

# LE DYNAMISME DU PUBLIC DU CARREFOUR INTERNATIONAL DE THEATRE DE OUAGADOUGOU (CITO)

**Quilet-tonnan KAMBOU**

Université Joseph Ki-zerbo

veronique.kambou@yahoo.fr

## Résumé

*Cet article dévoile la variété du public du carrefour international de théâtre de Ouagadougou (CITO). L'étude s'est faite du point de vue de l'axe synchronique. De façon concrète, les données ont été recueillies en 2013 lors de notre travail de mémoire de maîtrise. A cette époque, le CITO avait une certaine affluence en matière de public autour de ses activités théâtrales. Il avait la possibilité d'accueillir une diversité de spectateurs de tout horizon qu'il avait réussi à fidéliser. Aujourd'hui, la question sécuritaire du pays (Burkina Faso) a occasionné une réduction considérable du public du CITO surtout dans sa fréquentation et sa diversité sur le plan de la nationalité. Aussi, l'accès aux spectacles du CITO qui était à 500f en 2013 est actuellement à 1500f; cela représente une autre barrière qui freine l'engouement d'une catégorie sociale du public (élèves et étudiants). Etudier donc le public du CITO à un moment de sa « gloire » pourrait être un facteur pertinent pour observer sa diversité, ses intérêts, ses motivations de fréquentation et ses attentes. En appliquant la méthode qualitative en science sociale avec les auteurs Luc Van CAMPENHOUNDT et Raymond QUIVY (1995), nous parviendrons à cerner les caractéristiques de ce public.*

**Mots clés :** théâtre-public-spectateur-spectacle

## Abstract

*This article unveils CITO's audience. The study was made from the point of view of the synchronic axis. Concretely, the data was collected in 2013 during our master's thesis. At that time, the CITO had a certain affluence in terms of public around its theatrical activities. It had the possibility of welcoming a diversity of spectators from all walks of life that it had managed to retain. Today, the country's security (Burkina Faso) issue has caused a considerable reduction in CITO's public, especially in terms of attendance and diversity*

*in terms of nationality. Also, access to CITO shows which was at 500f in 2013 is currently at 1500f; this represents another barrier that slows the enthusiasm of a certain category of the public (pupils and students). Studying the public of the CITO at a time of its « glory » could therefore be a relevant factor to observe its diversity, its interests, its motivations for frequenting and its expectations. By applying the qualitative method in the social sciences with the authors Luc Van CAMPENHOUNDT and Raymond QUIVY (1995), we will be able to identify the characteristics of this public.*

**Keys words :** *theater- public- spectators- show*

## **Introduction**

Le théâtre, qu'il soit espace architectural ou jeux d'acteurs, implique nécessairement un auditoire, un public. En fonction du type de théâtre, on peut avoir divers publics. Ainsi, il y a le théâtre appelé "théâtre pour le développement" qui rejoint son public là où celui-ci se trouve. Il s'agit ainsi pour le théâtre de déplacer toute la troupe théâtrale vers les populations des villes et des campagnes pour leur transmettre des messages dont le but est de provoquer le changement. Dans ce cas, le public assiste au spectacle théâtral parce que le théâtre est venu vers lui. Ce type de théâtre est un spectacle à ciel ouvert et le plus souvent libre d'accès. A l'inverse, il y a un autre type de public. Contrairement au précédent, il paye non seulement un prix d'accès au théâtre, mais se déplace vers le théâtre afin de participer au spectacle. Il est clair que ce public venant de divers horizons, se déplace avec chacun des motivations. L'un des théâtres qui a des représentations régulières au Burkina Faso est le CITO. En effet, il propose à son public des spectacles durant onze (11) mois sur les douze (12) que compte l'année civile. Existe-t-il un public spécifique pour le CITO ? Quelles sont ses caractéristiques, ses motivations et intérêts de fréquentation ? Quelles sont ses attentes ?

Nous partons de l'hypothèse selon laquelle le public du CITO est hétérogène du fait qu'il est divers et varié, et chacun y va

selon ses motivations, ses intérêts et attentes. La fréquentation du CITO par le public est déterminée par la régularité et la qualité des spectacles qu'il offre, mais aussi par des représentations que le public se fait de l'activité théâtrale. Les représentations que le public se fait du théâtre influent sur ses motivations et intérêts à fréquenter le CITO, de même que sur ses attentes. Ainsi, l'objectif de cette étude sera de mettre en lumière la composition du public du CITO en s'intéressant à sa diversité, ses intérêts de fréquentation et ses attentes.

Dans notre démarche, nous allons procéder par des entretiens avec des personnes ressources qui sont spécialistes en la matière et qui peuvent donner des explications sur certains points de la question. Notre outil de collectes de données sera un questionnaire qui sera administré à un échantillon de 225 spectateurs de différents spectacles. Les données recueillies ont ensuite été analysées par dépouillement avec le logiciel SPSS. Cela a permis de dégager les caractéristiques sociodémographiques des enquêtés, mais aussi le taux de fréquentation du CITO, la question de la régularité de cette fréquentation entre autres.

## **I. Le public du CITO : caractéristiques sociodémographiques**

Il est important ici de rappeler que l'enquête menée est une enquête construite sur la base d'une méthode qualitative dont les fondements reposent sur les points de vue des uns et des autres.

