



REPUBLIQUE DU BENIN

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI (UAC)

INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ART, D'ARCHEOLOGIE ET DE LA CULTURE
(INMAAC)

MEMOIRE DE FIN DE FORMATION EN VUE DE L'OBTENTION
DU DIPLOME DE MASTER

OPTION : Management de la Culture et du Tourisme

SUJET :

**ORGANISATION ET GESTION D'UN EVENEMENT
CULTUREL A COTONOU DE 2008 à 2016 :
CAS D'UN CONCERT**

Présenté et soutenu par : Sènakpon Ange Pascal AHOSSOUHE

Membres du jury

Raphaël YEBOU

Didier HOUENOUE

Dorothee DOGNON

Sous la direction de :

M. Raphaël YEBOU

Maître de Conférences des Universités
(CAMES)

Soutenu le 13 novembre 2020

Mention : Très Bien

Promotion : 2015-2017

Année académique 2020-2021

Dédicace

A

- mon père AHOSSOUHE Germain
- ma mère ATCHOBELI Pierrette
- Madame Astrid TODA, directrice de l'ONG « ECOLE DE SOLIDARITE »

Remerciement

Pour leur accueil, leur patience et la confiance qu'ils m'ont accordé, je tiens à remercier, en particulier, mon Directeur de mémoire Dr Raphaël YEBOU ainsi que tout le corps professoral de l'Institut National des Métiers d'Art, d'Archéologie et de la Culture (INMAAC).

Un grand merci et hommage à mon maître de stage, M. Oscar KIDJO ; à toutes les personnes que j'ai rencontrées au cours de mon séjour et de mon stage, notamment les artistes, managers, tourneurs, techniciens... pour leur sympathie et leur disponibilité.

Un grand merci à M. Paterne AGBAOWAÏ, qui a accepté de m'accompagner au cours du travail. Merci pour ses conseils et sa disponibilité.

Merci également à mon épouse B. Lucrèce BOKONONGA, pour son encouragement et son soutien.

Merci à toute ma famille notamment mes frères Samuel AHOSSOUHE, Clovis ATOKPON et Enock AHOSSOUHE de m'avoir soutenu dans la réalisation de ce travail.

Pour la logistique aidant au stage et à la réalisation de ce mémoire.

Et enfin pour toutes les personnes qui pourraient être amenées à lire ce mémoire, bonne lecture.

Sigles et acronymes

BUBEDRA	: Bureau Béninois du Droit d’Auteur
CCF	: Centre Culturel Français
DAL	: Direction des Arts et du Livre
DPAC	: Direction de la Promotion Artistique et Culturelle
FFOM	: Force, Faiblesse, Opportunité, Menace
INMAAC	: Institut National des Métiers d’Art, d’Archéologie et de la Culture
LEPI	: Liste Electorale Permanente Informatisée
RAMU	: Régime d’Assurance Maladie Universelle
RAVIP	: Recensement Administratif à Vocation d’Identification de la Population
UAC	: Université d’Abomey-Calavi

Liste des figures

Figure 1 : Situation géographique de Cotonou	7
Figure 2: Matrice d'analyse SWOT de l'état des lieux de l'organisation d'événement	12
Figure 3: Grille de conduite d'événement	12
Figure 4 : Droit d'organisation d'un concert selon la population	24
Figure 5: Nombre de licence de promoteurs culturels depuis 2008 à 2016	27
Figure 6: Matrice SWOT de l'état des lieux de l'organisation d'un événement	28
Figure 7: Information sur la connaissance d'un lieu de formation des acteurs et manageurs culturels au Bénin	29
Figure 8: Triangle d'organisation d'événementiel	33
Figure 9: Environnement d'un événement	41
Figure 10 : Estimation de la portée communicationnelle d'un concert selon la population	42

Liste des tableaux

Tableau I: Grille de conduite d'événement	33
Tableau II : Elaboration du plan d'action : planification	52

Sommaire

Résumé.....	vii
Abstrat.....	viii
Introduction	1
CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE.....	2
1.1 Justification du choix du sujet	3
1.2 Cadre théorique.....	4
1.3 Cadre institutionnel.....	6
1.4 Démarche méthodologique.....	10
1.5 Clarification des concepts.....	14
1.6 Revue documentaire.....	15
CHAPITRE II : TRAITEMENT ET ANALYSE DES RESULTATS D'ENQUETE ET DES INFORMATIONS RECUEILLIES AU COURS DU STAGE	18
2.1 Etat des lieux de l'organisation d'un événement culturel à Cotonou.....	19
2.2 Organisation, gestion et portée communicationnelle d'un concert	30
CHAPITRE III : PROJET DE PROMOTION DU GOSPEL DES MUSIQUES TRADITIONNELLES ET MODERNES D'INSPIRATION TRADITIONNELLE.....	47
3.1 Classification de l'idée du projet.....	48
3.2 Objectifs du projet	49
3.3 Etude de faisabilité	49
3.4 Planification.....	52
Conclusion	56
Bibliographie	58

Résumé

La ville de Cotonou est le lieu par excellence où sont organisés plusieurs événements culturels. Le concert, un événement culturel parmi tant d'autres, est une activité très pratiquée. Mais il manque souvent à l'organisation de telles activités la mise en œuvre des techniques de cadrage, ce qui conduit à des situations inconfortables du point de vue civique, moral et organisationnel pour le secteur. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'étudier, pour le compte du mémoire de master, l'organisation et la gestion d'un événement culturel à Cotonou : cas d'un concert.

La méthodologie adoptée repose sur la recherche documentaire, les travaux de terrain et le traitement des données collectées.

Les résultats obtenus montrent que, du point de vue fonctionnel, le déséquilibre organisationnel entache le rôle du concert, faute d'une bonne organisation et de gestion. De même, la réglementation en vigueur n'est pas respectée. Pour trouver la solution à ces problèmes, il faut rappeler à la connaissance de tous les acteurs (promoteurs culturels) de concert des modèles pratiques d'organisation et de gestion du concert respectant le moral et le civisme béninois, un levier du développement culturel national.

Mots clés : Promoteur, événementiel, concert, communication, civisme, moral, Cotonou.

Abstract

Cotonou city is the ultimate place where several cultural events are organized in Benin. The concert, one of many cultural events, is a popular activity. However, the organization of such activities often lacks the implementation of framing techniques, which leads to uncomfortable situations from a civic, moral and organizational point of view for the sector. This is the reason why we have chosen to study, on behalf of the master's thesis, the organization and management of a cultural event in Cotonou: case of a concert.

The methodology adopted is based on documentary research, field work and the processing of collected data.

The results obtained show that, from a functional point of view, the organizational imbalance taints the role of the concert, for lack of good organization and management. Likewise, the regulations in force are not respected. To find the solution to these problems, it is necessary to remind the knowledge of all the actors (cultural promoters) in concert of the practical models of organization and management of the concert respecting Beninese morale and good citizenship, a lever of national cultural development.

Key words: Promoter, event, concert, communication, civic, moral, Cotonou.

Introduction

L'organisation d'un événement est complexe. Elle nécessite qu'on en maîtrise tous les aspects (artistiques, techniques, administratifs, budgétaires, logistiques...). En effet, « ... organiser un événement n'est pas une tâche facile, cela demande de l'expérience et des connaissances spécifiques » (Babkine et Rosier, 2011). Ainsi, pour l'événement perçu comme une organisation de grande envergure du point de vue culturel et communicationnel, en l'occurrence, le concert, l'organisateur doit adopter lui-même une démarche « organisée » pour mener à bien l'événement initié.

Aussi bien dans sa conception que dans sa concrétisation, un événement comporte une somme de risques qu'il convient d'identifier en raison de la multiplicité des parties prenantes. « ...les risques d'un événement sont également difficiles à gérer dans la mesure où l'effet de ponctualité de l'événement les rend plus importants et plus probables que dans un classique » (Tohme R., 2006). En raison de cela, la gestion d'un événement se prépare, puisque sa réalisation est rarement spontanée. La raison fondamentale de la mise en œuvre d'un événement est le fait d'attirer l'attention du public sur un message, outre l'aspect distractif qu'il représente.

De ce point de vue, il est évident qu'un événement a une portée communicationnelle. Cependant, quel événement pour un message qui transcende l'aspect distractif ? Chaque événement est spécifique et porte des éléments qui le distinguent des autres. Mais, l'événement culturel apparaît comme le réseau par excellence de communication des valeurs morale, éthique et religieuse. Dans ce sens, l'objectif de ce travail est d'aider les acteurs culturels à mieux s'approprier leurs différents rôles afin d'assainir l'événementiel au Bénin et à Cotonou, en particulier.

Ce mémoire est structuré en trois chapitres. Le premier chapitre présente le cadre théorique, institutionnel et méthodologique de l'étude. Le deuxième s'intéresse au traitement et analyse des résultats d'enquête et des informations recueillies au cours du stage. Et enfin le troisième chapitre présente le projet de promotion du gospel des musiques traditionnelle et moderne d'inspiration traditionnelle.

CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE

Ce chapitre présente le cadre théorique de l'étude, le cadre institutionnel de l'événementiel au Bénin et la démarche méthodologique de la conduite du travail.

1.1 Justification du choix du sujet

Les musiques, qu'elles soient « actuelles » ou « amplifiées », « classiques » ou « traditionnelles », « gospel » ou « populaires » sont au cœur de nombreux questionnements artistiques, économiques ou sociaux, et nécessitent une classification. Quelles que soient leurs dénominations, caractéristiques, positions ou utilisations, elles font partie intégrante du « monde des concerts » qui est le fait du travail d'acteurs divers et variés : artistes, industrie de la musique, promoteur culturel, lieux de diffusion, pouvoirs publics, etc.

L'intérêt porté pour le monde du concert et les phénomènes sociologiques qui en découlent fait que, depuis quelques années, ce domaine reste pour moi une passion. L'espace scénique d'un concert et l'instant de réjouissance à travers la musique que présente un concert fondent cette passion. Car hormis l'effervescence de cette rencontre entre artiste et public, le concert est aussi synonyme d'organisation et de volonté d'acteurs.

Après les expériences associatives dans le management des événements culturels et religieux, nous avons pour objectif d'étudier d'autres approches d'organisation de concert. Dans ce cadre, nous avons effectué un stage à l'agence « PHONO VISION » de M. Oscar Kidjo, au département « organisation d'événementiel ». Plusieurs tâches nous ont été confiées. De plus, nous avons remarqué, lors de nos expériences faites dans l'agence « Golden International Promotion » avec l'organisation du festival SICA 2017, les termes de managers, artistes, promoteur culturel, président, coordonnateur, producteur, etc. Nous avons découvert, d'après la formation à l'institut, les tâches probables que recouvraient ces fonctions. Comme la formation devrait s'adapter aux réalités du terrain, les motivations, les objectifs personnels et structurels de ces acteurs du milieu et la hiérarchisation de ces fonctions, impliquent des niveaux de professionnalisation. Toutefois, des déséquilibres civiques et moraux sont constatés dans l'organisation d'un événement culturel. Il convient de situer ces problèmes, d'en

identifier les sources et, enfin, proposer des mesures pour être vraiment efficace et mener des actions en conséquence dans ce domaine.

1.2 Cadre théorique

Cette section présente la problématique, les objectifs fixés, et les hypothèses.

1.2.1 Problématique

Un événement culturel est la rencontre d'un public avec la création artistique dans un lieu. C'est une séance durant laquelle sont interprétées des œuvres musicales et ayant pour synonyme le divertissement. Néanmoins, dans sa complexité artistique économique et institutionnelle, « un événement culturel s'appuie sur cinq critères articulant les formes d'événement et ses finalités : critère artistique, critère du public, critère du lieu, critère de temps et critère de rareté. » *OpenEdition Book*.

Prendre part à un événement culturel, en l'occurrence le concert, c'est passer un moment de distraction parfois en famille ou en groupe. De ce fait, la réussite d'un événement culturel confère une grande renommée à l'organisateur. Dans ce sens, un dysfonctionnement ou une mauvaise organisation engendre une mauvaise renommée à l'institution organisatrice. Le manque de maîtrise de soi et parfois les « effets de masse » rendent aussi le public vulnérable à l'incivisme et à l'insécurité.

De son côté, l'organisateur de l'événement culturel doit aussi veiller à la réalisation de la quadruple exigence : satisfaction du client, satisfaction économique sécurité, sauvegarde de la morale et du civisme que revêt son événement.

Malgré toutes ces formes d'attention dont a besoin l'organisation d'un événement culturel comme le concert, force est de constater que peu d'acteurs culturels se conforment aux prescriptions des structures sous tutelles du Ministère de la Culture à travers le Bureau Béninois du Droit d'Auteur (BUBEDRA) et la Direction des Arts et du Livre (DAL) ayant en charge la supervision du domaine d'organisation d'événement culturel en l'occurrence le concert. Il faut noter que la plupart des organisateurs de ces concerts sont des promoteurs de buvettes, de bar, incapables de limiter et de sécuriser

leurs places. Ils n'ont aucune formation et aucun agrément de l'Etat en la matière. Ce qui fait qu'ils organisent leur événement presque sans mesures sécuritaires. Il est aussi fréquent de constater au travers de ces genres de concert des messages et enseignements dépravants portant atteinte aux valeurs morales. IL faut préciser que ce manque de formation et d'agrément s'explique par le fait que, selon les textes, l'Etat s'assure de la sécurité et du répertoire musical des artistes avant toutes délivrances d'autorisation de spectacle.

Les désordres constatés dans l'organisation des concerts à Cotonou, du point de vue civique et moral, constituent le problème majeur qui motive la présente étude. Ce problème suscite les questions suivantes :

- Quels sont les textes et mesures juridiques qui régissent l'organisation d'un concert à Cotonou ?
- Quelle est la démarche à adopter pour une bonne organisation d'un concert à Cotonou ?
- Quel cadre institutionnel la municipalité de Cotonou offre-t-elle aux organisateurs de concert pour la promotion de nos valeurs culturelles, civiques et morales ?

Le présent travail intitulé : **“Organisation et gestion d'un événement culturel à Cotonou : Cas d'un concert”** nous permettra de répondre à ces préoccupations et de réveiller la conscience collective pour une prise de responsabilité.

1.2.2 Objectifs de travail

Objectif général

L'objectif général de l'étude est d'apporter une solution au déséquilibre civique et moral dans le secteur de l'organisation d'événements culturels, en l'occurrence le concert musical dans la municipalité de Cotonou.

Objectifs spécifiques

De façon spécifique, cette étude vise à :

- Faire l'état des lieux du point de vue compétence, formation et agrément de l'univers des organisateurs de concert à Cotonou ;

- Préciser la démarche à adopter pour une bonne organisation d'un concert à Cotonou ;
- Présenter un projet d'organisation d'un concert.

1.2.3 Hypothèses de recherche

Trois hypothèses se déclinent de ces objectifs :

- L'ignorance des textes et lois régissant l'organisation d'un concert à Cotonou est due à une mauvaise démarche de suivi du secteur par l'autorité administrative ;
- La non-maîtrise des démarches d'une bonne organisation des concerts à Cotonou est due au manque de formation adéquate dans ce domaine ;
- L'organisation d'un concert dans la ville de Cotonou respectant les textes en vigueur peut être une réussite parfaite où des déséquilibres moral et civique sont absents.

Du point de vue géographique, quel sera le cadre de notre étude ?

1.3 Cadre institutionnel

Organiser un événement culturel comme le concert au Bénin est un champ vaste du point de vue géographique. A cet effet, l'organisation de concert n'a pas que pour lieu de réalisation la capitale économique du Bénin (Cotonou). Ainsi, toutes les soixante-dix-sept communes du pays peuvent bien constituer un cadre propice pour abriter un concert. Cependant, la ville de Cotonou est le lieu où nous constatons une multiplication de divers spectacles culturels. Un lieu qui accueille le plus des publics de tout horizon. La connaissance de l'origine de cette ville nous permet de comprendre plus clairement cet état de choses.

1.3.1 Situation géographique de la ville de Cotonou

Située entre 6° 20' et 6° 24' de latitude nord, et entre 2° 21' et 2° 30' de longitude est, Cotonou est une commune du Département du littoral, la seule commune d'ailleurs de ce département. Elle est limitée au nord par la commune de Sô-Ava et Aguégus, au sud par l'océan Atlantique, à l'ouest par la commune d'Abomey-Calavi et à l'est par la commune de Sèmè-Kpodji (figure 1).

