



PROJET VIDEO PLACE

- Un constat :

L'Afrique est une terre riche mais maintenue dans le sous développement.

Le sous développement des infrastructures de base crée du manque et de la pauvreté.

Le manque d'infrastructures laisse toute une majorité de la population mondiale languir dans la pauvreté, éloignée des progrès technologiques, éloignée des sources de savoir, sans pouvoir bénéficier du partage des richesses accumulées grâce aux efforts de toute l'humanité.

L'Afrique manque de construction, manque de lieux propices au bon développement, propices à l'éducation, à l'apprentissage, à la connexion au monde et à l'évolution générale de la population.

- Une nécessité :

L'Afrique doit être construite.

Il faut construire des lieux utiles, équipés des outils performants et opérationnels que sont les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.

Il faut utiliser le bien commun des NTIC pour les mettre au service du développement des pays appauvris.

Il faut des gens sur le terrain qui agissent pour construire des pôles de développement dynamiques et culturels.

- Un projet :

L'Association I COM a pensé, rédigé et élaboré un projet à Calavi, Bénin, Ouest Afrique.

Il s'agit de construire un lieu de diffusion.

Construire un local, y installer un vidéo projecteur, un grand écran et un système de son conséquent.

Y diffuser du contenu informatif et culturel.

L'audiovisuel comme facteur de développement.

Et la vidéo comme vecteur d'information.

C'est le projet VIDEO PLACE.



PROJET VIDEO PLACE

Descriptif du projet :

Créer un lieu en Afrique, Bénin, pour recevoir et diffuser du contenu audiovisuel à valeur culturelle et instructive.

Construire un local, y installer un grand écran, un vidéo projecteur et un système de son conséquent. Diffuser des cassettes VHS et des DVD, relayer de la diffusion télévisuelle. Recevoir du contenu.

En faire un lieu de culture, une base de données vidéos, un lieu de réception, de diffusion et de transmission.

Lieu de réalisation du projet :

Calavi, Bénin, Ouest Afrique. A 2 km de la capitale économique du Bénin, Cotonou. Sur un terrain situé en face de l'Université Nationale du Bénin, au bord de la route principale qui relie la côte du Bénin au Nord du pays et jusqu'au Niger.

Comment est née cette idée :

“Nous avons passé 2 ans en Afrique. J’ai regardé, j’ai vu les manques, j’ai constaté les besoins, j’ai vécu les envies, j’ai rêvé, j’ai décidé d’agir ”. (Présidente de l'association ICOM)

L'idée est née du besoin profond d'être un acteur dans la lutte pour développer les moyens de communication en Afrique.

Les moyens de réception, les moyens de diffusion et les moyens de transmission de contenus vers la population locale. Pour être un acteur du développement en général.

En quoi cela est il innovant ou différent par rapport à ce qui existe ?

Cela n'existe pas. Cela utilise les dernières technologies de l'image et du son. Cela s'adresse à la population en générale et pas seulement aux classes privilégiées.

A qui s'adresse ce projet ? Et pourquoi ?

Cela s'adresse à la population. Aux enfants, aux jeunes et aux femmes. Aux scolarisés et non scolarisés. Parceque la population a besoin d'informations pour connaitre, évoluer et progresser.



PROJET VIDEO PLACE

I - Nos atouts

1 - Un terrain

- **Sécurité :** L'Association dispose d'un terrain de 1263 m². Borné sur 3 côtés par des murs de béton. Le terrain se situe dans le district d'Abomey Calavi, à la sortie de la capitale économique du Bénin, Cotonou.
- **Emplacement stratégique :** Il se trouve en bordure de la route principale qui relie les régions du Sud aux régions et aux pays du Nord (Niger, Nigeria). Il se trouve **en face de l'Université du Bénin**, à quelques mètres de l'entrée du campus. Il se trouve à 800 m du "Village SOS de Calavi", lieu d'accueil de plus de 500 enfants orphelins et école primaire qui réunie 300 élèves.
- **Viabilité :** Le terrain est homologué et toutes les conditions de sécurité et de constructions sont remplies.