### ***1.1. L'âge et le sexe***

Au regard des enquêtes menées, on dénombre 139 personnes de sexe masculin (61,78% de l'échantillon) et 86 de sexe féminin (38,22% de l'échantillon). Le public du CITO est majoritairement composé d'hommes, contre une minorité féminine. L'âge des spectateurs est compris entre 15 et 66 ans

scindé en 6 catégories. Une première tranche d'âge de 15-24 regroupe 42 enquêtés et représente 18,67% de la population enquêtée. La seconde tranche d'âge de 25-34 ans forme un groupe de 94 personnes et représente 41,78% de l'échantillon. La troisième tranche de 35-44 ans concerne 24 personnes et représente 10,67%. La quatrième de 45-54 ans concernant 3,56% de l'échantillon avec 8 personnes. La cinquième de 55-64 avec 3 personnes constituant un pourcentage de 1,33. La dernière tranche porte sur les personnes de 65 ans et plus. On dénombre seulement une personne de cette catégorie, avec 0,44% de l'échantillon. Par ailleurs, il convient de noter que certaines personnes n'ont pas mentionné leur âge. Ces personnes sont au nombre de 53 et constituent 23,56% de l'échantillon.

Au total, les spectateurs du CITO au regard des caractéristiques des enquêtés, constituent une population plus masculine, et jeune. C'est un public d'âge varié mais majoritairement jeune. Il montre en effet une large domination de la tranche d'âge de 25-34 ans, suivi par celle de 15-24 ans et ceux dont l'âge est compris entre 35 et 44 ans. Pour les autres catégories de plus de 44 ans, plus l'âge augmente, plus le nombre de spectateurs diminue. On constate une hétérogénéité du public par la présence simultanée des spectateurs des deux sexes avec une domination de la gent masculine.

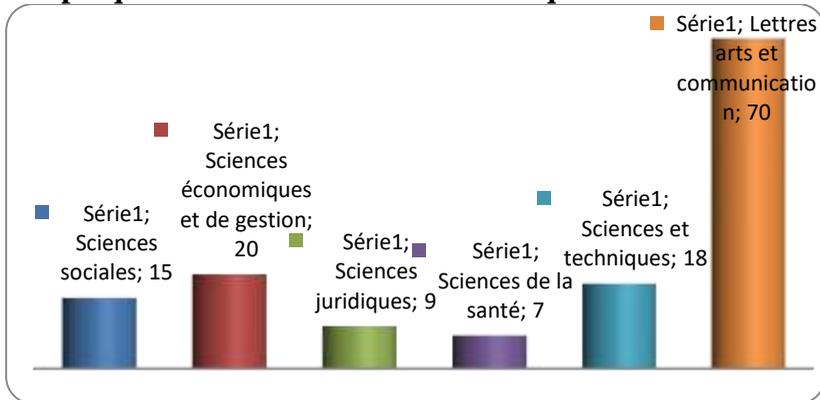
### ***1.2. Le statut socio professionnel des enquêtés***

Le statut socioprofessionnel des enquêtés indique qu'il est essentiellement constitué d'élèves/étudiants avec 100 personnes (44,44% de l'échantillon) ; de fonctionnaires avec 60 personnes, soit 26,67% de l'effectif total des enquêtés ; de personnes œuvrant dans une profession libérale, 27 personnes soit 12%. Le secteur informel est constitué de 8 personnes et compte pour 3,56%. Des 225 personnes que compte l'échantillon, une seule personne est agriculteur et représente 0,44% des enquêtés. Toute autre fonction n'ayant pas été mentionnée représente 10,67%

(24 personnes) et les personnes n'ayant pas fait mention de leur profession constituent (5 personnes) 2,22% des enquêtés. Mais il est intéressant de préciser que le statut socioprofessionnel fait uniquement cas de la profession de l'enquêté et non de son niveau d'instruction ; du reste, on peut être agriculteur et avoir un niveau d'instruction élevé.

Le niveau socioprofessionnel des personnes interrogées permet de dire que le public du CITO est un public d'élite. Les spectateurs possédant un niveau supérieur ou universitaire (157 personnes, en sachant que 18 personnes n'ont pas précisé leur filière) sont repartis selon la filière comme suit :

### Graphique 1. Filières universitaires fréquentées



Source : Enquête de terrain

Au regard du graphique ci-dessus, on peut dire que le public du CITO est majoritairement composé de spectateurs qui ont une plus grande proximité avec les arts du spectacle. Les filières<sup>8</sup> dominantes sont celles issues des Lettres, arts et communication, avec 70 personnes sur 136 enquêtés ; soit plus de la moitié des répondants. Viennent ensuite et très loin les sciences économiques (20 personnes), les sciences et techniques

<sup>8</sup> La répartition des spectateurs par filière est un regroupement qui a été fait en se conformant simplement à la répartition des universités de Ouagadougou et Ouaga 1 en Unités de formation et de recherche. Autrement dit, on aurait pu avoir d'autres types de répartition.

(18) et les sciences sociales (15). Le dernier groupe concerne les sciences juridiques (9 enquêtés) et derrière, les sciences de la santé (7 personnes).

