

**#UNIVERSITÉSENGHOR**

université internationale de langue française  
au service du développement africain

# **L'entrepreneur de spectacles vivants et le développement de l'industrie musicale au Burkina Faso à l'ère du numérique**

présenté par

**Kowôma Vincent SOW**

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

Département Culture

Spécialité Gestion des industries culturelles

le 11 avril 2017

Sous la direction de :

**Bernard Miège**

Professeur émérite de sciences de  
l'information et de la communication  
GRESEC, Université Stendhal Grenoble 3,  
Institut de la communication et des médias

Devant le jury composé de :

**Dr. Hdr. Jean-François Fau, Président**

Directeur du département culture, Université Senghor

**Pr. Bernard Miège, Examineur**

Professeur émérite de sciences de l'information et de la  
communication, Université Stendhal, Grenoble 3

**Dr. Francisco Ayi d'Almeida, Examineur**

Co-directeur, Culture et développement, Grenoble



## Remerciements

Ce travail a pu aboutir grâce à l'appui sous différentes formes, de personnes. C'est le moment pour nous de leur témoigner notre reconnaissance. Ainsi, nous adressons nos sincères remerciements :

A la Présidence et au Rectorat de l'Université Senghor d'Alexandrie pour nous avoir permis de bénéficier de cette formation.

A Dr. Hdr Jean-François Fau, Directeur du département culture sous la responsabilité directe de qui nous avons été durant la formation.

Au Professeur Bernard Miège pour la confiance. Ne sachant pas à priori à qui il avait affaire, il a accepté quand même de nous encadrer. Merci professeur d'avoir supporté nos caprices d'étudiant.

A Dr Francisco Ayi D'Almeida pour les orientations par rapport au choix de notre thème.

A madame Rania Adel El Guindy pour les constants sacrifices consentis en vue de nous offrir un cadre idéal de réussite.

A l'ensemble du corps professoral pour les enseignements, les conseils et le partage des expériences.

A Dr. Hdr Sylvie Pflieger pour la lecture et les observations portées sur ce document.

A M. Ferdinand Richard ainsi qu'à l'ensemble du personnel de l'association Aide aux musiques innovatrices pour les agréables moments passés durant mon stage au sein de ladite association.

A M. Kuiliga Nikiéma qui nous a ouvert les portes du Bureau burkinabè du droit d'auteur (BBDA).

Au personnel du BBDA pour la sympathie dont il a fait preuve durant notre stage.

Aux acteurs culturels de Marseille que nous avons rencontrés.

Aux opérateurs culturels du Burkina Faso qui ont accepté nous consacrer une partie de leur temps.

Aux artistes burkinabè Fat Lion, Bil Aka Kora, Madess pour le temps qu'ils nous ont accordé.

Aux étudiants burkinabè de la XVème promotion de l'université Senghor pour le partage de nos joies et de nos peines.

A l'ensemble de la communauté « senghorienne » pour les amitiés.

A madame Dié née Sow Véronique, ma grande sœur chérie pour son accompagnement sans fin.

A l'association des ressortissants de Gossina résidant à Ouagadougou.

A l'ensemble du personnel du ministère chargé de la culture du Burkina Faso et particulièrement à messieurs Désiré Ouédraogo, Achille Yaméogo, Samuel Garané, Damien Pierre Bamouni, Idrissa Zorom, pour les soutiens multiformes.

A tous les parents et amis qui, d'une manière ou d'une autre nous ont permis de faire ces études.

A toute personne ayant contribué de quelque manière que ce soit à l'aboutissement de ce travail.

## Dédicace

*A la mémoire de mon père,*

*Toi, qui à peine les fruits de l'arbre que tu as planté et entretenu des années durant, ont commencé à mûrir, t'en es allé sans en avoir connu la saveur. Ton décès prématuré m'a laissé sans voix. Pour te montrer que tes efforts n'ont pas été vains, je ne me laisserai pas abattre, mais me battrai afin de découvrir tout ce qui se trouve sur le chemin que tu m'as montré à suivre. Je suis plus que jamais convaincu que de là où tu es, tu veilles sans cesse sur tes enfants. Tu resteras à jamais au fond de mon cœur.*

*A la mémoire de Diallo Issa Y., qui par le simple hasard de l'école professionnelle, est passé d'un simple ami à un frère, nous a quittés à la fleur de l'âge. Le destin cruel, ne nous a pas permis de poursuivre ensemble les rêves que nous nourrissions tous les deux.*

*Repose en paix, homme au grand cœur !*

*A ma grand-mère maternelle,*

*Tes interminables bénédictions à mon endroit me permettront de ne pas regretter mes choix et d'avoir toujours foi en ce que je fais.*

*A mes mères,*

*Aucun autre présent n'aura la valeur de vos prières et de votre infini amour à mon égard.*

## Résumé

La crise du disque, accentuée par la révolution numérique, a entraîné une redéfinition des objectifs de la pratique du spectacle vivant dans le domaine de la musique. Cela fait de nos jours, de l'entrepreneur de spectacles l'un des acteurs essentiels, voire indispensables pour l'avenir de l'industrie musicale. Au Burkina Faso, l'entrepreneur de spectacles de façon générale et celui du domaine de la musique en particulier, a ses réalités. Cette étude a pour but de contribuer à rehausser le niveau de l'apport de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie de la musique au Burkina Faso. Ainsi, elle met en lumière bien de réalités de l'entrepreneur de spectacles burkinabè. On note que l'entrepreneuriat de spectacles est régi par des textes ce qui a été à l'origine de la classification des entrepreneurs en deux catégories que sont les occasionnels et les permanents. L'une des différences fondamentales entre les professionnels constitués de structures publiques, d'associations et d'entreprises commerciales est qu'elles n'ont pas les mêmes finalités. Néanmoins, la diffusion de la musique de l'artiste burkinabè, la mise de plus en plus du numérique au service de cette musique, sont les points communs aux deux catégories d'entrepreneurs. En outre, à travers quelques données, l'analyse montre que le spectacle vivant constitue de nos jours, une source de revenu considérable pour l'artiste et pour d'autres catégories d'acteurs dans le pays. Cela encourage l'artiste à créer au grand bonheur des mélomanes ; ce qui permet à d'autres entreprises du domaine de la musique de se maintenir.

Cependant, il est à noter qu'à l'ère du numérique, l'entrepreneur de spectacles burkinabè est confronté à des difficultés de plusieurs natures qui ont pour nom, l'inefficacité de certains des textes, le non-respect de la réglementation, le faible usage du numérique dû à sa cherté ou à sa non maîtrise, la faiblesse du financement de ses activités, l'insuffisance ainsi que le manque d'infrastructures et de matériel technique adaptés, le manque de professionnalisme de certains artistes, le faible niveau de formation des opérateurs, la gestion dans l'informel, les difficultés d'accès aux médias surtout ceux audiovisuels pour la promotion des activités, le peu de soutien des hommes de médias et le bas niveau de fréquentation des lieux de spectacle par le public burkinabè. Ce sont autant de difficultés qui limitent la contribution des entreprises de spectacles au développement de l'industrie musicale au Burkina Faso. Sur la base de ce diagnostic, une stratégie de développement de la profession au service de l'industrie de la musique, est proposée avec à la clé la formulation d'un projet de création d'une couveuse d'entreprises culturelles. L'horizon n'est pas sombre pour les entreprises de spectacles au Burkina Faso car l'étude s'achève sur une note d'espoir.

## Mot-clefs

Entrepreneur de spectacles, industrie musicale, Burkina Faso, numérique, spectacle vivant

## **Abstract**

The record crisis which has been intensified by the digital revolution, has led to a redefinition of the purposes of the practice of performing Arts in music's sector. This situation makes the entertainment contractor as one of the key actors even indispensable for the future of music industry nowadays. In Burkina Faso, show business contractor in general and that of music domain particularly, has his realities. The aim of this study is to contribute to heighten the level of the contribution of the entertainment contractor to music industry in Burkina Faso. Thus, it strips bare many realities of the show business contractor of Burkina Faso. We notice that some rules govern entertainment entrepreneurship that has been originally of contractors' classification in two categories which are the casual one and the permanent one. One of the fundamental differences between the professional one, which are made up of public institutions, associations and companies, is that they have not the same purposes. Nevertheless the promotion of music of artists of Burkina Faso, the fact of using more and more digital in aid of this music are what the two categories of contractors have in common. Moreover, through some data the analysis highlights that performing Arts constitutes nowadays a considerable source of income for artist and for the other categories of actors in the country. That encourages artist to create to the delight of music lovers what permits other companies of music domain to remain.

However, we must point out that at the digital era, entertainment contractor in Burkina Faso is faced with problems of several natures which are the inefficiency of some rules, non-compliance with regulations, the low use of digital due to the high cost or to the non-mastery of it, the weakness of the financing of his activities, the insufficiency as well as the lack of adapted infrastructures and technical equipment, the lack of professionalism of some artists, the low level of training of the operators, the management of the companies in the informal way, the problems to have access to media, especially TV and radio for the promotion of the activities, the little support of media people, the low level of attendance at entertainment places in Burkina Faso. They are so many problems which limit the contribution of entertainment companies to music industry development in Burkina Faso. On the basis of this diagnosis, a strategy for developing the profession has been suggested with the working out of a plan of creation of an incubator concerning cultural sector at the end of the study. The horizon is not gloomy for entertainment companies in Burkina Faso because the study ends with a note of hope.

## **Key-words**

Entertainment contractor, music industry, Burkina Faso, digital, performing Arts

## Liste des acronymes et abréviations utilisés

AFP-PME :	Agence pour le financement et la promotion de la petite et moyenne entreprise
AGAC :	Arts, gestion et administration culturelle
AMI :	Aide aux musiques innovatrices
APCAT :	Association pour la promotion de la culture, des arts et du tourisme
ARPEM :	Appui au réseau Ouest-africain de pépinières d'entreprises de la filière musique
ARPIC :	Appui au renforcement des politiques et industries culturelles
ATB :	Atelier théâtre burkinabè
BBDA :	Bureau burkinabè du droit d'auteur
BBEA :	Bureau burkinabè d'études et d'appui - conseils
BEMA :	Bureau export de la musique africaine
BSIC :	Banque Sahélo-Saharienne pour l'investissement et le commerce
CBI :	Coris Bank International
CD :	Compact disc (disque compact)
CEDEAO :	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CEFORE :	Centre de formalités des entreprises
CENASA :	Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel
CERAV/Afrique :	Centre régional pour les arts vivants en Afrique
CFRAV :	Centre de formation et de recherche en art vivant
CITO :	Carrefour international du théâtre de Ouagadougou
CNSS :	Caisse nationale de sécurité sociale
DGA :	Direction générale des arts
DPICC :	Direction de la promotion des industries culturelles et créatives
DVD :	Digital video disc or Digital Versatile Disc (disque vidéo numérique ou disque numérique à usage varié)
EI :	Entreprise individuelle
ENAM:	Ecole nationale d'administration et de magistrature
FAFPA :	Fonds d'appui à la formation professionnelle et à l'apprentissage
FAPE :	Fonds d'appui à la promotion de l'emploi
FDCT :	Fonds de développement culturel et touristique
FESPACO :	Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou
FFOM :	Forces, faiblesses, opportunités et menaces
IAIC-ESSA Groupe:	Institut africain des industries culturelles- Ecole des sciences sociales appliquées
IRI :	Institut de recherche et d'innovation
MCAT :	Ministère de la culture, des arts et du tourisme
MCT :	Ministère de la culture et du tourisme

