



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

Innovations technologiques et développement du secteur musical en Côte d'Ivoire : mise en place d'un site web dédié à la musique

Présenté par

Hermann Y. B. ZAMBLE

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité : Gestion des Industries Culturelles

le 13 mars 2013

Directeur de mémoire :
*Olivier Amiel, Chargé d'enseignement à l'Université
de Perpignan-Via Domitia (France)*

Devant le jury composé de :

Jean-François Fau Président

Directeur du Département Culture, Université Senghor

Olivier Amiel Membre

Chargé d'enseignement à l'Université de Perpignan-Via Domitia

Alain Carou Membre

Responsable du Service Image, Bibliothèque nationale de France

Remerciements

Je remercie Monsieur Jean–François FAU, Directeur du Département Culture pour ses orientations pertinentes qu'il a su donner à ce mémoire.

Egalement Merci à son prédécesseur Christophe EUZET ainsi que l'assistante de direction Rania El GUINDY.

Je remercie Le Professeur Albert Lourde et toute l'administration de l'université Senghor pour sa contribution à notre formation.

Ma sincère gratitude à Monsieur Olivier AMIEL, qui a accepté de suivre mon travail. Ses observations et recommandations m'ont été d'une grande aide.

Je remercie les différents professeurs qui se sont succédés, en particulier Messieurs Francisco d'ALMEIDA, Claude CAMIRAND, Xavier GREFFE pour leurs précieux conseils.

Je témoigne ma reconnaissance à Monsieur Yasser ELSHAYEB ainsi que toute l'équipe du CULTNAT pour m'avoir accueilli durant le stage.

Je ne saurais terminer sans remercier tous les étudiants de la spécialité Gestion des Industries Culturelles ainsi que mes compatriotes de la 13^{ème} promotion. Notes spéciales à Laurent BONGOUA pour nos échanges sur les questions culturelles de la Côte d'Ivoire.

Merci à toutes les personnes qui de près ou de loin m'ont aidé dans la rédaction de ce travail.

Dédicace

Je dédie ce mémoire à mon frère ZAMBLE Bi Irié Marcelin, arraché à mon affection pendant ma formation à l'université Senghor d'Alexandrie.

Que ton âme repose en paix frère.

Je dédie également ce travail à mon père et à ma mère qui m'ont toujours soutenu.

Résumé

Aujourd'hui, partout dans le monde tous les secteurs sont touchés par les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). La Côte d'Ivoire, pays de l'Afrique de l'ouest ne reste pas en marge de ce train de la mondialisation à travers les différentes innovations technologiques qui influencent son secteur musical.

De la production à la diffusion et la promotion, ce sont des logiciels performants qui sont utilisés par les créateurs pour faciliter la mise sur supports de leurs musiques. En témoigne les nombreuses productions musicales favorisées par l'irruption du numérique en Côte d'Ivoire. Egalement, la musique ivoirienne trouve de nouveaux canaux de diffusion et de promotion à travers les opérateurs télécoms qui proposent des services utilisant la musique aux consommateurs. Dans cette même visée, l'outil internet est utilisé comme canal pour atteindre plus de personnes et promouvoir l'œuvre d'esprit de nos créateurs. Ce qui a été l'objet de notre projet professionnel à travers zikivoire.com où nous faisons aussi la promotion de nos instruments de musique traditionnelle et montrons les opportunités et potentialités du secteur.

Il est évident que la piraterie, "la gratuité" constituent des menaces pour notre étude étant donné les bouleversements dans la consommation des contenus musicaux. Mais c'est par la mise en place de législations fortes, de mesures techniques que nous arriverons à bout de ces menaces. Mais au delà, seul des modèles économiques efficaces permettront à l'industrie musicale ivoirienne d'aller de l'avant et maintenir sa place de « plaque tournante » de la musique Africaine.

Mots-clefs

Technologies de l'Information et de la Communication, mondialisation, innovations technologiques, production, diffusion, promotion, musique, numérique.

Abstract

Today, throughout the world all sectors are affected by the Information Technology and Communication (ICT). Côte d'Ivoire, the West African country does not remain on the sidelines of this process of globalization through the various technological innovations that influence his music sector. From production to distribution and promotion, it is powerful software that are used by designers to facilitate the media on their music. Evidenced by the many musical productions favored by the arrival of digital in Côte d'Ivoire. Also, the Ivorian music finds new channels of distribution and promotion through telecom operators that offer services using music to consumers. In the same aim, the internet tool is used as a channel to reach more people and promote the work of our creative spirit. What was the purpose of our professional project through zikivoire.com where we also promote our traditional musical instruments and opportunities and potential of the sector.

It is obvious that piracy and " free" are threats to our study given the turmoil in the consumption of music content. But by the introduction of good legislation and technical measures that we will get there. But beyond that, the only effective business models will enable the music industry to Ivorian forward and maintain its position as the "hub" of African music.

Key-words

Information Technology and Communication, globalization, technological innovation, production, distribution, promotion, music, digital.

Liste des acronymes et abréviations utilisés

- ADSL : Asymmetric Digital Subscriber Line / Raccordement Numérique Asymétrique
- BURIDA : Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur
- CGECI : Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire
- CIC : Côte d'Ivoire Culture
- CNF : Campus Numérique Francophone
- CULTNAT : Center for Documentation of Cultural and Natural Heritage/
Centre de Documentation du Patrimoine Culturel et Naturel
- DJ : Disc Jockey
- DPAC : Direction de la Promotion des Arts et la Culture
- FAI : Fournisseur d'Accès à Internet
- FDIC : Fonds de Développement des Industries Culturelles
- FLAC : Free Lossless Audio Codec
- FSCA : Fonds de Soutien à la Création Artistique
- HADOPI : Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des droits sur Internet
- IFPI : International Federation of the Phonographic Industry /
Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique
- INSAAC : Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle
- MCF : Ministère de la Culture et de la Francophonie
- OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique
- OIF : Organisation internationale de la Francophonie
- OMPI : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
- RTI : Radiodiffusion Télévision Ivoirienne
- SICA : Salon International des Industries Culturelles d'Abidjan
- SIP : Syndicat des Industriels du Phonogramme
- SYNAMCI : Syndicat National des Artistes Musiciens de Côte d'Ivoire
- TIC : Technologies de l'Information et de la Communication
- UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
- UIT : Union Internationale des Télécommunications
- UNARTCI : Union Nationale des Artistes de Côte d'Ivoire
- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture

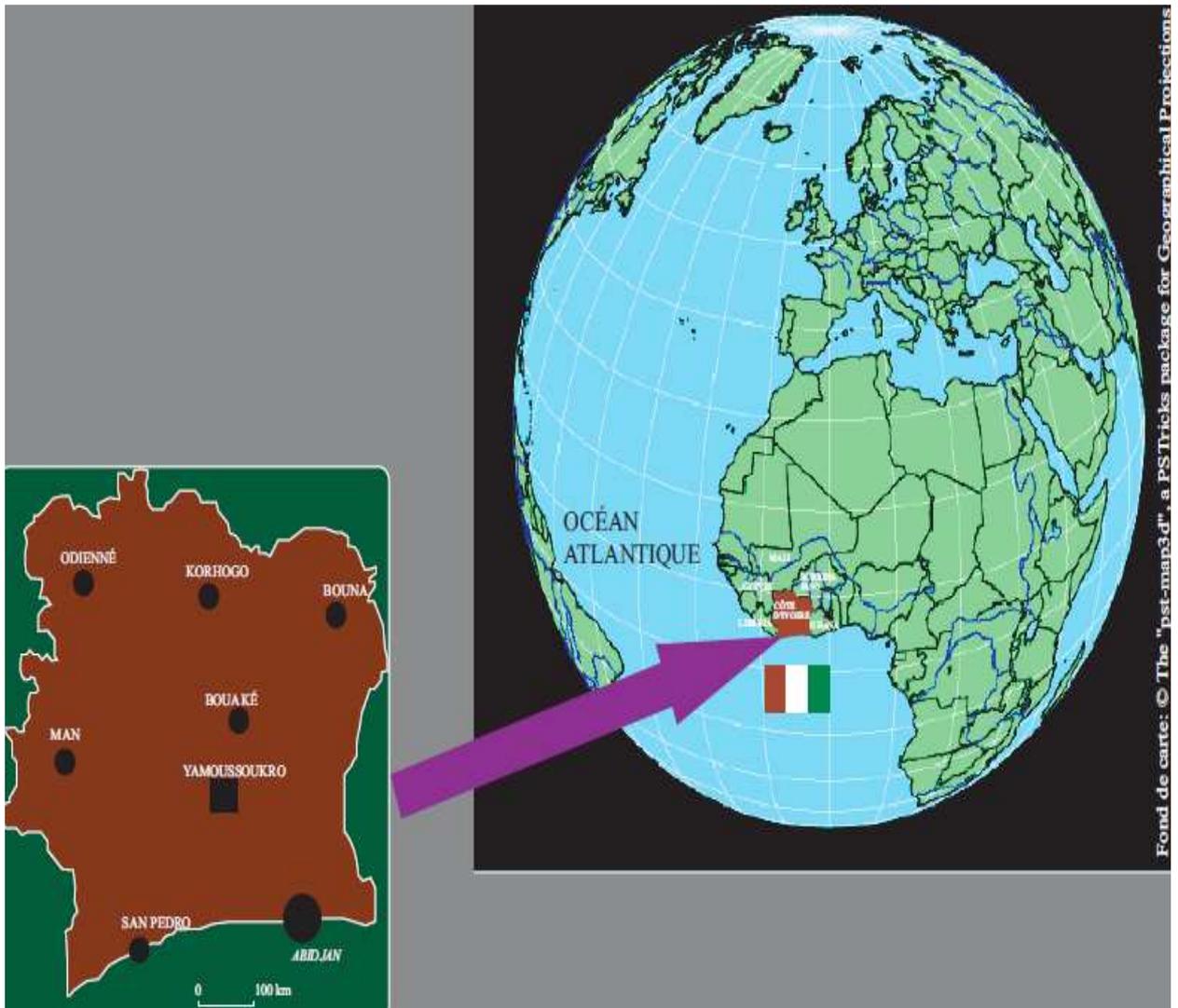
Table des matières

Remerciements.....	i
Dédicace.....	ii
Résumé.....	iii
Abstract.....	iv
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	v
Introduction.....	1
1 Problématique de la musique à l'ère des innovations technologiques.....	4
1.1 Description générale du paysage musical en Côte d'Ivoire et du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.....	4
1.1.1 La politique relative au secteur musical ivoirien.....	4
1.1.2 L'offre musicale.....	5
1.1.3 Les Technologies de l'Information et de la Communication en Côte d'Ivoire (TIC).....	7
1.2 Obstacles liés au secteur musical.....	8
1.2.1 Le manque de financement.....	8
1.2.2 La prédominance de l'informel.....	8
1.2.3 La quasi inexistence des salles de spectacle.....	9
1.2.4 La piraterie.....	9
1.3 Justification et importance du sujet.....	9
1.3.1 Les raisons socio-économiques.....	10
1.3.2 Les industries culturelles à l'ère des TIC : un sujet d'actualité culturelle.....	10
1.3.3 Les raisons professionnelles.....	10
1.4 Enoncé des questions soulevées.....	11
1.5 Synthèse des données et résultats attendus.....	11
1.5.1 Synthèse des données.....	11
1.5.2 Résultats attendus.....	13
2 Cadre théorique.....	14
2.1 La définition des concepts clés.....	14
2.2 Les composantes techniques.....	17
2.3 La chaîne de valeur de l'industrie musicale.....	19
2.4 Les aspects juridiques soulevés.....	20
2.5 L'industrialisation de la culture.....	22
3 Méthodologie de la recherche.....	24
3.1 Les outils utilisés.....	24
3.1.1 La recherche documentaire.....	24

3.1.2	Les entretiens.....	26
3.2	L'expérience du stage	26
3.2.1	Présentation de la structure	26
3.2.2	Activités menées.....	27
3.2.3	Acquis du stage.....	28
3.3	Limites de la méthodologie.....	28
4	Projet de création d'un site web musical	29
4.1	Contexte et justification	29
4.1.1	Contexte.....	29
4.1.2	Justification	29
4.2	Objectifs du projet.....	30
4.2.1	Objectif général.....	30
4.2.2	Objectifs spécifiques	30
4.3	Durée du projet.....	30
4.4	Public cible	30
4.5	Bénéficiaires.....	30
4.6	Résultats attendus.....	30
4.7	Cadre logique	31
4.8	Description de zikivoire.com.....	32
4.9	Stratégies de mise en œuvre.....	35
4.9.1	Activités.....	35
4.9.2	Plan d'action.....	35
4.9.3	Localisation	37
4.9.4	Ressources humaines et matérielles	37
4.10	Partenariats envisagés	38
4.11	Promoteur du projet.....	39
4.12	Volet communication	39
4.13	Ressources financières	40
4.13.1	Budget	40
4.14	Impacts du projet et risques	42
4.14.1	Impacts	42
4.14.2	Risques.....	43
4.15	Suivi évaluation	43
	Conclusion.....	45
5	Références bibliographiques.....	47

6	Liste des tableaux	50
7	Liste des figures	50
8	Glossaire	51
9	Annexes	i

Figure 1 : carte de la Côte d'Ivoire



Source : pst-map3d

Côte d'Ivoire: En Afrique de l'Ouest

10 millions d'abonnés à la téléphonie mobile (2010)

Capitale économique: Abidjan

Evolution de 1,52% à 4,59% du taux d'abonnés à internet (2009)

Population: 21 952 093 habitants

Introduction

Depuis son accession à l'indépendance en 1960, la République de Côte d'Ivoire a accordé la priorité à l'économie, l'agriculture et la santé reléguant ainsi la culture au second plan.

Cependant, le pays regorge de nombreuses potentialités culturelles. Que ce soit dans le domaine du théâtre, du cinéma, de la sculpture, de la danse, de la musique, etc il existe une diversité culturelle. Ce secteur apparaît comme une dimension fondamentale du développement des nations. Comme l'affirme Houphouët Boigny Félix, premier Président de la République de Côte d'Ivoire :

« Notre développement est un tout qui ne peut se satisfaire des seuls chiffres et graphiques de production. L'économie ne pouvant être la seule mesure de l'homme, il est donc indispensable de donner maintenant une dimension nouvelle à notre développement, en y intégrant, a part beaucoup plus entière, la culture »¹

Cela démontre la prise de conscience du politique quant au rôle de la culture dans le processus de développement. Mais elle n'a toujours pas été suivie dans les faits par la mise en place de mécanismes réels pour mener de l'avant le secteur culturel en général mais celui de la musique en particulier. Le choix du secteur musical car en dépit des difficultés de développement des formes d'expressions culturelles, la musique a su se hisser au dessus du lot par sa présence sur la scène. Cela a valu à un certain moment de notre existence que la Côte d'Ivoire soit qualifiée de « plaque tournante du showbiz africain ». Elle a un caractère populaire.

Le pays a des artistes talentueux. Nous en voulons pour preuve Alpha BLONDY, le groupe Magic système, Meiway, Tiken Jah FACOLY etc. Chaque jour l'on assiste à l'avènement de nouveaux concepts musicaux. La jeunesse ivoirienne ne manque pas de créativité. Du « Zouglou » au « Coupé-décallé » en passant par le « Zoblazo », le « Mapouka » etc, ce sont de nombreuses personnes qui œuvrent dans ce secteur. Malheureusement, cette potentialité au niveau de la création se heurte à la précarité des conditions professionnelles et sociales des acteurs de ce secteur. Cette situation trouve sa réponse dans l'inorganisation du secteur qui tire aussi son essence de la faiblesse des réseaux de production, de diffusion et promotion de la musique.

A l'ère de la mondialisation dans laquelle nous sommes, les modes de production et de consommation des œuvres musicales ont subi des mutations profondes. Les technologies nouvelles de l'information et la communication, le multimédia, l'internet avec sa gamme de technologies, la diffusion

¹ Houphouët B. Félix (1905-1993), *Propos sur la culture*, Abidjan, 1980, p 13

via téléphone mobile impactent fortement ce secteur dans le monde en vue de contribuer à son développement économique. La société doit faire face à de nouveaux défis afin de satisfaire les besoins des générations actuelles et à venir. Les innovations technologiques apportent des réponses à ces questions en mettant en œuvre des méthodes de conception rigoureuses et en développant des technologies toujours mieux adaptées. Le développement du numérique a eu pour corollaire une prolifération de home studio en Côte d'Ivoire. Les jeunes s'achètent des ordinateurs avec de puissants logiciels de montage et créent de la musique. L'immatériel et le développement technologique occupent aujourd'hui une place essentielle dans le monde. La Côte d'Ivoire y a pris un grand retard par rapport à son domaine musical.

