acteurs de vivre de leurs productions artistiques ?

Oui ☐ Non ☐

18-) Savez-vous qu'il joue un rôle aussi dans l'accroissement de votre cercle fanatique ?

.....
.....

19-) Quel est votre stratégie d'optimisation pour pouvoir faire plus la promotion de vos œuvres ?

.....
.....
.....
.....

Références bibliographiques

I- Mémoires

Bissonnette Joëlle, *L'industrie du disque à l'ère du numérique : l'évolution des droits d'auteur et l'édition musicale*, mémoire en cinéma et en stratégies de production culturelle École des médias UQAM Canada, novembre 2009.

Boucher, Mike ; Bakole Baende-Mbele, Yvan. *Comment vivre de sa musique à l'ère du streaming digital ?* Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2020. Prom. : Belleflamme, Paul. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:24708>

Boutin Frédéric, *Les maisons de disques à l'ère des médias sociaux et des services musicaux en ligne : étude de cas de quatre maisons de disques québécoises*, mémoire de maître en informatique, Université de Montréal, août 2016.

DI VIRGILIO Marion, *La circulation de la musique à l'ère du média numérique en ligne : innovations technologiques et impacts sur la médiation des artistes*, Mémoire de Master 1 Projets Culturels, Université Paul Verlaine Metz (France).

Grisot Paul, *Numérisation de la musique et convergence des médias : les mutations de l'industrie musicale*, mémoire de 4ème année d'I.E.P université robert schuman institut d'études politiques de Strasbourg, Juillet 2008.

ZEKRE Anicet, *Contribution à la lutte contre la piraterie des œuvres musicales en Côte d'Ivoire*, Mémoire de Master, Alexandrie, Égypte, le 19 avril 2007.

Articles

Bouton Rémi, de la culture de l'accès à la recommandation, musique, laboratoire de l'ère numérique, Juin 2014.

Ribac François, *Quand l'amateur rend le numérique analogique, l'exemple des musiques populaires*. Revue d'Anthropologie des Connaissances, Société d'Anthropologie des Connaissances, 2012, Pages 717 - 741. [ff10.3917/rac.017.0249](https://doi.org/10.3917/rac.017.0249)

UNESCO, *Répartition des revenus et transformation dans la chaîne de valeur du streaming musical*, pour la diversité des expressions culturelles, Décembre 2022, 7, 30 pages.

Zénouda Hervé, *Musique et communication au xx e siècle Dans Hermès*, La Revue 2014/3 (n° 70), pages 156 à 162

Rapports

Beaudoin Louise, Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : Impacts et enjeux du numérique, Dans le cadre du mandat confié par l'Organisation internationale de la Francophonie, le 28 avril 2014, Paris.

Christian Phéline Ministre de la Culture et de la Communication de la France, MUSIQUE EN LIGNE ET PARTAGE DE LA VALEUR État des lieux Voies de négociation et rôles de la Loi, 13 Novembre 2013.

Les enjeux du multimédia pour la production musicale, Colloque organisé et présidé par ANDRÉ SANTINI ancien ministre vice-président de l'assemblée nationale député-maire D'ISSY-LES-MOULINEAUX, Juin 1998.

RAPPORT de la commission présidée par Pierre SIRINELLI Vice-présidence : Josée-Anne BENAZERAF et Joëlle FARCHY Rapporteurs : Hervé CASSAGNABÈRE et Brigitte LARERE, La distribution des contenus numériques en ligne, le 29 octobre 2004 Paris.

UNESCO, Évaluation du développement de l'Internet au BÉNIN, Utilisation des indicateurs ROAM-X de l'Universalité de l'Internet de l'UNESCO, 2020, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

Textes législatifs et réglementaires

BUBEDRA, LOI N° 2005-30 DU 05 AVRIL 2006 RELATIVE À LA PROTECTION DU DROIT D'AUTEUR ET DES DROITS VOISINS EN RÉPUBLIQUE DU BÉNIN.

Parlement Européen, Version consolidée au terme du vote du 28 septembre 2011, Création et droit d'auteur à l'ère numérique, www.verts-ale.eu

Webographie

Bouton Patrick, *évolution du marché de la musique préenregistrée à l'ère numérique*, (2006), 4, pages 83 à 92, 454.0083, <https://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-4-page-83.ht>

IETM, *Vendre ou ne pas vendre ? Introduction aux modèles de business (et innovation)* pour les organisations artistiques et culturelles, mars 2016 (édition française : mai 217), www.ietm.org

Janowska Anna Anetta, *L'avenir de la musique après la révolution numérique : opportunités et contraintes pour l'industrie du disque*, Dans Sociétés 2011/2 (n°112), pages 87 à 94, <https://www.cairn.info/revue-societes-2011-2-page-87>

Terra Nova, *Quelle politique pour les industries culturelles à l'ère du numérique ?*
Synthèse Technical Report, janvier 2022,
<https://www.researchgate.net/publication/358165860>

SIROIS Guillaume, *Le développement de contenus numériques dans le domaine de la musique de concert*, juin 2016, Revue de la littérature, www.cqm.qc.ca

Evenements.infopro.digital.com consulté le 28 juin 2022

Setym.com consulté le 02 juillet 2022

www.journaldunet.fr consulté le 08 septembre 2022

<http://www.cairninfo.com> consulté le 08 septembre 2022

Tables des matières

Sommaire	2
Certification.....	4
Avertissement.....	5
Dédicaces	6
Remerciements	7
Liste des abréviations, sigles et acronymes.....	8
Liste des figures, photos et tableaux	9
Glossaire de l'étude	10
Résumé	12
Introduction	13
1 CADRE THEORIQUE, INSTITUTIONNEL ET METHODOLOGIQUE DE LA RECHERCHE	15
1.1 Contexte et justification du choix du sujet	15
1.2 Revue de littérature.....	17
1.3 Clarification des concepts clés	19
1.4 Objectif général	22
1.4.1 Objectifs spécifiques	22
1.5 Résultats attendus	22
1.6 Cadre méthodologique de la recherche	23
1.6.1 Nature de la recherche	23
1.6.2 Techniques de collecte des données.....	23
1.6.3 Outils de collecte des données	25
1.6.4 Méthode de traitement des données	26
1.7 Difficultés rencontrées.....	26
2 ETAT DES LIEUX DE LA MUSIQUE BENINOISE DES ANNEES 1970 A NOS JOURS.....	28
2.1 Evolution de la musique béninoise des années 70 à nos jours	28
2.2 Accès à l'internet au Bénin.....	30
2.3 Les bouleversements structurels	31
2.4 Les méthodes de production et de diffusion.....	32
2.4.1 Dans la création	33
2.4.2 Dans la diffusion	34

2.4.3	Dans l'organisation des concerts.....	35
2.4.4	Relation entre fans et artistes	36
2.5	Dans l'évolution des métiers	37
2.5.1	Impacts coûts.....	38
3	LES PRATIQUES ET LES ENJEUX ECONOMIQUES ACTUELS DES INDUSTRIES MUSICALES BENINOISES	40
3.1	Cas de Blue Diamond	40
3.2	Cas du GROUPE EMPIRE.....	41
3.3	Les enjeux.....	43
3.3.1	Les défis de la vente	44
3.3.2	Les droits d'auteur.....	45
3.3.3	La numérisation des contenus : un problème pour les acteurs	48
3.3.4	L'adaptation à des nouvelles technologies et la formation des acteurs.....	50
3.4	Le projet professionnel	55
	CONCLUSION	69
	ANNEXE	70
	Questionnaire	71
	Références bibliographiques	74
	Tables des matières	77