MCTC :	Ministère de la culture, du tourisme et de la communication
MEBF :	Maison de l'entreprise du Burkina Faso
MICOM :	Management international de la communication
MIMI :	Mouvement international des musiques innovatrices
NAK :	Nuits atypiques de Koudougou
OAPI :	Organisation africaine de la propriété intellectuelle
ODAS Africa :	Organisation de dynamisation des arts et des spectacles en Afrique
ODD :	Objectifs du développement durable
OIF :	Organisation internationale de la Francophonie
OMD :	Objectifs du millénaire pour le développement
OMPI :	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
PDEC :	Programme nationale de développement des entreprises culturelles
PIB :	Produit intérieur brut
PNC :	Politique nationale de la culture
PNDES :	Plan national de développement économique et social
PRODISS :	Syndicat national des producteurs, diffuseurs, festivals et salles de spectacle musical et de variété
PRO-SCÈNE :	Fédération nationale des professionnels de la scène
PSIC :	Programme de soutien aux initiatives culturelles décentralisées
RFI :	Radio France internationale
RTB :	Radiodiffusion Télévision du Burkina
SA :	Société anonyme
SARL :	Société à responsabilité limitée
SIAO :	Salon international de l'artisanat de Ouagadougou
SNC :	Semaine nationale de la culture
SNDICC :	Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives
SYNES-BF :	Syndicat national des entrepreneurs de spectacles du Burkina Faso
TNKL :	Théâtre national Koamba Lankoandé
UE :	Union européenne
UEMOA :	Union économique et monétaire ouest africaine
UNAME :	Union nationale des acteurs de la musique enregistrée
UNESCO :	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture



## Table des matières

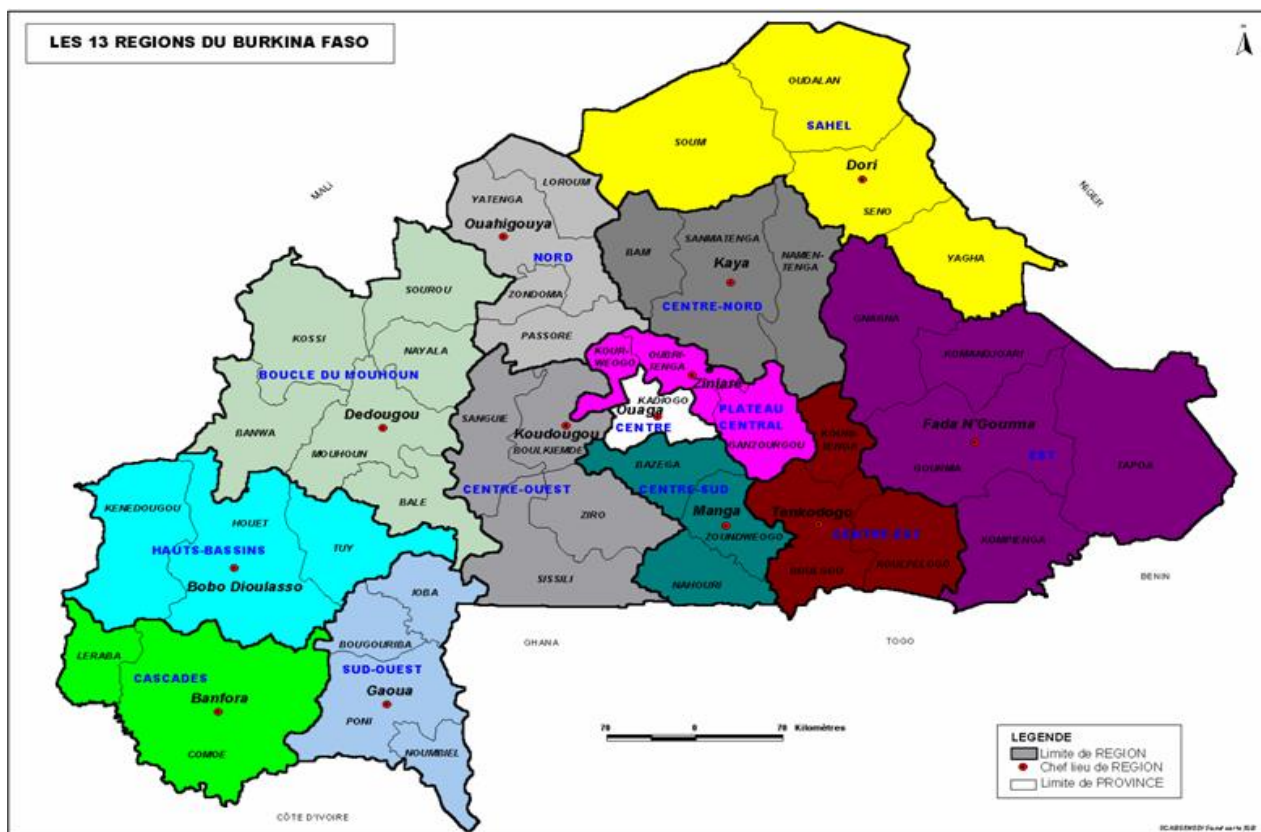
Remerciements.....	ii
Dédicace.....	iii
Résumé.....	iv
Mot-clefs.....	iv
Abstract.....	v
Key-words.....	v
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	vi
Table des matières.....	viii
Introduction.....	1
Chapitre I : Le cadre théorique.....	4
<b><i>1.1. Terminologie et concepts</i></b> .....	4
1.1.1. Le spectacle vivant.....	4
1.1.2. L'entrepreneur de spectacles.....	4
1.1.3. L'industrie musicale.....	5
1.1.4. Le numérique.....	5
1.1.5. L'ère du numérique.....	5
<b><i>1.2. Les données de cadrage</i></b> .....	6
1.2.1. L'exercice du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso.....	6
<b><i>1.2.1.1. Les catégories d'organiseurs de spectacles au Burkina Faso</i></b> .....	6
<b><i>1.2.1.1.1. Les organisateurs occasionnels de spectacles</i></b> .....	6
<b><i>1.2.1.1.2. Les entrepreneurs professionnels de spectacles</i></b> .....	7
<b><i>1.2.1.2. Le cadre institutionnel de l'exercice de la profession</i></b> .....	8
<b><i>1.2.1.3. Le cadre juridique et réglementaire de l'exercice de la profession</i></b> .....	9
<b><i>1.2.1.3.1. Le textes législatifs et réglementaires</i></b> .....	9
<b><i>1.2.1.3.2. Le statut juridique et le régime fiscal de l'entrepreneur de spectacles burkinabè</i></b> .....	9
1.2.2. Les motivations contextuelles de la pratique des spectacles musicaux.....	10
1.2.2.1. Les spectacles musicaux à l'origine.....	10
1.2.2.2. La crise du disque et le développement des spectacles musicaux.....	12
1.2.3. Le numérique et les spectacles musicaux.....	13
1.2.3.1. Le numérique au service des spectacles musicaux.....	13
1.2.3.2. Les enjeux du numérique pour les spectacles musicaux.....	14
1.2.4. Les objectifs de l'étude et les hypothèses de recherche.....	16

<b><i>1.2.4.1. Les objectifs de l'étude</i></b> .....	16
<b><i>1.2.4.2. Les hypothèses de recherche</i></b> .....	16
Chapitre II : La méthodologie de la recherche et les résultats obtenus .....	17
<b><i>II.1. La méthodologie de la recherche</i></b> .....	17
<b><i>II.1.1. La revue documentaire</i></b> .....	17
<b><i>II.1.2. L'observation directe</i></b> .....	17
<b><i>II.1.3. Les entretiens : outil utilisé et échantillonnage</i></b> .....	17
<b><i>II.1.4. Le traitement des données collectées</i></b> .....	18
<b><i>II.1.5. Le stage de mise en situation professionnelle</i></b> .....	18
<b><i>II.1.6. Le terrain d'enquête et les difficultés rencontrées</i></b> .....	19
<b><i>II.2. Du niveau d'importance de l'entrepreneur de spectacles burkinabè pour l'industrie musicale à l'ère du numérique</i></b> .....	20
<b><i>II.2.1. Les pratiques de l'entrepreneur de spectacles du domaine de la musique au Burkina Faso</i></b> ..	20
<b><i>II.2.1.1. La typologie des spectacles organisés au Burkina Faso</i></b> .....	20
<b><i>II.2.1.2. L'entrepreneur de spectacles burkinabè comme producteur, diffuseur conseiller et prescripteur</i></b> .....	20
<b><i>II.2.1.3. Le numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso</i></b> .....	21
<b><i>II.2.1.3. Les répercussions de l'usage du numérique dans le cadre des spectacles musicaux</i></b> .....	25
<b><i>II.2.2. L'entrepreneur de spectacles, un acteur clé pour l'économie de la musique à l'ère du numérique au Burkina Faso</i></b> .....	26
<b><i>II.2.2.1. Le commerce des biens reproductibles au Burkina Faso aujourd'hui</i></b> .....	26
<b><i>II.2.2.2. Les plateaux artistiques à l'avantage de l'artiste burkinabè</i></b> .....	29
<b><i>II.2.2.3. Les podiums, une source importante de revenu pour les acteurs</i></b> .....	31
<b><i>II.2.2.4. Les artistes burkinabè et la scène internationale</i></b> .....	35
<b><i>II.2.2.5. La rentabilité du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso vue par des opérateurs</i></b> .....	35
<b><i>II.2.3. Les contraintes du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso</i></b> .....	36
<b><i>II.2.3.1. Les conditions de travail de l'entrepreneur de spectacles burkinabè</i></b> .....	36
<b><i>II.2.3.1.1. La modicité des ressources matérielles et techniques</i></b> .....	36
<b><i>II.2.3.1.2. L'entrepreneuriat de spectacles, une activité faiblement financée au Burkina Faso</i></b> .....	37
<b><i>II.2.3.1.3. Le non-respect de la réglementation et le régime fiscal, des entraves à l'exercice de la profession</i></b> .....	39
<b><i>II.2.3.1.4. La promotion des activités à travers les organes de presse, des coûts insupportables</i></b> ....	41
<b><i>II.2.3.2. Les insuffisances imputables aux créateurs, opérateurs, hommes de médias et au public</i></b> .	42
<b><i>II.2.3.2.1. Les artistes, producteurs et managers, irréprochables ?</i></b> .....	42
<b><i>II.2.3.2.2. La responsabilité de l'entrepreneur de spectacles</i></b> .....	44

<b>II.2.3.2.3. Les hommes de médias et le public burkinabè: quelle part de tort ?</b> .....	47
Chapitre 3 : Pistes pour une contribution effective de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale au Burkina Faso et perspectives .....	49
<b>III.1. Quelques pistes</b> .....	49
<b>III.1.1. Le rôle de l'Etat</b> .....	49
<b>III.1.1.1. La réglementation, le régime fiscal et le financement</b> .....	49
<b>III.1.1.1.1. Le contrôle et le renforcement de la réglementation</b> .....	49
<b>III.1.1.1.2. Le régime fiscal et le financement</b> .....	50
<b>III.1.1.2. L'offre d'espaces adéquats de diffusion et des tarifs préférentiels dans les médias audiovisuels : une nécessité</b> .....	52
<b>III.1.1.2.1. Les salles, des infrastructures capitales pour l'exercice de la profession</b> .....	52
<b>III.1.1.2.2. L'adoption d'une politique tarifaire au profit des acteurs culturels</b> .....	52
<b>III.1.2. Le rôle des créateurs et des opérateurs</b> .....	52
<b>III.1.2.1. Les artistes, managers et producteurs</b> .....	52
<b>III.1.2.2. Les entrepreneurs de spectacles</b> .....	53
<b>III.1.2.2.1. La formation comme gage de compétitivité des entreprises</b> .....	53
<b>III.1.2.2.2. La nécessité de la dynamisation des organisations professionnelles des entrepreneurs de spectacles</b> .....	53
<b>III.1.2.2.3. La nécessité de la valorisation des artistes nationaux</b> .....	54
<b>III.2. Perspectives</b> .....	54
Chapitre IV: Le projet professionnel .....	55
<b>IV.1. La présentation du porteur du projet</b> .....	55
<b>IV.2. Le contexte et la justification</b> .....	55
<b>IV.3. La description du Projet</b> .....	56
<b>IV.3.1. La nature du projet</b> .....	56
<b>IV.3.2. Les objectifs poursuivis</b> .....	57
<b>IV.3.3. Les résultats attendus</b> .....	57
<b>IV.3.4. Les activités à mener</b> .....	58
<b>IV.3.5. Le cadre logique</b> .....	59
<b>4.3.6. L'analyse diagnostique</b> .....	61
<b>IV.4. Les modalités de mise en œuvre</b> .....	61
<b>IV.4.1. Les ressources humaines et matérielles</b> .....	62
<b>IV.4.2. La stratégie de communication autour du projet</b> .....	62
<b>IV.4.4 La programmation des activités</b> .....	63
<b>IV.4.5. Le financement du projet</b> .....	64