Le résultat de ses analyses pourrait donner du crédit aux propos de Hamadou MANDE<sup>9</sup> qui pense que « Parler de public suppose une base réelle d'existence de ce public. Je pense que le public du théâtre est en construction. Il est essentiellement constitué des gens du métier, voilà pourquoi je dis qu'il est en construction. »

### ***1.3. La nationalité des enquêtés***

La majeure partie des personnes interrogées sont d'origine burkinabè avec 210 personnes, soit 93,33% de l'échantillon. On constate une minorité d'autres nationalités notamment tchadienne (une personne), béninoise (deux personnes), congolaise (une personne), ivoirienne (une personne), camerounaise (une personne) et togolaise (une personne). Le reste avec 8 personnes est constitué de Français notamment ; soit 3,56% de l'échantillon.

On comprend aisément que l'on est dans un contexte burkinabè. Ce qui a pu influencer sur le type de nationalité qui fréquente le CITO.

Quelle est la situation matrimoniale des enquêtés ?

### ***1.4. Situation matrimoniale des enquêtés***

L'échantillon est constitué de 68% de célibataires avec 153 personnes et 28,89% d'homme mariés avec 65 personnes. Celles qui sont fiancées ou qui vivent en concubinage constituent 5 personnes soit 2,22% ; et les personnes divorcées comptent pour 0,89% avec 2 personnes.

Comme on l'a montré dans les lignes précédentes, le public du CITO est essentiellement jeune (25-34). Il va sans dire

---

<sup>9</sup> Hamadou MANDE est chargé de la coordination du programme culturel de l'espace GAMBIDI.

que même si la notion de jeune ne traduit pas forcément celle de célibataire, cette catégorie de situation matrimoniale est constituée de jeunes personnes qui viennent au théâtre en groupe d'amis. Contrairement aux personnes mariées qui y viennent en couple ou en famille. Le cas élevé de personnes en situation de célibat parmi les spectateurs du CITO pourrait aussi s'expliquer par le fait que plus on est célibataire, jeune et dynamique, plus on est mieux disposé à faire des sorties.

En somme, selon les caractéristiques sociodémographiques, le public du CITO est composé majoritairement de Burkinabè, de plus d'hommes que de femmes. Il est jeune, avec plus de célibataires, et davantage instruit, parce que la plupart d'entre ses spectateurs a un niveau d'études supérieures. Les filières les plus représentées sont celles qui sont issues des Lettres, arts et communication, celles où il y a une plus grande proximité avec les arts du spectacle. Au-delà de ces caractéristiques sociodémographiques, comment se présente la fréquentation du CITO ?

## **II. Analyse de la fréquentation du CITO**

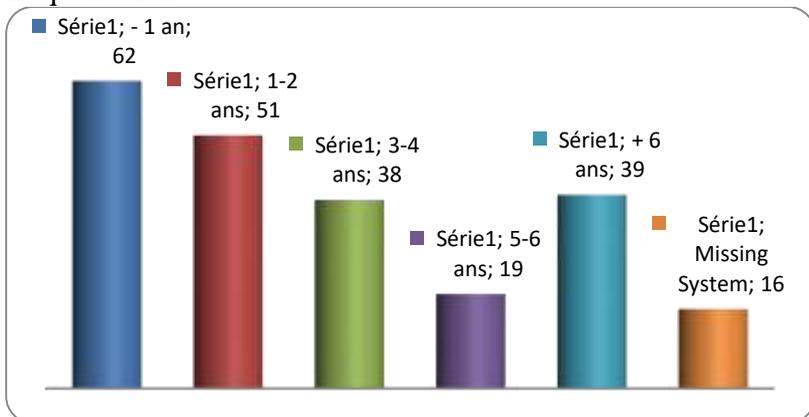
Au regard des enquêtes menées, certains des spectateurs vont au théâtre pour découvrir ce qu'est le théâtre. C'est le cas de ceux qui y vont parce qu'ils en entendent parler par le biais des médias, ou par l'intermédiaire des amis et/ou collègues. D'autres y vont sur invitation des amis pour se divertir. De ce lot-là, il convient de citer ceux qui partent au théâtre en famille pour « changer d'air ». Ceux-là voient dans le théâtre un moyen qui permet de se divertir et d'harmoniser un quotidien fastidieux. La plupart et notamment les élèves et étudiants y vont parce que, étudiant le théâtre, ils ont la possibilité de confronter la théorie à la pratique. Mais avant tout, il importe de dire que la fréquentation du CITO par le public est principalement régie par une série de spectacles variés et réguliers. La régularité des

spectacles constitue alors une variable d'action, mais aussi une variable explicative qu'il convient de comprendre.

### *II.1. De la régularité de spectacles*

Dans les faits, le CITO ouvre ses portes au public durant onze mois sur les douze que compte l'année. Durant ce temps, il propose dans le cadre du théâtre, des créations majeures allant jusqu'à quatre créations dans l'année. La régularité des spectacles réside également dans la diffusion de ceux-ci qui se tiennent pendant quatre jours sur sept, chaque semaine. D'un spectacle majeur de théâtre par an à ses débuts, le CITO est en 2012, arrivé à produire en moyenne quatre spectacles majeurs de théâtre. Il est clair que l'engouement pour le théâtre que manifestent les consommateurs est en partie la cause de ce progrès car, la constante présence de consommateurs dénote de la régularité du produit offert. Ceux qui fréquentent le CITO depuis son premier spectacle théâtral constituent un public fidèle et représentent 39% de l'échantillon. Ce qui constitue une proportion importante en termes de public sur qui compter. Le graphique ci-dessous en montre un aperçu.