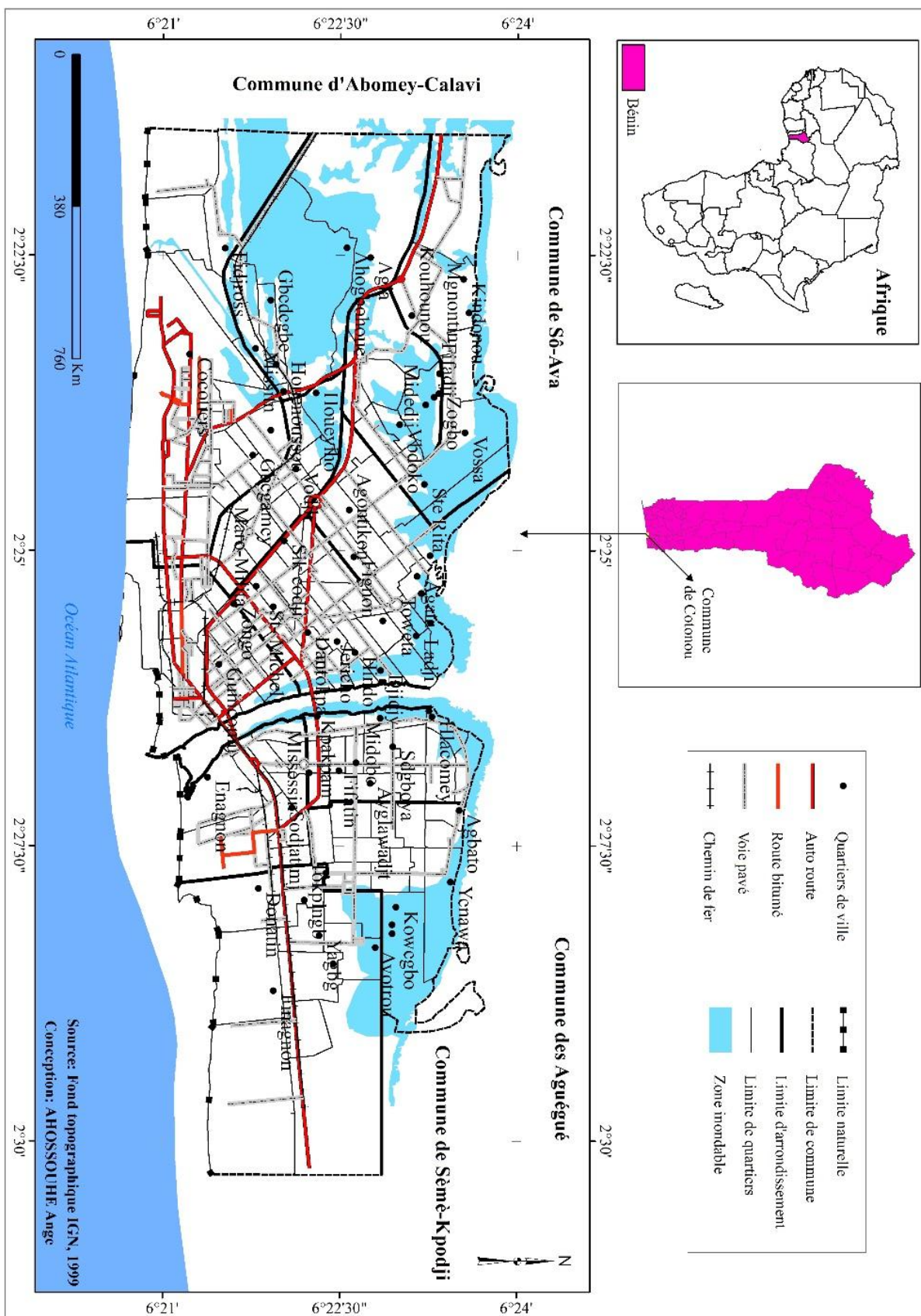


Figure 1 : Situation administrative de Cotonou

La carte de situation que présente la figure 1 est la configuration administrative de la commune de Cotonou. Cette commune compte 13 arrondissements et plusieurs quartiers de villes. Il faut noter qu'à l'instar d'autres villes africaines, la ville de Cotonou a connu une croissance extrêmement rapide après les années 1950. Cette situation favorise la fluctuation des événements culturels.

1.3.2 Origine de la ville de Cotonou

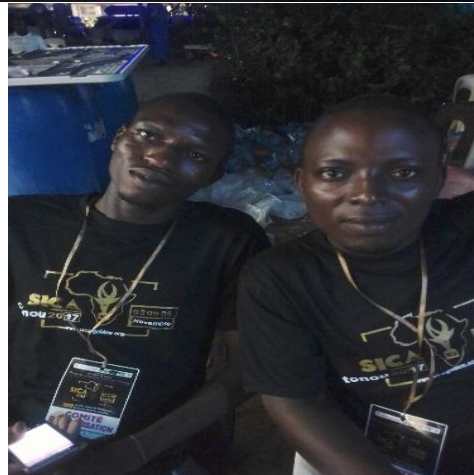
La ville de Cotonou a été créée en 1830 sur l'initiative du Roi Guézo (illustre roi d'Abomey). Selon l'une des légendes, « Kutonou », signifierait la « lagune de la mort » en raison de sa situation de carrefour du trafic des esclaves. A la fin du 19ème siècle, Cotonou s'est développée à partir de quelques villages de pêcheurs situés à l'Est et à l'Ouest de la lagune. En 1888, le territoire de la ville a été cédé à la France par le roi d'Abomey, ce qui eut pour effet l'accélération du processus de son développement. A partir du noyau originel des Toffins, la ville de Cotonou s'est progressivement enrichie de toutes les ethnies du Bénin. Certains quartiers en portent aujourd'hui la marque. Ainsi, Guincomé signifie « sur la terre des populations Guin », venues de Grand- Popo et d'Agoué pour participer à la construction du Wharf de Cotonou. De même, Xwlacodji désigne la terre des Xwla. Un brassage hétérogène de culture fait de cette ville un milieu riche en consommable et consommateur culturel. Aujourd'hui, Cotonou est devenue une représentation du Bénin en miniature et sa croissance accélérée donne naissance à une vaste région urbaine allant de Porto- Novo (à l'Est) jusqu'à Ouidah (à l'Ouest) et Abomey-Calavi (au Nord) favorable au business du concert. Nous vous parlerons du cadre qui nous a accueillis pour cette étude.

1.3.3 Cadre du stage

Pour ce stage, j'ai choisi intégrer une structure ayant une fonction me permettant de répondre à mes questionnements : c'est-à-dire être au cœur de l'organisation du concert et des relations entre artistes, coordonnateur, directeur, maisons de disques et programmeurs de lieux de diffusion.

Après de nombreuses recherches, j'ai été accueilli en stage dans l'agence ''phono vision'' de M. Oscar Kidjo, au département « organisation d'événementiel ». Cette agence fait partie d'un grand complexe privé de production audio et une certaine capacité d'organisation parallèle d'événementiel en l'occurrence l'organisation de concert. ''Phono vision'' dispose également des partenariats avec d'autres agences spécialisées dans l'organisation d'événementiel comme (***Golden International Promotion***) de Monsieur Alli Wassi où j'ai été affecté pour enrichir mes expériences dans l'organisation d'événement culturel.

Ce stage dans l'agence ''phono vision'', devenu ''kemet production'' en février 2018 était surtout intéressant car cela me permettait d'avoir une vision plus « privée » d'abord de la production du disque et une vision plus large dans l'organisation d'un événement culturel comme le festival SICA 2017 sous la direction de ***Golden International Promotion***, dont quelques images ci-jointes. Cela ne pouvait que renforcer les objectifs que je m'étais fixés pour ce stage, notamment observer les acteurs travaillant avec une vision plus "économique" de la culture, en général, et de la musique, en particulier.



Source : AHOSSOUHE Ange ; novembre, 2017 (festival SICA 2017)

1.4 Démarche méthodologique

L'atteinte des objectifs de l'étude nécessite une approche méthodologique. Elle est basée sur la collecte des données de l'année 2008 à 2016, le traitement des données et l'analyse des résultats. Ce processus a permis de conduire l'étude de manière compatible à nos objectifs.

1.4.1 Collecte des données

Pour mieux appréhender le sujet, des données ont été collectées à travers la recherche documentaire et les travaux de terrain. La méthode appliquée à cette étude est le SWOT ou FFOM (Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces). Au cours de cette phase, il sera procédé au dépouillement des données collectées, à leurs analyses puis à leurs interprétations afin d'établir une corrélation entre les informations documentaires et les réalités du terrain.

1.4.1.1 Recherche documentaire

La recherche documentaire est la phase première de toute recherche. Elle est adoptée dans la présente étude pour explorer le parcours des centres de documentation. En effet, dans l'atteinte des objectifs fixés, il a été question de rechercher les informations d'ordre général et spécifique traitant de l'organisation d'un concert. Ainsi trois critères ont meublé l'activité de la documentation. Le premier est l'identification des centres de documentation pouvant aider à la collecte des données sur l'événementiel au Bénin. Pour une pertinence des informations, le deuxième porte sur la nature des documents consultés et enfin la nature des informations à recueillir. En suivant ce modèle de recherche basé sur ces critères, plusieurs centres ont été visités. Il s'agit de : bibliothèque centrale de l'UAC et la Mairie de Cotonou. Dans ces centres, les documents consultés sont constitués de rapports, mémoires et fiches techniques. Cette gamme variée de documents a permis de collecter diverses informations de manière à couvrir le champ des objectifs spécifiques. Il y a également la recherche sur l'internet qui, en partie, a aidé à rassembler beaucoup d'informations sur la thématique de l'étude. Ce travail préliminaire et continu est complété par les travaux de terrain.

1.4.1.2 Travaux de terrain

La collecte des données, à travers la méthode quantitative s'est focalisée sur l'observation directe et l'enquête par questionnaire.

✓ Observation direct

L'observation directe des organisations de concert dans la ville de Cotonou a été une expérience à grand impact sur le travail. Elle renseigne sur l'influence des concerts sur la population de Cotonou. Au cours du stage, des informations sont également collectées lors des sorties d'organisation d'événements culturels. Ce contact direct avec le public a permis d'appréhender l'émotion que provoque le concert sur le public. À travers ce stage, il a été facile d'identifier des personnes ressources pour effectuer des entretiens.

✓ **Enquête de terrain**

Pour recueillir des données auprès de la population, la définition d'un échantillon reste un préalable. L'hétérogénéité des personnes qui assistent aux concerts a sous-tendu les recherches sur d'autres localités telles que Sèmè-Kpodji et Abomey-Calavi. Dans ces villes, un choix aléatoire est opéré pour choisir les enquêtés. Ainsi, à Cotonou, 50 personnes sont interrogées, à Sème-Kpodji, 15 personnes et à Abomey-Calavi, 35 personnes.

Au total, cent (100) personnes ont été enquêtées. Le mode opératoire varie d'une ville à une autre. A Cotonou, la majorité des enquêtés ont donné leur avis au cours des concerts. Dans les autres villes, après l'identification des enquêtés, les réponses ont été apportées à un questionnaire. Toutes ces informations collectées par voie d'enquête de terrain ou par voie d'observation documentaire sont toutes à l'état brut et méritent des traitements conséquents.

1.4.2 Méthode de traitement des données

Les données collectées ont été dépouillées puis codifiées. À l'aide de la statistique descriptive et analytique, les pourcentages des réponses sont obtenus. Ces informations ont servi à la réalisation des différents graphes. Les informations documentaires sont traitées par catégorie d'information sur :

- l'analyse de la rétrospective de quelques concerts organisés à Cotonou, de 2003 à 2017 afin d'en relever les insuffisances ;
- les articles et lois qui encadrent le concert en république du Bénin ;
- les acteurs, artistes et promoteurs du concert.

1.4.3 Méthode d'analyse des résultats

La méthode employée pour l'analyse des résultats est basée sur plusieurs approches. La matrice d'analyse SWOT ou FFOM (Force, Faiblesse, Opportunité, Menace) est utilisée pour faire une analyse des informations de l'état des lieux suivant les forces et faiblesses

qui sont des facteurs internes, les opportunités et menaces qui sont des facteurs externes (figure 2).

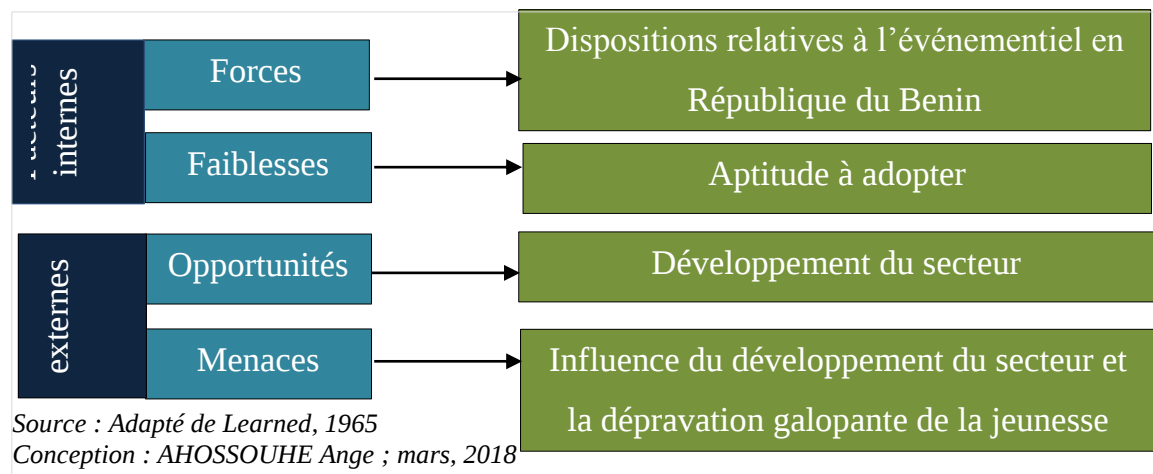


Figure 2: Matrice d'analyse SWOT de l'état des lieux de l'organisation d'un concert

La grille de conduite QQQQCCP a permis d'appréhender l'échelonnement de la mise en œuvre d'un concert pour corroborer les informations recueillies dans le cadre de la réalisation d'un concert au Bénin (ville de Cotonou). La figure 3 présente la grille QQQQCCP autour d'un événement.

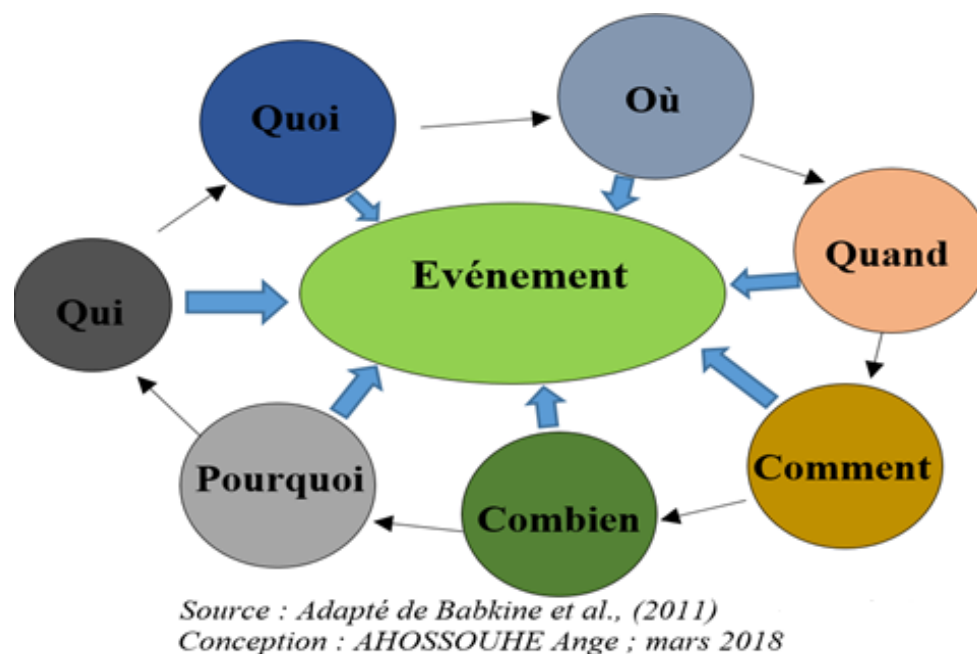


Figure 3: Grille de conduite d'événement

La méthodologie, telle que présentée, a été le chemin emprunté pour atteindre les objectifs de l'étude.

1.5 Clarification des concepts

✓ Evénement

Il existe différents types d'événements : des événements d'information (réservés à des catégories professionnelles, au monde universitaire, ...) ; des événements culturels (festival théâtral, musical, expositions) ; des événements commerciaux (foires et salons) ; des événements promotionnels (lancement d'un produit ; inauguration d'un magasin ; journées portes-ouvertes ; anniversaire d'une marque). Dans le cas de cette étude, l'événement se rapporte aux animations culturelles, en particulier, le concert.

✓ Communication événementielle

La communication événementielle est un outil de communication interne ou externe utilisé par une entreprise ou promoteur d'événement dans le but d'organiser un événement professionnel, sous la forme d'un salon, un congrès, un festival, une soirée ou encore un cocktail. L'événementiel rassemble tout ce qui concerne la création, la gestion, la promotion et l'organisation d'événements professionnels. Le lieu de l'événement peut être public ou privé. Sa durée varie de quelques heures à quelques jours, ce qui peut impliquer une logistique particulière et exiger l'expertise des professionnels de l'événementiel. Elle est donc en d'autres termes un outil de communication hors-média.