<b>IV.5. La viabilité du projet</b> .....	66
<b>IV.6. Le suivi et l'évaluation</b> .....	66
Conclusion.....	67
Références bibliographiques .....	68
Liste des illustrations .....	i
Liste des tableaux .....	i
Annexes .....	ii

Figure 1: Carte du Burkina Faso



Superficie : 274 200 km<sup>2</sup>

Population : plus de 18 millions d'habitants en 2016

Organisation administrative : 13 régions, 45 provinces, 351 communes

Capitale : Ouagadougou

Langue officielle : le français

Principales langues nationales : le moore, le dioula, le fulfude

## Introduction

La crise du disque est l'un des bouleversements majeurs que connaît le monde de la culture ces dernières décennies. Elle se manifeste par la mévente des supports traditionnels des contenus tels que les cassettes, CDs et DVD. Phénomène mondial, la crise des supports s'explique en partie par l'avènement du numérique qui a accéléré la piraterie des œuvres. Selon Philippe Chantepie et Alain Le Diberder, les mutations induites par le numérique représente une « menace pour l'industrie du disque »<sup>1</sup>. Les données de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) figurant dans le rapport du premier semestre 2015 de l'institut de recherche et d'innovation (IRI) par exemple, ne sont pas en faveur du commerce de la musique enregistrée. Par elle en effet, on apprend qu'« entre 1999 et 2012, le marché de gros mondial, en données non corrigées de l'inflation, a chuté de près de 45 % en valeur, pour passer de 27,6 milliards de dollars en 1999 à 15,2 milliards de dollars en 2012.»<sup>2</sup> Même si ces chiffres ne sont pas jusque-là valables pour les firmes qui, intègrent de plus en plus de façon verticale la chaîne de valeur de bien des filières des industries culturelles en général et ainsi les contrôlent, ils permettent néanmoins de se rendre compte de la profondeur de la crise et du niveau d'affectation du secteur du disque par celle-ci. C'est une crise qui a suscité beaucoup d'interrogations sur le devenir de l'industrie musicale. La principale question était de savoir si l'industrie de la musique résisterait face à une telle évolution technologique. Mais en réponse à cette nouvelle donne, les acteurs concernés n'ont pas manqué de développer des initiatives. On peut noter entre autres l'abandon de plus en plus de la production d'albums complets au profit de singles, la reconsidération du spectacle vivant, la stratégie du 360°<sup>3</sup>. C'est une réorientation de modèle d'affaires qui intervient mais pas une disparition de l'industrie musicale.

Les pays les moins avancés ne sont pas épargnés par cette mutation. Avec des moyens de lutte très limités, ces pays dont les industries culturelles en général et l'industrie musicale en particulier encore en construction, sont durement affectés par ce qui pourrait y être considéré comme fléau. En clair, si les chiffres relatifs à la vente des supports sont en baisse dans le monde entier de façon générale, dans ces pays en particulier, la vente d'un certain nombre d'exemplaires de contenu sur support est devenue un défi difficile à relever de nos jours.

Pays en voie de développement, le Burkina Faso n'est pas en reste. La dure réalité de la crise du disque est vécue dans le pays et a eu pour conséquence directe notamment l'affaiblissement, voire la fermeture d'entreprises musicales. En effet, face au chômage et à la pauvreté qui gagnent la majorité de la population burkinabè<sup>4</sup>, la consommation au sens économique des biens musicaux licites est loin

---

<sup>1</sup> Chantepie, Philippe et Le Diberder, Alain, *Révolution numérique et industries culturelles*, collection repère, La Découverte, Paris, 2005, p.3

<sup>2</sup> Institut de recherche et d'innovation (IRI), rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF.

<sup>3</sup> Stratégie du 360° : fait pour un éditeur ou un producteur de signer avec un artiste, en plus du contrat d'édition ou de production, plusieurs autres types de contrat lui permettant de profiter de toute autre source d'entrée d'argent de l'artiste.

<sup>4</sup> Burkinabè est un adjectif et renvoie à tout ce qui est relatif au Burkina Faso. Ce mot désigne aussi le citoyen du pays. Il est invariable. Il n'obéit pas aux règles de la grammaire française.

d'être une priorité. Avec l'abondance de produits contrefaits à bon marché et disponibles dans de nombreuses contrées du pays, donc économiquement et spatialement accessibles, l'espoir des professionnels burkinabè de la musique ne repose plus sur la commercialisation de la musique enregistrée sur support physique. Cependant, la crise n'a pas eu raison de toute la filière musique au Burkina Faso. Cela est dû au fait que dans ce pays enclavé aux ressources limitées, les enjeux socio-économiques de la musique sont bien perçus non seulement par les créateurs et les opérateurs, mais aussi par l'Etat. Effectivement, pour relever les défis du développement, l'Etat burkinabè fait de la lutte contre le chômage et la pauvreté l'une de ses priorités et fait la promotion des secteurs à fortes potentialités en matière de création d'emplois. C'est ainsi que le secteur de la culture, qui, pendant longtemps n'avait pas été considéré à ce titre, est pris en compte ces dernières années dans les politiques et programmes nationaux de développement. Le plan national de développement économique et social (PNDES)<sup>5</sup> est actuellement le référentiel en vigueur. A son axe 3, les industries culturelles sont considérées comme l'un des « secteurs porteurs pour l'économie »<sup>6</sup> nationale. L'Etat s'engage alors à les soutenir. Afin de faire face à la crise, les professionnels burkinabè de la musique ont envisagé d'autres modèles d'affaires. Au nombre des pratiques, le spectacle vivant demeure l'une de leurs principales sources de revenu. Ceux-ci ne peuvent vivre aujourd'hui de leur métier qu'en comptant en grande partie sur les spectacles. Ce qui confère à l'entrepreneur de spectacles une importance capitale dans la chaîne de valeur de la filière. C'est cette réalité qui nous amène à porter la réflexion sur le thème « l'entrepreneur de spectacles vivants et le développement de l'industrie musicale au Burkina Faso à l'ère du numérique ». Au Burkina Faso, l'exercice du métier d'entrepreneur de spectacles rencontre d'énormes difficultés si bien qu'il demeure jusque-là faiblement développé. Le manque de professionnalisme, la rareté des artistes dans le pays capables de séduire les entrepreneurs, la faiblesse des ressources financières, l'inaccessibilité et la non maîtrise des outils numériques en sont quelques-unes. Avant l'évolution de la technologie, les spectacles au Burkina Faso étaient produits avec les moyens techniques de l'époque. Mais aujourd'hui, avec le développement des ressources techniques, d'autres opportunités se présentent à l'entrepreneur de spectacles burkinabè à l'instar de tout autre entrepreneur de par le monde. Or, le pays est encore tributaire de l'extérieur sur le plan technologique. Suite à ces constats, le spectacle vivant peut-il être une solution importante contre la crise du disque à l'ère du numérique dans ce pays ? L'apport de l'entrepreneur de spectacles burkinabè au développement de la filière musique peut-il être significatif ? Que vaut en réalité l'entrepreneur de spectacles pour l'industrie musicale au Burkina Faso à l'ère du numérique ? Nous pensons que ces nombreuses difficultés limitent la contribution de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie de la musique au Burkina Faso qui pourtant en est l'une des pièces maitresses à l'ère du numérique.

L'intérêt d'une telle étude est qu'elle est l'une des premières à mettre l'entrepreneuriat de spectacles vivants en rapport avec le développement de l'industrie musicale à l'ère du numérique en ce qui

---

<sup>5</sup> Le Plan national de développement économique et social (PNDES) est le référentiel en matière développement économique et social actuellement en vigueur au Burkina Faso. Il couvre la période 2016- 2020.

<sup>6</sup> Burkina Faso, Plan national de développement économique et social (PNDES), 2016- 2020, P. 45

concerne le Burkina Faso. Elle vise principalement l'amélioration de la contribution de cet opérateur au développement de l'industrie de la musique à l'heure actuelle. Plus précisément, Il s'agira, de nous appesantir sur l'apport de l'entrepreneur de spectacles à cette industrie et de nous intéresser au niveau d'utilisation du numérique par les acteurs ainsi qu'à ses répercussions éventuelles. Aussi est-il question d'identifier les contraintes du métier afin d'y proposer une stratégie pour l'amélioration des conditions de travail de l'entrepreneur de spectacles.

L'Étude comporte quatre chapitres. Le premier porte sur le cadre théorique et les généralités concernant le spectacle vivant, la musique et le numérique. Dans ce chapitre, nous proposons des définitions de termes et de concepts que nous jugeons essentiels et donnons un aperçu du cadre d'évolution de l'entrepreneur de spectacles burkinabè avant de mettre en relation les spectacles musicaux et le numérique. Le second traite de la méthodologie que nous avons adoptée pour mener l'étude, de la contribution de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale et éventuellement de ses insuffisances. Le troisième chapitre renferme une série de recommandations à l'endroit de différents acteurs. Nous avons consacré le dernier chapitre à notre projet professionnel qui consiste en la création d'une couveuse d'entreprises culturelles.



## **Chapitre I : Le cadre théorique**

Afin de mieux cerner le thème, nous intéresser à l'environnement général de l'entrepreneur de spectacles burkinabè et à des écrits y relatifs, était un impératif. Ainsi, dans cette partie, nous présentons d'abord le cadre de l'entrepreneuriat de spectacles au Burkina Faso avant de faire une analyse des points de vue d'auteurs ayant traité de la question des spectacles musicaux et du numérique. Mais avant, il nous a paru nécessaire de définir certaines notions.

### **I.1. Terminologie et concepts**

#### **I.1.1. Le spectacle vivant**

Aux termes de l'article 3 du décret n°2014- 643/PRES/PM/MCT portant réglementation de l'organisation des spectacles vivant au Burkina Faso, « le spectacle vivant ou spectacle du domaine des arts vivants est une représentation en public d'une œuvre de l'esprit, réalisée avec la présence physique d'au moins un artiste interprète ou exécutant. ». Le spectacle vivant renvoie alors à toute exécution directe d'une prestation d'un artiste ou d'un groupe d'artistes devant un public. C'est une pratique permettant à l'artiste de communier directement avec son public. Ici, la présence physique de l'artiste et de son spectateur est déterminante. Pour Bernard Roux, « Le spectacle vivant couvre le théâtre, la danse, le lyrique, le concert, les variétés.»<sup>7</sup> Il se distingue alors d'autres créations artistiques qui ne sont diffusées qu'uniquement après un travail de laboratoire et enregistrement sur un support. Dans ce cas de figure, l'artiste n'intervient pas physiquement. C'est par exemple le cas des œuvres cinématographiques et autres produits audiovisuels.

#### **I.1.2. L'entrepreneur de spectacles**

L'article 5 du décret n°2014- 643/PRES/PM/MCT portant réglementation de l'organisation des spectacles vivant au Burkina Faso stipule qu'« est entrepreneur de spectacles vivants toute personne physique ou morale, de droit public ou privé, qui a pour activité principale ou pour objet social l'exploitation de lieux de spectacles vivants professionnels et /ou l'organisation de spectacles vivants professionnels.» L'entrepreneur de spectacles désigne alors toute personne physique ou morale dont l'activité principale est la production ou la diffusion de spectacles vivants, ou l'exploitation de salles de spectacles. Ainsi, l'exploitant de lieux de spectacles, le producteur et le diffuseur de spectacles sont des entrepreneurs de spectacles. Aux termes de l'article 1<sup>er</sup> -1 de la loi française du 18 mars 1999 relative aux spectacles, « Est entrepreneur de spectacles vivants toute personne qui exerce une activité d'exploitation de lieux de spectacles, de production ou de diffusion de spectacles, seul ou dans le cadre de contrats conclus avec d'autres entrepreneurs de spectacles vivants, quel que soit le mode de

---

<sup>7</sup> Roux, Bernard, *L'économie contemporaine du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1993, p.11

gestion, public ou privé, à but lucratif ou non, de ces activités »<sup>8</sup>. Il s'agit bien de l'entrepreneur professionnel de spectacles dont nous parlons.