**Graphique 2.** Répartition des enquêtés selon le début de fréquentation



Source : Enquête de terrain, décembre 2012 et mars 2013

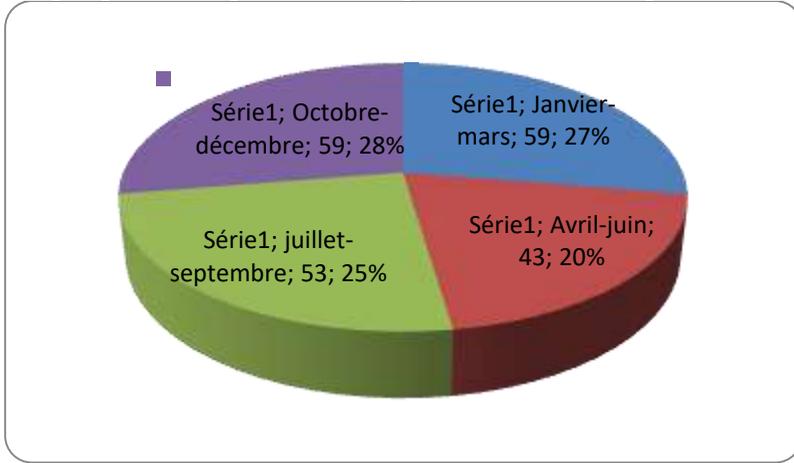
Du précédent graphique, il ressort une fréquentation accrue sur la tranche – 1 an qui correspond à l'année 2012. On déduit également un nombre de plus en plus croissant de spectateurs à travers les années, sans doute avec la croissance démographique de la ville, mais aussi parce que le produit offert est fortement apprécié des consommateurs. S'il est vrai que le CITO a réussi à créer un public fidèle, il serait cependant nécessaire de déduire un taux de fréquentation qui témoignerait de l'effectivité de cette fréquentation par rapport à la fréquence de spectacles.

## *II.2. Fréquence de fréquentation*

Durant la diffusion des spectacles majeurs de théâtre, les représentations sont diffusées pendant 4 jours dans la semaine, soit en moyenne une quinzaine de représentations dans le mois et par création. Ceux qui fréquentent journalièrement le CITO sont les comédiens membres du CITO lors des représentations qu'ils donnent. Ils fréquentent le CITO par an ; ce sont généralement les touristes occidentaux qui visitent le Burkina Faso à la même période de chaque année. Ils sont constitués essentiellement de Français. Ils représentent 8 personnes de l'échantillon avec 3,56%.

Même si le graphique ci-dessous montre qu'il y a un équilibre relatif entre les 4 périodes de l'année, il y a un léger avantage accordé à la période qui va d'octobre à mars. Les enquêtes ont montré que les périodes les plus propices à la fréquentation du CITO sont les périodes janvier-mars et octobre-décembre avec un taux de 59% chacune. Cela peut s'expliquer, selon les enquêtés, par le fait que ces périodes sont des moments où il ne pleut pas (puisque la salle de spectacle du CITO n'est pas couverte et les conditions permettent de rester à l'air libre.) et où la plupart d'entre eux sont en congés.

Graphique 3. Fréquence de fréquentation selon la période



Source : Enquête de terrain, décembre 2012 et mars 2013

Si la fréquentation du public est largement tributaire de la régularité de spectacles, elle est aussi fonction de la qualité des produits offerts.

### ***II.3. De la qualité de spectacles***

Un jugement fait sur la base d'un certain nombre de critères, notamment la satisfaction des besoins ou celles des attentes, « *la qualité est la capacité à satisfaire les attentes des clients à qui est destiné le produit...* » (Alain HENRIET et al., 2003, p. 87). C'est l'ensemble des propriétés d'un produit ou service qui lui confère la capacité à satisfaire les besoins et attentes exprimés des clients. Dans cette même vision, Jean-Marie GOGUE (1997, p. 47) écrit : « *La qualité d'un produit ou d'un service est son aptitude à satisfaire ses utilisateurs* ». On ne parlera alors de qualité d'un produit donné que si ses consommateurs sont satisfaits des caractéristiques et des propriétés de ce produit ; une satisfaction du consommateur qui conduirait à une meilleure rentabilité. Si la question de qualité est conçue dans le cadre industriel afin d'augmenter les ventes,

elle concerne de nos jours tous les domaines de l'activité humaine. Dans le cadre du théâtre, on dira d'un spectacle qu'il est de qualité si ses spectateurs l'apprécient sur la base de ses attentes ou de ses expériences. Pour certains auteurs, c'est sur la base des enquêtes que l'on peut déduire de la qualité d'un produit ou d'un service. « *La qualité est une grandeur mesurable obtenue par des observations, des essais ou des enquêtes d'opinions* » Jean-Marie GOGUE (1997, p. 47). La notion de qualité traduit ainsi un spectacle qui sera apprécié par les spectateurs du fait de l'intérêt porté sur celui-ci et du nombre de fois auquel ces spectateurs assisteront à ce même spectacle. Aussi la qualité d'un spectacle peut s'observer à travers le comportement des spectateurs « *ceux qui sont satisfaits de la prestation des troupes réagissent par des cris de joie ou d'encouragement, des applaudissements, les mécontents qui laissent fuser des invectives.* » (Raguidissida ZIDA, *Les arts du spectacle et leur public : étude de quelques signes récurrents de la représentation dans les prestations de deux groupes artistiques de l'Oubritenga*, 2005)

Mais dans le cas présent la question de qualité prend forme dans les jugements qu'apportent les spectateurs sur différents aspects de la mise en scène comme le décor, le jeu d'acteurs, mais aussi à travers les thèmes abordés. Les commentaires ci-dessous montrent ce que pensent les spectateurs de la qualité des spectacles de théâtre au CITO.