✓ Concert

Selon le dictionnaire *Le Robert*, le concert se définit comme une « Séance musicale ». Il s'en ressort comme une représentation musicale d'un ou de plusieurs musiciens chanteurs ou instrumentistes, en public, gratuite ou non, dans un lieu aménagé à cette occasion (une salle, un jardin, une église, une place, etc). Le but essentiel d'un concert est l'audition de la musique sous toutes ses formes par un auditoire, mais il peut aussi faire l'objet d'une captation pour une commercialisation ultérieure sous forme

d'enregistrement sonore ou visuel. Pour ce travail, nous avons bénéficié de l'aide de certains documents.

1.6 Revue documentaire

La recherche documentaire a permis non seulement de faire la synthèse des travaux réalisés dans le domaine de l'organisation et la gestion d'un concert, mais aussi de cerner les contours du sujet. Cette revue repose essentiellement sur certains ouvrages spécialisés.

Babkine et Rosier (2011) ont élaboré un guide d'efficacité professionnelle destiné à celles et à ceux qui s'investissent dans l'organisation d'un événement de tout genre et qui cherchent des informations précises, quant à la gestion d'un projet événementiel. Pour ces auteurs, au-delà de 1 500 personnes, l'organisation d'une quelconque manifestation nécessite des moyens et engage la responsabilité (licence d'entrepreneur du spectacle, commissions de sécurité, etc.) du promoteur qui s'engage à faire vivre l'événement, à assurer la satisfaction du public, à orchestrer les prestataires et à accorder les différentes étapes pour la réussite de l'événement.

Tohme R. (2006) aborde des théories de management et des outils de mise en œuvre d'un concert. Il explique la problématique de management des risques dans l'organisation d'un événement culturel. En effet, dans sa conception comme dans sa concrétisation, un événement comporte une somme importante de risques qu'il est parfois ardu d'identifier en raison de la multiplicité des parties prenantes. Les risques d'un événement sont également difficiles à gérer dans la mesure où l'effet de ponctualité de l'événement les rend plus importants et plus probables dans un projet classique. Pour cet auteur, on ne peut réaliser un événement culturel sans prévoir et mesurer les risques d'autant plus que le projet dissimule ces risques. La mise en œuvre d'un projet d'événement culturel comme le concert nécessite l'exploration d'un long processus : de la réalisation de l'idée du projet jusqu'à la prévention des risques possibles.

Douarre S. (2012) s'est intéressé à l'économie de la communication événementielle et explique à travers son mémoire de Master en Management des Organisations Sportives qu'il est rare qu'une opération de communication événementielle soit « rentable ». La plupart des événements nécessitent un investissement financier important de la part de l'annonceur. Mais l'objectif n'est généralement pas de réaliser un chiffre d'affaires au moment de l'événement, sauf lors des actions de promotion des ventes (distribution d'échantillons gratuits, jeux concours...), mais de modifier le comportement des consommateurs vis-à-vis de la marque ou de l'entreprise.

Si la communication événementielle est moins fructueuse que d'autres types de communication, certaines entreprises préfèrent néanmoins y avoir recours car elle permet notamment de créer rapidement de la notoriété et de toucher les consommateurs plus facilement en produisant un impact plus important et souvent un effet de surprise, si l'événement est original.

Il est important de noter qu'avant la mise en place d'une opération de communication événementielle, il faut se fixer des objectifs précis, afin de réaliser un événement qui répond à une attente spécifique, et d'apprécier l'atteinte de ces objectifs au terme de l'événement. De plus, le fait de se fixer des objectifs permet d'évaluer l'évolution de la situation avant et après l'événement, notamment l'évolution du comportement des consommateurs.

Rosendo, dans son mémoire de recherche «Marché de la musique et programmation de concerts : un jeu d'acteurs complexe pour maintenir un équilibre fragile. » soutient que «Les musiques actuelles sont le fait de différents acteurs qui coopèrent et coordonnent leurs actions pour faire vivre ce milieu, situé au carrefour des intérêts culturels, artistiques, sociaux ou économiques... ». Industrie du disque, artistes, pouvoirs publics, lieux de concerts, programmeurs ou encore publics et à l'échelle du terrain se partagent le marché.

Il se développe alors une interaction, un jeu et des relations basées sur les ressources et le pouvoir de chacun. Ces acteurs aux objectifs différents voire opposés, mettent alors en

œuvre une rationalité limitée et concourent consciemment ou inconsciemment à maintenir une certaine visibilité des différents projets et un équilibre relatif entre offre et demande.

Pourtant le marché des musiques actuelles tend à se modifier, surtout quand un nouvel acteur comme l'internet, pour l'instant difficilement contrôlable, vient déséquilibrer la répartition des tâches et des ressources. Les règles du jeu changent, le pouvoir se déplace et le marché, comme le terrain, doit donc se réorganiser, en essayant de maintenir la diversité culturelle.

De tout ce qui précède, l'on note une diversification des opinions sur l'organisation d'un événement, mais qui aboutissent à une même conclusion.

En somme, ce premier chapitre a permis d'exposer la situation du mémoire. Il a pris en compte le cadre théorique et méthodologique. En premier lieu, la partie théorique a fait le point des connaissances sur le sujet, ce qui a permis de fixer les objectifs et les hypothèses. Elle a également présenté une vue panoramique de la situation du Bénin ainsi que celle de Cotonou, en particulier, montrant les raisons pour lesquelles cette municipalité abrite plus d'événements culturels de par sa démographie. Enfin, la méthodologie adoptée est exposée et la démarche de la collecte des données, du traitement des données et de l'analyse des résultats a été présentée. Au deuxième chapitre, il est question du traitement et de l'analyse des résultats d'enquête et des informations recueillies au cours du stage.

CHAPITRE II : TRAITEMENT ET ANALYSE DES RESULTATS D'ENQUETE ET DES INFORMATIONS RECUEILLIES AU COURS DU STAGE

Le présent chapitre intitulé *traitement et analyse des resultats d'enquete et des informations recueillies au cours du stage* sera consacré à l'analyse des résultats mais aussi à la vérification des hypothèses.

2.1 Etat des lieux de l'organisation des événements culturels à Cotonou

Au Bénin, les événements culturels et bien d'autres se réalisent au quotidien. Il y en a qui échouent ou réussissent. Il s'impose donc une certaine discipline organisationnelle pour réussir l'organisation d'un événement culturel. Dans ce sens, des dispositions nécessaires devront être prises aux niveaux infrastructurel, financier, technique, législatif et règlementaire. Cette section présente la situation de l'organisation de quelques événements culturels au Bénin. Avant d'aller plus loin, il convient de présenter une rétrospective sur le concert.

2.1.1 Rétrospective sur des concerts à Cotonou

L'historique des concerts au Bénin est marqué par des temps de détresse, d'angoisse et désormais de méfiance. De toute évidence, l'action est de cause à effet. Quelques concerts ont attiré notre attention et permettent d'établir une interrelation.

2.1.1.1 Concert de Koffi Olomidé

Le concert de koffi Olomidé, un concert meurtrier, un bilan macabre sans précédent, jamais enregistré dans le monde de ce showbiz qu'est l'événementiel. La scène remonte au samedi 3 mai 2003. Dix-sept (17) Béninois ont trouvé la mort et plusieurs blessés dans cette soirée au stade de l'amitié. La principale cause de cette tragédie était les bousculades et les échauffourées. Il y aurait un débordement des services d'ordre essentiellement composés de vigiles et autres délinquants peu formés au maintien d'ordre et recrutés par les organisateurs de spectacle pour pallier le déficit des forces de sécurité publique. Car il y avait plus de tickets d'entrée vendus que de places disponibles. Par ailleurs, koffi Olomidé n'avait fait son apparition sur scène qu'à minuit pour un concert qui était prévu pour 18 h.

D'après les éléments d'enquête, la Société de Gestion du Stade de l'Amitié (SOGESA) aurait organisé le concert de Koffi Olomidé en dépit de l'interdiction d'accès au stade décrétée pour des travaux de réfection, il y a plusieurs mois. Des travaux de réfection du stade ont été entamés pour la Coupe d'Afrique des Nations juniors de 2005. Pour ce faire, Ce drame de 2003 fait état de plusieurs dérapages dans l'organisation du concert. Le profit que peut apporter l'événement a pris le dessus sur la conscience professionnelle de réussir l'événement et l'incivisme a pris place. La population béninoise demeure fustigée sur le cours de cet événement passé, ce qui démontre une attitude de réticence aux annonces des concerts géants.

2.1.1.2 Concert de Fally Ipupa

Malgré la communication à grande portée médiatisée et les acharnements publicitaires, sur le concert de Fally Ipupa, au stade de l'amitié de Kouhounou, cet événement a connu un véritable échec. En effet, pour inciter le public à faire massivement le déplacement du stade de l'amitié, des artistes béninois ont été triés sur le volet pour assurer la première partie du show de Fally. Don Métok et d'autres étaient programmés, aux côtés de la jeune artiste Oluwa Kèmy, mais sans résultats escomptés.

L'artiste Fally Ipupa pouvait s'imaginer un monde fou au stade de l'amitié pour vivre son concert. Tel ne fut pas le cas, et on dénombrait seulement quelques têtes à ce spectacle. A analyser la situation, il semble que les Béninois n'ont pas complètement oublié le concert de Koffi Olomidé à l'origine d'un drame que beaucoup n'arrivent pas à oublier. Le concert prévu pour 18 heures, n'a enregistré l'arrivée de Fally Ipupa qu'au-delà de minuit. L'artiste est resté en effet à son hôtel, Azalaï, attendant le signal des organisateurs. La longue attente n'a pas changé outre mesure la donne. Fally Ipupa n'avait tout simplement pas réussi à drainer du monde à son concert.

2.1.1.3 Prestation artistique de Vano

L'artiste béninois Vano avait offert une prestation artistique, loin d'un concert géant, au cours de laquelle il avait fait danser une danseuse aux fesses à découvert. Une situation qui n'a fait guère honneur au devenir du showbiz béninois, et a porté atteinte à la morale

et à l'éthique. Après cet incident moral, des fuites d'images, photos et vidéos ont circulé où l'on voit l'artiste tapoter les fesses de ses danseuses.

Cette situation du monde de showbiz au Bénin, donne une idée d'un lieu où règnent l'insécurité et la dépravation. La réticence des Béninois sur le concert devient accentuée et le « concert » perd progressivement toute sa valeur.

La mise en œuvre d'un concert mérite donc de s'attarder sur les questions d'organisation et de gestion, car sa réussite doit avant tout prendre en compte le rôle culturel que joue un concert en premier lieu et non le profit que cela pouvait engendrer. De l'événement de 2003 qui a marqué les esprits du public béninois, il faut dire que les organisateurs n'ont pas tenu compte du public, mais du profit, en dépassant la capacité d'accueil du stade de l'amitié de Cotonou actuel stade Mathieu Kérékou. Les conséquences qui en ont découlé conduisent malheureusement au désintéressement de la population béninoise à assister au concert qui pourrait drainer du monde. Par ailleurs, les fondements d'organisation du concert n'étant pas structurés ou connus, le secteur se heurte à la dépravation des mœurs. Les concerts ou prestations d'artiste sont organisés au détriment de ce qui pourrait être. A Cotonou, quels sont les équipements culturels capables d'abriter de tels événements ?

2.1.2 Equipements culturels de la municipalité de Cotonou

Un équipement culturel est un équipement collectif public ou privé destiné à l'animation culturelle, dans lequel se mêlent les dimensions d'éducation et de loisirs : salles de spectacles, d'expositions, bibliothèques, médiathèques, musées, centres culturels...

Les équipements culturels ont pris une importance de plus en plus grande depuis le début des années 1960. En France, les métropoles régionales, départementales ou villes d'une certaine importance, disposent d'un musée, d'une bibliothèque, d'un théâtre, d'un conservatoire, d'une maison de la culture... Les villes de moindre importance disposent d'un centre socioculturel, équipement polyvalent destiné à l'animation culturelle, comportant généralement des équipements divers : salle de spectacle, club de jeunes et/ou du troisième âge... Les communes rurales disposent souvent d'une salle polyvalente. Au

Bénin et précisément dans la municipalité de Cotonou, un inventaire des équipements culturels a été fait.

- Centre Culturel Français (CCF), actuel Institut Français

Le CCF est situé sur l'avenue Jean Paul II, à côté de l'ambassade de France. On y réalise diverses activités tout au long de l'année (excepté juillet et août) : expositions, ateliers, concerts, théâtre, festivals, etc. Véritable carrefour des artistes à Cotonou, il dispose également d'une bibliothèque. Certaines activités du centre sont payantes. Ceux qui ont une carte d'abonnement à la bibliothèque bénéficient d'une légère réduction des prix qui varient souvent entre 1000 et 1500 FCFA.

- Centre Culturel Chinois (CCC)

Le centre culturel chinois est ouvert depuis le 27 janvier 1998. Avec une superficie de 4062 Km², il se situe sur l'avenue Jean-Paul II, côté Est. Ce qui frappe le plus, c'est l'impressionnante architecture traditionnelle chinoise. Ce bâtiment s'impose devant le port, de l'extérieur, par sa forme, ses couleurs, sa présence et son jardin. A l'intérieur, on y trouve un théâtre de verdure, une grande salle polyvalente, une bibliothèque pour adultes et une bibliothèque pour enfants avec des livres en français. On y organise des activités artistiques et culturelles variées, telles que des expositions d'objets d'art et de livres, du théâtre, des concerts. Des projections de films se réalisent aussi dans l'enceinte de ce centre.

- Palais des Congrès

Situé à Gbèdégbé, le palais des congrès de Cotonou est un lieu qui reçoit régulièrement des événements culturels et autres manifestations. Le lieu est composé de 1200 places étalées sur deux niveaux, 800 places au rez de chaussée et 400 à l'étage, une salle de conférence de 300 places, une salle polyvalente de 300 places.

Vu de l'extérieur, le palais des congrès est un joyau enviable. Mais, dans le fond, c'est un nid de problèmes que l'Etat béninois peine à régler. Tout d'abord, selon les investigations menées, les difficultés de ce centre sont d'ordre technique. En dehors des problèmes techniques, l'entretien est un casse-tête pour les autorités.

- Centre International des Conférences

Fruit de la coopération franco-béninoise, le centre international des conférences de Cotonou est situé sur la route de l'aéroport international de Cotonou. Il dispose d'une salle de spectacle communément appelé salle rouge ayant une capacité de 750 places assises.

- Salles de cinéma

Le tour de la ville a permis la découverte des lieux de distraction parmi lesquels figurent des salles de cinéma que sont :

- ciné Vog
- ciné Concorde
- ciné le Bénin
- Ciné Okpe Oluwa

Mais depuis des années, les Béninois ont perdu le réflexe des salles de cinéma. Les salles de cinéma sont tombées dans une léthargie retentissante. En lieu et place des spectateurs, ce sont les rats qui ont régné en maître pendant des années. Depuis 2014, des travaux de réfection de toutes les salles sont prévues afin de donner plus de chance aux artistes d'organiser des spectacles et d'exposer leurs œuvres.

- Autres types d'équipements culturels

Il existe de nombreux espaces privés comme publics :

L'espace TCHIF a été créé en 2007 par Francis Nicaise Tchiakpé, alias Tchiff, l'un des plus grands plasticiens béninois. C'est un centre culturel indépendant et l'un des seuls lieux privés dédiés à la culture béninoise. Cet espace possède une scène avec une capacité d'accueil de plus de 300 places, un espace bar et un espace VIP.

Il a accueilli en 2012 la biennale Bénin et promeut le théâtre, les concerts et la musique béninoise, en particulier, et africaine de manière plus générale. Il possède également un espace d'expositions et un internet café.

L'espace n'a pu être géré comme il se devait depuis que Tchiff a voyagé pour ses expositions. Après avoir effectué une recherche pour un repreneur, le choix s'est finalement porté sur la holding française Scintillo. Un avenir prometteur donc pour la programmation d'événements culturels.

Il y a également des centres qui permettent de rendre les activités culturelles plus accessibles, c'est le cas des initiatives intéressant la sensibilisation du public comme les **centres socio- culturels** d'Aidjèdo et d'Ahogbohoulé ; **les maisons du peuple** de Cotonou et la maison des jeunes d'Agla.

Pour la diffusion des arts plastiques, nous avons de nombreux espaces d'exposition privés comme publics :

- **Le hall des arts** qui sert également à l'organisation de manifestations culturelles.
- **La médiathèque** de Cotonou qui programme de manière régulière ou permanente des expositions ; elle dispose également d'une bibliothèque.
- **Le centre de documentation et d'information de Montaigne** dont l'objectif est de participer à la formation des élèves à la recherche documentaire et à la maîtrise de l'information.