### **I.1.3. L'industrie musicale**

L'industrie musicale fait partie des industries culturelles qui, selon Tremblay (1990), peuvent être définies comme « l'ensemble en constante évolution des activités de production et d'échange culturels soumises aux règles de la marchandisation, où les techniques de production industrielle sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise de plus en plus sur le mode capitaliste d'une double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution.»<sup>9</sup> Par analogie, nous définissons l'industrie musicale en tant que filière faisant appel à la création, à la production, à la diffusion, à la reproduction et la commercialisation des biens et services. Les caractéristiques de l'industrie musicale sont globalement celles des industries culturelles. Elle est donc caractérisée par l'importance du travail de création, la reproductibilité de l'œuvre originale, le caractère hautement aléatoire de la demande, le caractère de prototype, la grande variété des modes de rémunération, une articulation entre industrie du support et industrie du contenu, des viviers d'artistes ou d'intellectuels prêts à s'employer, l'économie des superstars<sup>10</sup>.

### **I.1.4. Le numérique**

Selon Le Petit Robert de la langue française, le terme numérique renvoie à la représentation de données d'information ou de grandeurs physiques au moyen de caractères, généralement une suite des chiffres 0 et 1 (bit; digital), ce qui permet de les traiter ou de les stocker par des procédés informatiques. Il s'agit de tout système, de tout dispositif employant ce mode de représentation. Ce terme est opposé à ce qui est analogique. Le numérique inclut l'ensemble des techniques de télécommunications utilisant des signaux numériques. En électronique, le numérique est un circuit numérique, dans lequel les courants et les tensions évoluent selon un mode binaire<sup>11</sup>. Le numérique concerne alors un certain nombre d'appareils, de supports et de canaux de diffusion de l'information et des contenus parmi lesquels on peut citer l'ordinateur, les clés USB, le CD rom, le web avec Internet et les réseaux sociaux numériques, etc.

### **I.1.5. L'ère du numérique**

Il s'agit de l'ère actuelle, de notre ère. L'époque actuelle où les appareils analogiques font de plus en plus place à ceux numériques composés entre autres de l'ordinateur, des clés USB, des CD, des

---

<sup>8</sup>Loi n°99-198 du 18 mars 1999 portant modification de l'ordonnance n°45-2339 du 13 octobre 1945 relative aux spectacles en France.

<sup>9</sup> Ménard, Marc, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Collection Culture et économie, Société de développement des industries culturelles, Montréal, 2004, p.61

<sup>10</sup> Miège, Bernard & D'Almeida, Francisco, Cours d'introduction à la socio-économie de la culture et cours sur les filières industrielles (livre, musique, design, spectacle vivant), Master I, Université Senghor, Alexandrie, novembre 2015 et janvier 2016

<sup>11</sup> Le Petit Robert de la langue française, Nouvelle édition de Paul Robert, Paris, 2006

réseaux sociaux numériques, etc. A la place de la bande magnétique avec l'analogie, les outils numériques fonctionnent selon un système binaire. C'est aussi une ère qui connaît de plus en plus la dématérialisation des supports des contenus.

## ***1.2. Les données de cadrage***

Avant de juger du degré d'importance de l'entrepreneur de spectacles pour l'industrie musicale au Burkina Faso, il est d'abord important de comprendre le fonctionnement de la profession dans son ensemble dans le pays. Par ailleurs, les raisons expliquant la pratique des spectacles musicaux sont fonction des époques et les spectacles musicaux ne sont pas à l'abri des bouleversements qu'entraîne la révolution numérique aujourd'hui. Dans cette partie, il est question d'une description globale du cadre dans lequel l'entrepreneur de spectacles burkinabè se situe mais aussi d'un aperçu de l'état d'esprit qui sous-tendait et sous-tend la pratique des spectacles musicaux à des moments bien donnés ainsi que du lien existant entre le numérique et les spectacles musicaux.

### ***1.2.1. L'exercice du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso***

Pour parler de la profession d'entrepreneur de spectacles, nous commençons par faire une distinction entre les différentes catégories d'entrepreneurs de spectacles pour ensuite évoquer les dispositions législatives et réglementaires qui encadrent la profession.

#### ***1.2.1.1. Les catégories d'organiseurs de spectacles au Burkina Faso***

Les spectacles organisés au Burkina Faso sont de natures diverses et couvrent plusieurs disciplines artistiques. Il y a des spectacles de danse, de théâtre, d'humour, de musique, etc. Dans le cadre de cette étude, nous nous intéressons à ceux au cours desquels interviennent des artistes musiciens, c'est-à-dire les spectacles musicaux. Mais nous avons jugé utile de procéder d'abord à une catégorisation des entrepreneurs de spectacles dans leur ensemble. Quatre principaux acteurs organisent des spectacles au Burkina Faso. Il s'agit de l'Etat, des associations, des personnes physiques et des entreprises commerciales. Les entrepreneurs peuvent être donc classés en fonction de leur finalité et des principales missions des structures organisant des spectacles. Tenant compte de ces critères, nous distinguons deux catégories d'entrepreneurs au Burkina Faso. On a d'un côté les entrepreneurs occasionnels et de l'autre côté ceux permanents que l'on qualifie de professionnels.

##### ***1.2.1.1.1. Les organisateurs occasionnels de spectacles***

Il s'agit de personnes physiques ou morales qui n'ont pas pour activité principale, l'organisation de spectacles<sup>12</sup>. Subordonnées à la détention préalable d'une autorisation délivrée par l'administration culturelle, un nombre de spectacles à ne pas dépasser dans l'année leur est imposé. Aux termes de l'article 17 de l'arrêté n° 2014 -0121/MCT/SG/DAS portant modalités de délivrance de la licence d'entrepreneur de spectacles vivants et de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession

---

<sup>12</sup> Article 7 du décret n°2014- 643/PRES/PM/MCT portant réglementation de l'organisation des spectacles vivant au Burkina Faso.

d'entrepreneur de spectacles vivants<sup>13</sup>, l'autorisation « permet à son détenteur d'organiser au maximum deux spectacles par an. » Les organisateurs de spectacles sont constitués d'institutions publiques, d'associations et autres organisations à but non lucratif, de personnes physiques, d'entreprises commerciales, etc. En effet, des structures associatives dans le cadre d'activités caritatives, organisent des spectacles avec des artistes musiciens. Des structures étatiques organisent également des spectacles à priori dans un but non lucratif. Par exemple à l'occasion de certaines grandes manifestations, des spectacles de musique sont organisés. C'est le cas pendant le Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO), le Salon international de l'artisanat de Ouagadougou (SIAO), la Semaine nationale de la culture (SNC), le Tour du Faso, etc. Par ailleurs certaines entreprises commerciales entrent dans cette catégorie. Il s'agit d'entreprises évoluant dans des domaines autres que le spectacle voire de la culture. Elles organisent souvent des spectacles soit dans le cadre d'une campagne de promotion de leurs produits ou tout simplement pour exprimer leur reconnaissance à la clientèle. Elles sont composées de compagnies de téléphonie mobile, de compagnies d'assurance, de banques, d'entreprises de commerce général. Mais des personnes physiques organisent aussi occasionnellement des spectacles.

#### ***1.2.1.1.2. Les entrepreneurs professionnels de spectacles***

Il s'agit de personnes physiques ou morales dont l'activité principale est l'organisation de spectacles ou est basée sur le spectacle comme nous l'avons déjà souligné. Elles sont tenues de disposer d'une licence délivrée par l'administration culturelle. Les personnes morales sont composées de structures publiques, d'associations et d'entreprises commerciales. Les organisateurs professionnels de spectacles relevant du secteur public au Burkina Faso, sont composés des structures de l'Etat central, de celles de ses démembrements, et des centres culturels de pays partenaires du Burkina Faso. Ils ont une mission de service public. A ce titre on peut citer entre autres le Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel (CENASA), la Commune de Ouagadougou qui a en charge le jardin de la musique Reem-doogo, la Maison du peuple, le Palais de la jeunesse et de la culture Jean Pierre Guingané, l'Institut français Georges Méliès, la Maison de la culture de Bobo Dioulasso, le Palais des sports, le Théâtre de l'amitié, le Théâtre populaire, l'Institut Goethe, etc.

En ce qui concerne les associations, elles sont les plus nombreuses. Elles n'ont pas pour but de faire du profit. On peut retenir Umame Culture, l'association Benebnooma, l'association Déni Dèmè, l'Espace culturel Gambidi, l'Atelier théâtre burkinabè, etc.

Quant aux entreprises commerciales, elles cherchent à faire du profit. Celles-ci organisent des spectacles à des fins lucratives. Elles sont dans la production, la diffusion et la gestion d'espaces de diffusion. A titre d'exemple, on peut noter, Bizart Productions, Youdé Bénito Productions, Seydoni Production, Bitel Communication, etc. A cette catégorie d'entrepreneurs, il faut ajouter les détenteurs de débits de boisson (bars dancing, boîtes de nuit). Les organisateurs professionnels de spectacles sont

---

<sup>13</sup> Burkina Faso, Ministère de la culture et du tourisme, Arrêté n° 2014 -0121/MCT/SG/DAS du 24 septembre 2014 portant modalités de délivrance de la licence d'entrepreneur de spectacles vivants et de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession d'entrepreneur de spectacles vivants.

nombreux au Burkina Faso. Ils se distinguent par leur finalité et par leur statut. Certains sont sans but lucratif tandis que d'autres cherchent à faire du profit. On a des entreprises publiques, des associations, des entreprises privées dont des sociétés anonymes, des sociétés à responsabilité limitée, des entreprises individuelles. Dans le cadre de cette étude, un accent particulier sera mis sur les entreprises faisant du « business » autour du spectacle pour emprunter le terme anglais<sup>14</sup>.

Tableau 1 : Classification de quelques entreprises intervenant dans la filière spectacle vivant

<b>Entreprises publiques</b>			
<b>Dénomination</b>	<b>Activités</b>		<b>Localisation</b>
CENASA	Production audiovisuelle, location de matérielle, location de studio, location de salle, production et diffusion de spectacles		Ouagadougou
Commune de Ouagadougou	Gestion de salles et production de spectacles		Ouagadougou
Institut Français Georges Méliès	Gestion de salles, production et diffusion de spectacles		Ouagadougou
Institut Goethe	Diffusion de spectacles		Ouagadougou
Maison de la culture	Production et diffusion de spectacles		Bobo Dioulasso
<b>Associations</b>			
Association BENEBOOMA	Production et diffusion de spectacles		Koudougou
UMANE CULTURE	Production d'albums, production et diffusion de spectacles, formation		Ouagadougou
Espace culturel Gambidi	Production et diffusion de spectacles, location d'espace		Ouagadougou
Jazz à Ouaga	Production et diffusion de spectacles		Ouagadougou
ATB	Production et diffusion de spectacles, location d'espace		Ouagadougou
CITO	Production et diffusion de spectacles, location d'espace		Ouagadougou
Association Dèni Dèmè	Production et diffusion de spectacles		Bobo Dioulasso
APCAT	Production et diffusion de spectacles		Bobo Dioulasso
<b>Entreprises commerciales</b>			
<b>Dénomination</b>	<b>Statut / régime fiscal</b>	<b>Activités</b>	<b>Localisation</b>
Bizart Productions	SARL	Production et diffusion de spectacles	Ouagadougou
Youde Benito Productions	EI	Production et diffusion de spectacles	Ouagadougou
Bitel communication	SARL	Production et diffusion de spectacles	Ouagadougou
Seydoni Burkina	SA	Production d'albums, location de matériels de sonorisation, production et diffusion de spectacles	Ouagadougou
Artistes Productions	SARL	Production d'albums et de spectacles, distribution	Ouagadougou
MICOM	SARL	Production d'albums et de spectacles	Ouagadougou

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

### **1.2.1.2. Le cadre institutionnel de l'exercice de la profession**

Le ministère en charge de la culture est chargé de la coordination de la politique nationale en matière de culture. Conformément à son organigramme, il n'existe pas de direction qui s'occupe spécifiquement de l'entrepreneuriat de spectacles. Sur le plan statutaire, les entreprises de spectacles dépendent de bien d'autres départements ministériels notamment du ministère du commerce, de l'industrie et de l'artisanat et de celui en charge de l'administration territoriale. Cependant, plusieurs directions du ministère de tutelle des acteurs culturels interviennent dans le domaine du spectacle vivant. Il s'agit du Bureau burkinabè de droit d'auteur (BBDA), de la Direction générale des arts (DGA), du Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel (CENASA), de la maison de la culture, de la direction générale de la semaine nationale de la culture, de la Direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC), du Centre régional pour la promotion des arts vivants en Afrique (CRAV), des 13

<sup>14</sup> Business signifie en français affaires au sens économique.

directions régionales de la culture. Parmi ces structures, certaines ont des missions de conception et d'autres s'occupent de l'opérationnalisation des politiques.