« Le cadre est très convivial, la grande qualité des pièces jouées. »

« Ponctualité, sérieux dans le travail, (professionnalisme) »

« Des thèmes variés et très instructifs, des comédiens hors pair toujours prêts à donner le meilleur d'eux-mêmes et bourrés de talents. Des metteurs en scène qui connaissent leur métier, la fréquence des représentations. »

« Le CITO a une équipe très compétente et dynamique, cela lui permet d'avoir des spectacles de taille. L'équipe est encore bien organisée. »

« La force du CITO réside dans la qualité de ses spectacles, sa visibilité due à la publicité, et dans le dynamisme de son personnel...La qualité des spectacles, le professionnalisme des comédiens, la variété des spectacles me satisfont. »

« La qualité des spectacles, l'engagement de son personnel. »

On ne saurait parler de qualité de spectacles sans toutefois évoquer l'équipe de production, qui œuvre justement pour des spectacles de qualité, comme le signale d'ailleurs le public. C'est une équipe très dynamique et consciente des tâches qui lui incombent, à en croire le témoignage de certains enquêtés.

La qualité est un aspect qui a un effet sur la consommation d'un produit ; si elle se conçoit sous formes techniques par des spécialistes, le public a aussi son opinion. Cette opinion peut être fonction de la compétence de chacun d'y apporter un jugement de valeur, mais aussi et surtout des représentations de chacun ; représentations ayant d'ailleurs un effet sur la faculté de juger.

#### ***II.4. Représentations sociales***

Pour Jean-Claude ABRIC (1994, p.13), la représentation est « *...une vision fonctionnelle du monde, qui permet à l'individu ou au groupe de donner un sens à ses conduites, et de comprendre la réalité, à travers son propre système de référence, donc de s'y adapter, de s'y définir une place...C'est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique.* » La représentation sociale est alors l'idée, la pensée, la signification que l'on se fait d'un objet, d'une pratique et même du monde ; et cette vision du monde dépend de la génération à laquelle on appartient, de notre place sociale, de nos valeurs. Les représentations sociales

différent ainsi d'un groupe social à un autre car « *les représentations sociales des uns ne sont pas celles des autres* » (Michel-Louis ROUQUETTE et Patrick RATEAU, 1998, p. 18). Cela reviendrait à dire que chacun va au théâtre selon les représentations qu'il a de l'activité théâtrale. La représentation que le public se fait de l'activité théâtrale peut être fonction de l'image que donnent les acteurs du théâtre, de l'importance de la fonction du théâtre. L'idée que l'on a du théâtre dépend de nos valeurs et croyances ; mais aller au théâtre ou ne pas y aller dépend de la fonction, aussi bien ludique que didactique, utilitaire entre autres, que l'on se fait de l'activité théâtrale.

## ***II.5. Les motivations et intérêts du public du CITO***

### ***II.5.1. Les motivations du public du CITO***

La fréquentation d'un lieu est fonction de l'opinion que l'on a de ce lieu mais aussi des intérêts que l'on vise. La possibilité d'acquérir les intérêts recherchés deviennent de ce fait une motivation à l'action. Ainsi, le public du CITO est motivé par plusieurs aspects qui concernent entre autres la préoccupation du CITO à donner des spectacles de qualité, la possibilité de se divertir et de faire des rencontres, l'opportunité de s'instruire et de découvrir certaines réalités de la vie (certaines pratiques comme l'excision) à travers le théâtre. La satisfaction de ces différentes motivations est-elle effective ? Que disent les enquêtes à ce propos ?

Après analyse des données, il ressort qu'une part importante des motivations est satisfaite. 61,78% des enquêtés sont satisfaits par le CITO contre 38,22%. Ce dernier lot explique son mécontentement par le fait que l'accès du CITO leur a été refusé à plusieurs reprises pour des raisons de manque de places. Ils sont aussi insatisfaits de l'état des gradins qui ne permettent pas une position confortable car, la position assise, selon eux, entraînerait des courbatures. Les mécontents font constater par ailleurs une monotonie au niveau des comédiens car, disent-ils,

« ce sont presque les mêmes comédiens qui jouent dans toutes les créations ». Ils appellent donc le CITO à une variation des comédiens qui, occasionnerait une plus grande visibilité des autres comédiens membres qui auraient ainsi l’opportunité de faire preuve de leurs talents.

### ***II.5.2. Les intérêts de fréquentation du CITO***

Le théâtre joue un rôle important dans la société. Il assure des fonctions diverses telles l’information, la formation, l’éveil des consciences, l’éducation, le divertissement, la découverte culturelle entre autres. Les enquêtés ont exprimé leurs intérêts de fréquentation du CITO et les différentes réponses des uns et des autres ont ainsi permis de construire le tableau ci- dessous.