L'analyse de ces équipements culturels permet de conclure que la ville de Cotonou dispose d'importantes infrastructures culturelles pour recevoir des événements culturels. Néanmoins, ces espaces ne peuvent pas contenir un nombre assez important de personnes pour la réalisation des concerts géants. Raison pour laquelle tous les grands concerts

réalisés au Bénin sont faits au stade Mathieu Kérékou. Pour rappel, ce lieu a également des limites si le nombre arrivait à dépasser sa capacité d'accueil. La situation des promoteurs d'événements culturels reste aussi une préoccupation.

2.1.3 Conditions requises de la fonction de promoteur culturel et de production d'événement au Bénin

Etre promoteur culturel au Bénin est une tâche à la portée de toutes personnes désireuses devenir promoteur culturel. Il faut juste avoir l'ambition et en remplir les formalités. Néanmoins, il existe des principes visant à assainir le métier. L'arrêté ministériel portant réglementation de l'exercice de la fonction de promoteur culturel au Bénin a prévu les dispositions d'enregistrement en tant que promoteur culturel pour toute production de spectacle.

Des enquêtes, il faut constater que les principes entrant dans l'organisation d'un concert ne sont pas connus de la majorité. 18% seulement des acteurs culturels reconnaissent que le droit d'organisation n'est qu'à ceux ayant droit. Le graphe suivant fournit de plus amples informations.

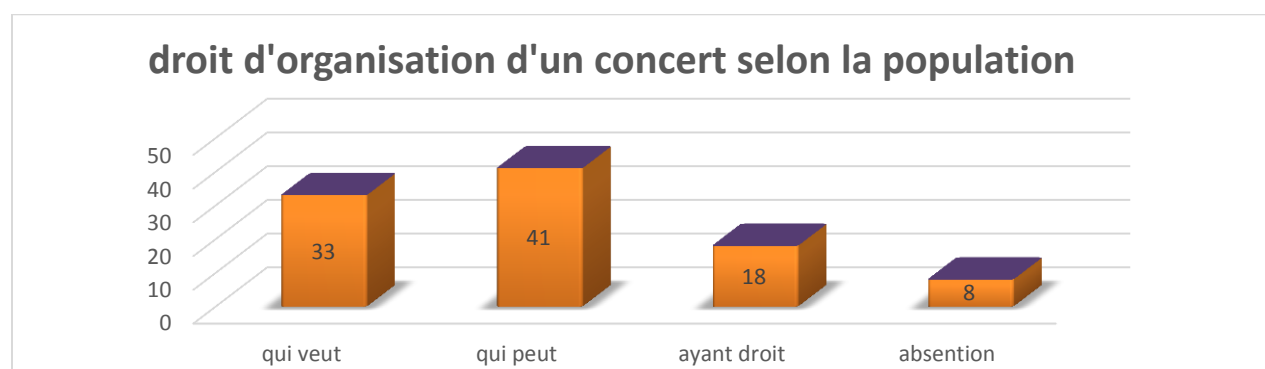


Figure 4 : droit d'organisation d'un concert selon la population

2.1.3.1 Dispositions d'exercice de la fonction de promoteur culturel

Le chapitre II de l'arrêté portant réglementation de l'exercice de la fonction de promoteur de spectacle artistique et culturel en République du Bénin (2013) en son article 7 a prévu que tout candidat, à l'exercice de la fonction de promoteur culturel, doit remplir les conditions suivantes :

1. avoir son siège social au Bénin ou élire domicile auprès d'un promoteur domicilié au Bénin ;
2. être une personne physique ou morale ;
3. ne pas être un agent permanent de l'Etat ;
4. avoir le numéro IFU ;
5. être de bonne moralité ;
6. remplir toutes les formalités nécessaires en vigueur au Bénin.

Ainsi, le candidat à l'exercice de la fonction de promoteur culturel doit être en règle par rapport à ces dispositions. A part ces dispositions, l'obtention de la carte professionnelle de promoteur culturel nécessite un dossier dûment fourni que l'arrêté en a fait mention en son article 8 aux alinéas suivants :

1. une demande dûment signée et datée par le postulant ;
2. un curriculum vitae ;
3. un acte de naissance ;
4. un extrait de casier judiciaire datant de moins de trois (03) mois ;
5. quatre (04) photos d'identité ;
6. une copie légalisée de la fiche de l'identifiant Fiscal Unique (IFU) ;
7. un récépissé de droit d'exercice de la fonction de promoteur culturel d'un montant de cent cinquante mille (150 000) F CFA pour les nationaux et de deux cent mille (200 000) F CFA pour les étrangers, à obtenir au Service de la Comptabilité de la Direction en charge de la promotion artistique et culturelle ;
8. quatre (04) enveloppes timbrées à l'adresse du requérant.

Ces dispositions de l'article 8 sont les préalables pour avoir le titre de promoteur culturel. Etre promoteur culturel ne donne pas directement le droit d'organiser des événements culturels comme on l'entend. Il faut une procédure, c'est-à-dire avoir fait un certificat du projet de l'événement dont il est question.

2.1.3.2 Dispositions de production d'événement

La mise en œuvre d'un concert exige l'obtention d'autorisation de production du spectacle. Une disposition légale qui oblige le promoteur à s'y conformer. L'article 16 du chapitre III de l'arrêté a prévu les conditions générales d'organisation de concert ou spectacle.

1. une demande dûment signée mentionnant la date et le lieu du spectacle ;
2. une copie légalisée de la licence de promoteur culturel ;
3. une copie originale du contrat signé avec l'artiste ou le groupe d'artistes, énumérant le cachet de l'artiste ou le groupe d'artistes, les conditions de transport, d'hébergement, de rémunération et de restauration, etc ;
4. le répertoire musical de l'artiste programmé pour le spectacle ;
5. le quitus du Bureau du Droit d'Auteur et des Droits Voisins (BUBEDRA) ;
6. une attestation des dispositions de sécurité et de secours dûment signée par les services compétents ;
7. un reçu de location du site ;
8. un récépissé de droit d'autorisation pour l'organisation du spectacle d'un montant de dix mille (10 000) F CFA à obtenir à la Direction de la Promotion Artistique et Culturelle ;
9. dix (10) cartes d'accès pour couple ;
10. un reçu d'attestation d'assurances.

Ces éléments, précédemment énumérés, constituent les pièces du dossier à fournir pour l'obtention d'autorisation de production d'événement culturel comme un concert. Le dossier d'un projet culturel permettra donc aux autorités d'avoir une image de l'architecture du projet afin de juger de l'autorisation ou non de la réalisation de ce projet. Cette disposition permettrait d'appréhender les valeurs morales et éthiques dudit projet.

Par ailleurs, l'arrêté a prévu en son article 17 du chapitre III des mesures restrictives car « l'autorisation de production de spectacle peut être refusée pour une durée illimitée à tout promoteur dont les prestations, et comportements antérieurs seraient contraires au

droit, à la morale, à la bienséance ou à l'intérêt de la culture nationale ». Ainsi, tout promoteur qui aurait fourni un dossier de production de concert ou spectacle en déphasage à un concert ou spectacle réalisé dans le passé peut se voir privé du droit de production d'événement. Cette disposition de l'article contraint alors les promoteurs à fournir un dossier fidèle pour l'obtention de l'autorisation d'événement, mais aussi à s'assurer de la qualité (bonne organisation et gestion) de l'événement.

2.1.3.3 Situation des promoteurs culturels au Bénin

Des investigations menées, l'on peut noter que les promoteurs culturels sont moins nombreux à Cotonou. En effet, de la liste des promoteurs obtenue, on n'en compte que 31 qui sont régulièrement autorisés (2008 à 2016) à exercer la fonction de promoteur culturel au Bénin, car ils s'acquittent de leur obligation vis-à-vis des différentes formalités.

Outre ces promoteurs culturels fidèles à la profession, l'enquête menée a permis de voir l'évolution des licences de promoteurs culturels de 2008 à 2016. La figure 5 présente le nombre sur la période de 2008 à 2016.

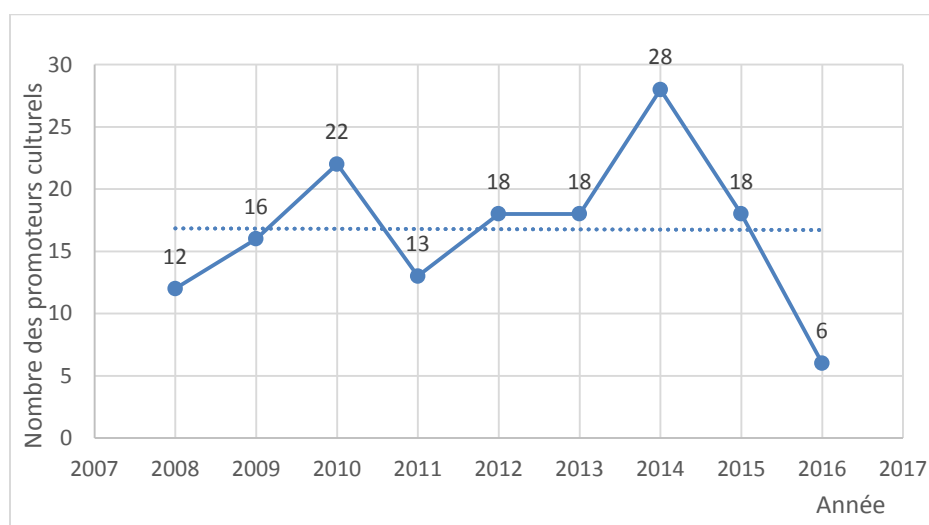


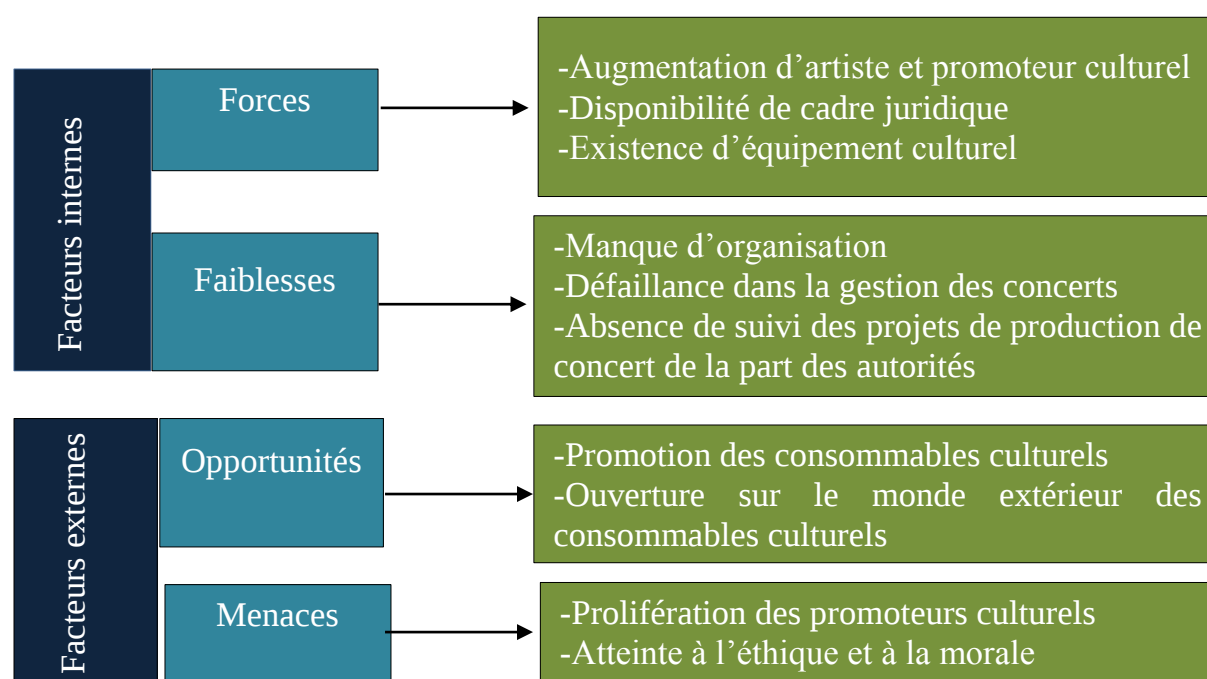
Figure 5: Nombre de licences de promoteurs culturels de 2008 à 2016

Il est remarqué à travers la figure que le nombre de licences de promoteurs culturels varie selon les années. En effet, au total 150 licences de promoteurs culturels sont dénombrés

de 2008 à 2016. Vingt-huit (28) licences de promoteur culturel est enregistré en 2014 et correspond à l'année où plus de licences ont été délivrées, et correspond également à l'année où les programmes juteux du Fond d'Aide à la Culture battait son plein ; ce qui explique encore les motivations de plusieurs promoteurs culturels. Par contre, six (06) licences de promoteur culturel en 2016 où ces différents programmes sont à leurs termes.

Il faut juste dire que sur cette période, le Bénin n'a pas manqué d'avoir de promoteurs culturel. Toutefois, il se pose un problème de qualité et de motivation de ces promoteurs.

Cette appréciation de la situation des promoteurs d'événements culturels mérite une analyse profonde afin de situer l'état des lieux. Pour ce faire, la matrice d'analyse SWOT a permis de situer les facteurs internes et les facteurs externes relatifs à la production d'événements. La figure 6 présente les résultats de la matrice d'analyse.



Source: Adapté de Learned, 1965

Conception : AHOSSOUHE Ange ; mars 2018

Figure 6: Matrice SWOT de l'état des lieux de l'organisation d'un événement

De la matrice d'analyse présentée à travers la figure 5, il se dégage que le secteur de la production d'événement culturel ne manque pas de force pouvant contribuer, d'une part,

à assainir le milieu pour son émergence et, d'autre part, à permettre une organisation d'événement culturel comme le concert à la portée des moyens existants. Les faiblesses sont des maux dont souffre le secteur. L'amélioration des conditions d'organisation pourra contribuer, sans doute, à la perfection et à la réussite des concerts dans la ville de Cotonou. Les facteurs externes concernent les opportunités et les menaces. Ce sont des facteurs qui viennent perturber en bien ou en mal le secteur de la production d'événement (concert).

Il faut dire que l'organisation de concert dans la ville de Cotonou se heurte à des difficultés organisationnelles bien que le secteur présente des atouts. Quelle démarche organisationnelle pour corriger ces difficultés que rencontre le concert dans la ville de Cotonou ?

2.2 Organisation, gestion et portée communicationnelle d'un concert

Le concert est un événement de communication qui rassemble des spectateurs. Ainsi, il faut s'assurer de la qualité de l'événement et de la sécurité du public. Il est alors nécessaire d'établir une norme organisationnelle et de gestion comme feuille de route de l'événement (concert) pour que son impact communicationnel soit positif. Cette section présente un modèle d'organisation et de gestion d'événement et aussi un retour sur la portée communicationnelle du concert à Cotonou.

2.2.1 Organisation d'événement culturel

Le concert étant un événement culturel, il respecte les mêmes principes généraux d'organisation que tout événement culturel. Il est donc nécessaire d'être formé à cet effet pour prétendre à une réussite parfaite. Pour la plupart des personnes enquêtées, une telle formation est facultative. De plus, les lieux de formations appropriés au management de la culture au Bénin demeurent peu connus par la population (Figure 7).

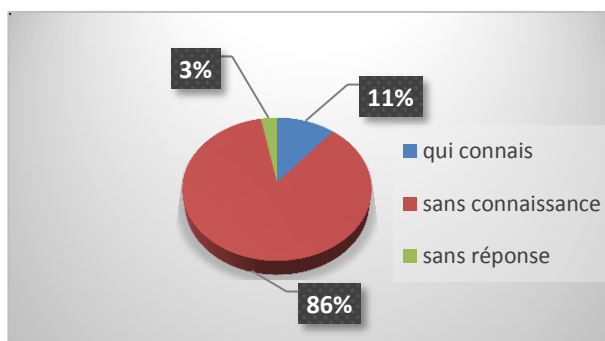


Figure 7: Informations sur la connaissance d'un lieu de formation des acteurs et manageurs culturels au Bénin

Il nous paraît utile de proposer quelques articulations nécessaires à l'organisation d'un concert compatible à la municipalité de Cotonou.

2.2.1.1 Préalable à une organisation de concert

Un projet d'organisation de concert doit s'attarder sur certains paramètres. En effet, il serait important de faire une étude de faisabilité, de faire un état des lieux des ressources et de définir les contraintes.

2.2.1.1.1 Etude de faisabilité

L'étude de faisabilité d'un événement nécessite la connaissance des besoins, des ressources ainsi que des contraintes.

✓ Besoins

Les besoins requis pour un projet d'événement culturel comme le concert sont de trois types : financier, humain et matériel.

Sur le point financier, il s'agit d'évaluer le coût de l'événement. Ces besoins intègrent tout ce qui concerne la sécurité, les assurances, les frais administratifs (de personnels, de charges sociales correspondantes, de matériel de transport, de réception, de restauration, d'hébergement, de nettoyage,...) et aussi les taxes et les frais de communication et promotion. Après ce point qui intègre les frais financiers des ressources humaines et matérielles, il faut définir le nombre de personnels indispensables à la réalisation du projet. De même, les matériels doivent être définis.