Le secteur des industries culturelles en général et celui de la musique en particulier contribuent à la valorisation et à la promotion de l'identité culturelle de la Côte d'Ivoire. Et à ce niveau, nous rejoignons l'émérite chercheur en musicographie Manda Tchebwa qui affirme : « *En Afrique, comme partout ailleurs, la musique constitue pour chaque corps social une "carte d'identité" sonore, dont la lecture permet d'identifier le pays, l'ethnie, le clan, la tribu d'origine... Dans la mesure où, en Afrique, chaque peuple, chaque culture, chaque société ou confrérie dispose d'une ou de plusieurs formes de musique* »². Nos rythmes et instruments de musique qui sont promues en sont l'illustration. La riche diversité des pratiques musicales de nos régions se positionne comme un moyen pour dynamiser les groupes. Elle est le lieu où la société se comprend, se projette et s'analyse. Notre mémoire collective trouve à travers la forme d'expression musicale un moyen de sauvegarde. En dehors de cet enjeu important, ce secteur au regard de son évolution dans les pays développés peut occuper une place de choix dans le développement économique et sociétale de la Côte d'Ivoire s'il est bien exploité.

Mener une réflexion sur la thématique de l'industrie musicale à l'ère de la mondialisation avec ses innovations technologiques trouve donc tout son sens.

Ce travail de recherche se veut une réponse quant à la contribution des innovations technologiques au développement du secteur musical ivoirien. Autrement dit, Comment les innovations technologiques peuvent-elles constituer un véritable levier pour la production et la diffusion des valeurs musicales de la Côte d'Ivoire ?

La méthode qui sera utilisée pour résoudre notre problème va prendre plusieurs formes. Nous procéderons à des recherches bibliographiques ainsi qu'à des entretiens. L'expérience relative au stage ne sera pas occultée. En plus notre expérience acquise tout au long de notre parcours professionnel nous servira d'appui durant ce travail. Ainsi donc, notre travail se décline en quatre parties.

² Manda Tchebwa, *Musiques Africaines : Nouveaux enjeux, Nouveaux défis*, Paris, 2005, p 14

La première partie relative à la problématique nous dresse un état des lieux du secteur musical en Côte d'Ivoire. Elle analyse aussi les données recueillies.

La maîtrise des contours conceptuels relatifs aux innovations technologiques et au secteur musical meuble la seconde partie.

La résolution de notre problème a été possible grâce à des méthodes. Nous les exposerons dans la troisième partie tout en faisant aussi cas des difficultés rencontrées.

Le projet de création d'un site internet dédié à la musique ivoirienne « zikivoire.com » fera l'essentiel de notre dernière partie. Nous exposerons ici les stratégies pour sa mise en œuvre et aussi ses impacts dans le processus de développement de notre pays.

1 Problématique de la musique à l'ère des innovations technologiques

Le chapitre premier de notre étude dresse un état des lieux à travers l'environnement politique et le cadre organisationnel du secteur musical ivoirien et celui des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Ensuite, nous présentons les obstacles qui minent le secteur de la musique avant de faire ressortir nos motivations pour le choix d'un tel sujet. Nos sous-questions, la présentation des données dont nous disposons et les résultats que nous attendons d'une telle étude viennent boucler cette première partie.

1.1 Description générale du paysage musical en Côte d'Ivoire et du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

1.1.1 *La politique relative au secteur musical ivoirien*

➤ Le cadre institutionnel

Les missions du Ministère de la Culture et de la Francophonie (MCF) organisées par le décret numéro 2003-408 du 27 octobre 2003 tournent aussi autour de grands axes tels que la planification du développement et la promotion des industries culturelles. Ce ministère était en 1971 un Secrétariat d'Etat à la culture. Plus tard en 1976, il est devenu un ministère plein avec toujours pour objectif la diffusion de la culture à une grande masse de la population.

En outre, la rédaction par l'Etat de Côte d'Ivoire du texte relatif à la politique culturelle nationale en 2007 intitulé « Politique culturelle nationale pour un développement intégré et durable » dénote de sa volonté de placer la culture au cœur du développement.

Les services étatiques

La gestion du secteur musical au plan étatique relève de la Direction de la Promotion des Arts et de la Culture (DPAC) ainsi que du Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur (BURIDA).

La DPAC est chargée de la conception et de la coordination de l'économie culturelle et celle des œuvres culturelles, plastiques, musicales et des arts vivants. Le Fonds de Soutien à la Création Artistique (FSCA) d'un montant de 1.400.000.000 FCFA (un milliard quatre cent millions) issu de prélèvement sur les sociétés de téléphonie est géré par la DPAC. Il a permis à certains acteurs du milieu de procéder à des enregistrements musicaux et faire la promotion de leurs activités.

Le BURIDA crée le 15 avril 1981, s'est fixé comme objectifs de percevoir le droit d'auteur et le répartir. Il comprend les compositeurs, les arrangeurs, les interprètes, etc. Il compte aujourd'hui 3768 sociétaires.

Les organisations professionnelles

Les organisations telles que l'Union Nationale des Artistes de Côte d'Ivoire (UNARTCI), le SYNAMCI (Syndicat National des Artistes Musiciens de Côte d'Ivoire) luttent pour la défense de leur droit.

➤ Le cadre législatif

L'Etat de Côte d'Ivoire a ratifié le 16 avril 2007, la convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Cette diversité des expressions culturelles qui touche non seulement l'industrie musicale mais également l'art folklorique. Elle a ratifié aussi la convention de Berne, la convention instituant l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) ainsi que l'accord de Bangui.

La mise en place du BURIDA par le décret n°81-232 du 15 avril 1981 avec ses différents textes en vue de la protection de la création et une juste répartition des droits a suscité beaucoup d'espoir.

1.1.2 L'offre musicale

Elle s'intéresse aussi bien aux événements musicaux qu'aux structures qui œuvrent dans la filière.

➤ Les festivals et concerts

Nous notons le Festival des Musiques Urbaines d'Anoumabo (FEMUA) organisé chaque année par le groupe Magic Système et « Abidjan World Music Festival » qui a pour ambition de repositionner la Côte d'Ivoire sur l'échiquier international musical. Chaque semaine des concerts sont organisés.

➤ Les genres musicaux

La musique du pays est traditionnelle ou urbaine. La première allie les sonorités de nos instruments traditionnels (tambour, balafon, ahoco etc) et les instruments modernes. Le phénomène Disc Jockey (DJ) a révolutionné la musique urbaine à travers des concepts tels que le « coupé décalé », le « kpongor » etc. Le « Zouglou » constitue aussi une offre importante.

➤ Les structures

Structures de production

La majorité des grandes structures telles que Show Biz et Top Music ne sont plus dans le réseau.

Tableau 1: Quelques structures de production en Côte d'Ivoire

Nom de la structure	Année de création	Références
Edge Digital	2007	Nash ; Pris'k ; Adama Dahico
Simplex CI	2008	Les voix divines ; E. Bouaffo ;
Boss Playa Entertainment	1998	Magic system ; MAM ; Nayanka B.
Onxion Production	2010	Revelation hip hop ; Sans soi
Christ Production	2007	Lilly Gohilou ; Roger Gobéa

Source : Auteur

Structures de distribution

La plupart des maisons de production se chargent également de la distribution des œuvres produites.

Studios d'enregistrement

De nombreux studios s'attèlent chaque jour à se mettre à la pointe des innovations en la matière et font les beaux jours de la musique ivoirienne. A titre d'exemple nous avons : Ami Sephora, JBZ Recording, Elvis Segond etc. Aussi, de nombreux home studios existent grâce à l'irruption du numérique.

Organismes de diffusion de la musique

Les salles de spectacles, les radios, la télévision, la presse écrite culturelle et quelques sites internet assurent la diffusion de la musique et de l'actualité en relation avec le secteur.

En ce qui concerne les salles, il faut dire que le palais de la culture avec ses trois salles de 700, 1500 et 4000 places accueille la majorité des spectacles musicaux en Côte d'Ivoire. A part cet espace, il existe également la salle de l'hôtel ivoire (1650 places).

Dans la catégorie des radios, nous citons radio nostalgie et radio jam qui sont des radios commerciales.

La radio nationale et 93 radios de proximités servent aussi de canaux pour la diffusion de la musique ivoirienne. Au niveau de la télévision, il faut dire que la libéralisation de l'audiovisuel n'étant pas véritablement effective, seule la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI) diffuse la musique. Des émissions telles que « Tempo » et « Vibration » sont essentiellement consacrées à la musique.

Pour ce qui est de la presse écrite nous avons des hebdomadaires (Prestige Mag, Top visage, Declik magazine etc.) diffusent l'actualité relative au secteur de la musique. Les autres quotidiens ont une page culture pour présenter de l'actualité du secteur.

Parmi les sites internet relatifs à la musique nous avons abidjanshow.com, abidjanfaro.com, ivoiremixdj.com.

1.1.3 Les Technologies de l'Information et de la Communication en Côte d'Ivoire (TIC)

Dans le souci de placer les TIC au cœur de sa politique de développement le gouvernement a mis en place un Ministère chargé de ce secteur. Nous nous intéresserons ici à l'internet et la téléphonie mobile.

➤ L'internet

Apparu en Côte d'Ivoire en 1996, il a commencé avec six fournisseurs d'accès à internet dont le plus important était AfricaOnline. Plus tard, en 2009 l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) notait un passage du nombre d'abonnés à internet de 1,52% (2006) à 4,59% cette année³. Cette situation trouve son explication dans la diminution du coût de la connexion due à l'émergence de la technologie ADSL et l'offre de connexion a travers les clés USB.

➤ La téléphonie mobile

En 2010, la Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire (CGECI) à son atelier « Côte d'Ivoire 2040 » dévoilait un chiffre de 10 millions d'abonnés au téléphone mobile⁴. Cet outil qui connaît une bonne progression depuis ses débuts en 1996 suscite beaucoup d'intérêts auprès des populations. Ce secteur très concurrentiel est aujourd'hui marqué par 5 opérateurs que sont Orange, MTN, Moov, Koz et Green. L'annonce faite par le gouvernement ivoirien le 3 janvier 2012 du passage de la téléphonie mobile en mode 3G (3^{ème} génération) confirme sa volonté de basculer définitivement dans le monde numérique. Cette technologie innovante offre de nombreux services multimédias.

³ Mian Bi., *Le statut des TIC en éducation : Cas de la Côte d'Ivoire*, EpiNet la revue électronique de l'EPI, n° 139 de novembre 2011, tiré de <http://www.epi.asso.fr/revue/articles/a1111d.htm>, consulté le 15 juin 2012

⁴ CGECI, « Côte d'Ivoire 2040 » *le défi du meilleur. Plan stratégique de développement de la côte d'ivoire- vision par et pour le secteur privé*, Yamoussoukro 26, 27 et 28 avril 2010, p 10

1.2 Obstacles liés au secteur musical

Ils touchent tant au financement qu'à l'organisation même du secteur. La piraterie n'est pas en reste.

1.2.1 *Le manque de financement*

Les institutions financières, les opérateurs économiques sont réticents à investir dans le secteur culturel en général et celui de la musique en particulier parce que pour eux c'est un secteur trop risqué. Le facteur risque qui peut donc être perçu comme un non retour sur investissement les empêche d'engager de l'argent dans ce milieu. En outre, le caractère aléatoire des biens culturels est évoqué.

Aussi, le Fonds de Soutien à la Création Artistique (FSCA) géré par le Ministère de la Culture et de la Francophonie est distribué sur des critères non objectifs. Ce qui fait que de nombreux artistes et entreprises du secteur n'en bénéficient pas. Cette situation fait que la production musicale dans le secteur est le fait d'amis ou parents de l'artiste, si ce n'est l'artiste lui-même. La réputation de caractère peu sérieux et sans avenir du secteur musical constitue également un handicap.

1.2.2 *La prédominance de l'informel*

La précarité du statut d'artiste montre combien de fois ce secteur baigne dans l'informel. Il est difficile aujourd'hui de dire qui est artiste et qui ne l'est pas. De même pour le manager et l'entrepreneur. L'on assiste à une inexistence de bases de données sur les artistes et les structures. Le secteur informel n'étant soumis à aucune véritable charge fiscale, de nombreuses structures y sont afin de contourner un régime fiscal auquel elles devraient être assujetties. Elles se cachent des services des impôts. Les relations contractuelles ne sont pas aussi toujours bien définies.

Cette prédominance de l'informel liée à une absence de professionnalisme trouve son explication dans le manque de formation de la plupart des acteurs du secteur musical. La filière est dominée par une absence de réelle spécialisation des différents intervenants. Peu sont passés par l'Institut supérieur des Arts et de l'Action Culturelle (INSAAC). Les relations floues entre les différents acteurs du secteur dénotent de cette absence de professionnalisme. C'est à juste titre que le critique musical et producteur de jazz Dutihl Alex cité par Sissoko Régis, producteur artistique, lors de sa communication sur les forces et faiblesses de l'industrie musicale en Afrique centrale au Salon International des Industries Culturelles d'Abidjan (SICA 2005) dit: « *la professionnalisation des artistes et partant des labels peut se définir comme une évolution qui s'envisage autant d'un point de vue social (en ce qui concerne*

l'individu), juridique (en ce qui concerne son activité), économique (pour ce qui est de sa viabilité) que, enfin, artistique (sa pratique). »⁵

1.2.3 La quasi inexistence des salles de spectacle

Le milieu de la musique a besoin d'un certain rayonnement afin que le public soit informé des différentes évolutions qui s'y opèrent. Les salles de spectacles qui demeurent des lieux par excellence de diffusion des valeurs musicales sont quasi inexistantes en Côte d'Ivoire. A part le palais de la culture et l'hôtel ivoire qui accueillent la majorité des spectacles musicaux, il n'existe pas d'autres structures adéquates pour leur diffusion. L'intérieur du pays on peut le dire est dépourvu de salles de spectacles. Seulement, l'on note l'existence de salles des mairies qui ont des capacités souvent de 300 à 500 places. Mais la plupart ne respectent pas les normes de construction et ne sont pas dotées d'équipements techniques pour accueillir des représentations musicales. Aussi, le coût de la location du palais de la culture et de l'hôtel ivoire est un facteur handicapant pour la majorité des artistes nationaux.

1.2.4 La piraterie

Véritable fléau de destruction du secteur musical, la piraterie a du mal à être maîtrisée. Les cités universitaires constituaient le lieu de fabrication des œuvres dans un passé récent au vue et au su des autorités d'alors. Les frontières également poreuses du pays facilitent ce trafic. La volonté affichée par le gouvernement avec la mise en place de la brigade culturelle pour traquer les pirates n'a pas encore donnée les résultats escomptés. La piraterie représente environ 60% des œuvres sur le marché.

Quant à la cyberpiraterie, il constitue actuellement un véritable casse tête pour nos autorités. C'est à juste titre que Guédéba Martin, artiste comédien dit que la piraterie est à la culture ce qu'est le VIH SIDA pour l'organisme humain⁶. La piraterie est la cause principale de la fermeture de grands groupes de production et de distribution musicale en Côte d'Ivoire. Aussi, la crise politico militaire a secoué le pays pendant dix ans et a favorisé le pillage, la destruction et la fermeture de nombreuses structures.

1.3 Justification et importance du sujet

Des raisons tant socioéconomiques, culturelles et professionnelles nous ont guidées dans le choix de cette thématique.

⁵ Sissoko Régis, *SICA rapport général*, Abidjan, 2005, pp 126-127

⁶ Top visages, *la musique ivoirienne se noie*, publié le 26/03/09 sur <http://www.rezoivoire.net/musique/article/338>, consulté le 26 octobre 2012

1.3.1 Les raisons socio-économiques

La filière musicale contribue à l'activité économique à travers les emplois qui sont créés et la valeur ajoutée à l'économie nationale. En effet, la richesse économique du pays est renforcée à travers la vente des œuvres. Le secteur musical contribue à l'économie du pays à travers les emplois directs et les emplois indirects (les impacts sur d'autres secteurs) qu'il génère. Et de ce fait la réduction de la pauvreté est ainsi opérée. C'est donc à juste titre que l'OIF a fait ce constat : « *En Côte d'Ivoire, les filières de l'édition, de la musique et de l'audiovisuel emploient environ 4000 personnes en 2007 et génèrent des revenus à hauteur de 62 millions USD* »⁷

Egalement selon les chiffres publiés dans le préambule des statuts du Syndicat des Industriels du Phonogramme (SIP) et repris par le producteur de musique Anagonou Constant lors de sa communication au SICA 2005 sur les forces et faiblesses de l'industrie musicale en Afrique de l'ouest, elle génère : « *200 salariés et font travailler 2000 magasins et point de ventes qui eux aussi sont générateurs d'emplois* »⁸ Ces exemples montrent que ce secteur a des potentialités réelles et qu'il faut en faire un véritable levier de développement.