**Tableau 1.** Répartition de enquêtés selon ce qui les attire au théâtre

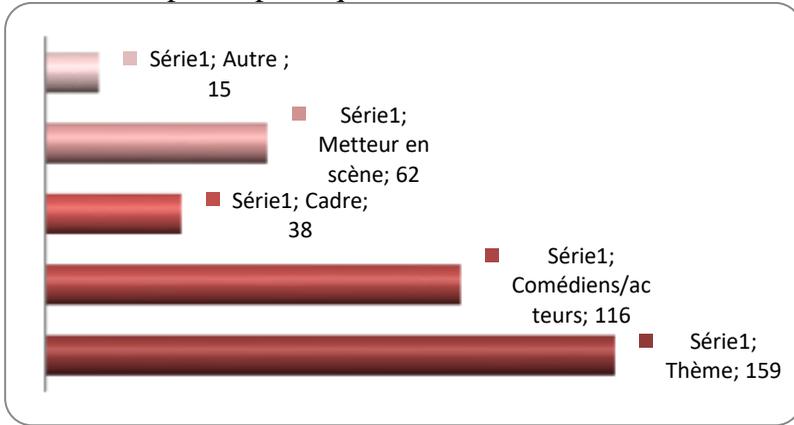
Intérêt fréquentation du CITO	Eveil des consciences	Education	Information	Divertissement	Rencontre / création de liens	Autre
Oui	103	59	34	135	34	20
Non	113	157	182	81	180	216
Non réponse	9	9	9	9	9	9

**Source :** Enquête de terrain, décembre 2012 et mars 2013

La lecture de ce tableau montre que la plupart du public du CITO fréquente ce lieu pour des raisons de divertissement d’abord, et pour l’éveil des consciences ensuite (103 personnes). Ils sont en effet 135 personnes sur 216 (les 9 autres personnes n’ayant pas répondu à cette question) à aller voir les représentations théâtrales pour se divertir.

Si la distraction est le motif premier qui pousse à assister aux pièces de théâtres, quel est alors le facteur qui les incite à suivre un spectacle précis de théâtre ?

**Graphique 4.** Répartition des enquêtés selon ce qui les pousse à suivre une pièce spécifique



**Source :** Enquête de terrain, décembre 2012 et mars 2013

Le thème est le motif principal qui pousse le public à suivre spécifiquement tel ou tel autre spectacle, au regard du graphique ci-dessus. Il est alors évident que même si le public assiste aux représentations théâtrales pour se divertir, il tient compte d'abord du sujet dont il sera question dans la représentation. On comprend sans doute pourquoi l'éveil des consciences est le second motif de fréquentation du CITO. Au demeurant, quel est le genre de théâtre qui intéresse donc ce public ?

Les réponses ou les préférences des enquêtés, réparties en 5 catégories<sup>10</sup> sur la question de goût en matière de théâtre, sont d'abord les pièces comiques. 38% de l'échantillon ont une préférence pour ce genre de pièces. Viennent ensuite et respectivement les pièces dramatiques, (22%), les pièces romantiques (20%) et les pièces tragiques (17%). Autrement dit, il n'y a pas une très grande domination d'une préférence par rapport aux autres. Après les pièces comiques, le public consomme presque indifféremment les autres genres de pièces.

<sup>10</sup> La cinquième « Autre » concernant tout autre type de théâtre que ceux mentionnés dans le graphique.

### III. Les attentes du public du CITO

Cette partie présente les attentes du public du CITO, mais avant elle dévoile ses forces et faiblesses. Ces données restent toujours d'actualité parce depuis 2013, le CITO est toujours sur le même site d'emplacement avec des gradins aussi vétustes que les accessoires.

#### *III.1. Les forces et faiblesse du CITO*

Les forces et faiblesses ci-dessous présentées permettent de reposer la question des attentes d'une part, et d'attirer l'attention sur des aspects sur lesquels il convient d'insister.

##### *III.1.1. Les forces*

Pour le public du CITO, ce qui constitue sa force est son accessibilité à coût relativement réduit. Le prix d'entrée qui était de 500 francs CFA, était à la portée des étudiants qui constituent majoritairement le public. Si l'on considère les conditions financières des étudiants, on peut admettre que ce prix est à leur portée. Mais au moment de l'enquête<sup>11</sup>, le CITO a revu à la hausse son prix d'entrée. Ce prix est passé à 1000<sup>12</sup> francs CFA ; ce que les spectateurs traiteront d'augmentation abusive de prix d'entrée, puisqu'il a été augmenté à 100 %. En 2023, au moment de l'élaboration de cet article, ce prix est passé à 1500f.

« Vos prix ont augmentés de façon abusive. »

« C'est inadmissible, comment le CITO peut se permettre de hausser le prix d'entrée sans prévenir le public ? Il aurait, au moins, au spectacle dernier du prévenir les gens que le prix va augmenter désormais. Ce n'est pas sérieux. »

Selon les spectateurs, la force du CITO réside également dans sa capacité non seulement à produire des spectacles de

---

<sup>11</sup> Précisément lors de la représentation au CITO, du spectacle « *Le charlatan* », en mars 2013.

<sup>12</sup> Au moment où nous construisons cet article, le prix d'entrée au CITO est à 1500f.

belles factures, mais aussi à les diffuser dans les autres villes du Burkina et dans la sous-région. Des spectacles de belles factures qui sont le résultat d'un travail d'équipe avec des membres formés, bien organisés, talentueux et soucieux d'offrir à son public des spectacles de qualité, des spectacles construits sur des thèmes variés et osés<sup>13</sup> et qui traduit au mieux les quotidiens des spectateurs.