✓ Ressources

Les ressources sont de trois ordres : financière, humaine et matérielle. Il s'agit de recenser les ressources de tous types : budget, personnel, locaux et autres matériels

disponibles, recettes liées à l'événement, subventions publiques, partenaires et sponsors...

Grâce à l'analyse des besoins et des ressources, un budget prévisionnel de l'événement pourra se faire. Ce qui permettra de définir l'éventualité de réalisation du projet. Pour ce faire, l'évaluation des possibilités et la réalisation du budget devrait se faire sur demande de devis et conseils d'experts. Car c'est une véritable étude de faisabilité fondée sur des estimations et prévisions.

✓ **Contraintes**

Les contraintes qu'il faut connaître sont principalement de deux types : internes, c'est-à-dire liées à l'entreprise organisant l'événement et ses activités, et externes, c'est-à-dire concernant les convives (invités) ; la société ou le public.

Contraintes internes

- se prononcer sur la quantité et la qualité du personnel ;
- définir en termes clairs le cahier de charge de chaque personnel ;
- situer les ressources disponibles.

Contraintes externes

- légales : l'organisation d'un événement est soumise à un certain nombre d'obligations légales telles que la contractualisation des diverses prestations et collaborations, la déclaration de la manifestation, les assurances, etc.
- économiques : si le contexte économique est défavorable, le promoteur doit proposer un événement qui fera venir un maximum de personnes, le prix d'entrée (si l'entrée est payante) doit donc être abordable pour le public cible ;
- environnementales : l'événement doit respecter une logique de développement durable et le promoteur doit mettre en place les démarches nécessaires : limiter la pollution, dégât matériels et les déchets, etc.

✓ **Définir ses objectifs**

Dans la planification de l'événement, il est primordial de définir les objectifs. A ce titre, voici les éléments factuels qu'il faut définir:

- objectif global ;
- objectifs spécifiques.

Les objectifs spécifiques se déclinent en :

- objectif de lieu ;
- objectif du coût ;
- objectif de délai ;
- nombre d'invités à atteindre ;
- chiffre d'affaires ou retombées économiques net ;
- retombées en matière de visibilité.

2.2.1.1.2 Conseil de coordination de l'événement

Un bureau de coordination de l'événement doit être mis sur pied pour la préparation de l'événement. Il s'envisage sous plusieurs aspects. On peut donc segmenter la préparation de l'événement en plusieurs domaines :

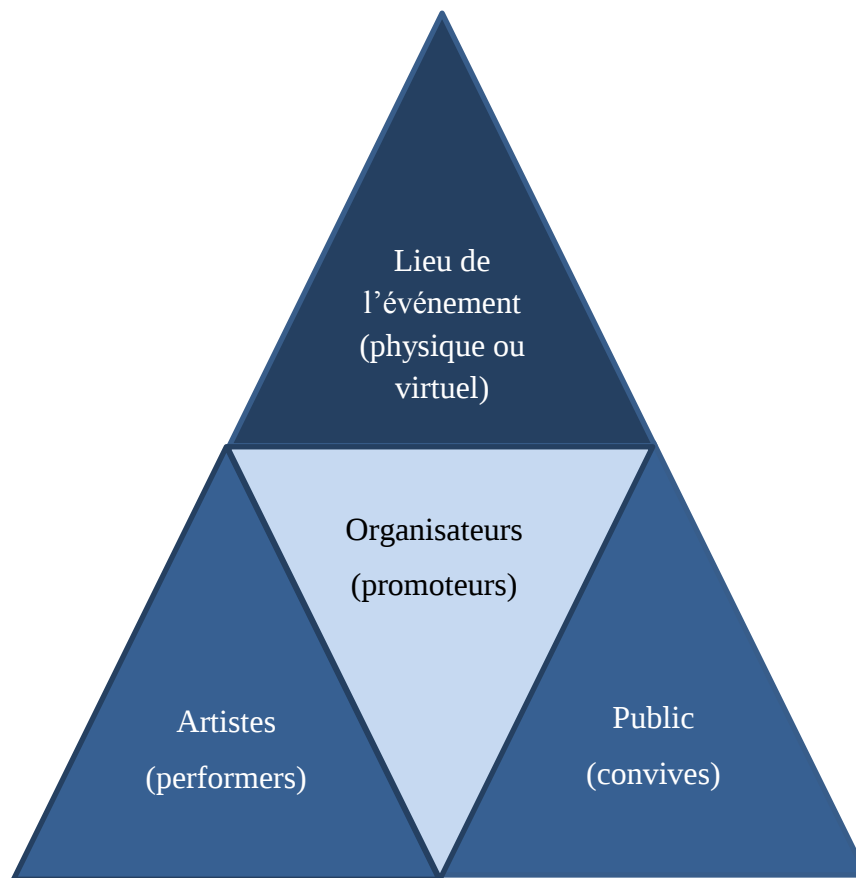
- administratif et financier : c'est l'instance qui s'occupe de la coordination administrative et financière du projet de l'événement ;
- législatif et sécuritaire : se charge de gérer les questions juridiques que peut soulever l'organisation de l'événement, de même que les questions sécuritaires ;
- communication et médias : s'occupent de la visibilité de l'événement et la réussite du convert ;
- logistique : la logistique s'occupe de la ressource humaine et matérielle que le projet est censé employer.

Dans chaque domaine s'ajoute une liste de tâches bien définies. Il sera important d'établir un rétro planning, car certaines tâches dépendent de la réalisation d'autres. Par ailleurs, il sera indispensable d'assurer un partage de l'information entre les équipes travaillant sur

les différents aspects de la préparation de l'événement afin que l'ensemble de l'organisation de la manifestation soit cohérent.

2.2.1.2 Démarche d'organisation d'un événement (concert)

L'organisation d'événement nécessite des obligations générales auxquelles sont soumis la plupart des événements (figure 8).



Conception : AHOSSOUHE Ange ; Avril, 2018

Figure 8: Triangle d'organisation d'événementiel

Cette représentation triangulaire schématise l'organisation d'un projet événementiel. En effet, les trois sommets du triangle constituent les éléments entrant dans la création de l'événement autour du promoteur ; ce qui permet à l'événement d'exister, d'être équilibré et synonyme de réussite :

- le lieu où se déroule l'événement, physique ou virtuel ;

- les artistes qui l'animent (ces derniers peuvent être des célébrités, des intervenants, des personnages publics...) ;
- le public convié à l'événement ;
- l'organisateur ou le promoteur est, quant à lui, l'élément unificateur du projet, son noyau dur. Il devra jouer la partition entre ces trois entités et les combiner de son mieux pour créer un événement remarquable.

Plusieurs étapes sont primordiales dans la création d'un événement quel qu'il soit, et beaucoup d'erreurs sont à éviter. De ce point de vue, des interrogations chronologiques sont nécessaires dans l'exécution d'un événement.

2.2.1.2.1 Réaliser un brief

Il est primordial de définir les envies et les besoins de manière concrète. En d'autres termes, il faut émettre des idées. Ainsi, le brief est le véritable point de départ de l'aventure événementielle quel que soit le type de manifestation. Au même titre que n'importe quel projet, il est important d'établir une ligne de conduite, le cadre de votre projet, pour une action cohérente avec votre équipe. Le brief, qu'il soit seulement pour le promoteur, pour ses collaborateurs ou pour une agence événementielle, que l'organisation se construit par un cahier des charges où les termes de références doivent être détaillés. Il est indispensable d'être plus précis possible. La grille QQQCCP est une méthode très simple pour placer le contexte de la manifestation. Le tableau I présente de façon détaillée la grille QQQCCP présentée dans la méthodologie (1.4.3).

Tableau I: Grille de conduite d'événements

QUI	Qui est à l'origine du projet ? Quelle est la cible visée ? Entité : entreprise, association, administration... ainsi que l'identité des porteurs du projet.
QUOI	Quel est l'événement ? Nom suivi d'une brève description.
OÙ	Où se déroule l'événement ? Lieu précis ou département du lieu, salle, ville, adresse (avancer des pistes de réflexions).
QUAND	Quand aura-t-il lieu ? Date de début et de fin, heure de début et de fin Pensez à veiller sur les grands événements publics ou concurrents pour fixer votre date.
COMMENT	Quelle forme prendra-t-il ? Conditions de participation ? Type d'événement ? Par quels moyens ?
COMBIEN	Représenter quantitativement l'événement : Quel sera le prix d'entrée ? Le nombre de convives attendus ? Le nombre de places à prévoir ?
POURQUOI	Quel est le but de l'événement ? Votre but à vous : vendre, présenter un nouveau produit, fidéliser vos clients... Le but mis en avant pour vos convives : les remercier, les valoriser, leur offrir... Ce point est parfois nommé le « Call to action », quels sont vos objectifs envers votre cible ? Que souhaitez-vous que votre public retienne de votre événement ?

Source : Babkine et al., (2011)

A travers le tableau, il est constaté que l'acronyme QQQQCCP définit sept éléments qui matérialise efficacement et rapidement le cadre d'un projet d'événementiel.

Par ailleurs, s'il faut convaincre de la faisabilité du projet et de sa crédibilité, il est souhaité aussi de rédiger un véritable cahier de charges complet avec :

- un titre accrocheur et une illustration ;

- le but de l'événement : court et incisif ;
- la grille QQQQCCP ;
- les objectifs en termes de visibilité, de notoriété et de retombées ;
- les intervenants, participants et prestataires ainsi que leurs coordonnées ;
- les moyens techniques à mettre en place (installations) ;
- les moyens humains (description de votre équipe et de ses compétences) ;
- les moyens financiers (votre budget, vos aides et subventions) ;
- un prévisionnel de l'événement (avec les sources des dépenses et recettes estimées) ;
- un rétro planning des échéances jusqu'au jour de l'événement, etc.

Il paraît utile de se fixer des dates, communément appelées « deadlines », pour ne pas perdre de temps.

Après la réalisation du brief, il faut définir les composantes formellement pour que le temps imparti à l'événement soit respecté.

2.2.1.2.2 La déclaration de la manifestation

L'organisateur d'une manifestation publique doit en faire la déclaration auprès de la Mairie et éventuellement auprès de la Préfecture ou Sous-préfecture. Suite à cette déclaration, la Mairie et/ou la (sous-)préfecture délivrent ou non une autorisation au promoteur de la manifestation. Généralement, l'autorisation est soumise à certaines conditions : il s'agit notamment de transmettre à la Mairie une « notice de sécurité » regroupant plusieurs documents prouvant que l'organisateur a pris les mesures nécessaires pour garantir la sécurité des participants lors du déroulement de l'événement (plan de la manifestation, attestation de participation des organismes de sécurité, attestations d'assurances et autorisations, certificats de conformité des différentes infrastructures temporaires...).

2.2.1.2.3 Le choix du lieu : la première pierre de l'événement

En amont, le lieu de l'événement est la pierre angulaire de l'organisation. Il est le premier déterminant du processus de création de la manifestation.

Idéalement, pour assurer la disponibilité de celui-ci, il faut prévoir la réservation douze à dix-huit mois à l'avance. Il faut noter que plus le lieu est reconnu et hors du commun, plus il est difficile de l'obtenir. Certains lieux sont parfois réservés plusieurs années à l'avance. Ainsi, il est capital de mettre toutes les chances du côté et réserver le plus tôt possible. Des points déterminants sont à respecter pour le choix du lieu.

✓ Capacité d'accueil du lieu

Selon le brief de départ, il faut choisir un lieu adapté au nombre de convives attendus, à plus ou moins 20 % selon le nombre du public attendu. Un lieu démesuré face au nombre de public présent pourrait instaurer une ambiance froide et austère, car les personnes se sentiraient perdues et éloignées les unes des autres. De même, il serait malvenu de choisir un lieu trop petit pour une quelconque rentabilité. Reste à savoir quelle configuration du lieu pour une compatibilité avec l'événement.

✓ Configuration du lieu

Selon le type d'événement, il faut se demander si l'événement se fera en configuration assis ou debout, ou les deux à la fois. Cela varie en fonction du type d'événement et cette nuance est très importante. Il faut noter que l'installation de chaises et de tables pour une configuration assise réduit fortement la capacité d'accueil du lieu.

2.2.1.2.4 Autorisation d'occupation du lieu

Lorsque l'organisateur n'est pas propriétaire du local où va se dérouler l'événement (terrain ou bâtiment), il est nécessaire d'obtenir l'autorisation auprès de la structure habilitée afin de s'en servir, et ce, des jours avant l'événement pour que l'accord ne puisse pas être possible.

2.2.1.2.5 Jour propice

En fonction du type d'événement, il faut prendre en compte les vacances scolaires, les week-ends y compris vendredi. Pour les événements de grande envergure, il est souhaitable de choisir les weekends, les congés et les vacances si l'événement n'est pas scolaire, et vérifier s'il n'y a pas d'autres événements le même jour.

2.2.1.2.6 Service d'ordre et de secours

Afin d'assurer le bon déroulement de l'événement et d'éviter tout risque de débordement, la mise en place d'un service d'ordre privé ou public par l'organisateur peut lui être imposée par la Mairie ou la Préfecture, en fonction de l'importance du public attendu, de la configuration des lieux, du type de manifestation... L'organisateur est également tenu de faire appel à un service de secours, qui sera présent tout au long du déroulement de la manifestation afin de prendre en charge les éventuels incidents. Ainsi, l'organisateur doit faire une demande auprès des services de secours et de sécurité afin de garantir la sécurité des participants.

2.2.1.2.7 Gestion des accès piétons et routiers

La manifestation doit être accessible aux personnes valides comme aux personnes handicapées. De plus, l'intervention éventuelle des forces de l'ordre et des secours nécessitent une fluidité des accès et de la circulation, admise par le filtrage des entrées et des espaces (en général, l'organisateur prévoit un système de gardiennage et de contrôle).

Il est important également de prévoir de la signalétique et du fléchage afin d'indiquer les accès, les sorties, les parkings, les sanitaires, les différentes animations, les zones interdites au public, ...

2.2.1.3 Ligne directionnelle d'organisation d'événement (concert)

L'examen des différentes étapes de préparation d'événement présentées dans les précédentes rubriques amène à définir plus clairement les phases d'organisations d'événement. Nous présentons la phase préliminaire et la phase d'organisation.

✓ **Phase préliminaire**

La phase préliminaire d'organisation d'événement se décline comme suit :

- Constituer un comité de planification à convoquer très régulièrement ;
- déterminer l'objectif principal de l'événement ;
- identifier le public cible et examiner la façon la plus efficace de lui transmettre le message à passer ;
- décider de la planification de l'événement ;
- préparer un budget préalable ;
- repérer si nécessaire, toutes les sources de revenus (sponsors, subventions, fonds propre, etc.) ;
- fixer les frais de billet d'entrée et une politique de réduction ;
- présélectionner au moins deux dates pour la tenue de l'événement ;
- prévoir un calendrier pour l'événement. ;
- concrétiser le budget.

✓ **Phase d'organisation**

L'organisation même de l'événement se décline comme suit :

- élaborer un programme détaillé pour l'organisation préliminaire en identifiant et assignant chacune des tâches à réaliser ;
- négocier les tarifs et les réservations de l'hébergement, des repas, du transport et s'il y a lieu, des activités complémentaires (activités ludiques, loisirs, etc.) ;
- fixer une date pour votre événement.
- contacter les intervenants les plus importants et envoyer des invitations à la presse, etc. ;
- envoyer une deuxième information aux participants potentiels, en apportant des informations détaillées sur l'événement et, s'il y a lieu, sur le procédé d'inscription ;
- choisir la décoration et vérifier les préparatifs et la disposition des sièges s'il s'agit d'un événement (concert) VIP ;

- louer les équipements audiovisuels et si nécessaire, faire appel au personnel occasionnel ;
- décider des mesures de sécurité ;
- estimer le nombre des participants quelques semaines avant la date de l'événement ;
- rassurez-vous des œuvres musicales qui seront interprétées le jour ‘J’ ;
- confirmer toutes les réservations et vérifier tous les détails ;
- procéder à la clôture des comptes après l'événement.

2.2.2 Gestion d'un événement

L'organisation d'un événement repose sur la démarche classique du management du projet. Ainsi, l'événement est aussi un projet comme les autres et suit les quatre principales étapes de la conduite d'un projet, à savoir : l'évaluation, la planification, la réalisation et pilotage et enfin la clôture.