### ***1.2.1.3. Le cadre juridique et réglementaire de l'exercice de la profession***

#### ***1.2.1.3.1. Le textes législatifs et réglementaires***

Plusieurs textes encadrent l'exercice de la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso. Certains sont d'envergure internationale et d'autres de portée nationale. Au plan international, le Burkina Faso a ratifié un certain nombre d'instruments juridiques internationaux. On peut citer la convention de Berne du 09 septembre 1886 pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, la convention de Rome du 26 octobre 1961 sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion, le traité de l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) du 20 décembre 1996 sur le droit d'auteur, le traité de l'OMPI du 20 décembre 1996 sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes, l'annexe VII de l'accord de Bangui révisé instituant l'organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI), la convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005. Au plan national, on peut retenir comme textes législatifs le Raabo n° AN IV 96 du 24 novembre 1986 portant réglementation de la publicité des actions culturelles, la loi n°32/99/ AN du 22 décembre 1999 portant protection de la propriété littéraire et artistique. Au nombre des textes réglementaires, il y a le décret n°77- 109/PRES/MCDIM/DGM/IS/DGI du 16 avril 1977 portant réglementation des salles de spectacles et autres établissements recevant le public, le décret n°2014- 643/PRES/PM/MCT du 29 juillet 2014 portant réglementation de l'organisation des spectacles vivant au Burkina Faso, l'arrêté n° 2014 -0121/MCT/SG/DAS du 24 septembre 2014 portant modalités de délivrance de la licence d'entrepreneur de spectacles vivants et de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession d'entrepreneur de spectacles vivants, l'arrêté n° 01 – 053 MAC/ SG / BBDA du 20 mars 2001 portant règlement de perception des droits, l'arrêté n° 01 – 054 MAC/ SG / BBDA du 20 mars 2001 portant règlement de répartition des droits, l'arrêté n°01-052 du 20 mars 2001 modifié par l'arrêté n°2003-142/MCAT/SG/BBDA du 20 mars 2003 portant tarification des droits d'exploitation publique des œuvres littéraires et artistiques protégées.

#### ***1.2.1.3.2. Le statut juridique et le régime fiscal de l'entrepreneur de spectacles burkinabè***

- **Le statut juridique**

Les finalités des entreprises de spectacles au Burkina Faso sont diverses. Par conséquent, plusieurs statuts juridiques existent en matière d'entrepreneuriat de spectacles dans le pays. On distingue des entreprises du secteur public, des associations et des entreprises commerciales. Les entreprises publiques sont créées par un acte administratif qui, généralement, peut être un décret. Les associations sont créées conformément à l'esprit de la loi n° 064-2015/ CNT portant liberté d'association du 20 octobre 2015. C'est une loi qui s'applique aux associations, aux organisations non gouvernementales et aux syndicats. Aux termes de l'article 12 de ladite loi, l'existence officielle de l'association est constatée par un récépissé de déclaration d'existence délivré par le ministère chargé des libertés publiques. Les entreprises publiques et les associations sont sans but lucratif. Les entreprises commerciales ont un but

lucratif. Elles se composent d'entreprises individuelles (EI), de sociétés à responsabilité limitée (SARL), de sociétés anonymes. Pour la création de ces catégories d'entreprise, des formalités sont à remplir auprès de la maison de l'entreprise du Burkina Faso à travers le centre de formalités des entreprises (CEFORE).

- **Le régime fiscal**

L'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso n'est pas soumis à un régime fiscal spécifique. Hamed dit Patindéba Patric Léga l'affirme en l'élargissant à tout le secteur de la culture lorsqu'il écrit : « *L'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso ne bénéficie d'aucun cadre juridique spécifique. Il est soumis au même cadre juridique que les entreprises de droit commun de l'OHADA.* »<sup>15</sup> Chaque type d'entreprise de spectacles est alors soumis au régime fiscal de sa catégorie. Les associations à but non lucratif accomplissent des missions de service public à l'instar des structures publiques. Pour ce faire, elles bénéficient de faveurs fiscales prenant « la forme d'exonérations d'impôts, de taxes et des droits de douanes » (...)<sup>16</sup>. Les entreprises commerciales sont soumises au régime fiscal classique que tout autre entrepreneur exerçant une activité commerciale. Chacune d'entre elles, en fonction de son statut est alors soumise au régime fiscal de sa catégorie. Cette catégorie d'entrepreneur est appelé à s'inscrire au registre du commerce. Elle ne bénéficie pas encore de traitement de faveur. Les entreprises de spectacles se retrouvent alors dans certaines mesures, être régies par des normes de portée générale tels que « l'acte uniforme sur le droit commercial général et les sociétés commerciales et les codes régissant le travail, la sécurité sociale, les impôts, l'enregistrement et le timbre, les investissements et la publicité. »<sup>17</sup> Voilà comment se présente le cadre de l'entrepreneur de spectacles burkinabè. Les arts de la scène concernent plusieurs disciplines artistiques dont la musique. Des raisons variées expliquent la pratique de la musique vivante.

## **I.2.2. Les motivations contextuelles de la pratique des spectacles musicaux**

Les objectifs poursuivis à travers la pratique des spectacles musicaux dépendent des contextes. La pratique des spectacles musicaux à l'origine a évolué avec l'avènement de la crise du disque qui a entraîné une redéfinition des objectifs au fil du temps.

### **I.2.2.1. Les spectacles musicaux à l'origine**

A l'origine, le spectacle était perçu comme l'occasion donnée à l'artiste de communier directement avec son public. C'était une façon pour lui de s'exprimer à travers l'interprétation de ses titres. Mais aussi, le spectacle était un cadre de promotion des œuvres de l'artiste. Il permet à ses fans de découvrir des titres non moins intéressants de celui-ci qu'ils ignorent. Le spectacle avait surtout pour vocation de contribuer à mieux faire connaître l'artiste et ses œuvres du public. Cela peut avoir comme retombée

---

<sup>15</sup> Léga, Hamed dit Patindéba Patric, Industrialisation et développement des entreprises culturelles dans un contexte d'économie informelle : le cas du Burkina Faso, Mémoire de Master, Alexandrie, Egypte, avril 2013, p.15

<sup>16</sup> Ministère de l'économie et des finances (Burkina Faso), Fascicule sur les exonérations accordées aux ONG et associations de développement, octobre 2013, 36 p.

<sup>17</sup> Ministère de la culture et du tourisme, Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives, novembre 2013, p.13

une meilleure vente des disques de l'artiste qui bénéficie dans certains cas d'un cachet. Bernard Miège, dans une étude réalisée pour l'UNESCO (1983), relève ceci : « les industries culturelles ont besoin des arts du spectacle, comme moyen de promotion, mais aussi comme lieux d'expérimentation et réserve de talents. »<sup>18</sup> En transposant cette affirmation au niveau de la musique, nous dirons que la promotion des biens reproductibles de cette filière peut être faite par le canal du spectacle vivant. Mais aussi, la prestation scénique de jeunes talents peut marquer le point de départ de l'engagement d'un producteur pour la production de leurs œuvres. Marc Ménard le dit si bien à travers les lignes suivantes : « Les tournées des artistes sont un élément essentiel de promotion de leurs disques. A l'inverse, pour les artistes en émergence ou de la relève, en particulier, une bonne performance sur scène est un facteur préalable indispensable pour intéresser un producteur de disques. »<sup>19</sup> Il arrive au staff de l'artiste d'organiser des spectacles à la sortie d'un nouvel album de celui-ci pour faire connaître le produit au public. Le revenu principal des acteurs ne reposait donc pas directement sur le spectacle. On peut dire que cette opinion est quelque peu partagée par Bernard Roux (1993). En effet, à travers quelques données de 1990 de la société des auteurs compositeurs et éditeurs de musique (SACEM), celui-ci prouve que le spectacle vivant n'était pas ce qui rapportait plus de revenus en termes de droits aux acteurs. Il reconnaît cependant savoir peu « de l'économie de la musique enregistrée à travers l'industrie du disque et la pratique de la radio ». <sup>20</sup> Cela ne l'empêche pas néanmoins de faire remarquer qu'en 1990, le spectacle vivant ne constituait pas une part importante des droits perçus par ladite société. Il présente les taux des droits perçus en cette année comme suit : 8,75% pour la musique vivante, 16,57% pour les disques cassettes vidéo et 24,5% au titre de la diffusion publique de la musique enregistrée.<sup>21</sup>

Ces propos doivent toutefois être nuancés car certaines réalités nous amènent à soutenir que le spectacle vivant a été un moment donné le poumon de l'économie de la musique dans certains espaces géographiques. En réalité, avant que les unités de pressage des supports ne soient plus accessibles dans ces localités, les acteurs du domaine de la musique ne s'appuyaient que sur le spectacle pour exister. Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret (2004) expliquent la disparition de beaucoup de formations musicales au Burkina Faso par les mesures prises sous la révolution de 1983 – 1987 qu'a connu le pays. Selon eux, non seulement le long couvre-feu instauré ne permettait pas aux orchestres de l'époque de se produire, mais aussi, est intervenue une baisse du droit d'entrée « à tout bal », soit 300 F CFA, « un prix révolutionnaire »<sup>22</sup>. Leur propos nous fait penser que la survie de ces orchestres dépendait à cette époque des spectacles.

---

<sup>18</sup>Miège, Bernard, *Problèmes posés à la création artistique et intellectuelle par le développement des industries culturelles nationales et internationales*, UNESCO, Paris, 1983, PDF, p. 53

<sup>19</sup> Ménard, Marc, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Collection Culture et économie, Société de développement des industries culturelles, Montréal, 2004, p.118

<sup>20</sup> Roux, Bernard, *L'économie contemporaine du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1993, p.34

<sup>21</sup> *L'économie contemporaine du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1993, op.cit., p. 34

<sup>22</sup> Kaboré, Oger et Kaboret, Auguste Ferdinand, *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, p.91



Aussi, le véritable talent d'un artiste musicien se sait à partir de sa production sur scène. Loin des arrangements et autres artifices qui pourraient embellir son œuvre au studio, la scène est l'occasion pour tout artiste de convaincre, de confirmer son talent. C'est surtout les scènes live qui permettent de prouver leur grandeur. Ainsi, tout artiste souhaitant embrasser une véritable carrière, une carrière internationale, se doit de privilégier le spectacle. Pour Bernard Roux (1993), dans la musique classique, « l'artiste-interprète débute obligatoirement par le spectacle vivant, mais le disque, s'il lui est nécessaire pour créer de nouveaux réseaux relationnels, n'est pas suffisant pour une carrière internationale. »<sup>23</sup> Distinguant la musique classique de la musique de variétés, le même auteur affirme que : « (...) *la musique classique ou encore « grande musique », ne peut exister qu'à partir du spectacle vivant, le disque ne faisant que reprendre et amplifier les innovations.* »<sup>24</sup> Si l'importance du spectacle vivant est révélée, il faut reconnaître cependant que la vente des supports est restée pendant longtemps au cœur de l'économie de la musique. Mais cette situation a évolué aujourd'hui.