2 - Une construction

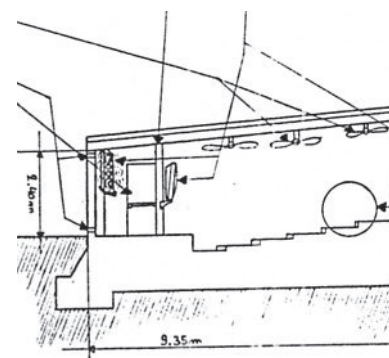
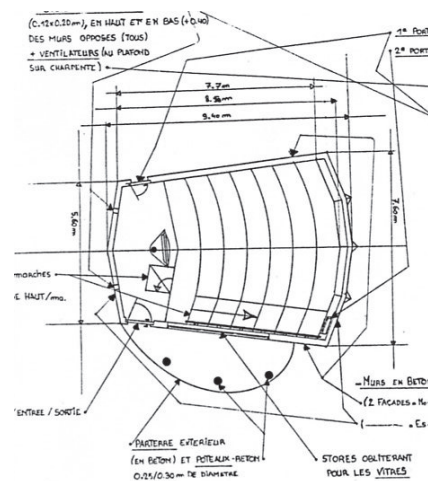
Depuis 2001, l'association I COM se bat pour construire un local qui accueillera le projet Vidéo Place.

En 2004 la construction est lancée et aujourd'hui l'infrastructure de base est réussie. Le **local** est construit, l'**électricité** et l'infrastructure **sanitaire** doivent être opérationnelles. La **peinture** et la **décoration** seront assurées par une artiste membre de l'association.

Travaillés avec un architecte Africain, les travaux ont été réalisés par une équipe de professionnels qui en ont fait un lieu **simple, solide, sécurisé, accueillant et opérationnel**.

Dans un local de 50 m², sera tendu un grand écran de 1,60 mètres sur 2,50 m.

Nous y installerons un vidéo projecteur, plusieurs rangées de bancs surélevés, une ventilation centrale et plusieurs fenêtres isolées par des rideaux noirs.





PROJET VIDEO PLACE

3 - Des compétences techniques

L'association I COM a réuni des personnes qualifiées et compétentes qui pensent des solutions pour lutter contre l'ignorance en Afrique, notamment par le moyen des nouvelles technologies de l'information et de la communication Comme dans l'utilisation des technologies audiovisuelles.

La Présidente : Etudes universitaires en communication et multimédias à la Sorbonne. Formation en prise de vue et montage vidéo numérique. Stages divers à la télévision et responsable du pôle vidéo dans une entreprise de communication. Elaboration de divers projets audiovisuels. Passionnée de l'image et des technologies de diffusion.

L'équipe : Union de professionnels de l'audiovisuel et d'artistes confirmés. De nationalités diverses, tous sont à même de porter le projet jusqu'à son accomplissement et de l'accompagner dans son développement, pour en faire un pôle d'action culturel et dynamique. C'est aussi la vision d'un monde meilleur qui unie l'équipe dans une action commune.

4- Un apport en contenus et en matériel

Contenus :

Grâce à ses fonds propres et grâce à l'apport en nature de chacun de ses membres, l'association I COM possède un vaste stock de contenus à diffuser. L'Association a su accumuler des contenus audiovisuels prêts à diffuser, des films Africains, Américains, Européens, Sud Américains, des reportages, des documentaires, des émissions d'informations, des clips, des concerts, l'histoire, la santé, la culture, l'actualité etc ...

Matériel :

De même, grâce aux dons et à la participation de ses membres, grâce aux contributions volontaires en nature et au bénévolat, l'association ICOM a pu réunir du matériel technique et nécessaire. Elle possède déjà des magnétoscopes, un lecteur de dvd, des cables divers, un ordinateur, l'écran de projection, le matériel de sonorisation, des cassettes vidéos, des dvd etc ...

Cet apport en contenu, en matériel, en connaissance du terrain et des outils numériques constituent une bonne base de lancement sur laquelle nous travaillons pour réaliser le projet Vidéo Place et pour porter ce rêve jusqu'à la réalité.



PROJET VIDEO PLACE

5 - Un contexte propice

**Le projet Vidéo Place répond à une nécessité structurelle locale.
Il vient combler un manque de point d'accès à l'information.**

- **Manque de lieu** : Les lieux publics, sources d'informations et de transmission sont en nombres réduits. Peu ou pas de bibliothèque. Fonds documentaires peu ou pas accessibles, parfois inexistants.