1.3.2 Les industries culturelles à l'ère des TIC : un sujet d'actualité culturelle

La question des industries culturelles et des TIC est un thème d'actualité culturelle qui fait de plus en plus parler les autorités publiques des Etats africains et européens, les organismes de coopération internationale, les professionnels et acteurs culturels, les intellectuels, les économistes lors des rencontres internationales et sous-régionales (Séminaire sur l'accès au financement des industries culturelles au Niger en 2012, le séminaire sur les politiques culturelles locales et le développement des industries culturelles en Afrique de l'ouest en 2009 à Dakar, Le Salon Internationale des Industries Culturelles (SICA) 2005 à Abidjan). Nous avons choisi un tel sujet afin d'enrichir le débat sur les industries culturelles en général et particulièrement sur celle de la musique. Les mutations opérées par la venue du numérique dans le secteur mérite que l'on y mène des réflexions.

1.3.3 Les raisons professionnelles

En notre qualité d'agent de développement culturel, le secteur musical qui est une composante essentielle des industries culturelles constitue un domaine à promouvoir. Et cela passe par le fait de

⁷ In « aperçu de l'économie de la culture dans la zone UEMOA : cas du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, du Sénégal », OIF, 2009

⁸ Anagonou Constant, *SICA rapport général*, Abidjan, 2005, p 86

susciter la création, favoriser la production et participer à la diffusion et la promotion des œuvres de cette filière. Notre objectif étant que ce secteur soit viable pour ses acteurs. Le monde aujourd'hui avec ses différentes évolutions mérite une adaptation de tous les secteurs. La filière musicale devra aussi s'y conformer dans ce contexte concurrentiel mondial.

Il faut également ajouter que la musique en tant que moyen de communication informe, éduque, forge les opinions. Elle contribue d'une certaine manière à fédérer les individus ce qui peut être source de cohésion sociale donc de stabilité politique.

1.4 Enoncé des questions soulevées

Au regard de ces difficultés qui minent le secteur de la musique, plusieurs interrogations se posent :

L'avènement de nouveaux logiciels performants ne facilitent-ils pas la production musicale de nos jours ?

Comment l'outil internet et le téléphone mobile peuvent-ils être utilisés de façon efficace pour contribuer à la diffusion de la musique ivoirienne et offrir de nouvelles opportunités promotionnelles aux artistes ?

La disponibilité de bases de données numériques fiables sur l'industrie musicale n'attirerait-elle pas des financements vers ce secteur ?

A ce stade de notre réflexion, nous procéderons à l'analyse des données de terrains dans l'optique de trouver quelques éléments de réponse à ces interrogations.

1.5 Synthèse des données et résultats attendus

1.5.1 Synthèse des données

Nous avons effectués de nombreuses recherches afin de conforter ou pas nos hypothèses. Ainsi donc, des documents traitant du sujet de la musique et des innovations technologiques ont été consultés. Quelques sites internet relatifs à cette même thématique nous ont aidés dans notre travail.

Nous nous sommes intéressés aux sites musicaux abidjanshow.com, abidjanfaro.com et ivoiremxdj.com pour une analyse détaillée.

Il faut préciser que le premier contact de l'internaute avec le contenu du site s'effectue à travers la page d'accueil. Elle lui permet de se situer sur la facilité d'usage et le positionnement du site musical.

Comment se présentent ces sites et que révèle l'analyse ?

Abidjanshow.com : Ayant pour slogan « premier portail culturel et événementiel ivoirien », ce site est le plus visité en Côte d'Ivoire. La partie principale de la page comporte un bandeau de promotion de nouvelles sorties d'albums. L'actualité nationale et internationale liée au secteur musical y est diffusée. L'internaute a la possibilité de poster ses commentaires. Les bannières publicitaires diffusent souvent des informations liées à la musique ou au sport. Ce site permet l'écoute à travers sa playlist et la possibilité de voir des clips.

Au regard des éléments susmentionnés, nous pouvons dire que ce site a une bonne arborescence étant donné qu'elle ne dépasse pas 3 ou 4 niveaux de profondeurs. Nous notons que la page d'accueil présente plusieurs informations et cela donne l'impression qu'elle est surchargée. Ce site peut intégrer des liens conduisant à des informations sportives et ne pas diffuser un flux d'informations relatives à ce domaine. Nous notons aussi que l'écoute y est admise sans la possibilité de télécharger. Ce site a un bon référencement mais il ne dispose pas de données sur les potentialités du secteur.

Abidjanfarot.com: L'appellation du site tiré du langage des DJ ivoiriens (farot qui signifie faire le malin) montre la ligne directrice de site. Nous y retrouvons un répertoire où il y'a une forte domination du genre musical coupé décalé. L'internaute a la possibilité de se faire identifier. Il offre le téléchargement gratuit. Nous notons un design aux couleurs du drapeau national (orange, blanc, vert). La bannière artiste en promotion occupe la partie droite de la page et elle est de dimension moyenne.

L'analyse nous démontre que ce site a une bonne ergonomie vue la facilité de navigation. Les statistiques concernant les musiques ou vidéos vues ou téléchargées sont données à l'internaute mais aussi à l'artiste. Nous y notons une absence d'informations sur le secteur musical. Il n'existe également pas de rubrique réservée à la promotion des instruments traditionnels de musique. La musique urbaine occupe une place de choix sur ce site. Un autre point faible est le référencement qui ne permet pas d'aboutir facilement à cette plateforme.

Ivoiremxdj.com : L'identité visuelle globale de cette plateforme montre qu'elle est tournée vers la musique urbaine. Les textes sont lisibles. Elle offre l'actualité et propose un lien vers facebook.

Ce site au niveau de l'indicateur "offre de contenu" ne propose que le genre coupé décalé ce qui limite fortement le public cible contrairement aux autres plateformes qui ont une diversité de genres musicaux. Elle a un playlist.

Nos recherches nous ont démontré de façon générale que ces sites consacrés à la musique ne disposent pas de données statistiques sur le secteur. Idem pour le site du BURIDA⁹ et du Ministère de

⁹ www.burida.ci

la culture. Ce qui pour nous constitue un manque à gagner pour le secteur car la présence de données pourrait être un élément catalyseur chez les potentiels investisseurs. Nous avons aussi fait le constat qu'il n'y a pas de politique de promotion des instruments musicaux traditionnels ivoirien à travers ces différents canaux. Défi que nous nous sommes fixé de relever.

Aussi, quelques entretiens (voir annexe 4) avec les acteurs de la filière musicale nous ont permis de donner de la substance à notre étude. Nous avons procédé par choix raisonné afin d'interroger nos personnes ressources. Ce sont des artistes musiciens, des producteurs, des administrateurs culturels, des arrangeurs.

Il faut dire au sortir de toutes ces démarches que le secteur musical ivoirien est confronté à de nombreuses difficultés. De la production à la diffusion en passant par la distribution, la filière souffre d'un manque véritable de structuration. Mais dans ce tableau sombre, la créativité ne manque pas de se faire. La question de droit d'auteur avec les sociétés de téléphonie mobile n'est pas encore élucidée.

Le secteur musical qui peut aussi constituer un véritable pilier pour le développement du pays nécessite qu'on le redynamise. Et cela pourrait passer par l'utilisation des technologies nouvelles comme moyen d'action. La technologie favorisant l'autoproduction, la multiplication des canaux de diffusion tels que l'internet, la téléphonie mobile, le multimédia dans sa diversité devraient pouvoir constituer des leviers sur lesquels nous devrions nous appuyer pour un vrai redécollage.

De plus, la compétitivité au niveau international nous impose de nous adapter aux évolutions en cour.

1.5.2 Résultats attendus

Les résultats attendus à la fin de notre travail de recherche sont les suivants :

- Concourir à la diffusion des artistes ivoiriens et à la mutation dans la consommation des contenus musicaux en Côte d'Ivoire ;

- Recenser et rassembler dans une base de données numérique les potentialités et opportunités du secteur musical ivoirien et en tenir informer les administrations, les opérateurs privés, les mélomanes etc à travers la création du site web **www.zikivoire.com** ;

- Offrir de nouvelles possibilités aux acteurs du secteur ;

2 Cadre théorique

Il nous semble utile pour une meilleure compréhension de ce travail de réflexion de cerner les contours des notions importantes et de les situer par rapport à notre travail. Nous poursuivrons par une appropriation des composantes techniques, une revue de la chaîne des valeurs de l'industrie musicale et ses mutations à l'ère du numérique. Les problèmes juridiques que soulève notre étude seront posés et nous finirons par le débat sur l'industrialisation de la culture.

2.1 La définition des concepts clés

➤ Innovations technologiques

Cette notion renferme deux mots importants: innovations et technologiques. S'agissant de l'**innovation**, il faut dire qu'elle possède plusieurs sens. Pour certains elle s'appréhende comme une démarche, pour d'autres un processus et pour les derniers un résultat. Et c'est à juste titre que Deltour François dit que le flou conceptuel régnant autour de la définition de l'innovation empêche l'émergence d'un véritable savoir scientifique et managériale autour¹⁰

Selon le dictionnaire de l'académie française le terme innovation date du XIII^{ème} siècle et est emprunté au bas latin « innovatio » qui signifie « renouvellement ». Face à la concurrence de plus en plus grandissante aujourd'hui, les entreprises innovent en introduisant de nouveaux produits sur le marché.

Certains auteurs essayent de faire une approche de la question. Souitaris Vangelis¹¹ fait savoir que l'innovation se produit lorsqu'une entreprise présente au marché un nouveau produit ou un produit changé ou quant elle adopte un processus de fabrication nouveau ou changé. Pour Barreyre Pierre-Yves, l'innovation est la mise en application originale et porteuse de progrès, d'une découverte d'une invention ou simplement d'un concept¹². Loin de nous de passer en revue les différents types d'innovations, la définition donnée par le manuel d'Oslo de l'OCDE semble nous convenir car elle définit l'innovation de produit comme l'introduction sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou nettement modifié au regard de ses caractéristiques fondamentales, ses spécifications techniques, des logiciels incorporés ou de tout autre composant immatériel, ainsi que de l'utilisation prévue ou de la facilité d'usage¹³.

¹⁰ Deltour François, *Innovation dans l'organisation : Dépasser les ambiguïtés du concept*, Lille, 2000, p 3

¹¹ Vangelis Souitaris est professeur d'entrepreneuriat à la Cass Business School de Londres

¹² Barreyre Pierre-Yves, *Typologie des innovations*, *Revue Française de Gestion* n°24, Cachan, 1980, pp 9-15

¹³ OCDE-Eurostat, *Manuel d'Oslo : Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique*, 2e édition, Paris, 1997, p 37

La signification du qualificatif «**technologique**» n'apparaît pas toujours clairement. Comme le fait remarquer Yahya El Yahyaoui, dans sa communication lors du colloque sur les politiques publiques et l'innovation dans les pays du Maghreb, la notion est d'autant plus trouble car elle renvoie à la confusion entretenue et admise entre « technique » et « technologie », la dernière paraissant rehaussée de par son caractère social et culturel quand la première n'est perçue que dans sa dimension « outil » et support¹⁴. Mais pour ne pas rentrer dans ce débat, nous reprenons l'analyse du philosophe de la technologie Puech Michel qui affirme : «...l'usage du mot technologie (technology) tend à se reprendre. L'anglais n'utilise presque pas le terme technique qui existe pourtant avec un sens assez étroit...Technique et technologie ne s'opposent donc en rien, elles se fondent l'une en l'autre, exactement comme le geste et les artefacts humains»¹⁵.

En définitive les innovations technologiques renvoient à des produits technologiquement nouveaux ou à des produits technologiquement améliorés. Cette notion se confond à certaines connexes telles que invention et progrès technique. Il faut faire remarquer qu'à ce niveau de notre travail, la notion ne doit pas être différenciée de l'invention selon l'approche du chercheur français en informatique Nivat Maurice qui dit que l'innovation pure c'est l'invention, la découverte d'un nouveau phénomène ou l'idée d'exploiter un phénomène déjà connu pour fabriquer des objets. Le progrès technique quant à lui s'inscrit dans les différentes formes d'innovations.¹⁶ La plupart de nos pays africains n'étant pas à la pointe de la technologie, ils s'inscrivent dans une dynamique d'usage de ces innovations technologiques. La notion englobe dans le cadre de notre réflexion, les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC), le multimédia (voir annexe 1), l'internet et ses différentes applications, la téléphonie mobile, l'audiovisuel etc. Raison pour laquelle nous l'employons au pluriel. La notion même d'innovations technologiques est changeante et ce qui apparaît comme une innovation dans une partie de l'espace peut ne pas l'être dans une autre partie compte tenu de l'évolution rapide qui s'opère dans le domaine.

➤ Développement

Le mot développement dérive de « développer » qui signifie accroître, étendre, prendre de l'ampleur, de l'importance. C'est l'évaluation de ce qui se développe. Selon Perroux François, économiste Français du XX^e siècle, « le développement est une combinaison des changements mentaux d'une population

¹⁴ Yahya El Yahyaoui, *Innovation et processus d'appropriation sociale de la technologie*, Rabat, 2006, publié sur www.elyahyaoui.org/harakat_rema_23_24_07.htm et consulté le 14 août 2012

¹⁵Puech Michel, *Science, Technique, Technologie*, publié le 04/03/2008 sur <http://www.futura-sciences.com/fr/doc/t/>, consulté le 17 août 2012

¹⁶Nivat Maurice, *Création, Innovation en informatique et ailleurs*, publié en juin 2011 sur <http://www.epi.asso.fr/revue/articles/a1106b>, consulté le 04 janvier 2013

qui la rend apte à faire croître simultanément et durablement son produit réel global »¹⁷ Autrement dit, le développement, c'est l'ensemble des changements sociaux et culturels qui améliorent de façon qualitative et quantitative le cadre de vie, un secteur donné.

En ce qui concerne notre étude, il est question de l'évolution du secteur musical. Cette évolution concerne ici la production, la diffusion et la promotion des biens et activités musicaux avec l'appui des nouvelles technologies. La production consiste en la mobilisation de moyens humains, matériels et financiers nécessaires pour la réalisation d'une œuvre musicale. Elle s'intéresse donc au plan matériel au volet enregistrement de l'œuvre. Selon Zida Emile : « Elle est l'étape de réalisation du bien culturel qui consiste à fabriquer le prototype ou à le reproduire. Elle vise à valoriser la création en la mettant sur support matériel, utilisable à souhait »¹⁸.

Quant à la diffusion, elle est l'étape entre la consommation et la distribution de l'œuvre. C'est la phase de promotion, de mise en marché. Les canaux tels que la radio, la télévision, l'internet etc. se chargent de la diffusion dans la filière du disque tandis que les chaînes de disquaires ou les détaillants font la commercialisation. Pendant longtemps, le développement a été réduit à sa seule dimension économique. Mais aujourd'hui, le développement est un phénomène global comportant plusieurs dimensions notamment économique, politique, social, culturel selon Youma Fall.¹⁹

➤ Secteur musical

Le terme « industries culturelles » fait référence aux secteurs d'activités économiques ayant comme objet principal le développement, la production, la promotion, la diffusion et la vente de biens à contenu culturel. Il englobe le domaine de la musique ou secteur musical ou encore industrie musicale. Et comme l'a fait remarquer Anagonou Constant, Directeur commercial de Showbiz au Salon International des Industries Culturelles d'Abidjan (SICA), les industries musicales désignent « un ensemble d'activités économiques organisés qui concourent à la production et à la distribution d'œuvres musicales. Cette industrie produit des images, des mots et des sonorités qu'elle nous présente et qui sont le reflet de notre société et de notre culture »²⁰.

¹⁷ Perroux François, *L'économie du xxème siècle*, Paris, 1991, p 191

¹⁸ Zida Emile, *Les industries culturelles des pays d'Afrique subsaharienne : quels défis face au marché international ?*, Sarrebruck, 2010, p 14

¹⁹ Youma Fall : Expert en développement culturel et membre du staff de la biennale de Dakar

²⁰ Anagonou Constant, *ibid.* p 83

2.2 Les composantes techniques

Le numérique offre aujourd'hui de nombreuses possibilités eu égard à l'évolution constante dans le domaine. La majorité des studios d'enregistrement en vue de la production musicale sont passées en Côte d'Ivoire de l'analogique au numérique. Avec également les possibilités innovantes offertes par le numérique de nombreux home studios sont nées. Nous verrons à ce stade de notre travail les logiciels, les technologies utilisées en matière de production et les outils de diffusion.