### **1.2.2.2. La crise du disque et le développement des spectacles musicaux**

Avec l'avènement de la crise du disque, l'objectif de promotion des œuvres de l'artiste à travers le spectacle n'a pas disparu. Il continue toujours d'exister. Toutefois, au lieu d'avoir comme principal objectif la promotion des œuvres, le spectacle est aujourd'hui l'une des sources importantes de revenu des acteurs. Pour Xavier Greffe, il y a « une inversion du processus » des formes d'exploitation de l'œuvre musicale à l'ère du numérique. Selon lui, «...*la première forme de contact entre la musique et ses auditeurs est devenue la forme enregistrée notamment sur Internet où les mécanismes de copiage rendent de tels accès aussi rapides que peu coûteux, voire gratuits. C'est ensuite à travers l'organisation de concerts successifs que l'offre de musique peut être privatisée et valorisée.* »<sup>25</sup> En effet, un certain nombre d'exemplaires de supports devenant de plus en plus difficile à vendre, les acteurs pour entrer dans leurs fonds multiplient les sources de revenu. C'est ainsi que le spectacle vivant est aujourd'hui considéré beaucoup plus au titre des recettes qui y sont liées qu'au titre de sa fonction de promotion de la version enregistrée de la musique. Philippe Chantepie et Alain Le Diberder (2005)<sup>26</sup>, dans leur ouvrage intitulé *Révolution numérique et industries culturelles* (2005) relèvent que « (...) *l'industrie des phonogrammes craint, avec le numérique, de revenir à un mode d'exploitation dans lequel le commerce de supports physiques serait secondaire.* »<sup>27</sup> Plus loin, ils écrivent ceci : « *La musique enregistrée cesse donc d'être une activité économique vraiment autonome et devient un élément parmi d'autres de quelques groupes de communication (Sony, Bertelsmann, Universal, Warner)* »<sup>28</sup>. La dématérialisation des supports physiques n'a pas permis de maintenir l'équilibre de l'économie de la musique enregistrée. En effet, avec cette pratique, la musique est certes beaucoup consommée mais sans que les acteurs ne reçoivent en retour une rémunération importante due à cette

<sup>23</sup> *L'économie contemporaine du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1993, op.cit., p.57

<sup>24</sup> Idem, op.cit., P.56

<sup>25</sup> Greffe, Xavier, Introduction : *l'économie de la culture est-elle particulière ?* Dalloz, revue d'économie politique, n° janvier-février 2010, p. 21

<sup>26</sup> *Révolution numérique et industries culturelles*, collection repère, La Découverte, Paris, 2005, Op.cit. p. 21 & P. 24

<sup>27</sup> Idem, Op.cit. p.21

<sup>28</sup> Idem, P. 24

consommation. A ce sujet, voici la version de Marc Ménard : « *Il y a toutefois une grande marge entre la consommation gratuite de musique en ligne et la transformation de cette consommation en activité marchande lucrative pour les producteurs et marchands ainsi que, en bout de ligne, pour les artistes et auteurs.* »<sup>29</sup> Les acteurs sont alors dans l'obligation de développer d'autres modèles économiques. Le spectacle vivant sur lequel beaucoup d'entre eux maximisent aujourd'hui, génère une part importante de leurs revenus. L'Institut de recherche et d'innovation (IRI) dans son rapport du premier semestre 2015 évoque les bouleversements entraînés par la révolution numérique dans le monde de la musique. Dans ledit rapport, il ressort que « l'effondrement des ventes de musique enregistrée a notamment eu pour corollaire la montée en puissance du spectacle vivant. »<sup>30</sup> C'est une affirmation qui a été appuyée par ces données de « eMarketer ». Ce bureau d'études estime qu'en prenant en compte « toutes les sources de revenus liés à l'organisation des concerts, le chiffre d'affaires de gros du secteur a connu une croissance de 41,5 % entre 2006 et 2011 au niveau mondial, pour passer de 16,6 milliards de dollars à 23,5 milliards de dollars ».<sup>31</sup>

### **1.2.3. Le numérique et les spectacles musicaux**

Pour définir le lien existant entre le numérique et les spectacles musicaux, nous porterons d'abord un regard sur les différents usages du numérique au profit des spectacles musicaux avant de parler des enjeux de cette technologie pour la filière.

#### **1.2.3.1. Le numérique au service des spectacles musicaux**

L'intervention du numérique en amont et en aval dans la tenue des spectacles musicaux est un fait. La préparation d'un spectacle de musique implique un travail de conception dont la matérialisation se fait à l'aide d'outils numériques. Un spectacle de musique est en réalité un projet. Sa formulation et sa mise en œuvre peuvent nécessiter l'usage du numérique. En effet, en plus des documents qui peuvent être rédigés à l'aide de l'ordinateur de nos jours, les visuels servant à faire la publicité du spectacle sont de plus en plus réalisés avec du matériel numérique. En outre, si la publicité autour du spectacle peut être faite avec les visuels fixés sur supports physiques, le numérique offre la possibilité d'aller au-delà de cette forme traditionnelle de communication. Pour la version numérique des supports de communication qui pourraient être des affiches, des spots ou des bulletins d'information, d'autres canaux de diffusion sont disponibles. Le web avec les réseaux sociaux numériques permet de communiquer en amont et en aval autour d'un spectacle de musique. Si les caméras sont les appareils adaptés pour la captation des images, les smartphones et iPhones sont de plus en plus utilisés de nos jours pour capter et diffuser des images de spectacles. La qualité de certaines des images peut poser problème certes, mais la contribution des utilisateurs de ces appareils à la promotion d'un spectacle en aval est indéniable. Le syndicat national des producteurs, diffuseurs, festivals et salles de spectacle musical et de variété

---

<sup>29</sup> Éléments pour une économie des industries culturelles, Collection Culture et économie, Société de développement des industries culturelles, Montréal, 2004, op.cit., p.118

<sup>30</sup> Institut de recherche et d'innovation (IRI), rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF.

<sup>31</sup> Idem

(PRODISS) parlant de l'usage fait des smartphones par les spectateurs dans les salles, estime que « 75% des utilisateurs de ces appareils prennent des photos ou filment pendant un concert, 34% publient des photos sur les réseaux sociaux, et 33% recherchent des informations en temps réel sur l'événement. »<sup>32</sup>

De plus, dans la commercialisation du spectacle, intervient également le numérique puisque la vente des billets d'entrée se fait de nos jours électroniquement. A la tenue du spectacle, artistes et techniciens ont parfois à leur disposition du matériel numérique. Il est composé entre autres de l'ordinateur, de régies son, des consoles pour lumière, de tables de mixage, des amplificateurs, des micros, des synthétiseurs, des écrans LED pour le décor virtuel, des platines numériques. Enfin, grâce au numérique, l'on peut amener un artiste disparu à réapparaître de façon virtuelle sur scène au grand bonheur de ses fans. Le « moonwalk », « la vidéo de la prestation posthume de Michael Jackson, revenu d'outre-tombe interpréter la chanson Slave To The Rhythm sur scène à l'occasion de la cérémonie des Grammy Awards de 2014 aux États-Unis »<sup>33</sup>, en un exemple.

### ***1.2.3.2. Les enjeux du numérique pour les spectacles musicaux***

Les mutations induites par le numérique se manifestent concrètement par la dématérialisation des supports, la désintermédiation dans la chaîne de valeur, la délinéarisation dans la diffusion en ce qui concerne la filière cinéma, la déterritorialisation des contenus et le décloisonnement entre les filières<sup>34</sup>. En dehors de la délinéarisation, toutes les autres transformations touchent la filière musique. Pour les spectacles musicaux, les enjeux du numérique peuvent être d'ordre économique, culturel et social.

Sur le plan économique, le numérique permet de diversifier les entrées de recettes des spectacles. En effet, grâce au numérique, un concert qui se tient à un endroit donné peut être retransmis dans plusieurs autres endroits permettant ainsi aux organisateurs de l'événement de faire le plus de profit. En plus des droits d'entrée que payent les spectateurs, le spectacle peut être enregistré et commercialisé. Il peut être diffusé sur des médias notamment sur des chaînes de télévision mais surtout sur Internet. Pour Marc Ménard, « le spectacle peut également être l'objet d'une captation filmée pour diffusion télévisuelle ou ventes sur DVD, ce qui constitue pour le producteur un produit dit dérivé. »<sup>35</sup> Cela constitue une entrée supplémentaire de devises mais aussi contribue à mieux faire connaître l'artiste. Selon le PRODISS, « les contenus issus du spectacle vivant représentent 22% des vidéos musicales sur Youtube (équivalent à 79 millions de vidéos)... »<sup>36</sup>. Cette pratique a des retombées financières pour l'artiste et son équipe puisqu'ils peuvent en être rémunérés directement. Aussi, l'artiste peut bénéficier

---

<sup>32</sup> <http://www.irma.asso.fr/>, Prodiss / Midem : le numérique, un levier de croissance pour le spectacle, publié le 07 février 2014 et consulté le 19 décembre 2016.

<sup>33</sup> Rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF, op.cit.

<sup>34</sup> Sandra Coulibaly Leroy, Mutation et actualités des industries culturelles, cours master II, Université Senghor, Alexandrie, décembre 2016.

<sup>35</sup> Éléments pour une économie des industries culturelles, Collection Culture et économie, Société de développement des industries culturelles, Montréal, 2004, op.cit. p.124

<sup>36</sup> Prodiss / Midem : le numérique, un levier de croissance pour le spectacle, op.cit., publié le 07 février 2014 et consulté le 19 décembre 2016.

de redevances dues à cette diffusion. Par ailleurs, cela peut contribuer à accroître sa notoriété. En réalité, ce canal est un puissant outil de promotion d'un artiste du fait qu'il permet de toucher en un temps record un grand public de par le monde. En outre, l'apparition virtuelle sur scène d'artistes célèbres rendue possible grâce au numérique peut être d'une grande rentabilité financière. Le quotidien anglais *The Guardian* estime qu'une tournée mondiale de l'hologramme de Michael Jackson dont la mise au point a nécessité plus de huit mois de travail et a coûté plusieurs millions de dollars, pourrait rapporter jusqu'à un demi-milliard de dollars<sup>37</sup>.

Sur le plan culturel, le numérique favorise le développement du spectacle vivant et permet de mieux valoriser l'artiste musicien. En effet, la musique enregistrée étant moins rentable de nos jours, le spectacle vivant est en train de prendre le dessus. C'est une occasion pour les vrais talents de s'exprimer. La diffusion des spectacles musicaux à travers les canaux numériques contribue à faire rayonner d'avantage la musique. Cependant, grâce au numérique, l'œuvre musicale est beaucoup plus facile à produire. C'est pourquoi on assiste aujourd'hui à une sortie massive d'albums. Malheureusement, nombreux sont les artistes qui ne sont pas à mesure de se produire en live. Cela explique parfois les prestations en *play back*<sup>38</sup> de certains d'entre eux. C'est une pratique qui tue l'art et porte un coup dur au métier de musicien.