- **Manque de lieu de réception et de diffusion** : Il y a peu de salle de concert. Peu de lieu de loisirs, pas d'accès aux nouvelles technologies de l'image.
Il y a 4 salles de cinéma dans la capitale Cotonou. Aucune autre ailleurs. Ces 4 cinémas sont vétustes, chers et peu rentables pour le propriétaire. De ce fait leur programmation est obsolète, pauvre, inutile, éloignée des besoins ou des envies de la population.
La population réclame des centres d'activités modernes et originaux.

- **Manque de technique** : Les techniques de réception d'informations sont vétustes, obsolètes et inadaptées à la majorité de la population. Les techniques numériques manquent pour améliorer le quotidien. L'outil informatique et les nouvelles technologies ne bénéficient pas assez à l'amélioration du mode de vie de la population. Peu de téléphone et d'accès à internet. Les postes de télévision sont peu nombreux. Peu de lecteur de DVD.

- **Manque de contenus** : Les techniques de réception ne sont pas performantes alors il est difficile d'avoir accès à la diversité des informations et des contenus. Il n'y a que 3 chaînes de télévision à Cotonou. L'ordinateur est présent dans 0,2% des foyers. Il n'y a pas d'activité de diffusion qui réponde aux besoins, aux envies, à la curiosité de la population. Le simple rassemblement de données utiles à la pleine connaissance du monde n'a jamais été vraiment organisé pour la population.

6 - Des partenaires

Parce que le projet reflète une nécessité locale, des acteurs locaux et internationaux ont décidé de soutenir ce concept utile :

- **Le Maire de la Commune de Godomey et de Calavi** soutient le projet.

- **Les étudiants de l'Université du Bénin par le biais de l'Ensemble Artistique et Culturel des Etudiants de l'Université Nationale du Bénin** soutiennent le projet et invoquent "le manque cruel de cadre de distraction".

- **L'UNESCO** par le biais du **Programme Communication** a soutenu le projet et suit sa bonne réalisation.



PROJET VIDEO PLACE

II - Nos enjeux

1 - Viabilité

Le paiement des séances se fera à l'Association ICOM par séance, par abonnement mensuel et hebdomadaire ou par adhésion à l'association. L'abonnement donne droit à un nombre de séance précise. Le spectateur reçoit une carte que l'on tamponne. Son achat est enregistré dans l'ordinateur.

Le coût d'une séance est établi à 250 FCFA (50 centimes d'Euros).

(Un pain coûte 100 Fcfa. Une place de cinéma 1000 Fcfa. Un journal 200 F cfa)

La salle sera ouverte 6 jours de la semaine.

Il y aura 3 projections par jour :

- Le matin : Consacré aux enfants.
(Collaborations scolaires et enfants non scolarisés)
- La mi journée : Pause des étudiants et des écoliers de 12h à 15h30.
- La soirée : Consacré aux femmes, aux jeunes du quartier et aux habitants en général.

Le mercredi sera spécial enfant : Dessin animé, contenu instructif, film pour enfants.
Le Vendredi est consacré à la musique. Le dimanche se veut spécial réflexion :
Débat après le film, analyse de film, contenu scientifique, sanitaire ou médical ...

Rentabilité : _____

Si chaque séance de la journée remplit la salle, 50 personnes, l'activité génère :

$50 \text{ † } 250 = 12\,500 \text{ F CFA}$ soit 20 € par séance pleine.
 $12\,500 \text{ † } 3 = 37\,500 \text{ F CFA}$ soit 60 € par jour plein.
 $37\,500 \text{ † } 6 = 225\,000 \text{ F CFA}$ soit 350 € par semaine pleine.
 $37\,500 \text{ † } 24 = 900\,000 \text{ F CFA}$ soit 1400 € par mois de 24 jours ouverts.

Même si l'activité tourne à la moitié de son potentiel elle rapporte 750 € par mois soit 450 000 F CFA.

C'est une somme très élevée au Bénin.
(Salaire moyen d'un fonctionnaire de l'Etat : 50 000 F CFA)

450 000 F CFA c'est une somme suffisante pour faire tourner l'activité, payer une personne, acheter du contenu, payer les charges et bien faire évoluer le projet.



PROJET VIDEO PLACE

2 - Faire connaître le Projet

L'Association I COM en collaboration avec ses partenaires doit mettre en place un plan de promotion pour se faire connaître et pour communiquer régulièrement sa programmation.