Une autre de ses forces est le souci de formation de son personnel et des comédiens dans le but de persévérer dans le professionnalisme. En effet, le CITO effectue des stages de formation à l'endroit de son personnel et de ses membres (surtout les comédiens). Il a, à titre d'exemples, entrepris des formations en administration et gestion de projets culturels, des formations des comédiens en prélude pour les spectacles de théâtre<sup>14</sup>. Le CITO a réussi à faire ses preuves en matière de qualité de spectacles et par la même occasion, il a réussi à fidéliser un public payant.

« Cadre très convivial, le rapport qualité/prix, la grande qualité des pièces. »

« Situé au centre de la ville d'où la facilitation des déplacements, cadre d'éveil de consciences. »

L'emplacement géographique du CITO constitue, pour certains spectateurs, un atout car, situé en centre-ville. Le CITO est en effet situé dans le quartier "Samandin", c'est une zone éclairée et habitée ; son espace est considéré comme un cadre idéal de rencontres, de socialisation qui permet une convivialité entre les spectateurs.

---

<sup>13</sup> *Les lignes de la main* en 2004, dont le thème central est le Sida, *Les voix du silence* en 2011, dont le thème est l'injustice entre les pauvres et les riches.

<sup>14</sup> Cf. CITO, *Dossier de présentation*, Septembre 2012.

### *III.1.2. Les faiblesses*

Au cours de l'enquête, les spectateurs ont relevé essentiellement la faible capacité d'accueil pour un grand public. Le CITO dispose d'une capacité d'accueil de 250 places, et approvisionne, en matière de production et de diffusion de spectacles théâtraux, la ville de Ouagadougou de façon constante et régulière. Non seulement le cadre est restreint pour accueillir un grand public, mais encore, il est non couvert ; ce qui perturbe le bon déroulement des activités pendant la saison pluvieuse. Les enquêtés soulignent aussi comme faiblesse le manque d'espace propre au CITO et le manque de moyens financiers que traduit l'état des infrastructures qui sont très modestes, avec des sièges inconfortables. Ils ne manquent pas de signaler un très long temps d'intervalle entre deux créations majeures et une faible couverture médiatique qui ne permet pas aux populations des quartiers périphériques de la ville de Ouagadougou de recevoir les informations sur le programme des spectacles. Autrement dit, la publicité sur les spectacles majeurs est faite par la télévision, la radio, les affiches à travers la ville de Ouagadougou.

L'une des faiblesses du CITO réside également dans le choix des comédiens pour les créations majeures. Les spectateurs fidèles du CITO ont fait le constat de retrouver toujours les mêmes comédiens dans presque toutes les créations de celui-ci. Ce qui traduit un manque de variété de comédiens et qui met en cause la crédibilité du comité artistique chargé des choix de comédiens, puisque le CITO dispose de plus de 400<sup>15</sup> membres. On est alors porté à croire que le dispositif de sélection de comédiens pour la représentation de spectacles est basé sur des affinités.

« Il faut que le CITO change sinon c'est grave. En effet, le CITO a un réseau de comédiens et à chaque audition,

---

<sup>15</sup> Cf. CITO, *Dossier de présentation*, Septembre 2012

ce sont les mêmes comédiens qu'il retient, donc si tu es nouveau au CITO, c'est très compliqué. Il y a des comédiens qui ont fait plus de 5 ans au CITO sans être retenus à une audition. C'est très très grave. »

« Le cadre du CITO est petit. Il retient presque les mêmes comédiens pour les auditions, pourtant il y a, si je ne me trompe pas, plus de 300 membres. Et les autres ? Qu'il donne l'opportunité aux autres membres pour les auditions, car je constate trop d'affinités. »

Ce sont là des propos de comédiens sur la question portant sur les faiblesses du CITO. Au regard des faiblesses, quelles sont les attentes du public du CITO et quelles suggestions fait-il pour améliorer les performances du CITO ?

### *III.2. Les attentes du public du CITO*

Pendant l'enquête, les spectateurs ont exprimé leurs satisfactions, mais ont surtout manifesté leurs mécontentements ou insatisfactions. Ainsi, ont-ils exprimé un certain nombre d'attentes et fait des suggestions.

Au regard de la question portant sur la satisfaction des uns et des autres sur leurs différentes motivations, on conclut que le public est relativement satisfait avec un pourcentage de 61,79% contre 38,22% de ceux non satisfaits. Il est certain que ce chiffre reste au-dessous de la moyenne, mais constitue toutefois des orientations qu'il faut prendre en compte dans le processus d'amélioration des prestations offertes.

L'un des aspects sur lequel semble insister le public, est la promotion du théâtre burkinabè. Ainsi attend-il du CITO, plus de représentations de pièces de théâtre des auteurs burkinabè.

Innover le cadre ou agrandir l'espace est aussi un des souhaits qu'attend le public. L'espace du CITO est très exigü et

ne répond pas à la demande en matière de capacité d'accueil, même si la diffusion des spectacles s'étend sur un mois.

Le public n'est pas resté indifférent sur l'accueil que le CITO lui accorde. L'accueil est en réalité très important dans le processus de conquête et de fidélisation du public. Il permet dès les premiers instants, d'instaurer une situation de convivialité entre l'invité et son hôte et entre les invités eux-mêmes. Il définit par la même occasion la relation future qui les liera. L'insuffisance de bancs disposés dans un espace aménagé et qui sert de "salle d'attente", les longs fils d'attentes pour accéder à la "salle de spectacle" sont entre autres les aspects que signale le public. Il est donc convenable pour le CITO de prendre des mesures pour améliorer son service clientèle afin d'éviter de faire mauvaise figure. Car si on peut se permettre de personnifier le CITO, la présentation de soi constitue un élément déterminant dans le processus d'interaction. Cette prédisposition montre que l'image que l'on présente aux premiers abords joue un rôle fondamental dans la création de bons ou mauvais rapports avec l'autre (Erving Goffman, 1973, 1974).