2.2.2.1 Composante de gestion

Les ouvrages spécialisés dans l'événementiel précisent cette notion de projet dans le cadre de l'organisation d'événements. On trouve ainsi un découpage fonctionnel, plutôt que temporel :

La gestion financière : le budget (prévisionnel, réalisé, gestion des écarts), la comptabilité de l'événement (factures entrantes et sortantes, encaissements et décaissements) ;

La gestion des prestataires, des fournisseurs et des intervenants : recherche, consultations, sélection, passage de commandes ;

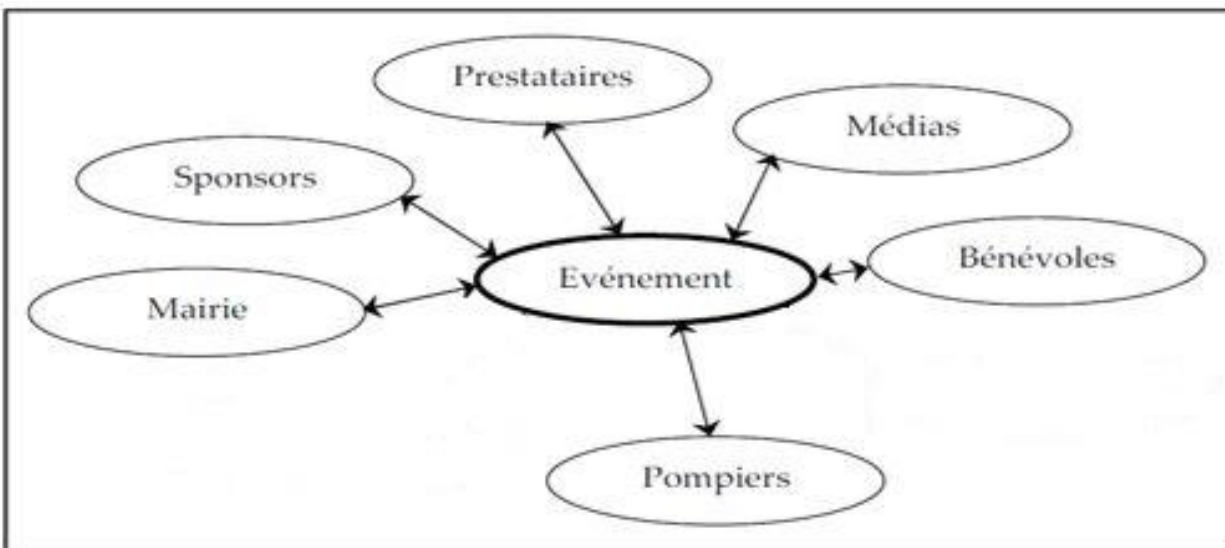
La gestion commerciale : recherche de sponsors, création et vente de prestations (distribution de ticket, espaces publicitaires, restauration, etc.) ;

La gestion administrative et réglementaire : demandes d'autorisations (mairie, préfecture, droits musicaux, buvette, etc.), assurances, demandes de subventions ;

La gestion de la communication : plan média, gestion des relations publiques, etc.

2.2.2.2 Autres acteurs impliqués dans la gestion d'un événement

La gestion d'un projet événementiel réside aussi dans le nombre de parties prenantes. En effet, de nombreux acteurs sont concernés par un événement. Ils n'ont pas tous les mêmes attentes de l'événement. La figure 9 présente l'environnement des parties prenantes d'un événement.



Source : Adapté de Claveau P., (2005) *Management des projets événementiels*
Conception : AHOSSOUHE Ange, Juin 2018

Figure 9: Environnement d'un événement

Les parties prenantes d'un projet d'événement comprennent des acteurs passifs et actifs. Les acteurs passifs contribuent ponctuellement à la gestion de l'événement. Ces acteurs sont conviés le jour ultime pour diverses fins. De l'autre côté, les actifs sont permanents depuis l'organisation, la gestion jusqu'à la finalisation du projet.

2.2.3 Portée communicationnelle d'un concert

Par la communication événementielle, l'auditoire vit l'événement avec ses cinq sens. Cette portée communicationnelle que présente un événement comme le concert, d'une part, et les dérapages dans ce secteur ne sont pas méconnus par les personnes interrogées dans le cadre de cette étude. Le graphe ci-dessous nous donnera de plus amples connaissances.

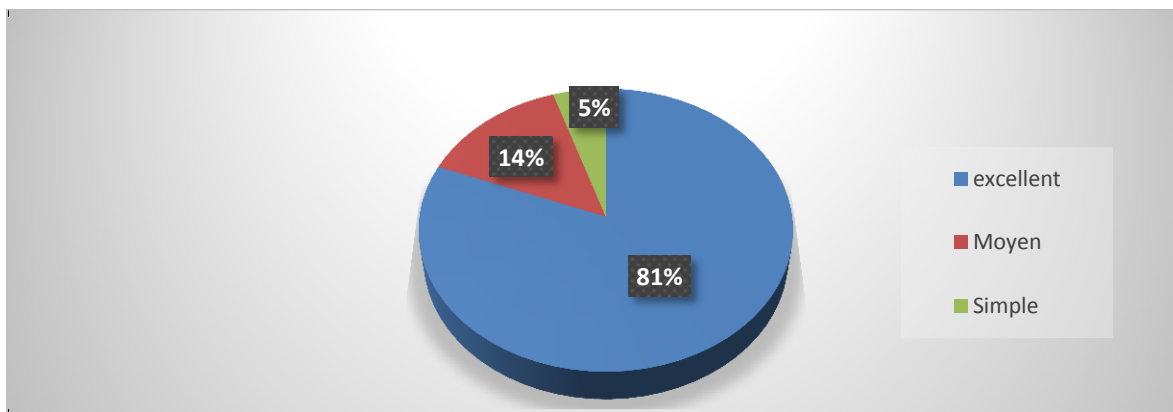


Figure 10 : Estimation de la portée communicationnelle d'un concert selon la population

L'événement, à travers le concert, est un vecteur d'image pour les organismes qui l'utilisent. Ce concept a un caractère transversal et s'explique par un aspect logique et un aspect pragmatique.

2.2.3.1 Aspects logiques d'un concert

Il s'agit d'informer, de rassembler, de fédérer autour d'un élément quel qu'il soit, par le biais d'un événement. Plus généralement, il fait partie de l'univers de la communication et permet une rencontre physique entre le(s) communicateur(s) que représentent les artistes et l'auditoire. Cette action de communication ponctuelle est destinée à marquer les esprits dans un but précis et déterminé par le commanditaire (personne morale ou physique). Il est possible de différencier cette communication événementielle des autres formes de communication grâce à sa capacité à réunir les individus et de créer un réel espace de communication. De plus, contrairement aux autres « médias », la communication événementielle est pluri-sensorielle.

En effet, elle peut toucher les cinq sens de son auditoire et permet ainsi une meilleure mémorisation de ce que l'on souhaite transmettre au public. Nombre de médias traditionnels sont à sens unique, c'est-à-dire d'une transmission de l'émetteur vers le récepteur. Ici, l'interaction avec le public est possible et d'autant plus bénéfique pour la réussite de l'événement, donc de l'action de communication.

Toutes mauvaises informations véhiculées peuvent être fatales pour l'auditoire, voire toute une nation ; comme une bonne information peut redresser toute une nation.

2.2.3.2 Aspect pragmatique d'un concert

Le lancement d'un nouveau produit musical, de nouvelles acquisitions de produit commercial, des vœux de fin d'année, etc., constituent des raisons valables pour organiser un concert. Qu'il soit réalisé dans un but commercial ou artistique, de fidélisation de la clientèle, de vente, ou tourné vers le plaisir et la convivialité, à travers un spectacle ou une soirée, le motif de l'événement se matérialise par un verbe :

- Promouvoir : le but, implicite comme explicite, est de vendre (produit ou information). Cette action de promotion se matérialise fréquemment par un stand où une place est trouvée à l'artiste et la communication aussi a toute son importance ;
- Fédérer : fédérer est très important pour un parti politique, une communauté ethnique, religieuse ou encore une communauté de fanatiques, de passionnés, de lecteurs, d'auditeurs, de spectateurs, de joueurs, etc. ;
- Divertir : le but est de développer le capital sympathie de votre entité et de créer un environnement favorable à l'acte d'achat, de vente ou de don ; l'image de votre marque est engagée et doit rayonner à travers ledit événement.
- Présenter : il s'agit de faire une présentation officielle d'un nouveau service, d'un produit, d'une équipe dirigeante, de collaborateurs ou de présenter une marque aux relations publiques. L'objectif premier est de transmettre l'information d'une nouveauté ;
- Remercier : créer un événement peut être une occasion singulière pour remercier ses collaborateurs, ses partenaires ou ses clients. La transmission d'émotion en est amplifiée.

Vu cette portée de la communication événementielle en l'occurrence le concert, il est donc nécessaire de filtrer l'information à véhiculer pour tout peuple désireux avoir une maîtrise de sa conduite.

Selon l'article 16, alinéa 4 de l'arrêté portant réglementation de l'exercice de la fonction de promoteur de spectacles artistiques et culturels en République du Bénin, le répertoire musical de l'artiste programmé pour un spectacle doit être joint au dossier à fournir pour l'obtention de l'autorisation de production de spectacle. Bien d'autres mesures sécuritaires y sont mentionnées. Force est de constater que la non maîtrise des textes et l'absence d'une « police de répression » constituent nos insuffisances.

Il s'en dégage que tout événement culturel est un véritable outil de communication qui présente des avantages surtout pour les entreprises, les structures ou le gouvernement. Le gouvernement béninois l'a su tôt et en a fait usage pour passer des messages lors du Régime d'Assurance Maladie Universelle (RAMU), de la Liste Electorale Permanente Informatisée (LEPI) et du Recensement Administratif à Vocation d'Identification de la Population (RAVIP) pour ne citer que ceux-là. Les raisons qui les poussent à y avoir recours sont nombreuses. En voici néanmoins quelques-unes :

- une rencontre physique de l'auditoire;
- une communication de proximité ;
- une fidélisation du public ;
- un aspect sensoriel et affectif ;
- un impact fort ;
- une communication animée et singulière ;
- un projet conçu « sur mesure », etc.

Il est à noter qu'un particulier qui organise un événement pour le simple plaisir de convier ses proches ne peut prétendre entrer dans une démarche professionnelle de création événementielle.

Pour conclure, l'Etat béninois dispose des bonnes pratiques en ce qui concerne la ''sécurité' dans l'organisation d'un concert en République du Bénin, mais une absence de suivi et de contrôle font dormir les textes dans les armoires. Ainsi nous assistons à l'incivisme et à l'immoralité qui se traduit par la vente non contrôlée des billets d'entrées, ce qui accentue l'insécurité lors des événements. De plus, des surprises désagréables dans le répertoire des artistes lors des concerts, comme, des danses des danseuses aux fesses à découvert, ce qui entrave le moral. La motivation et la formation des quelques acteurs

culturelles restent hypothéquées. Il est donc nécessaire de réveiller la conscience collective pour une prise de responsabilité en faisant l'usage strict des textes établis à cet effet ; créer une police de répression afin de sanctionner tous dérapages ; exiger désormais une formation spécifique aux promoteurs culturels et que le Bureau Béninois du Droit d'Auteur (BUBEDRA) puisse redoubler d'effort.

**CHAPITRE III : PROJET DE PROMOTION DU GOSPEL BENINOIS : STYLE
TRADITIONNELLE ET STYLE MODERNE D'INSPIRATION
TRADITIONNELLE**

Pour contribuer au développement de la ville de Cotonou, et promouvoir le civisme et le moral, nous proposons la mise en œuvre d'un projet de promotion du gospel béninois : style traditionnelle et style moderne d'inspiration traditionnelle. À cet effet, notre justification sera clarifiée dans la rubrique suivante.

3.1 Classification de l'idée du projet

La musique est l'art de combiner les sons de façon à agréer l'audition. Celle qui est pratiquée par chaque groupe social révèle son identité. Nous reconnaissons l'américain par son RAP, bien-que cela soit défini comme un « style de musique apparu dans les ghettos noirs américains » ; le Cuba par sa Rumba, bien que cela soit également pratiqué par les congolais... et comme le dit-on, s'atteler à acclamer les autres amène à oublier ses prérogatives. Quels sont les nôtres ?

Sur le terrain, quelle comparaison faites-vous entre le nombre d'artistes béninois spécialistes des musiques importées et le nombre de Béninois spécialistes des musiques locales ?

Les valeurs musicales ressortent comme l'oiseau qui se cache pour mourir. Peu de jeunes s'attroupent autour de celles-ci. Sont-elles si précaires, sans goût, et non attractive ?

Quelle valeur donne-t-on aux musiques traditionnelles locales et aux musiques modernes d'inspirations traditionnelles ? De quelles promotions bénéficient-elles ?

Cette promotion de ces musiques qu'est l'objet de notre projet survivra-t-elle face au déclin de l'industrie du disque qui sévit l'industrie musicale au XXI^e siècle ? Ce souci nous amènera à nous intéresser au « gospel qui tire actuellement son épingle du jeu. » *M.Oscar KIDJO*. Il est à noter que « plus de 80% des Béninois sont religieux pratiquant le christianisme, le catholicisme, le christianisme céleste et le protestantisme méthodiste » *Wikipédia*. Dans ce projet, nous nous intéresseront à l'organisation des concerts penchés sur le gospel béninois ; ce qui permettra de valoriser notre patrimoine culturel et participer aussi à la promotion des talents artistiques enfouis dans les contrées du Bénin.

De plus, l'immoralité et l'incivisme sont plus réduits avec le gospel, en général. L'aspect concours qui s'y ajoute nous permettra d'aider ces artistes en herbe à donner le meilleur d'eux-mêmes.

Notre projet consistera donc à sensibiliser, à sélectionner les talents artistiques, les confronter et relater sept artistes pour une tournée à travers le Bénin.

3.2 Objectifs du projet

Dans la planification de l'événement, il est primordial de définir les objectifs. A ce titre, voici les éléments factuels qu'il faut définir:

3.2.1 Objectif général

L'objectif général du projet est de promouvoir la musique moderne d'inspiration traditionnelle axée sur le gospel béninois.

3.2.2 Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques se déclinent en :

- objectif de lieu : Notre événement pour cette aura lieu sur sept différents sites, situés dans quatre départements (Zou, Atlantique, Littoral et l'Ouémé) ;
- objectif du coût : le cout de notre projet s'élève à trente-cinq millions, six-cents, quarante-sept mille (35 647 000) FCFA
- objectif de délai : le délai imparti à notre projet pour cette édition s'étend sur douze (12) mois;
- nombre d'invités à atteindre : A la fin de notre événement, dix mille (10 000) personnes seront atteint.

3.3 Etude de faisabilité

L'étude de la faisabilité de notre événement nécessite la connaissance des besoins, des ressources ainsi que des contraintes.

3.3.1 Besoins

Les besoins requis pour ce projet d'événement sont de trois types : financier, humain et matériel.

Besoins financier

Il s'agit d'évaluer le coût de l'événement. Ces besoins intègrent tout ce qui concerne la sécurité, les assurances, les frais administratifs (de personnels, de charges sociales correspondantes, de matériel de transport, de réception, de restauration, d'hébergement, de nettoyage,...) et aussi les taxes et les frais de communication et promotion. Pour ce projet, ces besoins se détaillent comme suit :

Sécurité :	2 200 000FCFA
Assurances :	.1 200 000FCFA
Locations :	7 147 000FCFA
Cachet des artistes :	10 000 000FCFA
Rémunération du personnel :	11 000 000FCFA
Taxes :	500 000FCFA
Frais de communication et promotion :	3 600 000FCFA

Besoins en ressources humaines : Pour cette édition de notre projet, trente-trois (33) membres constitueront le personnel.

Besoins matérielles : Location (07 place des fêtes sonorisées pouvant abriter chaque phase de l'événement)

: Acquisition des instruments de musiques traditionnelles dont nous auront besoin.

3.3.2 Ressources

Les ressources sont de trois ordres : financière, humaine et matérielle. Du point de vue financière, nous misons sur les Fonds des Arts et de la Culture (FAC) ; les partenaires ou sponsors avec lesquels nous allons signer des partenariats gagnants-gagnants et les tickets d'entrée.

Pour ce qui concerne les ressources humaines, une équipe formée ; expérimentée et dynamique avec laquelle je travaille depuis quatre ans est disponible pour couvrir les

besoins. Par cette équipe, trois éditions d'un événement dénommé « SEMAINE CULTURELLE DE LA JEUNESSE » ont été une réussite. Nos ressources matérielles se limitent aux quelques instruments de musiques traditionnelles dont nous disposons.

Grâce à l'analyse des besoins et des ressources, un budget prévisionnel de l'événement pourra se faire. Ce qui permettra de définir l'éventualité de réalisation du projet.

3.3.3 Contraintes

L'existant

Plusieurs manifestations ou festivals s'organisent au Bénin comme le festival SICA, festival Hanlissa , We- Bénin, Festival du Danhomè, Tofin xwé, Kandontcha...Plusieurs d'entre ces événements sont à titre festif et ne nécessitent pas de grande formalisation d'après l'arrêté portant réglementation de l'exercice de la fonction de promoteur de spectacles artistiques et culturels en république du Bénin. Ils demeurent donc vulnérables à l'incivisme et l'immoralité déplorée.

Forces : - La conscience collective reconnaît la grandeur des potentialités culturelles béninoises.

- Face au déclin de l'industrie du disque au XXI^e siècle, seule le gospel traditionnel reste peu affecté ;
- Avec le gospel, les déséquilibres moraux sont presque absents.