Pour ce faire l'association I COM met en place une campagne de promotion :

- **Presse :** Annoncer l'ouverture de la salle dans les journaux. Y communiquer notre programmation hebdomadaire. Informer les journalistes et bénéficier d'articles dans leurs rubriques respectives. Proposer des interviews, les inviter à certaines projections. Payer des encarts publicitaires dans les principaux journaux.
- **Radio :** Annoncer l'ouverture et la programmation sur toutes les stations de radio. Faire gagner des places, répondre à l'invitation des journalistes, créer des partenariats, être présents dans les émissions populaires. Payer des espaces publicitaires pour faire connaître le lieu.
- **Affichages :** Campagne d'affiches d'information dans les principaux lieux de passage, rues, marchés, écoles, commerces, aéroport etc Collage des affiches du programme hebdomadaire dans l'Université, les écoles et dans les Associations.
- **Distribution de tracts :** Distribution à la sortie des collèges, lycées, au marché, dans l'Université et à un nombre maximal de la population.
- **Déplacement :** Cogner au portes de toutes les associations de la région pour les informer de l'ouverture du lieu. Aller dans les écoles pour organiser des séances dédiées, en rapport avec le programme scolaire. Créer des partenariats avec d'autres associations sur le terrain.

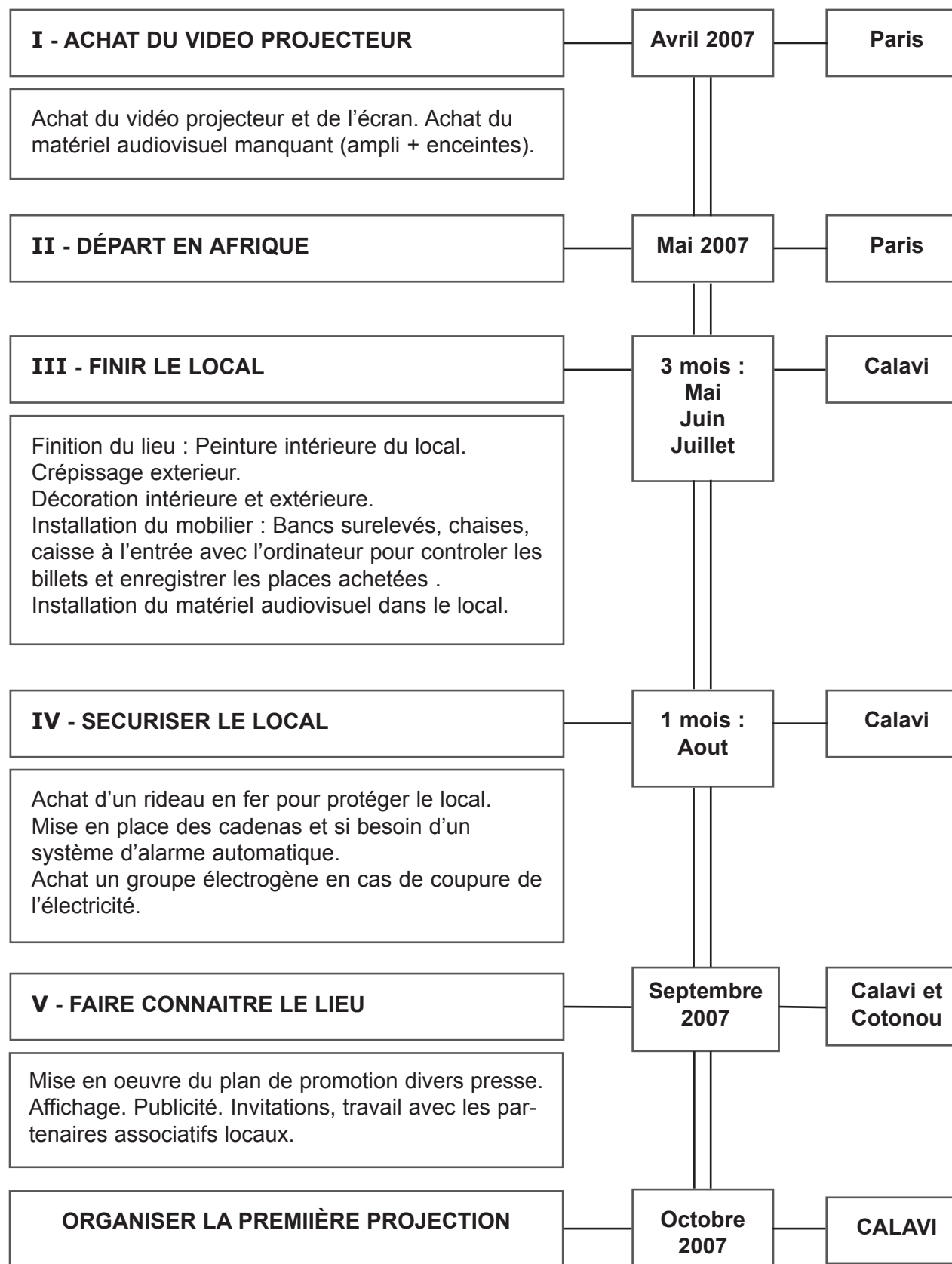
3 - Offrir des programmes de qualité

La programmation doit toucher un large public. Elle doit répondre aux besoins de la population et de nos partenaires locaux en matière de contenus pédagogiques, culturels et distractifs. Il y aura des films, des documentaires, des reportages, du contenu informatif, des émissions de santé et d'histoire, des vidéos clips, des concerts, des émissions musicales Ceci doit augmenter la connaissance de l'Histoire de son pays comme du continent Africain, la connaissance du monde, la connaissance scientifique ou les connaissances culturelles globales, pour devenir un lieu culturel de référence, un centre d'informations audiovisuelles et un générateur de progrès.

Rapport d'activité :**DÉROULEMENT DE L'ACTION**