➤ En matière de production

L'incorporation d'une carte son dans tous les ordinateurs aujourd'hui permet le traitement, la modification et la composition des sonorités musicales. L'apparition d'interfaces évoluées (Firewire, MLAN²¹) permettent la communication avec tous types d'instruments ou appareils audio et de les piloter. L'on assiste à l'arrivée de logiciels de plus en plus performants avec des fonctionnalités à la pointe de la technologie. Nous dressons ci-dessous un tableau de quelques logiciels pour la musique.

Tableau 2:Logiciels de musique

Catégories	Fonctions / Caractéristiques	Exemples
Les séquenceurs	Ils sont réservés à une utilisation intensive associant création, arrangement, production, mixage, traitement et effet, audio et MIDI. Ils automatisent le jeu, paramètrent les synthétiseurs, et contrôlent tout appareil relié virtuellement et physiquement.	Cubase VST ; Logic Audio Platinum 5
Groovebox ou Trackers	Ils proposent un mode d'édition et de création simple, puissant et instantané. 'Le sample'(échantillon audionumérique) et "le loops" (boucles audionumériques) demeurent sa matière première.	Wave Surgeon 2.55 a ; Tsunami Pro; Vegas Pro 1.0 b
Les plugg-ins d'effet	Ils modifient un signal audio numérisé soit en modélisant un effet (analogique) existant, soit par des algorithmes originaux	PSP MixPack ; Mysteron; Reverb
Les arrangeurs et générateurs automatiques de musique	Ils permettent de produire un arrangement complet et une ligne mélodique (improvisée ou non). Il est important d'y saisir une grille d'accords, quelques variations, définir un style et essayer une composition.	Band in a Box ; Pitch'n Time; MIDI Auto
Les éditeurs de signal	Ce sont des logiciels d'enregistrement audio qui vont du simple magnétophone numérique au studio multipistes intégré avec console de mixage	Acid WAV 1.3 ; Tabledit 2.60 ; AXdatabase 1.5

Source : Auteur

²¹ Music Local Area Network

La plupart de ces logiciels qui sont utilisés dans la production musicale et qui ne cessent de s'améliorer concourent à la professionnalisation et au développement de ce secteur. L'interface MIDI (Musical Instrument Digital Interface) beaucoup utilisé dans le domaine permet l'échange de données entre instruments de musique (voir annexe 2). Aussi les technologies de dernière génération en matière d'instruments, de tableaux de mixage et de microphones donnent de la valeur au secteur du disque. Et c'est en faisant allusion à l'importance des TIC dans le domaine musical que Pierre François affirme : « ...certaines œuvres majeures créées au cours de la dernière décennie l'ont été en mobilisant logiciels ou ordinateurs »²². Beaucoup de studios ont migré aujourd'hui de l'analogique vers le numérique. La confection de clips vidéo des artistes musicaux n'échappe pas aux innovations dans le domaine de la technologie.

➤ En matière de diffusion

Nous nous intéresserons ici à la diffusion via l'internet et le téléphone mobile. Nous verrons les services multimédias offerts, les formats de compression pour une compatibilité avec ces canaux

Les formats de fichiers pour la diffusion par l'internet et le téléphone portable

Selon Greffe et Sonnac²³, la compression des données numérisées permet d'économiser de la mémoire et du débit afin de faciliter la vitesse de réception. Nous présentons dans le tableau suivant les formats de compression pour l'utilisation sur internet ou le mobile.

Tableau 3: Les formats de compression

Format	Présentation
OGG Vorbis	Dans le monde des logiciels libres, il est l'équivalent du MP3. Il compresse sans perte et utilise moins de bande passante
WMA (Windows Media Audio)	Format de compression audio développé par Microsoft avec perte de la qualité.
MP3	Il est le plus connu des codecs audio. Il permet de diviser par 6 ou 8 la taille d'un fichier WAV sans trop de perte. Il est adapté aux connexions à moyen débit. Mais le MP3 pro est adapté aux faibles débits.
AAC	Format de compression audio avec perte. Il est adapté aux débits faibles mais il permet d'améliorer la qualité du son restitué.
FLAC (Free Lossless A.C)	Légèrement plus lourd, il est libre et sans perte et offre donc une écoute confortable.

Source : Benchmark Group adapté par Hermann ZAMBLE

Les Smartphones, les baladeurs MP3, les Iphones, Ipod etc sont compatibles avec ces formats.

²² Pierre François, la musique, une industrie, des pratiques, Paris, 2008. p 106

²³ Greffe xavier, Sonnac N., *l'industrie de la société civile numérisée*. In culture Web, Paris, 2008, 904 p

➤ Les services multimédias

Les services les plus répandues sont le streaming, la playlist, la sonnerie personnelle, le podcasting. Le streaming est une technique de diffusion en mode continu ou en léger différé d'un flux audiovisuel très utilisé sur internet. La playlist est une liste de lecture de fichier audio. Quant au podcasting, il est une technologie de diffusion de fichiers multimédias basée sur l'utilisation de fil RSS²⁴ ou Atom. La personnalisation de sonnerie est aussi un service offert. Il faut noter que les plateformes et les sociétés de téléphonies offrent bien d'autres services en liaison avec la musique. Des actions telles que la conception, le transcodage, la mise à jour, le téléversement, la numérisation sont nécessaires pour la mise en œuvre d'une plateforme musicale. Nous y reviendrons en détail dans notre projet.

2.3 La chaîne de valeur de l'industrie musicale

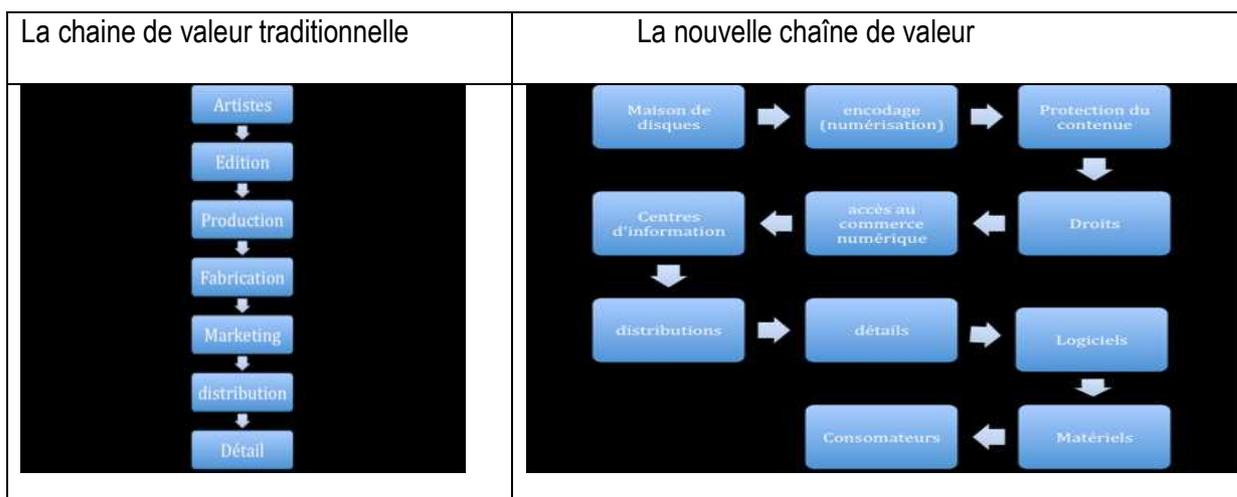
Sous la poussée des innovations technologiques (numérisation, dématérialisation), la chaîne des valeurs de l'industrie musicale a subi des mutations. La fin du cycle de vie du CD dans les années 90, similaire à celui qu'a connu le disque vinyle à changé la donne selon Beuscart²⁵. La dématérialisation à travers la diffusion de la musique en ligne se présentait comme une alternative. Et de ce fait de nouveaux acteurs tels que les opérateurs de télécommunication, les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI), les structures informatiques font leur entrée dans la chaîne des valeurs. Bourreau Marc et Gensollen Michel affirment que le progrès technique va donc faire évoluer la chaîne de valeur de l'industrie de la musique²⁶. La chaîne de valeur traditionnelle de la musique va de l'artiste au consommateur. Avec l'arrivée d'internet, la chaîne est bouleversée avec les groupes multimédias et les entreprises virtuelles comme nouveaux acteurs.

²⁴ Really Simple Syndication

²⁵ Beuscart, J.-S., *L'industrie du disque. Bilan et perspectives* -François, P. (dir.), *La musique. Une industrie, des pratiques*, Paris, 2008. pp. 65-79

²⁶ Bourreau Marc et Gensollen Michel, *L'impact d'internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée*, p 32

Figure 2: la chaîne de valeurs de l'industrie musicale



Source: Jokerpurple

2.4 Les aspects juridiques soulevés

Outre la piraterie mécanique qui se pratique à l'aide d'un graveur pour recopier un CD ou un DVD, les téléchargements illégaux ont pris de l'ampleur. Le peer to peer (pair à pair ou P2P) consiste à installer un logiciel approprié qui peut être téléchargé gratuitement en quelques minutes. Lorsque le logiciel est installé, l'utilisateur peut échanger gratuitement tous types de fichiers numériques partout dans le monde avec d'autres utilisateurs de ce genre de logiciel en ligne. Napster en fut le premier logiciel. L'IFPI fait le constat que partout dans le monde les ventes de musique ont chuté de 30% et cela est dû au partage illégal de fichiers. Avec le numérique et les nouvelles possibilités offertes, une certaine culture de la gratuité s'est installée chez les consommateurs d'œuvres musicales. Le téléchargement illégal constitue une menace pour toute l'industrie musicale. « *La révolution numérique a placé l'industrie de la musique enregistrée au cœur d'un processus de "destruction créatrice"* »²⁷ selon les auteurs Curien Nicolas et Moreau François. Les conséquences de la dématérialisation sont nombreuses sur le droit d'auteur. Face à la montée de la piraterie vu la multiplication des plateformes illégales, des pistes de solution ont été exploitées afin de protéger ce milieu.

Il faut d'abord faire remarquer que l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) a voté deux traités internet sur le droit d'auteur et les droits connexes en 1996. Des poursuites judiciaires ont été lancées contre les sites illégaux de téléchargement de la musique et les personnes qui s'échangeaient des fichiers par le peer to peer. Elles ont abouti à la fermeture de nombreux sites

²⁷ Curien Nicolas et Moreau François, *L'industrie du disque*, Paris, 2006, p 109

illégaux. Des pays tels que la France avec l'initiation du projet de loi "Création et Internet" (ou loi HADOPI) ²⁸ envisage faire barrage au téléchargement illégal et permettre à l'offre légale de se pratiquer. Avec cette loi, l'internaute averti deux fois de son téléchargement illégal se verra couper sa connexion par son Fournisseur d'Accès Internet (FAI). Certaines mesures techniques telles que le Digital Right Management (DRM) ou système de gestion des droits numériques est un frein à la circulation illégale des œuvres musicales. Ce système permet d'empêcher l'accès aux œuvres numériques protégées et limiter le nombre de copies. Les consommateurs d'œuvres musicales doivent aujourd'hui avec la mondialisation compter avec le numérique et ses services offerts. Il appartient à nos Etats de se doter de législations et moyens techniques adéquats face à ces nouveaux modes de diffusion de la musique.

De la nécessité de la mise en place de modèles d'affaires de la musique en ligne

Face au problème de la piraterie et pour que l'industrie de la musique en ligne soit viable, elle se doit de développer des modèles d'affaires. Comme le recommande Lack Andrew²⁹, il est nécessaire d'élaborer des modèles d'affaires plus viables et d'en user. Le modèle d'affaire doit être vu : « *comme un construit intermédiaire qui lie les domaines techniques et économiques...* » selon Chesbrough H et Rosenbloom, R.S³⁰. La mise à disposition aux internautes des nombreux sites de musique et de leurs contenus découle de stratégies afin d'en assurer la durabilité et la rentabilité.

Parmi ces stratégies, nous retiendrons dans notre étude, les trajectoires des innovations non-marchandes de Beuscart Jean Samuel et la théorie de l'innovation marchande de Cathy Alison, experte en technologie³¹. Le souci du premier auteur était de trouver une rentabilité économique à la musique en ligne dans une société où domine la gratuité. Beuscart s'inspire de Michel Gensollen qui part du constat que le contenu du web est fourni par deux grands types d'acteurs, des acteurs marchands et non marchands et les innovations de l'internet résident essentiellement dans les apports et productions des seconds. Il a donc proposé trois modèles d'affaires : la webradio intégrée à une entreprise, l'association culturelle et l'édition et la promotion en ligne. Dans le premier modèle, une entreprise sponsorise la webradio en finançant les infrastructures et les redevances de droit d'auteur et en retour, elle utilise l'éventuel succès de ce service (diffusion en ligne) comme vitrine promotionnelle auprès de

²⁸ C'est la loi n°2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet. Elle crée une Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (Hadopi) qui est un organisme indépendant français de régulation.

²⁹ Lack Andrew, PDG du groupe multimédia de Bloomberg et ex Président et PDG de Sony Music Entertainment

³⁰ Chesbrough H. et Rosenbloom R.S, *The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation*, Boston, 2002, pp 529-555

³¹ Cathy Alison, *les défis et occasions de la musique en ligne : Mesures techniques, modèles d'affaires, incidences des groupes d'intéressés et tendances émergentes*, Gatineau, 2004, pp 42-60

clients ou investisseurs. Dans le second cas, quelques personnes créent un site amateur de diffusion musicale. Au fur et à mesure qu'il se développe, un réseau de contributeurs bénévoles au site se forme. Et donc des sponsors qui participent parfois au projet leur fournissent gracieusement des prestations techniques en échange d'une simple mention de remerciement sur la plateforme. Enfin le troisième cas fonctionne sur le bénévolat, l'entraide et le sponsoring. Nous retenons de son analyse que ces modèles sont attachés au financement d'un sponsor.

A contrario, pour Cathy Alison la musique en ligne à une valeur financière (économie marchande). Elle le démontre à travers les modèles reposant ou non sur les mesures de protection technique. S'agissant du modèle reposant sur les mesures de protection technique, il faut dire qu'ici le canal de diffusion est contrôlé et protégé juridiquement. Techniquement le consommateur est repéré. Dans ce modèle, les créateurs et producteurs de contenus en ligne sont compensés par le gouvernement au prorata de la fréquence à laquelle leurs produits ont été consommés. Les perceptions sur les appareils électroniques de grande consommation et l'accès à internet financeraient ce système. Le second modèle est celui où l'utilisateur paye le service. De ce qui précède nous pouvons globalement retenir qu'il y'a le modèle de téléchargement payant et les modèles financés par la publicité (freemium, téléchargement légal gratuit, streaming gratuit etc). Nous terminerons notre analyse par cette citation de Beaulieu Alain : « *Tant qu'on n'a pas trouvé un moyen d'intéresser plus le consommateur vis-à-vis de l'offre légale en ligne versus le téléchargement de fichiers illégal, celui-ci va continuer. C'est surtout le consommateur qu'il faut convaincre. Quand on a une option facile qui ne coûte pas un sou, beaucoup de gens seront tentés. Mais si on propose une meilleure qualité et un service plus efficace si on télécharge légalement, là ça peut être un incitatif. Il va falloir que le consommateur ait l'impression qu'il paie pour quelque chose* »³².

2.5 L'industrialisation de la culture

Benhamou Françoise dans son œuvre l'économie de la culture a montré l'importance de la prise en compte des industries culturelles dans le champ de l'économie de la culture car il y'a : «... *une importance de la création en amont des produits industriels...* ».³³ L'industrialisation de la culture étant depuis plusieurs années au centre des réflexions sur l'économie de la culture, il nous appartient de passer en revue le débat qui l'a alimenté.

³² Beaulieu Alain, *Vers un nouveau modèle d'affaires*, publié le 18/07/08 sur <http://www.directioninformatique.com/> et consulté le 11 décembre 2012

³³ Benhamou Françoise, *L'économie de la culture*, Paris, 1996,p. 5

Les tenants de la première période de « l'École de Francfort » que sont Theodor Wiesengrund Adorno et Max Horkheimer font naître à la fin des années quarante le concept « d'industrie culturelle ». Pour ces philosophes repris par Mattellart Armand, « *..l'industrie culturelle, comme lieu d'accomplissement de la sérialisation, de la standardisation et de la division du travail, fixe de manière exemplaire la faillite de la culture, sa chute dans la marchandise. La transformation de l'acte culturel en valeur abolit sa puissance critique* ».³⁴ Ces deux auteurs ont signalé les dangers de la perversion de l'art entraînée par l'application des techniques de reproduction industrielle aux œuvres culturelles. La notion d'industrie culturelle sert donc de repoussoir à une certaine sacralisation de l'art selon eux. Walter Benjamin³⁵, issu de la même école que les deux précédents avait vu au delà de cette industrialisation « coupable » une mutation culturelle par la transformation merveilleuse de la notion d'art. Plus tard le concept a évolué tout en se départissant de sa connotation péjorative. Et c'est à juste titre que le premier Ministre de la Culture en France André Malraux a développé le concept de « démocratisation de la culture », d'accès à un plus grand nombre aux œuvres de l'esprit. Adorno et Horkheimer à travers l'industrialisation de la culture qu'ils ont démontrée, ont en même temps fait naître le rapport de la culture avec l'économie à travers le marché. Les produits culturels se vendent et s'achètent comme tous les produits de consommation de masse et cela ajoute une plus value à l'économie. Marc Menard ne semble pas mal dire lorsqu'il dit que les industries culturelles recouvrent des traits distinctifs : un investissement en capitaux, une mécanisation ou effet technologique de la production. Les industries culturelles existent selon lui grâce aux nombreuses innovations technologiques ayant touché la reproduction des supports et le développement des marchés de masse.