Faiblesses :

- Présence d'autres événements similaires pouvant drainer du monde ;
- La dépravation galopante de la jeunesse les amenant à une attraction vers les événements dépravants.

Opportunités :

- Disponibilité des artistes en herbe désireux et ayant besoin d'être promus ;

- Connaissances acquises dans le domaine et disponibilité d'un manager culturel rompu à la tâche.

3.4 Planification

3.4.1 Conseil de coordination

La préparation de notre événement se fera en plusieurs domaines :

- administratif et financier : c'est l'instance qui s'occupera de la coordination administrative et financière du projet de l'événement ;
- législatif et sécuritaire : se chargera de gérer les questions juridiques que peut soulever l'organisation de l'événement ; de même, les questions sécuritaires seront gérées par cette instance ;
- communication et médias : s'occuperont de la visibilité de l'événement qui a une importance certaine dans la réussite de l'événement;
- logistique : la logistique s'occupera de la ressource humaine et matérielle que le projet est censé employer.

3.4.2 Réalisation du brief

QUI	NOM : AHOSSOUHE S. Ange Pascal Entreprise : Notre cible est la couche juvénile béninoise,
QUOI	Promotion des musiques traditionnelles ; et modernes d'inspiration traditionnelles en République du Bénin.
OÙ	Bénin et précisément dans quatre départements (Zou Atlantique, Littoral, Ouémé)
QUAND	Il est préférable de commencer notre projet en Septembre pour terminer en Août.
COMMENT	Notre événement sera en forme d'un concert musicale et sera ouvert au public à travers des espaces publicitaires médiatisés et spots.
COMBIEN	Représenter quantitativement l'événement : le prix d'entrée pour l'événement varie entre 500 et 5000. Cela dépendra de la phase à laquelle nous serons et les diverses réservations. Le nombre de convives attendus à chaque phase est estimé à 2000 personnes.
POURQUOI	Le but de l'événement est de promouvoir les musiques rythmiques de notre culture qui sont d'ailleurs loin des réalités dépravautes. Nous souhaiterions que le public béninois cerne les valeurs de notre culture tout en les adoptant.

Titre accrocheur « DE CHEZ NOUS EST LA NOTRE ! RETOURNONS AUX VALEURS »

3.4.3 Elaboration du plan d'action

Conclusion

L'organisation d'événement culturel est un domaine qui fascine, mais reste encore inconnu pour la plupart des individus au sens propre du thème. Avec une permission de satisfaire sa soif, presque tout le monde serait ainsi capable d'organiser un événement sans pour autant toucher le but visé, sans pouvoir contrôler les déséquilibres éventuels. Spécifiquement, de quel type d'événement parle-t-on ? Cette question renvoie à la thématique abordée. En général il s'agit de l'organisation et la gestion d'un concert. Ceci de façon efficiente et professionnelle.

A travers les objectifs définis, les résultats obtenus montrent que l'organisation et la gestion du concert au Bénin (Cotonou) s'est heurtée à des problèmes organisationnels. Autrement dit beaucoup de concerts précédents réalisés à Cotonou n'ont pas suivi la norme morale, éthique et organisationnelle en la matière. Aussi, les promoteurs culturels engagés dans la réalisation des concerts sont pour la plupart non à jour, et peu formés pour. D'autre part, les textes et lois bien que connus de la majorité des promoteurs culturels ne sont pas respectés. C'est-à-dire les acteurs culturels ne deviennent pas promoteurs avec une exigence d'un diplôme ou une formation précise aidant donc à mieux réussir le métier. De plus, les lieux de formation demeurent peu connus. Il est clair qu'il faut un canevas d'organisation du concert compatible à la ville de Cotonou et un suivi strict avec répression par une police organisée à cet effet.

En effet, de l'idée de la création du concert, le cadre organisation doit être la priorité première du promoteur. Ce volet de la réalisation du projet « concert » doit respecter les critères de lieu, du message à véhiculer, de la sécurité et de la circonstance. Ces points prise en compte, amène à une maîtrise des rôles et une gestion efficiente des risques éventuels. La réussite de l'organisation et de la gestion du concert rend évident la portée communicationnelle du concert, car il n'est point sans doute le canal de communication le plus réceptif par un auditoire. Le respect strict de l'article 16, alinéa 4 de l'arrêté portant réglementation de l'exercice de la fonction de promoteur de spectacles artistiques et culturels en république du Bénin permettra aussi d'assainir cette machine de communication par excellence.

Cette étude s'achèvera par la mise en place d'un projet d'organisation de concert. Un projet dans son ensemble qui présente à la fois le modèle organisationnel et les méthodes pour cibler et réussir l'objectif d'un concert avec maintien de nos valeurs civiques et morales.

Bibliographie

ARPEM (2010) : *La filière musicale en Afrique de l'Ouest : Organisation et production de concerts / spectacles*, France. Fiche pratique pour la production de spectacle, 5 p.

Babkine A., Rosier A., éd. Eyrolles, (2011) : *Réussir l'organisation d'un événement*, Paris. ISBN : 9782212552447, 32 p.

Barbedette S., (2011) : *Le concert : Approche picturale et questions poétiques*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université Paris-Sorbonne Littérature française. Paris 4: Université Paris-Sorbonne, 21 Juin 2011.

CIRDD (2008) : *Guide pratique pour favoriser la prévention et la réduction des risques en milieu festif*, Bretagne. 60 p.

Douarre S., (2012) : *L'événementiel au service de la communication*. Master Management des Organisations Sportives, 71 p.

IRMA (2011) : *De la captation d'un Spectacle à son exploitation*. Fiche pratique pour la production de spectacle du centre d'Information et de Ressource des Musiques Actuelles, 6 p.

Rosendo E., (2007) : *Marché de la musique et programmation de concerts : Un jeu d'acteurs complexe pour maintenir un équilibre fragile*. Mémoire de deuxième année de Master en Métiers des arts et de la culture en Faculté d'Anthropologie et de Sociologie. Lyon: Université Lumière Lyon2, 129 p.

SACEM PRO (2016) : *Et si vous étiez mieux accompagnés?* . France: Guide pour l'organisateur de concert et spectacle, 10 p.

Tohme R., (2006) : *La gestion des risques dans l'organisation d'un événement culturel*. France : Master1 sciences du management, Institut de Management de l'Université de Savoie 57 p.

Site web

<https://www.bedouk.fr/>. (Consulté le 02/10/2019).

www.occurrence.fr. (Consulté le 08/02/2020).

www.mercator-publicitor.fr. (Consulté le 20/05/2020).

www.strategies.fr/evenementielle.html. (Consulté le 08/02/2020).

<http://evenementciel.ca/la-communication-evenementielle>. (Consulté le 20/05/2020).

www.dyn-com.com/dyncom83/dossier/dossier.htm. (Consulté le 22/05/2020).

https://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_%C3%A9v%C3%A9nementielle.
(Consulté le 25/05/2020).

<https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-4-page-27.htm#> . (Consulté le 15 /05/2020).

ANNEXE 1

LISTE DES PROMOTEURS CULTURELS A JOUR (Mars 2017)

N°	Nom et Prénoms	Adresse
01	ADJAKPE DJAMINOU AWORET Abdel Aziz	67282628
02	ADJOVI Ulrich Terrence	96106656
03	AHO Alviral Sètonджи Privat	97336430
04	AKPOHOUNKE Aubin	
05	ALLI Wassi	95954620
06	ALOMAKPE Comlan Pacôme	97428204
07	APLOGAN Yéman Colombe	96840084
08	ATCHADE Chambi Julien	97763643
09	ATCHEDO Alexandre	95155606
10	AYISSI Christophe	61191977
11	BASSALE Ogouyèmi Gérard	95401714
12	BELLO Abass	
13	BOCO Romaric	
14	BOTOKOU Boniface Anselme Comlan Atijagunry	96338270
15	BRUN Brice Laetare Marcel	
16	Dalys Koffi TESSI	
17	De SOUZA Gillette Virginie Amina	95866672
18	DEGBO Stanislas	
19	DEGNEGNI Fortuné Nounagnon	95962565
20	DOSSA Sevimi Lucrèce	
21	EBOUE AKAKPO Sépégnon Josué Habib	97198954
22	GOMEZ Nicolas Antoine Marie	97979988
23	GOUDOU Happy	
24	HANTAN Agossou Franck	
25	Marcel M. Anicet HOUESSOU	95302725
26	MARTINS Yves Thierry Oloutoyin Sourou	

27	QUENUM Hubert	95288800
28	Sylviana MOÏ VIRCHAUX	96741785
29	TCHAOU Sêthémè Yénakpon Carina	97441828
30	TOURE BAGLION Khadiatou Virginie	
31	VIGAN Rodrigue Alain Jean	

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEURS CULTURELS DE 2008-2016

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEURS CULTURELS 2008			
N°	Nom et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	ADJANOUGHOUN Codjo Bamidélé Charle Andy	BAMIDELE PRODUCTION	13/10/2008
2	AHISSOU Dorothée Wabognon	ETS WABOGNON ET FILS	20/08/2008
3	AHOULOUME Patrice	CONAVAB	06/02/2008
4	AMZAT Abdel Hakim	LAHA PRODUCTION	06/02/2008
5	APLOGAN Hervé		18/04/2008
6	BOURAÏMA Adissa Razaki	WASSANGARI PLUS	30/09/2008
7	DEGBEGNI Fortuné Nounagnon	EXCEL COMMUNICATION SARL	30/09/2008
8	DJOSSOU Follikoué Akouété kounkey	EUROSIA	12/02/2008
9	GOGOYI Kouègnon Prosper		05/06/2008
10	NOUTEHOU Noah Codjo		19/06/2008
11	OGOUYEMI Gerard	CITE MBOTTON	
12	SIDI Mohamed		13/10/2008
LISTE DES LICENCES DES PROMOTEURSCULTURELS 2009			
N°	Noms et prénoms	Structure	Date de

			délivrance
1	AGBOTON Régina Aurore Cathérine Fifassi		04/11/2009
2	AHOYO Anthony Achile	SOTRACOM L'ŒIL DE DIEU S, A	25/06/2009
3	ALAPINI Balossoké Valéry Oswald	PEACE AND LOVE	30/01/2009
4	ALI Afizou Oyinlola	NIRC FASHION	28/01/2009
5	ALLI Wassi	SOCIETE GOLDEN INTERNATIONAL	10/07/2009
6	AZA David Koffi	AGENCE BENIN CULTURE	10/11/2009
7	BALOGOUN Kokou Claude		10/11/2009
8	DASSI Olufèmi Charles	S'MART BENIN	25/06/2009
9	De SOUZA Clémencia Virginie		10/11/2009
10	DEGUENON Dossou Roland Tognidé	CHARM COMMUNICATION	10/08/2009
11	IBOUANGA Aristide Yves Billy	DMK GROUP	10/11/2009
12	IDOHOU Patrick Orolodé Adjadi		04/11/2009
13	KANHONOU Ghislain Leger Manayi	OSCAR DU BENIN	28/10/2009
14	KOUDJO Bernard Hontongnon	RAIN MAKER PRODUCTION	02/01/2009
15	NOUA Moustapha Ramanou	ETS QUASAR	28/10/2009
16	SAGBOHAN Boniface Paulin	FIFA MEDIATION	03/11/2009

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEURS CULTURELS 2010

N°	Noms et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	ADOUKONOU Barthélémy	ADK PRODUCTIONN	16/03/2010
2	AHOULOUME Patrice		08/09/2010
3	ALLI BADIROU Rabiadou	PERLE NOIRE	04/10/2010
4	ALOMAKPE Comlan Pacôme		05/01/2010
5	AMOUSSOU Chantal Nadine Sonagnon	EXCEL PRODUCTION	28/10/2010
6	AYEHON Jean-Louis Gabin	AZE PROMO INTER	25/10/2010
7	BASSALE Ogouyèmi Gérard	CENTRE OUADADA	20/10/2010
8	BOHOUN Prosper	MERIDIONAL OFFICE	23/10/2010

9	BOURAÏMA Adissa Razaki	WASSANGARI PLUS	20/10/2010
10	COSSI DOSSI Fabrice Lionel	ETS AUREOLE PRODUCTION	22/07/2010
11	DA SILVA Sylvie Micheline Eléonore		20/03/2010
12	DANSOU Luc Aimé Têni	OMEGA STAFF	28/10/2010
13	GBEHA Eric Arnaud	AAP DIFFUSION	04/10/2010
14	HOUNGBEME Kodjo Sèna	ND EVENTS	20/04/2010
15	KOUKPONOU Sègla Théophile	PRINCIPE TVG	29/10/2010
16	KPODIEFIN Osvaldo Ideal	ORIGIN 8 CONCEPTS	10/12/2010
17	KY-SAMAH Chérifatou	ICOME COMMUNICATION	22/10/2010
18	NOUTEHOU Noah Codjo Etienne	TURBO SCENE BENIN	22/10/2010
19	NTIA Appolinaire	ART, CULTURE ET TOURISME	01/06/2010
20	TOTAH Richmir Finien Corentin	GALACTIQUE SONS ET LUMIERE	27 /10/2010
21	VIATONOU Godonou Ahouanmènou Saturin	TERRACTIUM	20/10/2010
22	YERIMA Yémalin Grâce Naomi Eps OLOGOUDOU		28/10/2010

LISTE DES LICENCESNDENPROMOTEUR CULTURELS 2011

N°	Nom et Prénoms	Structure	Date de deliverance
1	ADEDEDJI A,O, Sonis	SON POUR SO MULTIPRODUCTION	19/09/2011
2	ALLADE Coffi Adolphe	SUPER ANGE HWENDO NABUA	06/01/2011
3	ALLI Wassi	GOLDEN INTERNATIONAL PROMOTION	12/08/2011
4	CHIDIAC sam ulyse	MAX 2 PRODUCTION	18/10/2011
5	DJOSSOU F,A,K, edgard		20/07/2011
6	GBETIE Marcos	MUSICIEN	15/09/2011

7	GOUDJO Gilbert	RECORDIA	24/08/2011
8	IBRAHIM Habeeb	ETS PATHEON ETS	31/10/2011
9	KOFFI Jean-Max	ETS AU VILLAGE DES ARTISTES	08/07/2008
10	VIGAN Rodrigue Alain	PRODUCTEUR/MANAGER	15/11/2011
11	VINAKPON Gbessito Valerie	SAVEUR DU BENIN	20/09/2011
12	VITOFFODJI Agbèto Mathieu	ETS CAFRIM	27 fevr
13	ZANNOU Fernand Alias Fernadez		07/01/2011

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEUR CULTURELS 2012

N°	Noms et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	ABOUMON Philippe	ETS JAHLAND AND CIE	31/05/2012
2	AGBOTON Régina	ETS TROPIC'ANIS	28/08/2012
3	AHIDOMEHOU Fiacre		30/08/2012
4	AKODODJA Kohovi Sylvain		29/08/2012
5	AKPENAN A, Emmanuel	ETS PRO 8	07/02/2012
6	AKPOVI Nazaire Nathaniel	LA DIASPORA DU SABBAT	11/01/2012
7	BALOGOUN Claude KOKOU	ETS GANGAN PRODUCTION	28/08/2012
8	BILOUNGA Arlette Laura	ETS LAURANNA COMMUNICATION	25/10/2012
9	BRUN Brice Laetare Marcel	ETS PRODICOS, MAAT	30/08/2012
10	DEGBEGNI Fortuné Nounagnon	ETS EXCEL PRODUCTION	08/08/2012
11	DJOSSOU Hervé	ETS BELEMAGE	08/08/2012
12	GNANVI Mahuton Adenauer R.	ETS LENS'POWER	28/08/2012
13	GOBBO Gloria M.	ETS AMAZONE EVENTI	24/02/2012
14	KIDJO Oscar	FONO VISION	28/08/2012
15	MORA KPAÏ Arouna Sacca	ETS NOBLE FILMS SARL	30/08/2012
16	MOUSTAPHA Ramanou N.	ETS LE QUASAR	24/02/2012
17	OUMENOU Mégnissè Hermann	ETS CHOCO BUSINESS CORPORATION	21/08/2012

18	SOKPON Sètchégbé Jean-Claude		31/08/2012
LISTE DES LICENCES DE PEOMOTEUR CULTURELS 2013			
N°	Noms et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	AHOULOUME Patrice		
2	AKPLOGAN SDOSSA Huguette Aurore Sèna		26/09/2013
3	ALLI WASSI	BGA SICA	22/10/2013
4	AMOUSSOUKPEVI Alain LOUIS Coovi		24/09/2013
5	AYEHON Jean Louis Gabin	AZE PROMO INTER	13/09/2013
6	BOHOUN Prosper	FESTIVAL SEGAN	10/06/2013
7	DEGBO Stanislas	ETS PRIX ART MIGNIGBESSOU	22/10/2013
8	DOSSOU Pascaline		24/09/2013
9	HOUNKPA Gontran		24/09/2013
10	KANHONOU Gislain leger	LES OSCARS DU BENIN	03/01/2013
11	KARIMOU Sidikou		12/07/2013
12	KPOGODO Delphin Cocou	DYS ORODUCTIONS	07/10/2013
13	MEGNASSAN Franck E.		27/09.2013
14	MENSAH Ayi Brice		12/07/2013
15	NOUTEHO Unoah Codjo Etienne		28/08/2013
16	OSSENI Ambali		12/07/2013
17	OUOROU Hyacinthe		26/09/2013
18	VINAKPON Gbessito Valérie	ETS SAVEURS DU BENIN	24/09/2013
LISTE DES LICENCES DE PROMOTION CULTURELS 2014			
N°	Noms et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	ABALLO Jonathan Basile	ETS KINO PRODUCTIONS	01/10/2014
2	ABIMBOLA Michel	REVOLUTION PRODE	04/12/2014