## Conclusion

En partant des caractéristiques sociodémographiques, il importe de préciser que le public du CITO, s'il est hétérogène, reste majoritairement jeune, masculin, et fait partie de la population la plus instruite. La plupart d'entre eux sont des étudiants de différentes filières universitaires, même si ce sont les étudiants provenant des lettres, arts et communication qui sont les plus représentés. Ceux-ci ont des intérêts et des attentes divers en fréquentant le CITO, qui en règle générale sont satisfaits par ses prestations. De même, la fréquentation du public de cet espace est tributaire de la régularité de spectacles. Elle est aussi fonction de la qualité des produits offerts, notamment la qualité des spectacles à travers différents aspects de la mise en scène comme

le décor, le jeu d'acteurs, mais aussi à travers les thèmes abordés. Par ailleurs, le public fréquente ce lieu en raison des représentations qu'il se fait de la pratique théâtrale ; représentations qui définissent sa portée à travers le divertissement surtout, puis l'éveil des consciences, l'éducation, l'information, la formation entre autres.

## Annexe. Questionnaire adressé au public du CITO

*NB : entourer le chiffre correspondant à la réponse.*

### Identification

#### 1. Sexe

Masculin	1	Féminin	2
----------	---	---------	---

#### 2. Age.....

#### 3. Niveau d'études

Primaire	1		
Secondaire 1 <sup>er</sup> cycle	2		
Secondaire 2 <sup>nd</sup> cycle	3		
Supérieur	4	Filière et niveau.....	

#### 4. Profession

Fonctionnaire	1	Profession libéral	2
Elève/étudiant	3	Secteur informel	4
Agriculteur	5	Autre	6

Préciser.....

#### 5. Nationalité.....

#### 6. Situation matrimoniale

Célibataire	1	Marié(e)	2
Veuf(ve)	3	Divorcé(e)	4
Autres	5		

Préciser.....

## Fréquentation du CITO

7. Depuis quand fréquentez-vous le CITO ?

- 1 an	1	[1-2]	2	[3-4]	3
[5-6]	4	+ 6 ans	5		

8. Avec qui allez-vous au théâtre ?

Seul	1	Epoux(se)	2	Fiancé(e)	3
Ami(e)	4	Parent	5	Autre	6

Préciser.....

9. Quelle est la fréquence de votre fréquentation du CITO ?

Journalière	1	Hebdomadaire	2	Mensuel	3
Semestrielle	4	Annuelle	5	Autres (+1 fois/)	6

Préciser.....

10. Quelle est la période de l'année au cours de laquelle vous fréquentez le plus le CITO ?

Janvier-mars	1	Avril-juin	2
Juillet-septembre	3	Octobre-décembre	4

11. Justifier votre

réponse.....

12. Combien de fois allez-vous au CITO par an ?

[1-3] fois	1	[4-6] fois	2	[7-9] fois	4
[10-12] fois	4	+ 12 fois	5		

13. Combien de représentations théâtrales suivez-vous durant ce temps ?

.....

## Intérêts et motivations

14. Quel est l'intérêt de votre fréquentation du théâtre ?

Eveil des consciences	1	Education	2
Information	3	Divertissement	4
Rencontre/création de liens	5	Autre	6

Préciser.....

15. Qu'est ce qui vous attire au CITO ? (*vous pouvez choisir plusieurs réponses à la fois*)

Thème	1	Comédien/acteur	2	Cadre	3
Metteur en scène	4	Autre	5		

Préciser.....

16. Quels sont vos goûts en matière de théâtre ? (*vous pouvez choisir plusieurs réponses à la fois*)

Les pièces tragiques	1	Les pièces dramatiques	2
Les pièces comiques	3	Les pièces romantiques	4
Autre	5		

Préciser.....

### Attentes

17. Quels sont les atouts du CITO

.....

18. Quelles sont les faiblesses du CITO

.....

19. Vos motivations sont-elles satisfaites au CITO ?

Oui	1	Non	2
-----	---	-----	---

20. Justifier votre

réponse.....

.....

21. Quelles sont vos attentes du CITO ?

.....

23. Dernier mot, autre observation ou commentaire

.....

*Merci pour votre participation !*

## Références bibliographiques

Alain H., Chantal S., Michel S. (2003). *Organiser et développer l'entreprise*, Paris : Foucher, 216 p ;

Erving G. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, Paris : Edition de Minuit, 256 p ;

Jean-Claude A. (1994). *Pratiques sociales et représentations*, Paris : Presse Universitaire de France, 251 p ;

Jean-Marie G. (1997). *Management de la qualité*, Paris : Economica, 112 p ;

Luc Van C., Raymond Q. (1995). *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris : Dunod, 272 p ;

Michel-Louis R., Patrick R. (1998). *Introduction à l'étude des représentations sociales*, Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble, 160 p ;

Raguidissida Z. (2005). *Les arts du spectacle et leur public : étude de quelques signes récurrents de la représentation dans les prestations de deux groupes artistiques de l'Oubritenga*.