DESCRIPTIF DES ACTIONS	ANNÉE	LIEU
Construction d'un local sur un terrain à Calavi (Bénin) pour y installer le projet " Vidéo Place ". Achat du matériel audiovisuel pour le projet " Vidéo Place ", manétoscope, lecteur dvd, câbles divers.	2004	CALAVI (BÉNIN)
Création et vente de cartes postales et de tee-shirt pour soutenir le projet. Demande de subvention au Ministère Français de la Jeunesse. (Bourse Défi Jeune).	2004	PARIS (FRANCE)
Obtention de la Bourse Défi Jeune. Rencontre avec les acteurs locaux et mise en place des partenariats. (Etudiants, Maire, associations). Soutien de l'UNESCO.	2004	CALAVI (BÉNIN)
Construction des infrastructures de base pour installer le projet Vidéo Place (Electricité, eau, sécurité du local, menuiserie, préparation du mobilier ...).	2005	CALAVI (BÉNIN)
Rassemblement de contenus divers et variés, achat de DVD et de cassettes vidéos. Présentation du projet aux écoles, aux jeunes et encouragements de la population locale.	2005	CALAVI (BÉNIN)
Mise en place du dossier de demande de subvention pour finir et faire aboutir le projet " Vidéo Place ". Présentation du projet sur internet sur le site web de l'Association I COM. (icom-association.com)	2006	PARIS (FRANCE)

DÉROULEMENT DE L'ACTION A PARTIR DE L'OBTENTION DE LA SUBVENTION



DÉROULEMENT DE L'ACTION A PARTIR DE LA PREMIERE PROJECTION

Créer des contacts - Communiquer.

- Aller dans les **écoles** pour organiser la venue des élèves. Faire une programmation qui réponde à la demandes des élèves et des enseignants.
- Déplacement dans les différentes **associations** des alentours pour présenter le lieu. Collaborations et organisation de séances qui correspondent à leurs besoins en informations ou en contenus.
- Partenariats avec les différents **médias** du pays : Presse, radio, télévision.
- Travailler en collaboration avec les **étudiants de l'Université** pour qu'ils annoncent et affichent notre programmation. Programmation en apport avec les programmes scolaires. Projections thématiques suivie de **débats**.
- Mise à disposition d'une boîte aux lettres où les gens déposent leur souhait quant à ce qu'ils voudraient voir projeter.

Plaire au public - Programmer.