Certains auteurs tels que Miège Bernard³⁶ ont milité pour que l'on parle d'industrie culturel au pluriel car pour lui, les secteurs ont leurs propres logiques : organisation du travail, nature des services et contenus particuliers. Au regard des approches susmentionnées, nous devons retenir comme Marc Ménard les caractéristiques suivantes des industries culturelles : « *la reproductibilité, l'importance du travail de création, le renouvellement constant de l'offre, la variabilité et l'imprévisibilité de la demande, le caractère de prototype* »³⁷.

³⁴ Mattellart Armand, *La communication monde*, Paris, 1992, pp 230-231

³⁵ Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, dernière version 1939 in œuvres III, Paris, Gallimard, 2000, pp 269-316.

³⁶ Miège Bernard est un chercheur en sciences de l'information et de la communication. Il est connu pour ses travaux les medias, les industries culturelles et l'espace public.

³⁷ Menard Marc, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Montréal, 2004, pp 103-104

3 Méthodologie de la recherche

Selon N'da Paul, la méthodologie : « consiste à préciser comment le problème à l'étude va être résolu, va être piégé par des activités et des instruments qui permettront d'arracher des parcelles de vérité. En termes clairs, la phase méthodologique concerne tout le plan du travail qui dictera les activités à mener pour faire aboutir la recherche³⁸ ». Nous utiliserons donc un certain nombre d'outils qui vont de la recherche documentaire aux entretiens dans cette phase de notre étude. L'expérience relative au stage sera également présentée. Nous n'occulterons pas les difficultés auxquelles nous avons eu à faire face dans la collecte de données.

3.1 Les outils utilisés

La recherche documentaire et les entretiens effectués nous ont été d'un apport considérable pendant notre étude.

3.1.1 *La recherche documentaire*

Cette étape de notre travail nous a permis de mieux cerner notre sujet et de le situer. Les écrits relatifs aux innovations technologiques, aux TIC, à l'internet, au secteur musical dans son ensemble ont été consultés. Notre sujet renvoyant souvent à des termes techniques, cette étape nous a permis d'en avoir une meilleure approche. Nous avons consulté des documents écrits et visuels tels que les actes de colloques, les livres, les revues, les articles de presse, l'internet etc. Nous avons procédé de façon méthodique en collectant d'abord les données, ensuite nous les avons lus avant de les classer.

➤ La collecte des données

Cette phase s'est opérée tout au long de notre formation à la bibliothèque de l'université Senghor d'Alexandrie ainsi qu'au Campus Numérique Francophone (CNF). Nous avons également consulté des ouvrages à la médiathèque de l'Institut Français d'Egypte. La recherche documentaire s'est également poursuivie à la bibliothèque du Centre de Documentation du Patrimoine Culturel et Naturel de l'Egypte (CULTNAT). Différents types d'ouvrages ont été consultés : ouvrages généraux et spécialisés, les revues spécialisées dans le domaine de la technologie, les rapports d'ateliers, les actes de colloques, les mémoires, les journaux et les sites internet.

³⁸ N'da Paul, Méthodologie de la recherche de la problématique à la discussion des résultats, comment réaliser un mémoire, une thèse d'un bout à l'autre, Abidjan, 2006, p 65

Nous avons donc eu recours d'une part aux documents écrits et d'autre part aux documents multimédias. S'agissant du second, il nous a amené à consulter des sites web, des moteurs de recherche ainsi que des méta-moteurs afin de trouver des éléments de réponse relatifs à notre sujet de recherche. Les fonds documentaires de Cairn et Cyberlibris³⁹ ont été aussi consultés.

➤ La phase de la lecture

Nous avons procédé à une lecture minutieuse des documents écrits et multimédias qui portent sur notre sujet de recherche. C'est ainsi que nous avons lu avec grand intérêt les documents relatifs à la musique en ligne, l'internet et le secteur musical, la technologie et la production musicale, les modèles d'affaires développés avec la dématérialisation des supports d'écoute etc. Mais nous n'avons pas manqué de nous accorder du temps pour consulter et chercher à comprendre les documents relatifs à l'impact des TIC sur le secteur culturel en général. Etant donné que le secteur musical en plus du son, utilise beaucoup l'image. Les documents abordant de façon partielle notre sujet seront consultés en faisant référence à la table des matières ou parfois au sommaire. Ceci permet de délimiter notre champ de lecture et nous focaliser réellement sur l'élément que nous trouvons pertinent pour enrichir notre réflexion.

Le classement des documents

Nous procéderons ensuite au classement des documents en partant des documents les plus importants pour notre étude à ceux qui le sont moins. Les informations que nous avons trouvées utiles vont nous aider à soutenir nos propos. Pour ce faire, nous avons élaboré notre fiche de lecture composée de six (06) éléments à savoir, le titre du document, l'auteur, les références (éditeur, collection), la date d'édition, le nombre de pages, la date de lecture, l'extrait retenu et la page. Elle se présente sous la forme suivante :

Titre du document :		
Auteur :		
Références	Editeur :	Collection :
Nombres de pages :		
Date de lecture :		
Extrait retenu et page :		

³⁹ www.cairn.info et www.cyberlibris.com

Il faut préciser que nous avons classé nos documents en fonction des thèmes retenus dans notre plan de rédaction.

3.1.2 Les entretiens

Nous avons effectué des entretiens directs et indirects (voir annexe 3) dans l'optique d'approfondir notre sujet de recherche. Des acteurs et spécialistes du secteur de la musique, des administrateurs culturels, des professeurs ont été interrogés à l'aide de guide d'entretiens. L'internet nous a beaucoup aidé à ce stade de notre étude.

Ces entretiens ont tourné autour d'interrogations que nous classons ici en groupes de questions relatifs au :

- 1- Regard sur le secteur musical ivoirien et actions pour son redécollage ;
- 2- Usage des nouvelles technologies dans la production et la diffusion musicale ;
- 3- Musique numérique contre Musique analogique ;
- 4- Création de base de données numérique sur l'industrie de la musique.

3.2 L'expérience du stage

Un stage de mise en situation professionnelle est organisé par l'Université Senghor au second semestre afin de permettre à l'étudiant de préparer le mémoire de fin de formation. Cette phase de la formation met l'étudiant en situation d'observation et également de découverte de réalités liées au sujet de recherche. Nous avons effectué notre stage de dix semaines au Centre de Documentation du Patrimoine Culturel et Naturel de l'Egypte (CULTNAT). Nous avons choisi ce lieu à cause de sa mission première qui est l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) pour la diffusion des valeurs culturelles de l'Egypte. Elle prend en compte le patrimoine musical.

3.2.1 Présentation de la structure

Le Centre de Documentation du Patrimoine Culturel et Naturel (CULTNAT) a été créé en 2000 en collaboration avec le Ministère de la Culture et celui de l'Environnement de l'Egypte. Affilié à la Bibliothéca Alexandrina en 2003, il est subventionné par le Ministère égyptien des Communications et de Technologie Informatique. Le centre a pour objectif de documenter et diffuser le patrimoine culturel égyptien en utilisant les nouvelles technologies. La musique égyptienne fait partie des programmes développés par le CULTNAT.

Il comprend des sous-directions telles que technologie de l'information et patrimoine et des sections telles que Supports technique, Base de données, Développement, Infographie, Production médiatique, Patrimoine intangible etc. Le centre a développé le premier système, au monde de projection interactive (sur 9 écrans formant un demi-cercle) qui se sert des technologies de pointe et d'un programme multimédia spécial. Le secteur musical utilisant aussi l'image, nous avons eu un intérêt à comprendre le fonctionnement de ce système. Il collabore avec IBM corporation.

3.2.2 *Activités menées*

Vu que le CULTNAT mène des projets avec les Etats relatifs à l'intégration des technologies les plus récentes dans la diffusion des valeurs culturels, il nous a été demandé de monter un projet en direction de la Côte d'Ivoire. Il s'agissait pour nous de montrer les potentialités culturelles de la Côte d'Ivoire (musique, instruments musicaux, danses etc) à nos responsables. Ce projet a été monté et il a fait l'objet de trois séances de présentation devant quelques responsables de la structure. Ce qui a aboutit à la confection d'une première ébauche de la carte culturelle interactive du pays. Une base de données numérique et un site internet devraient suivre.

Nous avons aussi assisté le chef de la sous-direction système d'information. Cela nous a permis de comprendre le processus de production et de diffusion du produit culturel. Ce processus diffère en fonction de la spécificité de l'objet (musique égyptienne, folklore, etc.) sur lequel la structure travaille et du produit final (CD-ROM, Site internet, DVD interactif, diffusion sur mobile etc.). Mais de façon simple, le processus part de l'équipe du contenu qui apporte la matière première au chargé des effets visuels en passant par le designer et le développeur. Tous des ingénieurs dans leurs domaines pour un travail de qualité avec des logiciels tels que « Photoshop », « Director » « Illustrator » qui interviennent dans la production et la diffusion des programmes.

L'activité que nous avons menée en tant qu'assistant du graphic designer et du 3D visualiser nous a permis de nous imprégner aussi des techniques de conception et du mécanisme du 3D (vue en 3 dimensions). Elle nous a permis de voir comment l'image peut être numérisée et améliorée.

A la section vente en ligne des produits de la structure appelée unité « E-PUBLISHING », nous avons compris le mécanisme de vente des produits de la structure. Le site www.egyptmemory.com permet donc au client quelque soit le lieu où il se trouve d'acheter en ligne un produit de CULTNAT. Le mode de paiement se fait soit par les cartes de crédits, les transferts ou le cash si vous êtes en Egypte. Le client a la possibilité soit de télécharger le produit ou de le commander en version matérielle. Cette

section nous a donné des idées quant à la gestion de notre site internet musical que nous voulons mettre en œuvre.

3.2.3 *Acquis du stage*

Le stage a été bénéfique, enrichissant pour la consolidation des cours dispensés à l'université Senghor. Cette période nous a permis de découvrir les techniques de production et de diffusion de certaines valeurs culturelles via les nouvelles technologies. Nous avons donc pu confronter nos connaissances aux enjeux du numérique.

Cette expérience a développé en nous d'autres acquis socio-professionnels tels que :

- la capacité à travailler en équipe ;
- l'adaptation au travail dans un environnement multiculturel ;
- le développement de notre sens de l'organisation, d'ouverture d'esprit, de curiosité ;
- le développement de notre sens du contact ;
- l'amélioration de notre pratique de la langue anglaise.

3.3 Limites de la méthodologie

Nous avons été confrontés à un certain nombre de difficultés du point de vue méthodologique dans l'élaboration de ce mémoire. D'abord la recherche documentaire s'est heurtée au manque de documentation sur la musique en ligne en Côte d'Ivoire. Nous nous sommes contentés de données en Europe et aux Etats-Unis pour enrichir la réflexion sur notre thématique. De même, l'insuffisance de données statistiques sur le secteur musical a été un frein pour nous. Pour contourner ces difficultés, nous avons procédé à des entretiens. Cette étape ne s'est pas déroulée aussi de façon aisée car certaines de nos questions n'ont pas obtenus des éléments de réponse. Notamment la question liée à l'aspect financier. Aussi, la distance avec certaines personnes interrogées n'a pas facilité notre collecte de données. Les sociétés de téléphonie ainsi que le BURIDA n'ont pas répondu à notre guide d'entretien. Aussi, le CULTNAT n'est pas exclusivement porté vers la forme d'expression musicale. Le temps limité du stage n'a pas permis d'achever tout le travail que nous avons prévu avec le centre. Il faut toutefois noter que la qualité des documents consultés, les entretiens, le stage ainsi que notre expérience de dix ans acquise en qualité d'agent de développement culturel nous ont permis de surmonter ces écueils et de parvenir aux résultats qui sont présentés dans ce mémoire.

4 Projet de création d'un site web musical

Introduction

Un projet professionnel relatif à la création d'un site web de diffusion de la musique ivoirienne achève notre travail de recherche. Il trouve tout son sens dans la mesure où la musique ivoirienne s'enrichie chaque jour de rythmes et concepts nouveaux. Trouver les canaux pour diffuser cette potentialité culturelle à l'ère de la mondialisation reste l'équation à résoudre. Au sortir des recherches effectuées, nous proposons un projet de création d'un site web musical appelé *zikivoire.com* comme solution pour une meilleure diffusion de l'industrie musicale de la Côte d'Ivoire. Pour y arriver, nous proposons ce projet qui se décline en 11 (onze) principaux points qui sont : le contexte et la justification, les objectifs, le public cible, les bénéficiaires, les résultats attendus, la description du site, les stratégies de mise en œuvre, les ressources financières, les impacts et risques, le suivi évaluation

4.1 Contexte et justification

4.1.1 Contexte

La Côte d'Ivoire jadis appelée « plaque tournante » de la musique africaine a perdu de sa notoriété vu que de nombreuses difficultés minent le secteur. Malgré cela, la musique reste la forme d'expression artistique en vogue. De nouveaux concepts et genres musicaux voient le jour au fil des années. Cette potentialité créatrice née du savoir faire de nombreux musiciens ivoiriens a du mal à trouver de réels canaux pour sa vulgarisation. Les structures qui œuvrent dans le secteur ainsi que nos instruments de musique traditionnelle ne sont pas en reste.

Pendant qu'en Europe, en Asie, en Amérique l'on note la présence de nombreuses plateformes de diffusion de la musique, l'Afrique se positionne au bas de l'échelle. En Côte d'Ivoire, nous faisons le constat que le secteur de la musique dispose de peu de plateformes de diffusion. Le projet de mise en place de site web musical vient contribuer à répondre aux carences suscitées et s'inscrit dans un environnement technologique où de nombreux ivoiriens ont accès à l'outil internet.

4.1.2 Justification

Il s'agit à travers ce projet de mettre en exergue le très riche et diversifié potentiel musical de la Côte d'Ivoire. A l'ère de la mondialisation, les technologies de l'information et de la communication sont une réalité et ont bousculé les habitudes. Il importe d'adopter ces nouvelles technologies, de les investir et de les mettre au service de notre patrimoine musical pour participer au rendez-vous du donner et du

recevoir. Le site zikivoire.com vient se positionner pour permettre à l'industrie musicale ivoirienne de se développer. Le CD n'arrivant plus à se vendre, les artistes et les acteurs du secteur musical trouveront ici une opportunité à travers l'outil internet d'être diffusés et de faire la promotion de leurs albums.

Egalement, les données relatives au secteur, les instruments traditionnels de musique (voir annexe 4) trouveront également une meilleure visibilité.

4.2 Objectifs du projet

4.2.1 Objectif général

- Contribuer à une large diffusion et promotion de la musique ivoirienne par la création d'un site web musical **www.zikivoire.com**

4.2.2 Objectifs spécifiques

- Créer une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical.
- Promouvoir les instruments de musique traditionnelle de la Côte d'Ivoire ;

4.3 Durée du projet

Notre projet s'étend sur une durée de 30 mois.

4.4 Public cible

Les professionnels du secteur musical (producteurs, distributeurs, artistes, managers, promoteurs etc de la Côte d'Ivoire et de l'étranger.), la diaspora ivoirienne, les étudiants, les chercheurs, les acteurs culturels, les médias, les institutions culturelles, les touristes et toutes les personnes intéressées par la musique ivoirienne.

4.5 Bénéficiaires

Le Ministère de la Culture et de la Francophonie et le Ministère du tourisme

Le Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur (BURIDA)

Les institutions culturelles internationales (OIF, UNESCO, UEMOA etc.)