		EVENTS	
3	ADEOCHOUN Sourou Paulin Akim	ETS ADECOOF	28/08/2014
4	AHOULOUME Patrice	CONAVAB	25/08/2014
5	ALISHA Martial Hervé T.	ETS MAXI SERVICE PLUS	07/10/2014
6	ATIKPAHOUN KODJO Luc	ETS DH COM	08/10/2014
7	BALOGOUN Djima		22/04/2014
8	BALOGOUN KOKOU Claude	GAGAN PRODUCTION	01/09/2014
9	BOURAÏMA Razaki	WASSANGARI PLUS	10/02/2014
10	CHIDIAC Sam Ulysse	ETS MAX AFRICA CA	24/07/2014
11	De SOUZA Gillette Virginie	ETS IFE VOYAGES	06/08/2014
12	DEGUENON DOSSOU Julien Roland	ETS CHARM COMMUNICATION	07/10/2014
13	DJOSSOU Follikoué Akouété K.	ETS EUROSIA	07/10/2014
14	DOSSOU mahugnon Eusèbe Lydie		10/06/2014
15	ECLOU Sèdjlo Gratien		28/10/2014
16	GNONLONFOUN Akuènoukon Roselyne	ETS SOGERES	13/11/2014
17	KIDJO Oscar		01/09/2014
18	KOUKPONOU Sègla théophile		06/06/2014
19	LALAYE Abdel Akim	GROUPE LAHA	21/10/2014
20	LOKONON Déo Gratias Théophile S.	ETS SIAS DIVERSITY SARL	26/09/2014
21	MEVO Cossi Boniface	VIVO PRODUCTION BENIN	28/08/2014
22	MISSIHOUN MARIUS Fagbedji	SUD PROMEDIA	08/05/2014
23	OGOUDJOBI Baudouin Noël	ETS ROYAL LINKS BENIN	02/10/2014
24	PANPU Sanvi	OLYMPIDE PRODUCTIONS	27/05/2014
25	SAGBOHAN Boniface Paulin		23/04/2014
26	TCHAOU S, Y, Carina	PUBLICIST	24/02/2014

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEUR CULTUREL 2015

N ⁰	Noms et prénoms	Structure	Date de delivrance
1	ALOMAKPE Comlan Pacome	AFRICA INGENIERIE	17/09/2015

		CULTURELLE ET T	
2	APLOGAN Yéman Colombe	ETS THE ONE	14/09/2015
3	ATCHADE Chambi Julien	ETS CILCOM	29/09/2015
4	ATCHEDO Alexandre	CICPA	12/01/2015
5	AYISSI Christophe	ACML GROUP	25/09/2015
6	BASSALE Ogouyèmi Gerard	CENTRE CULTUREL OUADADA	23/09/2015
7	BELLO Abas	IBILE	29/09/2015
8	BOCO Romaric	DUBAÏ GLOBAL SERVICES	08/10/2015
9	BOTOKOU Boniface Anselme Comlan Atijagunry	ETS KESKESE SARL	11/09/2015
10	DEGBEGNI Fortuné Nounagnon	ETS EXCEL PRODUCTION	09/06/2015
11	EBOUE AKAKPO Sépégnon Josué Habib	ETS BUSINESS COMMUNICATION	03/08/2015
12	GOMEZ Nicolas Antoine Marie	SOCIETE AFRICAINE DE NEGOCE	16/09/2015
13	GOUDOU Happy		29/09/2015
14	HOUESSOU Marcel M.anicet	ETS PEPE ET FILS	25/02/2015
15	MOÏ VIRCHAUX Silviana	LABORATORIO ARTS CONTEMPORAINS	20/02/2015
16	TESSI Dalys Koffi	ETS OPIUM PRODUCTION	17/02/2015
17	TOURE BAGLION D. Khadiatou Virginie	DOMA ORGANISATIONS	15/10/2015
18	VIGAN Rodrigue Alain Jean	ES LAHORA	18/11/2015

LISTE DES LICENCES DE PROMOTEURS CULTURELS 2016

N°	Noms et prénoms	Structure	Date de délivrance
1	AGBATCHI Toyadala Nadege Marie Alphonsine	AFRICA EVENT AGENCY	01/03/2016
2	AKPOHOUNKE Aubin	HANLISSA PROD	15/03/2016
3	ALLI Wassi	GOLDEN INTERNATIONAL	22/03/2016

		PRODUCTIONS	
4	BRUN Brice Laetare Marcel	PRODICOS SARL	15/01/2016
5	DOSSA Sevimi	TRINITY EVENTS	06/01/2016
6	MARTINS Yves Thierry Oloutoyin Sourou	AFRICKQLTURES	15/03/2016

ANNEXE 2

Questionnaire d'enquête à l'intention des promoteurs culturels des promoteurs de bar et restaurants, personnes ressources, et responsables d'églises

Nous avons élaborés ce questionnaire que nous vous adressons dans l'intention d'obtenir de l'information pour la rédaction d'un mémoire de fin de formation en Master, option Management de la Culture et du Tourisme. Ce questionnaire devra nous permettre d'étudier les irrégularités dans le domaine d'organisation d'événement culturel en l'occurrence le concert dans la municipalité de Cotonou. Votre sincérité dans les réponses aux questions ci-dessous mentionnées, nous permettra de faire un bon travail et d'être efficace dans la continuité des travaux.

Catégories :

Acteurs culturels ☐ promoteurs de Bar et restaurants ☐

Personnes ressources ☐ Responsables d'Eglises ☐

Nom.....

Prénoms.....

Nom de la structure :

Formation de base.....

I- Etat des lieux du point de vue compétence, formation et agrément de l'univers des organisateurs de concert à Cotonou.

1.1 Selon vos constats à Cotonou, qui est-ce qui organise un concert ?

Qui veut ☐ Qui peut ☐ Ceux ayant droit ☐

1.2 Avez-vous une connaissance des conditions à remplir pour exercer une telle fonction ?

Oui ☐ non ☐ Si oui, les quelles ?

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

1.3 Connaissez-vous des lieux au Benin où se forment des acteurs culturels ?

Oui ☐ non ☐ si oui, lesquels ?

.....
.....

1.4 Selon vous, quel type de moyen de communication est un concert ?

Simple ☐ Moyen ☐ Par excellence ☐

1.5 L'Etat joue-t-il pleinement son rôle de supervision du secteur ?

Oui ☐ non ☐

II- Démarche à adopter pour une bonne organisation d'un concert à Cotonou (aux promoteurs culturels exclusivement)

2.1 Dans l'exercice de votre fonction, quelles sont les étapes que vous jugez indispensables en ce qui concerne l'organisation d'un concert ?

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

Proposition des mesures d'accompagnement des autorités amenant à l'application des tests.

Selon vous, l'Etat néglige ce secteur

Oui ☐ Non ☐

Si oui, comment s'implique-t-il ?

.....

.....

Si non, pourquoi ?

.....

.....

Que suggérez-vous pour que l'organisation du concert puisse être formalisée pour la maîtrise de ce secteur ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Liste des personnes enquêtées

N°	NOM ET PRENOMS	CATEGORIE
1	GNANWO Audrey	Acteurs culturels
2	SEGBADJO M. Amos	Personne ressource
3	SEGBADJO Liee Stanislas	Personne ressource
4	DJAKPO Gilbert	Personne ressource
5	AVODO Laurent	Personne ressource
6	HOUEGBONOU Amélie	promoteur de Bar et restaurant
7	Onésiphore HOUNYO	Personne ressource
8	VIDEGLA Dodji	Acteurs culturels

9	Dieudonné KODO	Responsable d'église
10	HODONOU Israël Apelès	Personne ressource
11	BADEDJI Vincent	Personne ressource
12	BABADJIHOU Alfredo Lucas	Responsable d'église
13	VIGBE Alphonse	Responsable d'église
14	LANVEDOU Boxis	Personne ressource
15	MEGNIGBETO Didier	Personne ressource
16	BOKO Romuald	Personne ressource
17	MPO'NDAH Séfiou	Personne ressource
18	DIOGO	Acteur culturel
19	BIO S. Rafiou	Personne ressource
20	AGBOTON Rode Ignace	Personne ressource
21	AKOUEDENOUDJE Romaine	Personne ressource
22	SEIDOU Oufiou	Personne ressource
23	LASSISSI D. Simon	Acteur culturel
24	MOUBARACK Razack	Personne ressource
25	LINKPON C. Géraldine	Personne ressource
26	ADJEDJOGO Espara	promoteur de Bar et restaurant
27	GANDOTE Josué B.	Personne ressource
28	ADOHO F. Donek	promoteur de Bar et restaurant
29	ADOHO Fredy	Personne ressource
30	ADAHOU Aubierge	Personne ressource
31	ASSOHOTO Vivien	Personne ressource
32	DASSOU Edmund	Personne ressource
33	DASSOU Viviane Ivatte	Personne ressource
34	LASSOU Christine	promoteur de Bar et restaurant
35	KOUMASSEGBU Urielle	Acteur culturel
36	HOUNGUE Brigitte Afi	Personne ressource
37	M'PO Ntcha	promoteur de Bar et restaurant

38	OLADIRAN NDIAYE	Personne ressource
39	ATTIMBADA Exupere	Personne ressource
40	AMEDE Koffi	Personne ressource
41	YONLONFOUN Dieudonné	Personne ressource
42	AHWANDJO Bienvenu	Personne ressource
43	AHWANDJINOUE Fiacre Faustin	Personne ressource
44	JEGBANON Enriette Bertille	Personne ressource
45	ADJAGBODJOU Conforte	Personne ressource
46	SEMILINKO Jean Pierre	Personne ressource
47	HINGNON Pulcherie	Personne ressource
48	HOUEGBE Cécile	Personne ressource
49	VIGBE Alphonse	Personne ressource
50	HOUNDJANTO Alfredo	Personne ressource
51	DEGUENON Ambroise	Personne ressource
52	AGASSOUSSI Stella	Personne ressource
53	BAVI Sewin Florence	Personne ressource
54	ATTINMAWASSONOU Lambert	Responsable d'église
55	AHOSSOUHE Prudence	Responsable d'église
56	OGOUEDEJI Raoul	Personne ressource
57	ADJAHOU F. Perpétue	Personne ressource
58	KOUNASSO Seth	Responsable d'église
59	Ruth ASSOHOTO	Personne ressource
60	AYOTOMIN Gérard	Personne ressource
61	HEDAGBE S. Ignace	Responsable d'église
62	GBEHOU Jean Paul	Personne ressource
63	LOKONON Enoch	Personne ressource
64	SOMINANHOUIN Estelle	Personne ressource
65	TONONGBE Gertrude	Personne ressource
66	ZEDAHOUAN Rosemonde	Personne ressource

67	SOSSOU Gilbert	Personne ressource
68	Melanie	Personne ressource
69	VIGAN Rogatien	Personne ressource
70	NAKIA Véronique	Personne ressource
71	Clarisse TOLLO	Personne ressource
72	DJOHY Sandrine	Personne ressource
73	ADAGBE Sylvain	Personne ressource
74	SESSOUHUIN Casimir	Personne ressource
75	ADJAHOU Hypolite	Personne ressource
76	FATCHINA Barnabé	Responsable d'église
77	TIKOU Esperance	Personne ressource
78	ABDOUL Hibrahim	Personne ressource
79	ADEOTI Soyè	Personne ressource
80	ABIOLA Olouwa Tobi	Personne ressource
81	AGUEH César	Personne ressource
82	TOMINTINSSI Aubierge	Personne ressource
83	TOMINTINSSI Oras	Personne ressource
84	AGBLOMOU Elodie	Personne ressource
85	HOUNKPE A. Emmanuella	Personne ressource
86	AHOSSI Judith	Personne ressource
87	ADJALLALLA Armelle	Personne ressource
88	ADAHOU Franck	Personne ressource
89	ANAGONOUTA Joackim	Personne ressource
90	ADOUMADOUGAN Astero	Personne ressource
91	DOSSA Florent	Responsable d'église
92	GBEMASSE François	Responsable d'église
93	AMEGAH Roseline	Personne ressource
94	AKPAKI Mocarès	Personne ressource
95	AMEGAH Richard	Personne ressource

96	TODEDJI Maurice	Personne ressource
97	ADOUKONOU O. Camille	Personne ressource
98	DEGBELO Herbert	Personne ressource
99	AINANNON Josephine	Personne ressource
100	ZANVO David	Personne ressource

Table des matières

Dédicace	ii
Remerciement	iii
Sigles et acronymes	iv
Liste des figures.....	v
Sommaire	vi
Résumé	vii
Abstract.....	vii
Introduction	1
CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE.....	2
1.1 Justification du choix du sujet	3
1.2 Cadre théorique.....	4
1.2.1 Problématique.....	4
1.2.2 Objectifs de travail.....	5
1.2.3 Hypothèses de recherche	6
1.3 Cadre institutionnel.....	6
1.3.1 Situation géographique de la ville de Cotonou	6
1.3.2 Origine de la ville de Cotonou.....	8
1.3.3 Cadre du stage	8
1.4 Démarche méthodologique.....	10
1.4.1 Collecte des données	10
1.4.1.1 Recherche documentaire	11
1.4.1.2 Travaux de terrain.....	11
1.4.2 Méthode de traitement des données	12
1.4.3 Méthode d'analyse des résultats	12

1.5 Clarification des concepts.....	14
1.6 Revue documentaire	15
CHAPITRE II : TRAITEMENT ET ANALYSE DES RESULTATS D'ENQUETE ET DES INFORMATIONS RECUEILLIES AU COURS DU STAGE	18
2.1 Etat des lieux de l'organisation des événements culturels à Cotonou.....	19
2.1.1 Rétrospective sur des concerts à Cotonou	19
2.1.1.1 Concert de Koffi Olomidé	19
2.1.1.2 Concert de Fally Ipupa	20
2.1.1.3 Prestation artistique de Vano.....	20
2.1.2 Equipements culturels de la municipalité de Cotonou	21
2.1.3 Conditions requises de la fonction de promoteur culturel et de production d'événement au Bénin	25
2.1.3.1 Dispositions d'exercice de la fonction de promoteur culturel.....	25
2.1.3.2 Dispositions de production d'événement	27
2.1.3.3 Situation des promoteurs culturels au Bénin	28
2.2 Organisation, gestion et portée communicationnelle d'un concert	30
2.2.1 Organisation d'événement culturel.....	30
2.2.1.1 Préalable à une organisation de concert	31
2.2.1.1.1 Etude de faisabilité	31
2.2.1.1.2 Conseil de coordination de l'événement	33
2.2.1.2 Démarche d'organisation d'un événement (concert)	34
2.2.1.2.1 Réaliser un brief.....	35
2.2.1.2.2 La déclaration de la manifestation.....	37
2.2.1.2.3 Le choix du lieu : la première pierre de l'événement.....	38
2.2.1.2.4 Autorisation d'occupation du lieu	38

2.2.1.2.5 Jour propice	39
2.2.1.2.6 Service d'ordre et de secours.....	39
2.2.1.2.7 Gestion des accès piétons et routiers	39
2.2.1.3 Ligne directionnelle d'organisation d'événement (concert)	39
2.2.2 Gestion d'un événement	41
2.2.2.1 Composante de gestion.....	41
2.2.2.2 Autres acteurs impliqués dans la gestion d'un événement.....	42
2.2.3 Portée communicationnelle d'un concert	42
2.2.3.1 Aspects logiques d'un concert.....	43
2.2.3.2 Aspect pragmatique d'un concert.....	44
CHAPITRE III : PROJET DE PROMOTION DU GOSPEL BENINOIS : STYLE TRADITIONNELLE ET STYLE MODERNE D'INSPIRATION TRADITIONNELLE	47
3.1 Classification de l'idée du projet.....	48
3.2 Objectifs du projet	49
3.2.1 Objectif général	49
3.2.2 Objectifs spécifiques.....	49
3.3 Etude de faisabilité	49
3.3.1 Besoins.....	49
3.3.2 Ressources	50
3.3.3 Contraintes.....	51
3.4 Planification	52
3.4.1 Conseil de coordination.....	52
3.4.2 Réalisation du brief.....	53
3.4.3 Elaboration du plan d'action	53
	78