Sur le plan social, le numérique entraîne d'autres modes de consommation des spectacles musicaux. Il a mieux étendu leur accès car permettant de rendre accessibles les spectacles d'artistes recherchés dont le calendrier ne permet pas de se rendre partout. On peut retransmettre un même spectacle dans divers endroits du monde en même temps. Mais certains usages du numérique pour des spectacles donnés, peuvent être contraires à la morale. Par exemple, des travers peuvent à la longue arriver dans « la résurrection holographique de stars défuntes »<sup>39</sup> allant jusqu'à porter atteinte aux droits moraux des artistes concernés. C'est une inquiétude qu'émet le PRODISS dans son rapport du 1<sup>er</sup> semestre 2015.<sup>40</sup> Les contextes de la pratique des spectacles musicaux ne sont pas toujours les mêmes. Ayant été un moyen de promotion des disques à un moment donné, le spectacle constitue maintenant une des principales réponses à la crise du disque provoquée par la piraterie des œuvres musicales qui aujourd'hui, est accélérée par l'avènement du numérique. Cette évolution technologique qui peut bien servir la cause des spectacles musicaux a plusieurs retombées concernant ce domaine. Le lien entre numérique et spectacles musicaux est donc bien réel. Intéressons-nous à présent au cas particulier du Burkina Faso pour savoir ce que représente réellement le spectacle pour les acteurs burkinabè de la filière musique. Pour ce faire la présentation des objectifs poursuivis à travers cette étude, de nos hypothèses et de la démarche suivie s'impose.

---

<sup>37</sup> Rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF, op.cit.

<sup>38</sup> <sup>38</sup> Le play back nécessite la présence de l'artiste sur scène qui ne fait que de la simulation au rythme d'un ou de plusieurs de ses titres préalablement enregistrés et arrangés dans un studio.

<sup>39</sup> Rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF, op.cit.

<sup>40</sup> Idem

## **I.2.4. Les objectifs de l'étude et les hypothèses de recherche**

### **I.2.4.1. Les objectifs de l'étude**

#### ✓ *Objectif général*

Contribuer à la définition du lien existant entre entrepreneuriat de spectacles et développement de l'industrie musicale à l'ère de la révolution numérique.

#### ✓ *Objectifs spécifiques*

- déterminer la place qu'occupe le numérique dans l'organisation et la tenue des spectacles musicaux organisés au Burkina Faso ;
- montrer la part contributive de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale au Burkina Faso ;
- identifier les contraintes qui entravent le développement de la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ;
- proposer une stratégie de développement de la profession d'entrepreneur de spectacles en vue d'une meilleure contribution du métier au rayonnement de la filière musique au Burkina Faso.

### **I.2.4.2. Les hypothèses de recherche**

#### ✓ *Hypothèse principale*

L'amélioration des conditions de travail et d'existence de l'entrepreneur de spectacles burkinabè du domaine de la musique lui permettrait d'œuvrer efficacement au développement de l'économie de la musique et de se positionner comme le premier des acteurs dont le sort de cette industrie dépendrait de nos jours au Burkina Faso.

#### ✓ *Hypothèses secondaires*

- l'inaccessibilité des produits numériques et le manque de formation à leur usage sont à l'origine de la faible utilisation du numérique dans l'organisation et la tenue des spectacles musicaux au Burkina Faso.
- Le spectacle vivant constitue l'une des principales solutions contre la crise du disque au Burkina Faso.
- Les difficultés matérielles, financières, organisationnelles et le faible niveau de formation limitent la contribution de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale.

## **Chapitre II : La méthodologie de la recherche et les résultats obtenus**

Notre étude est un travail scientifique qui obéit à un certain nombre de règles. Elle a été alors menée suivant un cheminement précis. Ce chapitre porte sur la démarche que nous avons entreprise pour mener la recherche suivie de la présentation des conclusions auxquelles nous sommes parvenus.

### ***II.1. La méthodologie de la recherche***

Afin de mieux cerner notre sujet, nous avons jugé nécessaire d'adopter une méthode de travail basée essentiellement sur la revue documentaire, l'observation directe, les entretiens, la manière dont les données collectées ont été traitées et l'expérience acquise à l'issue des stages que nous avons effectués dans le cadre de cette formation.

#### **II.1.1. La revue documentaire**

La quête de document de portée générale et ceux portant directement sur notre thème nous a conduit dans divers centres de documentations. Ainsi, nous avons parcouru des bibliothèques, des centres de lecture et nous nous sommes rendus auprès de certaines personnes ressources afin de disposer de tout document nous intéressant. Mais l'essentiel de la version physique des documents auxquels nous avons eu accès, provient de la bibliothèque de l'université Senghor d'Alexandrie. Alors nous avons pu consulter des livres, des mémoires, des articles, des rapports, des textes législatifs et réglementaires. En plus des documents physiques, nous avons consulté la version électronique de documents sur Internet. Cette revue documentaire nous a mieux guidés dans notre réflexion.

#### **II.1.2. L'observation directe**

L'observation directe s'est faite en deux étapes. La première concerne notre vécu quotidien. En effet, dans notre vie de tous les jours, nous avons eu l'occasion d'assister à des spectacles et à l'organisation de spectacles. Cela nous a permis de nous faire une idée en tant que profane de ce qui se passe dans ce milieu. La seconde étape est ce que nous avons eu à faire en tant que technicien du domaine de la culture. En fait, dans notre parcours professionnel, nous avons servi en tant qu'agent de l'Etat de septembre 2008 à octobre 2012, soit quatre années durant au Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel (CENASA), une structure relevant du ministère en charge de la culture du Burkina Faso dont l'une des activités est l'organisation de spectacles. Le centre gère une salle polyvalente de 625 places assises, produit et coproduit des spectacles. Le séjour en son sein nous a donné l'occasion de programmer et de participer à l'organisation de spectacles. Toute chose qui nous a permis de connaître bien de réalités de l'entrepreneur de spectacles.

#### **II.1.3. Les entretiens : outil utilisé et échantillonnage**

Pour un travail de recherches, il était opportun de recueillir les avis d'acteurs concernés par le sujet. D'où le choix d'artistes, d'opérateurs et d'administrateurs culturels. Ainsi, nous avons opté pour des entretiens avec ceux-ci qui ont été réalisés à l'aide de guides que nous avons élaborés à cet effet. Cette option se justifie d'une part par la modicité de nos ressources financières et la brièveté du temps dont nous disposions pour l'enquête. En effet, c'est la période de notre stage et des vacances que nous

avons mise à profit pour réaliser les entretiens. Nous avons passé deux mois à Marseille pour le stage et deux mois au Burkina Faso pour les vacances et une partie du stage. D'autre part, ce choix a été dicté par notre volonté de mener une étude plutôt qualitative que quantitative à partir d'un échantillon réduit. Ainsi, en ce qui concerne les administrateurs culturels, nous avons choisi de travailler en premier lieu, avec les premiers responsables de structures ayant un lien avec le spectacle vivant. Nous justifions cela par le fait qu'au regard de leur position, ceux-ci sont censés avoir une large vue de leur domaine de compétence. Les opérateurs culturels ont été retenus sur la base de la taille de leur entreprise, de la régularité des activités et de la renommée dont ils jouissent dans le milieu. Quant aux artistes, ils ont été retenus sur la base de leur notoriété et de leur capacité à apporter des réponses à nos questions. Pour une prévision de 5 personnes par catégorie d'acteur, nous avons pu finalement nous entretenir avec 5 administrateurs, 1 opérateur culturel n'intervenant pas dans l'organisation de spectacles, 3 artistes et 7 entrepreneurs de spectacles.

#### **II.1.4. Le traitement des données collectées**

En partant auprès des personnes ressources, notre but était de disposer de données chiffrées et d'avoir leurs opinions sur un certain nombre de questions autour desquelles nous avons émis au préalable des hypothèses. Nous avons utilisé les avis et données que nous avons recueillis soit pour confronter des positions, soit pour illustrer des affirmations. Le traitement des données a été fait en grande partie manuellement. Nous avons pris des notes et avons fait des enregistrements au cours des entretiens qui ont été par la suite transcrits. Toutefois, pour la réalisation de certaines de nos figures, nous avons eu recours au logiciel Microsoft Excel.

#### **II.1.5. Le stage de mise en situation professionnelle**

Le stage est une des exigences de la formation à l'université Senghor. Son but est de permettre à l'étudiant non seulement de mettre en pratique ses connaissances théoriques mais aussi, d'être utile pour le traitement de son sujet de mémoire et pour la formulation du projet professionnel de celui-ci. En ce qui nous concerne, nous avons effectué une grande partie de notre stage au sein de l'association Aide aux musiques innovatrices (AMI) suivi d'un stage complémentaire au Bureau burkinabè du droit d'auteur (BBDA). Ils se sont déroulés respectivement du 17 mai au 13 juillet 2016 et du 25 juillet au 08 août de la même année. Nous ne parlerons que du stage à l'AMI car l'objet principal du stage au BBDA était de nous permettre de disposer de données.

L'Association Aide aux musiques innovatrices (AMI) fondée en 1985 par Ferdinand Richard a son siège à la Friche de la Belle de Mai à Marseille en France. Elle a pour objectif principal la défense de la diversité et des droits artistiques, culturels, citoyens et économiques des territoires. Elle a un conseil d'administration comme organe de décision et une instance dirigeante composée, d'une direction, d'un pôle administration, d'un pôle production, d'un pôle communication et d'un pôle entrepreneurs culturels.

Durant le stage, nous avons côtoyé le personnel de l'AMI et avons pris connaissance de ses pratiques. Nous avons participé à la réalisation d'une partie des activités préparatoires du festival mouvement international des musiques innovatrices (MIMI), un festival que l'association organise chaque année

depuis 1985 et avons été sur le terrain à la tenue du festival. Outre les tâches réalisées, nous avons pu rencontrer, avec l'aide de notre directrice de stage, des acteurs du monde de la culture avec qui nous avons eu des échanges autour de notre thème de mémoire de fin d'études et de notre projet professionnel. Il s'agit de monsieur le Directeur de l'AMI, du coordinateur de la plateforme Dynamo, des entrepreneurs en couveuse à Dynamo, de l'administratrice du Bureau export de la musique africaine (BEMA) qui est par ailleurs la directrice de Cola Productions, structure organisatrice du festival « Africa Fête ». La participation à la mise en œuvre des activités du festival qui est directement en rapport avec notre thème et les échanges avec les acteurs, ont été très enrichissants pour nous.

Une des pratiques de l'association qui a retenu notre attention est l'axe « Entrepreneurs » qui s'occupe de la plateforme dynamo. L'AMI ayant réalisé l'importance de la formation pour l'autonomisation des entreprises culturelles et le développement de l'économie de la culture, a mis en place cet outil au profit des entrepreneurs du domaine. Elle vise à développer l'entrepreneuriat culturel à travers le renforcement des capacités des entrepreneurs de la Région Provence –Alpes- Côte d'Azur (PACA)), la région qui abrite son siège social. Existant depuis 2008, ce dispositif regroupe la couveuse d'entreprises et d'activités CADO pour l'encadrement des jeunes entrepreneurs culturels, Funduk ou l'hôtel de compagnies artistiques, Kourou qui consistent en des voyages de prospection économique et de rencontres professionnelles et les Grandes Chaises qui consistent en l'accueil permanent ou temporaire de structures spécialisées dans l'économie de la culture. La couveuse a produit déjà ses premiers résultats. Cela a valu, en France, sa labellisation par l'Union des Couveuses en 2013. Une telle pratique au Burkina Faso, pourrait contribuer au développement de l'entrepreneuriat culturel.

#### **II.1.6. Le terrain d'enquête et les difficultés rencontrées**

Le terrain de notre d'étude, c'est l'ensemble du territoire burkinabè. Cependant, nos enquêtes ont été menées à Ouagadougou, la capitale du pays. D'un côté, cela s'explique comme nous l'avons déjà relevé par le fait que nous disposions de peu de ressources financières et de peu de temps. De l'autre côté, la majorité des artistes, des entreprises et leurs promoteurs sont à Ouagadougou. Les entreprises et acteurs des autres localités du pays vivent pratiquement les mêmes réalités que ceux de Ouagadougou. En plus du manque de moyens et de temps, l'insuffisance d'écrits sur le sujet traitant du cas particulier du Burkina Faso, l'indisponibilité ainsi que le non- respect des rendez-vous par les acteurs, la réticence de certains d'entre eux à nous communiquer certaines informations notamment les chiffres, ne nous ont pas facilité la tâche. Néanmoins, notre détermination à relever le défi ne nous a pas laissé céder au découragement. Nous sommes conscients de la petite taille de la population étudiée mais nous avons surtout voulu mettre l'accent sur la qualité de celle-ci. C'est de cette façon que nous pouvons décliner l'approche que nous avons eue pour aboutir aux constats et conclusions qui suivent.