4.6 Résultats attendus

- Une base de données numérique est créée et disponible sur notre site afin de mieux informer les administrations, les acteurs culturels, les opérateurs privés et les mélomanes sur les potentialités et opportunités du secteur musical
- Les instruments de musique traditionnelle sont promus et bénéficient d'une attention particulière

4.7 Cadre logique

	Logique d'intervention	Indicateurs objectivement vérifiables	Sources de vérification	Hypothèses
Objectif global	Contribuer à une large diffusion et promotion de la musique ivoirienne par la création d'un site web musical www.zikivoire.com	75% des artistes ivoiriens diffusés sur notre plateforme.	Le portail zikivoire.com Rapports d'activités	
Objectifs spécifiques	Os 1 : Créer une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical. Os 2 : Promouvoir les instruments de musique traditionnelle de la Côte d'Ivoire	80% des acteurs du secteur contactés et 70% d'informations musicales tout azimut reçues Nombre d'instruments musicaux traditionnels identifiés et disponibles sur le plateforme	Enquête auprès des acteurs du secteur musical Rapports d'activités La plateforme zikivoire.com	Respect des directives édictées au démarrage du projet
Résultats	R1 : Une base de données numérique est créée et disponible sur notre site afin de mieux informer les administrations, les acteurs culturels, les opérateurs privés et les mélomanes sur les potentialités et opportunités du secteur musical R2 : Les instruments de musique traditionnelle sont promus et bénéficient d'une attention particulière	Nombre d'informations disponibles par nature d'activités (actualité, travaux, offres, événements, etc) sur le secteur musical. Nombre d'instruments de musique traditionnelle demandés et associés à la création musicale	Rapports d'activités Le portail zikivoire.com Supports audiovisuels	Disponibilité d'informations sur le secteur musical Disponibilité et accessibilité à la plateforme zikivoire.com
Activités	Act1/R1 : Collecte d'informations sur le secteur musical (artistes, structures, événements etc) Act2/R1 : Construction et mise en ligne du site Act1/R2 : Communication autour du site Act2/R2 : Renforcement des capacités des acteurs du secteur sur nos instruments de musique et sur le secteur musical en général	Moyens -Ressources humaines -Ressources matérielles -Ressources financières	Coût du projet : 28006964 FCFA soit 42694,19 €.	Adhésion des acteurs de la filière musicale au projet. Adhésion des partenaires. Disponibilité des ressources
				Stabilité politique Accès à internet

4.8 Description de zikivoire.com

Le descriptif de zikivoire.com va prendre en compte l'ergonomie du site, les fonctionnalités techniques ainsi que les offres et les modèles d'affaires.

Ergonomie du site

Zikivoire.com se veut une plateforme musicale capable de répondre de façon efficace aux attentes des utilisateurs et leur fournir un confort de navigation. L'ONG Côte d'Ivoire Culture (CIC), conscient des niveaux de connaissance, des habitudes, des attentes, de la diversité des équipements, de l'âge propose un site novateur permettant aux différents consommateurs de s'y retrouver.

Ainsi, zikivoire.com adopte les caractéristiques suivantes : Sobriété, Lisibilité, Utilisabilité, Rapidité, Interactivité, Accessibilité.

Tableau 4: Ergonomie de zikivoire.com

Sobriété	Simplicité (site épuré)
	Pas trop chargé (Privilège des animations)
Lisibilité	Clarté (texte aéré)
	Structuration (textes de différents niveaux)
	Organisation (hiérarchie des éléments d'information par niveau d'importance)
Utilisabilité	Facilité de navigation (application de la règle des 3 clics pour avoir les informations)
	Repérage (présence de logo sur toutes les pages et une charte graphique uniforme)
	Tangibilité de l'information (Informations qualifiées c'est-à-dire date de mise à jour et auteur toujours présent)
Rapidité	Temps de chargement (minimum)
	Optimisation des images (généralement 30 à 40 Ko maximum par image. Exception pour les images de haute résolution)
Interactivité	Liens hypertextes (vastes possibilités, parcours multiples)
	Facilité d'échanges (recueil des avis des visiteurs)
	Découpage de l'information (Texte d'accroche et lien hypertexte conduisant à la suite de l'article).
Accessibilité	Interopérabilité (capacité de consultation par différents clients logiciels)
	Transparence des formats (consultable en mode texte)
	légendes, choix des couleurs étudiés

Fonctionnalités techniques

Nous adopterons le type de site dynamique basé sur le langage de script libre PHP (Hypertexte preprocessor) qui fait partie de la catégorie la plus utilisée actuellement dans le monde étant donné que notre activité utilise des contenus audio-visuels.

L'ONG Côte d'Ivoire Culture (CIC) a choisi le nom de domaine suivant <http://www.zikivoire.com>. Cela dénote de notre volonté de diffuser en ligne des programmes liés à la musique ivoirienne.

Notre site sera en langue française et anglaise. L'hébergeur européen Hostpapa en assurera l'hébergement vu que nous avons reçu la confirmation de la disponibilité de notre nom de domaine dans cette structure. Il offre également de nombreux services.

Pour le format de nos vidéos nous choisissons le format AVI (Audio vidéo interleave) format de fichier d'animation mis au point par Microsoft qui fonctionne sur n'importe quelle machine et ne nécessite pas de carte d'extension particulière. Avec ce format, la compression est toujours effectuée image par image (12 Méga Octet pour 10 mn de vidéo). La durée maximale de la vidéo est de 15minutes.

Pour le son le format MP3 (Motion Picture Expert Group Audio Layer 3) nous semble plus approprié. Il fait partie des formats les plus courants. Le MP3 est efficace consommant environ 1MO pour une minute de son en 128 KBPS (kilobits par seconde).

Les textes seront de type PDF (Portable Document Format) lisible par le logiciel Acrobat Reader. Il est disponible sur toutes les plates-formes. Il est très utilisé et conseillé pour la diffusion de document sur les réseaux.

La présentation de zikivoire.com se décline comme suit :

Une ligne consacrée aux menus, en haut de page et de format horizontal

Une grande bannière en partie centrale de la page : l'image sera animée

Une partie basse qui met en avant certains contenus ou services

Une partie plus basse qui propose des informations et outils supplémentaires

Notre site est également doté d'un moteur de recherche, de la navigation par genres musicaux.

Le menu sur la page d'accueil comporte 8 fenêtres qui sont : Accueil, Cogito Zik, Musique, Vidéos, Images, Actualité, Inscription, Contact.

Dans musique, vidéos, images nous aurons des sous-pages qui renvoient aux différents genres musicaux mais également à certains évènements.

Cogito Zik comprend les sous-pages : Voir la Côte d'Ivoire, Institutions culturelles, instruments de musique, industrie musicale.

Cette dernière sous page aura en son sein des sous-pages tels que : répertoire des artistes, travaux sur la musique, les structures (producteurs, distributeurs, salles).

L'actualité africaine et internationale, les sorties d'albums, la newsletter, les partenaires seront présentés sur notre site. L'internaute pourra également laisser des commentaires.

Les offres

4 (quatre) offres essentiels meublent notre site à savoir : le streaming, la playlist, la zik sur OK, l'espace abonnement.

-Le streaming ou lecture en continu ou diffusion en flux permet la lecture d'un flux audio ou vidéo à mesure qu'il est diffusé.

-La playlist est un ensemble de morceaux (titres) musicaux regroupés sous forme de liste que zikivoire propose au consommateur. Elle est élaborée en fonction des différents genres musicaux (zouglou, coupé décallé, tradimoderne etc.)

-La zik sur OK donne la possibilité à l'internaute d'effectuer des téléchargements via son « keyword » ou mot de passe qu'il aurait préalablement achetée.

-L'espace abonnement permet aux clients de télécharger dans les limites de leurs abonnements. Nous aurons à ce niveau les offres Or, Bronze, Argent. La première offre donnant beaucoup plus de possibilités que les suivantes.

Les modèles d'affaires

zikivoire.com va développer les modèles d'affaire suivant :

-Le téléchargement payant : Elle va permettre à travers le mot de passe ou « keyword » de débiter le compte du consommateur ;

-La publicité : Elle sera de mise afin de permettre aux entreprises et événements d'avoir une visibilité sur la plateforme. La tarification sera étudiée ;

-L'offre aux entreprises de notre base de donnée clientèle en fonction d'une segmentation effectuée au préalable ;

-Des activités de formation, la conduite de projets intégrant la musique et les TIC.

4.9 Stratégies de mise en œuvre

Nous développerons ici les activités à mettre en œuvre pour la mise en place du site internet. Les ressources humaines et matérielles pour y aboutir et nous présenterons la structure porteuse du projet.

4.9.1 Activités

Les activités seront classées suivant l'ordre administratif ou technique.

Sur le plan administratif

L'étude de faisabilité du projet, l'actualisation du projet, la mise en place de l'équipe de gestion du projet, les démarches administratives, la signature de conventions avec les partenaires financiers, la location de local, l'acquisition de meubles, le recrutement du personnel, la recherche de partenaires publics et privés, la signature de conventions avec les partenaires non financiers, la collecte d'informations, les conférences de presse, le lancement officiel du site, la communication autour du site, les activités de formation, le suivi évaluation à mis parcours et final.

Sur le plan technique

L'acquisition de matériel informatique, l'obtention du nom de domaine, l'hébergement du site, la phase de numérisation si possible, la construction du site internet et l'essai, la mise en ligne définitive, le référencement.

4.9.2 Plan d'action

De juillet 2013 à Décembre 2015

Actions	Tâches	Responsables	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Missions préparatoires	Etude de faisabilité du projet	Chef projet										
	Actualisation											
	Mise en place de l'équipe de gestion											
	Recherche de partenaires publics et privés	Equipe projet										
	Démarches administratives											
	Signature de conventions avec les partenaires financiers	Chef projet										
Collecte d'informations sur le secteur musical (artistes, structures, évènements etc)	Rencontre avec les acteurs et opérateurs du secteur	Equipe projet										
	Recherche sur le net											
Construction et mise en ligne du site	Location local	Responsable financier										
	Acquisition de meubles											
	Acquisition du matériel informatique											
	Obtention du nom de domaine	Chef projet										
	Hébergement du site											
	Recrutement du personnel											
	Numérisation si possible	Webmaster										
	Elaboration du site et essai											
Mise en ligne définitive												
Communication autour de la plateforme	Conférences de presse	Responsable communication										
	Lancement officiel											
	Actions de visibilité											
	Référencement											
Renforcement des capacités des acteurs du secteur sur nos instruments de musique traditionnelle en particulier et sur le secteur musical en général	Identification	Equipe Projet										
	Mise en œuvre des formations											
Suivi		Equipe projet										
Evaluation		Partenaires										

4.9.3 Localisation

Notre structure sera basée dans la capitale économique Abidjan précisément dans le quartier administratif «Plateau ». Ce choix est motivé par le fait que cette commune abrite de nombreuses entreprises publiques et privées et notre plateforme qui se trouve à quelques mètres pourrait constituer une opportunité pour offrir de la visibilité à leurs différentes activités. Cette commune constitue un carrefour pour les personnes venant de Cocody où se trouve le palais des congrès de l'hôtel ivoire et la Télévision ivoirienne. Egalement cette commune est contigüe à celle de Treichville où se trouve le palais de la culture. Tous ces lieux accueillent de nombreux artistes pour des prestations chaque semaine.

Cet emplacement pourrait également se justifier par la présence dans cette commune de la radio nationale ainsi que de radio nostalgie qui sont des lieux de rendez-vous de nombreux artistes et professionnels du secteur. Nous ne négligeons pas l'aspect sécuritaire lié à ce quartier et le fait que de nombreuses structures y utilisent l'outil internet avec généralement une bonne connexion.

4.9.4 Ressources humaines et matérielles

Ressources humaines

Différentes personnes en fonction des compétences seront utiles pour exécuter les activités susmentionnées. Nous fonctionnerons avec une équipe réduite mais dynamique. Ce sont :

➤ Un Directeur

Il coordonne les activités de zikivoire.com en accord avec le Conseil d'Administration de l'ONG Côte d'Ivoire Culture (CIC). Il planifie et met en place les moyens humains et matériels nécessaires pour l'atteinte des objectifs. Il recherche le financement et gère le budget. Il représente la structure. Il est le chef du projet. Il met également en place la stratégie communication-marketing de la plateforme.

Profil requis : BAC + 5 en Administration-Gestion ou Finances avec une expérience confirmée de 4 ans à un poste similaire. Connaissances approfondies du domaine informatique, de la communication et du secteur musical.

➤ Une Assistante

Elle est chargée de l'accueil, des prises de notes, du classement et de l'archivage des documents. Elle gère la tenue des réunions et rencontres.

Profil requis : DUT en secrétariat bilingue et 2 années d'expériences à un poste similaire

➤ Un Responsable financier

Il gère et vérifie les ressources financières et matérielles. Il s'assure le paiement du matériel de bureau, des factures et salaires. Il s'occupe également du plan d'achat, des prévisions de dépenses pour préparer le budget.

Profil requis : BAC + 4 en finances ou diplômes équivalents et justifier de 3 années d'expérience à un poste similaire

➤ Un Webmaster

Il est chargé de mettre en ligne les différents contenus de la plateforme et de veiller à sa maintenance. Il gère toutes les questions relatives à l'aspect technique de zikivoire.com. Il veille à la mise à jour du site et sélectionne également les informations à diffuser.

Profil requis : BAC + 5 en informatique et justifier de 4 années d'expériences à un poste similaire.

Avoir une bonne maîtrise des logiciels et de l'internet ainsi que du montage son-vidéo

Nous aurons également recours si le besoin se fait sentir aux personnes d'appui (bénévoles, stagiaires etc)

Ressources matérielles

2 ordinateurs IMAC, 1 ordinateur PC HP , un logiciels (de mise en ligne dreamweaver, de traitement de son, d'animation graphique), une imprimante multifonction, une connexion haut débit, un hébergeur, un appareil photo numérique, une caméra, une ligne téléphonique, un local, un climatiseur, des meubles et matériels de bureau, supports de stockage

4.10 Partenariats envisagés

Le Ministère de la Culture et de la Francophonie

Le Ministère de la Communication

Le Fonds de Soutien à la Création Artistique (FSCA)

L'OIF

L'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA)

Le Fonds de Développement des Industries Culturelles

Le Fonds Hivos pour la culture

La Fondation Prince CLAUS

4.11 Promoteur du projet

L'ONG Côte d'Ivoire Culture (CIC) est porteuse de ce projet de création de site web musical. En tant que ONG qui existe déjà, elle a ses organes telles que l'Assemblée Générale (AG), le Conseil d'Administration (CA), la Direction Exécutive (DE). Mais pour le projet zikivoire.com, nous allons mettre en place une équipe de gestion dont quelques membres proviendront de l'ONG en fonction des compétences. Cette démarche n'exclut pas le recrutement de personnes extérieures compétentes pour la bonne marche de la structure.

Nous menons ce projet en tant que ONG car nous avons pour soucis premier d'œuvrer à la diffusion et à la promotion des productions musicales de notre pays. La législation applicable en Côte d'Ivoire aux ONG est moins contraignante (du point de vue administratif) que les structures purement commerciales. Il faut aussi faire remarquer que l'ONG a été à la base de l'organisation de plusieurs évènements culturels tels que la formation des managers d'artistes, les expositions des peintres etc.

4.12 Volet communication

La stratégie de communication que nous développerons nous permettra d'atteindre nos objectifs. Cette stratégie prendra en compte d'une part les activités liées au lancement du site et d'autre part les actions pour une durabilité du site.

Le lancement du site

Plusieurs activités rentrent dans le cadre du lancement de notre site. Ce sont des interviews à la télévision et à la radio, des conférences de presses, des séances de présentation de la plateforme dans des espaces en fonction de public cible, la confection d'affiches et flyers, des annonces sur des sites d'information générale telles que « abidjan.net », la confection de bandes déroulantes.

Les actions pour une durabilité du site

Ces actions seront perceptibles à travers le canal des réseaux sociaux, le partenariat sur des évènements liés à la musique, le référencement de notre site, les jeux concours et toutes autres activités pour assurer la visibilité de zikivoire.com.

En ce qui concerne les réseaux sociaux, ils permettent de créer une communauté autour du site dans la mesure où les membres seront des relais pour faire connaître la plateforme. Les réseaux facebook, twitter, Hi5, etc seront utilisés à cet effet. L'espace membre sur la page d'accueil de notre plateforme

permettra de gérer cette communauté. Les internautes inscrits à notre newsletter recevront également des informations dans leurs boîtes mail sur nos activités.

Le site zikivoire.com compte développer des partenariats avec les grands événements musicaux dans le monde dans l'optique de fidéliser nos consommateurs étant donné les opportunités qu'ils pourraient y rencontrer.

Le référencement de notre site est pour nous d'une importance capitale parce qu'il nous permettra d'être en première position lors des recherches effectuées via les moteurs de recherche.

Aussi, des jeux concours seront organisés de façon ponctuelle afin d'attirer et fidéliser le public à notre plateforme. Toujours au nombre des actions s'inscrivant dans la durabilité, nous aurons des interviews, des conférences de presse par moment etc.