- La programmation veut toucher un **large public**. Elle doit répondre aux besoins des partenaires locaux en matière de contenus pédagogiques qui les concernent.
- Collaboration avec le **Ministère de la Culture** qui dispose de films Africains récents et anciens et qu'il réserve aux activités de diffusion locale. Il dispose aussi d'un **stock d'informations culturelles** (reportages sur les artistes, musique etc ...) que l'on pourra utiliser.
- Collaboration avec l'**UNESCO, le PNUD, l'UNICEF et le Ministère des Affaires sociales** qui disposent de stocks de contenus sanitaires, médicaux et informatifs qu'ils destinent à une diffusion locale.
- Collaboration avec les **Associations locales** qui disposent chacune de leur **fond documentaire** : Quelques cassettes en rapport avec leur action et que les associations cherchent à diffuser.
- Collaboration avec les **Centres Culturels** qui représentent les principales régions du monde et qui disposent de nombreux reportages, documentaires, films, reportages géographiques, documentaires historiques ... dont ils cherchent à étendre la diffusion.

Plan de financement :

PLAN DE FINANCEMENT : CE QU'ON A EU POUR REALISER LE PROJET

DEPENSES		RECETTES	
2004		8000 €	
- Construction du local à Calavi pour le projet Vidéo Place	4000 €	Subvention du Ministère de la Jeunesse (Paris)	2000 €
- Achat du matériel audiovisuel	3000 €	Subventions privées	1500 €
- Déplacements divers	1000 €	Fond propre et Apport en nature	3000 €
		Contribution volontaire en nature et bénévolat	1500 €
2005		3000 €	
- Construction des infrastructures de base pour installer la Vidéo Place (sanitaires, electricité, sécurité).	2000 €	Vente de cartes postales et de tee-shirt. Parts des ventes du CD Seed	1500 €
- Déplacements divers	1000 €	Fonds propres	1400 €
		Adhésions	100 €
2006		2300 €	
- Achats et réception de contenus. (DVD et cassettes vidéos)	500 €	Personnel bénévol	500 €
- Communication autour du site et des projets.	300 €	Vente de cartes postales Participation des adhérents	200 € 100 €
- Travaux de menuiserie (Fabrication des portes et mobilier)	1000 €	Don	1000 €
- Achat de l'ordinateur	500 €	Fond propre	500 €

Plan de financement :

PLAN DE FINANCEMENT : CE QU'IL NOUS MANQUE POUR FINIR LE PROJET

DEPENSES		RECETTES	
2007			12 900 €
- Achat du vidéo projecteur et de l'écran.	2000 €	Subventions	10 000 €
- Achat du matériel audiovisuel manquant (ampli + enceintes)	1000 €	Dons	1 000 €
- Travaux de menuiserie (Sièges, bancs surelevés, mobilier)	2000 €	Fond propre et Apport en nature	1 000 €
- Finition du lieu :	2000 €	Vente de cartes postales et de tee-shirt. Parts des ventes du CD Seed	100 €
Peinture intérieure du local.		Adhésions	100 €
Crépissage extérieur.	1000 €	Personnel bénévol	700 €
Décoration intérieure et extérieure.			
Installation du mobilier			
- Sécurisation du lieu :	1500 €		
Achat d'un rideau en fer pour protéger le local.	200 €		
Achat des cadenas et si besoin d'un système d'alarme automatique.	500 €		
Achat un groupe électrogène en cas de coupure de l'électricité.	700 €		
- Promotion du lieu :	500 €		
Mise en oeuvre du plan de promotion divers presse.			
- Affichage. Invitations. Spots de publicité.			
- Transports divers	1500 €		

Grâce à la dévaluation du Franc CFA, toutes nos dépenses sur place sont très basses lorsqu'on les converti en euros.

Budget prévisionnel :

BUDJET PREVISIONEL SUR UN MOIS

DEPENSES		RECETTES	
100 €			700 €
- Electricité (40 000 F CFA)	60 €	Entrées payantes 1800 entrées par mois (1800 entrées par mois équivaut à 75 personnes par jour et 450 personnes par semaine) Prévision minimale.	700 €
- Entretien du local (20 000 FCFA)	30 €		
- Eau (6500 FCFA)	10 €		
350 €			400 €
- Achat de contenus	200 €	Vente de cartes postales	150 €
- Achat de jus de fruits	150 €	Vente de jus de fruits	250 €
300 €			150 €
- Communication médias (Encart presse, publicité radio affichage, impression de flyer).	200 €	Personnel bénévol	50 €
- Déplacements divers	100 €	Participation des adhérents	100 €
TOTAL	750 €	TOTAL	1250 €