4.13 Ressources financières

Les ressources financières de notre projet vont prendre en compte le budget annuel global dans lequel nous aurons les charges liées au fonctionnement et à l'investissement. Nous présenterons ensuite notre plan de financement et nos recettes prévisionnelles sur 3 années. La devise utilisée est l'euro qui fait à ce jour 655,99 francs CFA.

4.13.1 Budget

Le budget global de notre projet s'élève à **29476964 FCFA** ou **44935,08 €**.

Tableau 5: Budget prévisionnel

Postes budgétaires	Base de calcul	Quantité	Coût unitaire	Total
1- Ressources humaines				
Directeur (Resp com et mark)	Mois	12	200000	2400000
Responsable financier	Mois	12	150000	1800000
Webmaster (Monteur son-vidéo)	Mois	12	150000	1800000
Assistante	Mois	12	100000	1200000
Consultants	Forfait	1	1000000	1000000
Sous-total 1		100000		8200000
2- Ressources tech et mat				
Fourniture et cons bureau	Forfait	1	200000	200000
Téléphone/fax	Mois	12	7913	94956
Internet	Mois	12	26134	313608
Loyer	Mois	12	100000	1200000
Ordinateurs et accessoires	Année	3	510000	1530000
Logiciels	Forfait	1	370000	370000
Construction du site	Année	1	1000000	1000000
Hébergement du site et services	Année	1	99929	99929
Imprimante multifonction	Année	1	454386	454386
Appareil photo numérique	Année	1	168335	168335
Caméra numérique	Année	1	179865	179865
Installation et câblage	Forfait	1	300000	300000
Climatiseurs	Année	2	335360	670720
Meubles de bureau	Forfait	1	600000	600000
Supports de stockage	Année	3	70000	210000
Publicité	Mois	11	196500	2161500
Sous-total 2				9553299
3-Voyages				
Transport/mission	Forfait	1	1000000	1000000
Sous-total 3				1000000
4-Autres coûts et services				
Prestation maintenance informatique	Mois	4	20000	80000
Factures (eau-electricité)	Mois	12	130000	1560000
Demarches administratives	Forfait	1	200000	200000
Montage et étude du projet	Forfait	1	500000	500000
Services bancaires	Forfait	1	500000	500000
Entretien	Mois	12	40000	480000
Assurance, impôt et taxes	Année	1	100000	100000
Défraiement pigistes et stagiaires	Forfait	1	1000000	1000000
Droit d'auteur	Mois	4	125000	500000
Evaluation	Forfait	2	700000	1400000
Frais de lancement du site	Année	1	1000000	1000000
Coût formation, événementiel	Année	1	2000000	2000000
Sous-total 4				9320000
Total projet				28073299
Imprévus			5%	1403665
Total général				29476964 FCFA

soit 44935,08 €

Plan de financement

Nature	Pourcentage	Montant CFA	Montant Euro
Apport personnel CIC	20%	5.895.392	8987,01
Subvention étatique - FSCA	25%	7.369.241	11233,78
Partenaires financiers	55%	16.212.330	24714,29

Budget d'exploitation prévisionnelle

(Voir annexe 5)

4.14 Impacts du projet et risques

4.14.1 Impacts

Ce projet de mise en place d'un site web dédié à la musique ivoirienne aura des impacts culturels, économiques et sociaux en Côte d'Ivoire.

Sur le plan culturel, de nouvelles sources de promotion des œuvres s'offrent aux artistes. En effet, la visibilité offerte par le biais de zikivoire.com permettra aux artistes de rentrer en contact avec les promoteurs d'évènements culturels à travers le monde. Les entreprises culturelles, les studios sont touchés également par la visibilité qu'offre notre plateforme étant donné que nous leur offrons une rubrique. Nos nombreux instruments de musiques traditionnelles tels que « l'ahoco, l'attounglan, le djomolo, le balafon etc » (voir annexe) trouvent à travers notre site une opportunité de se faire connaître et attirer des amateurs. Toutes ces actions concourent à favoriser le tourisme en direction de notre pays. Egalement, les nombreux commentaires des internautes par notre canal peuvent avoir des impacts sur l'amélioration de la qualité des œuvres musicales des artistes.

Nous notons au plan économique, le renforcement de l'économie nationale à travers la musique par les emplois créés par notre activité. De nouvelles sources de revenus s'offrent à nos artistes qui s'adaptent aux nouveaux modes de consommation culturelle. La mise à disposition d'informations chiffrées sur le secteur attirerait de potentiels investisseurs.

Notre projet se positionne au plan social comme une activité novatrice sur le continent en matière de consommation des biens culturels. Il pourrait conduire à l'amélioration des conditions sociales de nos fabricants d'instruments traditionnels. Les informations relatives aux financements des projets culturels diffusées à travers zikivoire.com seront d'un avantage certain pour les porteurs de projets.

4.14.2 Risques

De nombreux risques peuvent entraver la bonne marche de notre projet. Nous en dressons ici la liste de quelques uns :

- Le retard dans le financement du projet au regard de la crise économique internationale ou la rupture de financement au début du projet ;
- La faiblesse de la législation en matière de droit d'auteur sur internet ;
- La fracture numérique sud-sud étant donné que la majorité des internautes se trouvent dans les grandes villes. Il est vrai que le taux de croissance de la pénétration des TIC est de plus en plus en hausse en Côte d'Ivoire mais de nombreuses personnes n'ont pas encore adopté ces technologies ;
- Une autre difficulté pourrait être liée à l'acquisition d'informations fiables et de données pour alimenter notre plateforme et également la présence de quelques plateformes dans le secteur.

4.15 Suivi évaluation

La collecte de données de mesure des indicateurs de rendement de zikivoire.com portera sur l'évolution des activités, les résultats et aussi bien les effets du projet sur les cibles ainsi que sur les impacts en Côte d'Ivoire. Nous procéderons à des évaluations dont les sources de vérification seront les rapports du comité de pilotage et les rapports d'enquête qui serviront à une évaluation interne et externe du projet. Le comité d'évaluation sera composé de membres issus de CIC, le responsable du comité de gestion et les partenaires. Des indicateurs touchant donc au nombre de visites, au taux de commentaires, aux impacts de notre plan de communication etc seront utilisés.

Les indicateurs de rendement ainsi que les sources de vérification, méthode, fréquence de ces collectes et le responsable sont compilés dans un cadre de mesure de rendement.

Conclusion du projet

La mise en place du site web musical « www.zikivoire.com » intervient dans un contexte où les technologies de l'information et de la communication sont en plein essor en Côte d'Ivoire. Notre projet qui a d'abord fait le diagnostic du terrain avant de proposer la création de ce site web et les techniques pour sa mise en œuvre s'intègre de façon efficace dans le train de la mondialisation.

Conclusion

Notre travail de réflexion est né du constat que le secteur musical ivoirien regorge de nombreuses potentialités. Lorsque nous nous plaçons sur l'axe de la création, il ressort qu'il y'a une dynamique au niveau de la population. En témoigne le nombre croissant de rythmes et concepts liés au secteur de la musique. De même, la plupart des régions du pays ont une vitalité créatrice en matière d'instruments de musique traditionnelle. Du nord au sud en passant par l'est, le centre et l'ouest nous avons le balafon, les tambours, le ahoco etc. Aussi, toute l'actualité, les structures, les évènements, les possibilités du secteur ne trouvent pas toujours de cadre pour leur valorisation. Hormis ces constats, il faut noter au niveau structurel l'informel dans lequel baigne le secteur en Côte d'Ivoire, le financement qui ne l'accompagne pas toujours, la quasi inexistance de salles pour diffuser ce potentiel et la disparition de plus en plus croissante du CD du fait aussi de la piraterie.

Aujourd'hui, partout dans le monde nous assistons au phénomène de la mondialisation avec la révolution numérique qui est à l'origine de nombreuses transformations sociales et économiques. Nous en voulons pour preuve la transformation de la chaîne de valeurs de l'industrie musicale avec l'arrivée des FAI et même le développement de l'écoute personnalisée de la musique. La manière d'enregistrer un album a beaucoup changé du fait des mutations technologiques. Le secteur de la musique afin d'être viable et compter dans le processus de développement se doit d'opter pour des modèles économiques viables.

Tous ces constats nous ont amené d'entrée de jeu à construire notre argumentaire sur le rôle, la contribution des innovations technologiques au développement du secteur musical ivoirien. Comment ces innovations peuvent servir de levier pour un développement durable du secteur musical du pays à l'ère de la mondialisation. Nous avons montré dans la seconde partie de notre travail que contrairement aux années antérieures où les créations des artistes ne trouvaient pas ou avaient du mal à être fixées sur des supports, aujourd'hui le numérique permet de résoudre cette difficulté. Il a non seulement réduit les coûts de production mais a permis a de nombreux artistes de passer par les home studios et faire enregistrer leur musique. Dans cette même visée, de nombreux studios se sont tournés vers le numérique contrairement à l'analogique qui présente de nombreuses contraintes. Des logiciels de plus en plus performants sont créés pour permettre à la musique de se faire aisément.

A coté de cet aspect lié à la production, la diffusion et la promotion comme nous l'avons susmentionné rencontre de nombreuses difficultés. Pour ce faire, nous avons proposé la création d'un site web de diffusion et de promotion de la musique ivoirienne dans notre quatrième partie. Nous signalons que le

CULTNAT où nous avons effectué notre stage construit également des sites web pour les monuments de la musique égyptienne afin de promouvoir et sauvegarder leurs œuvres.

Cette dernière proposition relative au site web qui a pour nom de domaine <http://www.zikivoire.com> vient comme une réponse au problème de diffusion et de promotion de l'industrie musicale ivoirienne. Cette plateforme va mettre à la disposition des internautes la musique urbaine et tradimoderne du pays, les instruments de musique traditionnelle de la Côte d'Ivoire, une base de données sur toutes les potentialités du secteur (structures, artistes, festivals, salons etc.), l'actualité, les travaux de réflexion, les sources de financement des projets musicaux etc. Nous entendons tisser des partenariats avec des structures du domaine de la musique dans le monde et nous développerons des modèles économiques efficaces pour accompagner notre site.

Nous sommes conscients des contraintes liées à l'accès à l'outil internet, l'environnement plus ou moins concurrentiel, la législation en matière de droit d'auteur sur internet, la piraterie. Nous comptons arriver à bout de ces écueils à travers les innovations que nous allons apporter à notre activité. Nous faisons également remarquer que dans l'aspect diffusion nous avons montré dans notre étude que les maisons de téléphonie mobile telles que Orange Côte d'Ivoire, MTN, Moov etc utilisent les services musicaux pour fidéliser la clientèle. C'est une opportunité offerte aux acteurs du secteur qui doivent réellement l'investir.

Notre projet vient à point nommé au moment où l'Etat de Côte d'Ivoire vient de se doter du Plan National de Développement (PND 2012-2015)⁴⁰ qui s'appuie sur un programme de redressement et de développement ambitieux et réaliste sur l'investissement privé et public. Ce programme en matière de TIC stipule la mise en place de cadre légal et réglementaire favorable au développement ainsi qu'à l'accès aux TIC. Egalement la mise à niveau technologique des infrastructures. Les TIC servant de canal pour la diffusion et la promotion de l'industrie musicale.

Ce mémoire se veut un essai contributif à la prise de conscience de l'importance de l'industrie musicale dans le développement de la Côte d'Ivoire et donc à l'utilisation des innovations technologiques dans ce contexte de mondialisation pour y arriver. Sans pour autant prétendre à en couvrir tous les aspects, toutes pistes ou objets de recherches nouvelles sont les bienvenues.

⁴⁰ Plan National de Développement 2012-2015, TOME I : résumé analytique, Abidjan, 2012, 65 p

5 Références bibliographiques

Ouvrages

Benhamou F., *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 1996, 119 pages.

Beuscat J.-S., *L'industrie du disque. Bilan et perspectives* -François, P. (dir.), La musique. Une industrie, des pratiques, Paris, La Documentation française, 2008, 147 pages.

Curien N., et Moreau F., *L'industrie du disque*, Paris, La Découverte, 2006, 121 pages.

Grefte X., Sonnac N., *l'industrie de la société civile numérisée*. In culture Web, Paris, Dalloz, 2008, 904 pages.

Manda T., *Musiques Africaines : Nouveaux enjeux, Nouveaux défis*, Paris, UNESCO, 2005, 104 pages.

Mattellart A., *La communication monde*, Paris, Edition la Découverte, 1992, 358 pages.

Menard M., *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Montréal, SODEC, 2004, 167 pages

Miège B., Huet A., Ion J., Lefebvre A., Peron R. *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1978, 198 pages.

N'da P., *Méthodologie de la recherche de la problématique à la discussion des résultats, comment réaliser un mémoire, une thèse d'un bout à l'autre*, Abidjan, EDUCI, 2006, 159 pages.

Notaise J., Barda J., Dusanter O., *Dictionnaire du multimédia*, Paris, AFNOR, 1995, 886 pages.

Perroux F., *L'économie du xxème siècle*, Paris, Presses Universitaires de France, 1991, 814 pages.

Pierre F., La création de musique savante in *la musique, une industrie, des pratiques*, Paris, La Documentation française, 2008, 147 Pages.

Plan National de Développement 2012-2015, TOME I : résumé analytique, Abidjan, 2012, 65 pages.

Walter B., *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, dernière version 1939 in Œuvre III, Paris, Gallimard, 2000, 479 pages.

Warnier J-P., *La mondialisation de la culture*, Paris, La Découverte, 2008, 128 pages.

Zida E., *Les industries culturelles des pays d'Afrique subsaharienne : quels défis face au marché international ?*, Sarrebruck, Editions Universitaires Européennes, 2010, 88 pages.

Etudes, Articles, Rapports, Conférences

Anagonou C., *L'industrie musicale en Afrique de l'ouest*, SICA rapport général, Abidjan, 2005, 158 pages.

Barreyre P. Y., Typologie des innovations, *Revue Française de Gestion* n°24, Cachan, 1980, 179 pages.

Bourreau M. Labarthe-Piol B., *Le peer-to-peer et la crise de l'industrie du disque*, *Réseaux* n° 125 de mars 2004, 220 pages

Cathy A., les défis et occasions de la musique en ligne : Mesures techniques, modèles d'affaires, incidences des groupes d'intéressés et tendances émergentes, Gatineau (Québec), 2004, 144 pages.

CGECI, « Côte d'Ivoire 2040 » le défi du meilleur. Plan stratégique de développement de la côte d'ivoire- vision par et pour le secteur privé, Yamoussoukro 26, 27 et 28 avril 2010, 40 pages.

Chesbrough H. et Rosenbloom R.S, *The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation*, Boston, 2002, 555 pages.

Deltour F., *Innovation dans l'organisation : Dépasser les ambiguïtés du concept*, Lille, Les Cahiers du CLAREE, 2000, 18 pages.

Houphouet B. F., *Propos sur la culture*, Abidjan, Editions CEDA, 1980, 24 pages.

Ministère de la culture et de la francophonie de Côte d'ivoire, *États généraux de la propriété littéraire et artistique*, rapport de synthèse, Yamoussoukro le 14 Août 2008, 62 pages.

OCDE-Eurostat, *Manuel d'Oslo : Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique*, 2e édition, Paris, 1997, 102 pages.

Sissoko R., *L'industrie musicale en Afrique Centrale*, SICA rapport général, Abidjan, 2005, pp 119-127.

Souitaris V., *Technological trajectories as moderators of firm-level determinants of innovation*, *Research Policy* n°31, 2002, 898 pages.

Mémoires, Thèses

Di Virgilio M., *La circulation de la musique à l'ère du média numérique en ligne : innovations technologiques et impacts sur la médiation des artistes*, Metz, Université Paul Verlaine, 2006, 122 pages.

Tougri C., *La « e-music » au Burkina Faso, conception d'un modèle d'affaires de plateforme pour la distribution de la musique*, Alexandrie, Université Senghor, 2006, 77 pages.

Cours

Almeida (d') F., *Les filières industrielles de la culture : structures, acteurs, marchés et enjeux pour la diversité et le développement*, Décembre 2011. Manuscrits.

Amiel O., *Arts et industries culturelles*, Janvier 2013. Manuscrits

Camirand C., *Nouvelles technologies, évolution du secteur culturel, projets de numérisation*, Mars 2012. Manuscrits

Greffe X., *Economie des industries et des programmes culturels*, Novembre 2012. Manuscrits.

Documents électronique et sites

Beaulieu Alain, *Vers un nouveau modèle d'affaires*, publié le 18/07/08 sur <http://www.directioninformatique.com/> et consulté le 11 décembre 2012.

Bourreau M., et Gensollen M., *L'impact d'Internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée*, consulté le 01/02/2013 sur <http://www.gensollen.net/music2.pdf>, 38 pages.

Lack A., extrait du discours-programme à l'Entertainment Law Initiative Luncheon, 2004. In <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection/CH36-4-2-2004F.pdf> consulté le 13 octobre 2012.

Mian Bi., *Le statut des TIC en éducation : Cas de la Côte d'Ivoire*, EpiNet la revue électronique de l'EPI, n° 139 de novembre 2011, tiré de <http://www.epi.asso.fr/revue/articles/a1111d.htm>, consulté le 15 juin 2012.

Nivat Maurice, *Création, Innovation en informatique et ailleurs*, publié en juin 2011 sur <http://www.epi.asso.fr/revue/articles/a1106b>, consulté le 04 janvier 2013

Puech Michel, *Science, Technique, Technologie*, publié le 04/03/2008 sur <http://www.futura-sciences.com/fr/doc/t/>, consulté le 17 août 2012.

Top visages, *la musique ivoirienne se noie*, publié le 26/03/09 sur <http://www.rezoivoire.net/musique/article/338>, consulté le 26 octobre 2012.

<http://abidjanshow.com>

<http://abidjanfarot.com>

<http://ivoiremxdj>

<http://cairn.info.com>

<http://cyberlibris.com>

<http://observatoire.cite-musique.fr/observatoire/>

http://ifpi.org/content/section_resources/digital-music-report.html

<http://www.adisq.com/doc/docu-rap-annuel.html>

6 Liste des tableaux

Tableau 1: Quelques structures de production en Côte d'Ivoire	6
Tableau 2: Logiciels de musique	17
Tableau 3: Les formats de compression	18
Tableau 4: Ergonomie de zikivoire.com	32
Tableau 5: Budget prévisionnel	41

7 Liste des figures

Figure 1 : carte de la Côte d'Ivoire	ix
Figure 2: la chaîne de valeurs de l'industrie musicale	20

8 Glossaire

Analogique : Type de codage des informations qui s'oppose au codage numérique. Le codage analogique établit un rapport proportionnel et continu entre l'information initiale et sa représentation codée. Par extension il qualifie les supports permettant ce type de codage.

DRM : Digital Rights Management ou la gestion numérique des droits (GND) a pour objectif de contrôler l'utilisation qui est faite des œuvres numériques. Ces dispositifs peuvent s'appliquer à tous types de supports numériques physiques (disques, DVD, logiciels, etc.) ou de transmission (télédiffusion, services Internet, etc.) grâce à un système d'accès conditionnel.

Flux RSS : flux de données envoyées sous la forme du standard « Really Simple Syndication », permettant de recevoir sous la forme d'alerte sur son ordinateur des informations fréquemment mises à jour, sans avoir besoin de consulter le site qui les fournit.

Hébergeur (ou hébergeur de sites internet) : Il dispose de serveurs informatiques qui permettent le stockage de pages et des fichiers associés qui ont été fabriqués par les concepteurs des sites. Il donne ainsi accès aux internautes au contenu déposé dans leurs comptes par les webmestres par le biais d'un logiciel FTP (Fil Transfer Protocole) ou un gestionnaire de fichiers.

Interopérabilité : Capacité que possède un produit ou un système informatique, dont les interfaces sont intégralement connues, à fonctionner avec d'autres produits ou systèmes existants ou futurs et ce sans restriction d'accès ou de mise en œuvre.

MIDI : Musical Instrument Digital Interface. C'est un standard d'interface numérique pour piloter les instruments de musique électronique. Il permet la connexion des instruments en série sur un réseau.

Mondialisation : Expansion et articulation à l'échelle mondiale, des échanges, des liens d'interdépendance et des situations qui en découlent entre nations, activités humaines et systèmes politiques et sociaux. Le terme est souvent utilisé par rapport aux changements induits par la diffusion mondiale des informations (sous forme numérique, notamment avec l'Internet)

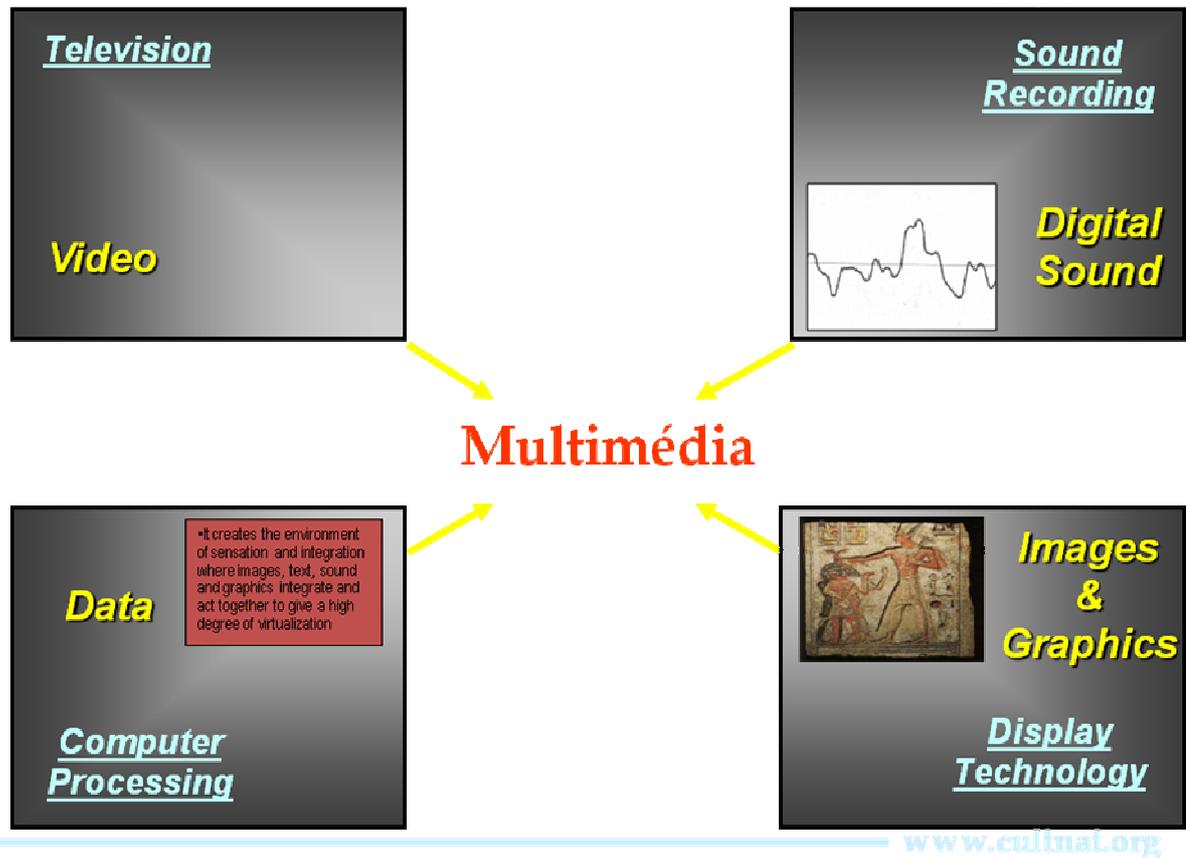
Plug-in (plugin) ou module d'extension est un paquet qui complète un logiciel hôte pour lui apporter de nouvelles fonctionnalités.

Streaming : Technologie qui permet de lire sur internet un flux audio ou vidéo, en mode continu. Contrairement à la diffusion par téléchargement qui nécessite la récupération de l'ensemble du fichier, le streaming permet de le lire par segment.

Webmaster ou webmestre : terme désignant généralement le responsable technique d'un site interne

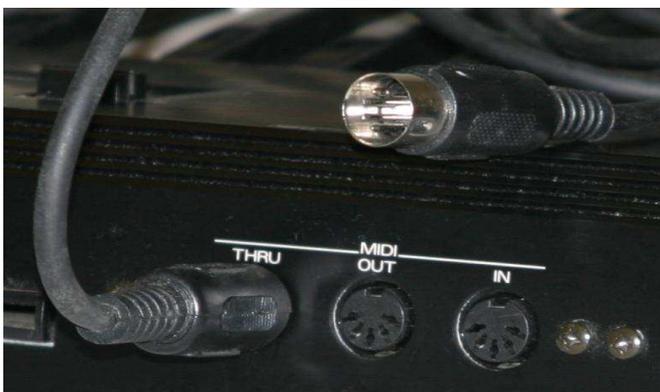
9 Annexes

Annexe 1 : Schéma du multimédia



Source : CULTNAT

Annexe 2 : Interface MIDI



Source : <http://www.musicavenir.com/fr/20269-interface-midi-usb-4-entrees-4-sorties-prodipe->

Annexe 3 : Guide d'entretiens

N° 1 : Guide d'entretien artiste

Présentation :

Nom d'artiste :

Rythme musical pratiqué :

Depuis combien de temps faites-vous de la musique ?

Combien d'albums avez-vous ?

- 1) Quel regard portez-vous de façon générale sur le secteur musical ivoirien ?
- 2) Vivez-vous exclusivement de la musique ? Si non pourquoi ?
- 3) Que pensez-vous de l'utilisation des technologies nouvelles dans la production musicale ?
- 4) L'irruption du numérique ainsi que l'abaissement des coûts de production ont contribué à démocratiser l'accès à certains outils de production musicale. Et cela a eu pour conséquence en Côte d'Ivoire une prolifération de home studio. Que pouvez-vous en dire ?
- 5) Votre musique est elle distribuée en ligne ? Avez-vous un blog ? Si oui expliquez.
- 6) Que pensez-vous de l'utilisation du téléphone mobile comme canal de diffusion musicale ?
- 7) Un mot sur l'utilisation du WEB pour diffuser de la musique et des sites tels qu'abidjanshow.com et youtube.
- 8) Combien de sites internet exclusivement réservés à la musique ivoirienne connaissez-vous ? Pouvez-vous en citer ?
- 9) Est-il risqué pour un artiste de penser son travail en fonction des possibilités nouvelles de l'informatique ? Expliquez.
- 10) Pouvons-nous parler d'une industrie musicale aujourd'hui en Côte d'Ivoire ?
- 11) Quelles sont les structures de production et de distribution que vous connaissez en Côte d'Ivoire ? Pouvez-vous en citer ?
- 12) Selon vous, nos instruments musicaux traditionnels bénéficient-ils d'une bonne promotion ? Si non que faut-il faire ?

- 13) Votre opinion sur le recensement et le rassemblement dans une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical ivoirien dans l'optique de les faire connaître du public. Expliquez.
- 14) Quels avantages le secteur musical aurait-il à intégrer véritablement les innovations technologiques ?
- 15) Pour vous les TIC ont-ils favorisé la piraterie et donc concourent à faire reculer le secteur ?
- 16) Quelles sont les solutions pour une véritable redynamisation du secteur musical ivoirien ?

N°2 : Guide d'entretien producteur

Présentation

Nom :

Structure de production:

Références en matière de production :

Situation géographique :

E-mail :

Téléphone :

- 1) Quel est votre regard aujourd'hui sur le secteur musical en Côte d'Ivoire ?
- 2) Depuis quand existe votre structure ?
- 3) Quels avantages selon vous le secteur musical aurait-il à intégrer véritablement les innovations technologiques ?
- 4) Pouvons-nous parler d'une industrie musicale aujourd'hui en Côte d'Ivoire ? Expliquez
- 5) Votre opinion sur le recensement et le rassemblement dans une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical ivoirien dans l'optique de les faire connaître du public. Expliquez.
- 6) Le métier de producteur nourrit-il son homme en Côte d'Ivoire ?
- 7) En tant que producteur de musique, votre opinion sur l'utilisation de l'internet, du téléphone mobile comme canaux de diffusion de la musique.
- 8) Votre activité est-elle confrontée à la piraterie ? Quelles solutions selon vous pour y faire face ?
- 9) L'irruption du numérique eu pour corollaire une prolifération de home studio en Côte d'Ivoire. Quel est votre regard sur ce phénomène ?

10) Selon vous que faut-il pour un véritable redécollage du secteur musical ivoirien ?

N°3 : Guide d'entretien arrangeurs

Présentation

Nom:

Depuis combien de temps pratiquez-vous ce métier ?

Références en matière d'arrangement

- 1) Votre regard de façon générale sur le secteur musical en Côte d'Ivoire.
- 2) Quels usages faites-vous des nouvelles technologies dans votre activité ?
- 3) Quels sont les technologies de pointe que vous utilisez ? (y compris le logiciel musical de pointe)
- 4) Selon vous, est-il risqué pour un artiste de penser son travail en fonction des possibilités nouvelles de l'informatique ?
- 5) Pensez-vous que les nouvelles technologies ont apporté un plus à votre activité ou au contraire la détruisent ?
- 6) Les nouvelles technologies ont-elles favorisé la piraterie dans votre secteur d'activité ? Doit-on y réduire leur usage ?
- 7) Travaillez-vous dans votre activité sur un genre spécifique ? ou au contraire travaillez-vous sur tous les genres ? Expliquez
- 8) Studio analogique – studio numérique : Quels avantages ? Quels inconvénients ?
- 9) Jouez-vous d'un instrument traditionnel ivoirien ?
- 10) L'irruption du numérique eu pour corollaire une prolifération de home studio en Côte d'Ivoire. Quel est votre regard sur ce phénomène ?
- 11) Votre opinion sur le recensement et le rassemblement dans une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical ivoirien dans l'optique de les faire connaître du public. Expliquez.
- 12) Aujourd'hui, le métier d'arrangeur en Côte d'Ivoire nourrit-il son homme ?
- 13) Selon vous, que faut-il pour un véritable redécollage du secteur musical ivoirien ?

N°4 : Guide administrateurs culturels

Présentation

Nom :

Structure :

Titre :

E-mail :

Téléphone :

- 1) Quelle est votre opinion sur le secteur musical ivoirien aujourd'hui et quelle politique envisagez-vous pour qu'il constitue véritablement un pilier du développement ?
- 2) Votre opinion sur le recensement et le rassemblement dans une base de données numérique des potentialités et opportunités du secteur musical ivoirien dans l'optique de les faire connaître du public. Expliquez.
- 3) Un mot sur la piraterie.
- 4) Quelle est la politique actuelle en matière de perception des droits d'auteurs sur les opérateurs télécoms et les plateformes de diffusion de la musique ivoirienne ?
- 5) Quelle est la politique en matière de promotion de nos instruments musicaux traditionnels ?

Annexe 4 : Liste des entretiens

Nom et prénoms	Titre
M. Angaman Calixte	Directeur de la Promotion des Arts et de la Culture
M. Camirand Claude	Professeur en numérisation et nouvelles technologies
M. Adépo Yapo	Musicologue
M. Gueye Alioune	Artiste et responsable de studio d'enregistrement numérique
M. Demari Alain	Artiste musicien et arrangeur
M. Lawrence Tom	Artiste et producteur
M. Ba Banga N'yeck	Artiste instrumentaliste (balafon chromatique)
M. Koliabo Roland (Maestro)	Artiste musicien – Groupe Oxygène
M. Voly Patrice	Arrangeur et Technicien au Palais de la culture
M. Pape Cheick	Producteur de musique
M. Jimmy	Manager d'artistes
M. Dodoz Eric	Arrangeur et Technicien radio
M. Taha Michel	Producteur de musique
M. Kacio	Artiste musicien
M. Cheick	Responsable studio Hanty

Annexe 5 : Instruments de musique traditionnelle de la Côte d'Ivoire



Le Djembé



Sanza « awessi » (idiophone par pincement)



Le djomolo



Le balafon

Sources : Aka konin (2009), Traditions musicales chez deux peuples gour du nord-est de la côte d'ivoire
et www.african-concept.com/instrument-musique-afrique.html

Annexe 6 : Budget d'exploitation prévisionnelle

Recette d'exploitation

Intitulé	Année 1		Année 2		Année 3	
	FCFA	Euro	FCFA	Euro	FCFA	Euro
Devise						
Téléchargement payant	2.000.000	3048,82	5.000.000	7622,06	7.000.000	10670,89
Publicité	5.000.000	7622,06	10.000.000	15244,13	13.000.000	19817,37
Formation événementiel et	3.000.000	4573,24	7.000.000	10670,89	8.000.000	12195,30
Partenariats	2.000.000	3048,82	5.000.000	7622,06	7.000.000	10670,89
Total recettes	12.000.000	18292,96	27.000.000	41159,16	36.000.000	54878,88

Dépenses d'exploitation

Intitulé	Année 1		Année 2		Année 3	
	FCFA	Euro	FCFA	Euro	FCFA	Euro
Devise						
Moyens techniques	9.553.299	14563,17	6.751.184	10291,59	6.681.184	10184,88
Salaires, honoraires	8.200.000	12500,19	8.200.000	12500,19	10.000.000	15244,13
Charges administratives et autres coûts	10.320.000	15731,94	8.620.000	13140,44	8.620.000	13140,44
Total dépenses	28.073.299	42795,31	23.571.184	35932,23	25.301.184	38569,46