## **II.2. Du niveau d'importance de l'entrepreneur de spectacles burkinabè pour l'industrie musicale à l'ère du numérique**

Si on peut admettre que l'entrepreneur de spectacles est au service de l'industrie de la musique au Burkina Faso, son poids dans le développement de la filière dans ce pays reste néanmoins à être précisé. Cette partie est une réponse aux interrogations à ce sujet. Les attributions classiques de l'entrepreneur de par le monde sont connues. Cependant, dans la pratique, les réalités sont différentes d'un pays à l'autre et d'un entrepreneur à un autre. L'entrepreneur de spectacles burkinabè a ses particularités en termes de pratiques. Cela n'est pas sans conséquence sur son apport à l'économie de la musique dans le pays.

### **II.2.1. Les pratiques de l'entrepreneur de spectacles du domaine de la musique au Burkina Faso**

Par pratiques de l'entrepreneur de spectacles, nous entendons le rôle joué par celui-ci dans la réalité d'une part et d'autre part, les outils matériels et techniques qu'il utilise dans le cadre de ses activités. Mais aussi, nous nous intéressons à la typologie des spectacles organisés dans le pays.

#### **II.2.1.1. La typologie des spectacles organisés au Burkina Faso**

On peut classer les spectacles de musique en fonction de leur finalité et du contexte de leur existence. Conformément à ces critères, nous distinguons d'abord les spectacles payants de ceux non payants. En effet, un droit d'entrée dont le montant varie en fonction des spectacles est exigé pour la plupart des concerts. Cependant, biens d'autres concerts, auxquels le public peut assister sans contrepartie financière, sont tenus.

Ensuite, certains des spectacles se tiennent dans le seul but de mettre en exergue la filière musique tandis que d'autres interviennent à la faveur de manifestations données. Les concerts et festivals de musique correspondent au premier cas tandis que les spectacles de musique qui ont lieu dans le cadre de festivals d'autres domaines différents de la musique, les animations musicales à l'occasion de cérémonies diverses tels que les dîners de Gala, les séminaires, les mariages, les baptêmes, les spectacles musicaux qui naissent à la faveur de grands rendez-vous culturels ou des événements relevant d'autres domaines d'envergure nationale ou internationale, relèvent du second cas. Enfin, dans le pays, on assiste à des spectacles de musique *live*<sup>41</sup> et à des *play back*.

#### **II.2.1.2. L'entrepreneur de spectacles burkinabè comme producteur, diffuseur conseiller et prescripteur**

Le rôle traditionnel de l'entrepreneur de spectacles est soit la production, soit la diffusion ou la location d'espaces de diffusion. Ces pratiques existent effectivement au Burkina Faso. Au nombre des entrepreneurs dont nous avons parlé plus haut, certains s'occupent soit d'un des aspects, soit de deux aspects ou de tout à la fois. On rencontre alors dans le pays des entrepreneurs qui s'occupent soit uniquement de la diffusion, soit de la production, soit de la gestion d'une salle de spectacles. Mais aussi, il existe des entrepreneurs qui cumulent tout cela. Ainsi, certains entrepreneurs de spectacles

---

<sup>41</sup> Le live renvoie au spectacle de musique au cours duquel on assiste à une exécution directe de la musique par un artiste ou un groupe d'artistes. Dans ce cas, artiste chanteur et musiciens interprètent ou jouent réellement devant un public.

burkinabè financent ou fournissent les moyens nécessaires au montage d'un spectacle. D'autres se chargent de le rendre accessible au public dans des espaces dont les gestionnaires ne sont rien d'autre que des entrepreneurs. Au-delà de ces pratiques classiques, l'entrepreneur de spectacle burkinabè joue aussi le rôle de conseil et fait de la prescription. En effet, beaucoup d'entrepreneurs de spectacles en raison de leur connaissance de l'art et du milieu artistique et des produits, savent porter un regard critique sur les œuvres. C'est pourquoi, les artistes ou leurs administrateurs n'hésitent pas à se tourner vers eux pour avoir leur avis sur soit leurs œuvres ou sur la carrière de façon générale. De plus, l'entrepreneur de spectacles burkinabè recommande souvent des œuvres ou des artistes à des programmeurs. Il se retrouve alors comme prescripteur. En outre, il est capable de susciter la diffusion dans des médias sur une période donnée des œuvres d'artistes qu'il a programmés ou qu'il souhaite programmer. C'est une opinion émise par Boukary Ouédraogo, ex Directeur de la promotion des industries culturelles et créatives au ministère en charge de la culture du Burkina Faso<sup>42</sup>. Certains entrepreneurs de spectacles burkinabè sont dans la production aussi bien de spectacles que d'albums.

### ***II.2.1.3. Le numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso***

A priori, on peut affirmer que le numérique intervient dans l'organisation et la tenue de la plupart des spectacles musicaux au Burkina Faso. Il intervient aussi bien dans les spectacles de petite taille que ceux de grande envergure. En effet, dans beaucoup de spectacles musicaux, sont utilisés des moyens techniques numériques. Cela va de l'ordinateur utilisé aujourd'hui comme lecteur, aux consoles dont les tables de mixage, de son et lumière numériques qui remplacent de plus en plus les consoles analogiques en passant par les clés USB et les micros. Pour Prosper Traoré, directeur général de Seydoni Burkina, *le numérique est beaucoup utilisé surtout au cours des concerts en play back au Burkina Faso*<sup>43</sup>. Aussi, dans la communication autour du spectacle musical, intervient le numérique. En effet, une partie de la publicité autour des spectacles se fait à travers des spots et affiches qui sont conçus à l'aide d'appareils numériques et fixés parfois sur des supports matériels et immatériels numériques. Par ailleurs, des canaux de diffusion numériques tels que Internet, les réseaux sociaux numériques sont aussi exploités par les organisateurs de spectacles burkinabè.

Il faut relever néanmoins que l'usage du numérique se fait à des degrés différents par les organisateurs de spectacles du pays. Les outils utilisés varient en fonction de la taille du spectacle et des moyens de l'organisateur. Dans les spectacles de grandes envergures pour lesquels les organisateurs déploient de gros moyens à la recherche du luxe et de confort à offrir à leurs spectateurs, les moyens techniques en général et les outils numériques en particulier utilisés, sont sophistiqués. Selon Salfo Soré alias Jah Press, directeur général de BIZART Productions et par ailleurs commissaire général des KUNDE, « *à la nuit des KUNDE*<sup>44</sup>, ce sont des écrans Led 3D qui sont utilisés pour le décor à la place du décor

---

<sup>42</sup> Entretien réalisé avec Ouédraogo Boukary le 07 septembre 2016 à Ouagadougou

<sup>43</sup> Entretien réalisé avec Traoré Prosper le 09 septembre 2016 à Ouagadougou.

<sup>44</sup> La nuit des KUNDE est une cérémonie de récompense des acteurs de la musique au Burkina Faso organisée par BIZART productions. La première édition date de 2001. Elle se tient à Ouagadougou le dernier vendredi du mois d'avril de chaque année.

*physique classique* »<sup>45</sup>. Mais il note que les organisateurs de spectacles utilisant de tels outils sont encore peu nombreux dans le pays<sup>46</sup>. Le numérique intervient alors dans la scénographie de certains spectacles qui se tiennent au Burkina Faso.

Malgré l'avancée de la technologie, le matériel analogique domine encore au cours des spectacles musicaux live dans le pays. Cela est dû à plusieurs facteurs parmi lesquels le coût élevé des appareils numériques de bonne qualité, la non maîtrise de ces outils par les acteurs puisque nécessitant une formation adéquate, mais aussi la confiance et l'attachement aux appareils analogiques. Le partenariat sur le plan commercial avec certains pays asiatiques a rendu plus disponibles et accessibles les outils numériques aux populations. En effet, le Burkina Faso à l'instar de bien d'autres pays africains, importe de ces pays des produits dont le coût est adapté au pouvoir d'achat des populations. Cependant, ces produits à bon marché ne sont pas toujours de bonne qualité et sont parfois à l'origine de bien de désagréments comme l'affirme Vincent Koala<sup>47</sup>, directeur général de l'organisation de dynamisation des arts et des spectacles en Afrique (ODAS Africa). En ce qui concerne la promotion et la vente en ligne, le taux d'accès à Internet sur le territoire demeure encore faible malgré les efforts consentis ces dernières années par les compagnies de téléphonie mobile. Bil Aka Kora et Smockey sont parmi les quelques rares artistes dont les œuvres sont mieux vendues à travers ce canal selon Vincent Koala<sup>48</sup>. Se prononçant sur la question de l'accessibilité des outils numériques au Burkina Faso, l'artiste musicien Bil Aka Kora affirme « *Les outils du numérique sont de plus en plus utilisés, mais hélas, le débit internet nous limite dans certaines actions. Par exemple, mettre en ligne une vidéo ou faire du direct est très difficile.* »<sup>49</sup> Quant à la vente en ligne des tickets de spectacles, elle n'est pas jusque-là une réalité dans le pays.

---

<sup>45</sup> Entretien réalisé le 02 septembre 2016 avec Soré Salfo à Ouagadougou

<sup>46</sup> Idem.

<sup>47</sup> Entretien réalisé le 1<sup>er</sup> septembre 2016 avec Koala Vincent.

<sup>48</sup> Entretien du 1<sup>er</sup> septembre 2016 avec Koala Vincent

<sup>49</sup> Guide d'entretien envoyé à Bil Aka Kora, le 19 octobre 2016 et retourné par celui-ci le 20 octobre 2016

Tableau 2 : Niveau de connaissance du numérique et son usage par des entrepreneurs de spectacles et artistes burkinabè

Questions	Réponses							Observations
	I 1 Soré S.	I 2 Démé I.	I 3 Zongo S.	I 4 Belemtougri I.	I 5 Baiono T.	I 6 Traoré P.	I 7 Bil Aka Kora	
Connaissez-vous le numérique ?	Oui	Oui	Oui, nouvelles plateformes, informatique, différent de l'analogique	Oui	Oui, un peu. S'oppose à l'analogique	oui	Oui, c'est Internet, les sites de vidéos en ligne, les sites de vente d'œuvres numériques, les sites d'écoute,	Le numérique est à priori connu
Le numérique intervient-il dans les spectacles musicaux au Burkina Faso?	Oui, beaucoup	Oui	Oui, Clavier, synthétiseur, console,	Oui	Oui, ça commence à y entrer	Oui, dans les spectacles en play back	Oui, diffusion et monétisation de des vidéos de concerts sur YouTube	Intervention du numérique dans les spectacles
Le numérique est-il une opportunité ou une menace pour les spectacles musicaux ? Comment ?	Ça dépend. Devrait être un avantage si utilisé à bon escient. Sinon peut être un obstacle	Opportunité	Tout dépend de l'utilisation	Opportunité, il permet de résoudre beaucoup de difficultés vécues avant par les acteurs	Cela dépend. Bien utilisé, opportunité. Mal utilisé, non. Mais tue l'art. Demande peu d'effort de la part de l'artiste	Une alternative	Opportunité, car possibilité d'être vu depuis l'autre bout du monde, permet de mieux faire voyager son œuvre	Acceptation plus ou moins du numérique
Quel usage faites-vous du numérique dans le cadre de vos activités ? Quels outils numériques utilisez-vous au cours de vos spectacles musicaux?	Promotion sur YouTube, Internet, réseaux sociaux (watsapp), plateau virtuel, Ecran LED, décor virtuel	Ordinateur, micros sophistiqués	Pour l'instant pas équipé en matériel numérique pour les spectacles. Souhait : acquisition d'une table de mixage numérique	Promotion du spectacle sur les réseaux sociaux, archivage, captation d'images, instruments de musique numériques, dessin du plan de scène	Fond de scène, effets spéciaux, consoles de son et lumière	Ordinateur, clé USB, consoles numériques	promotion des œuvres à travers réseaux sociaux, vente d'œuvres par internet, site de vidéos en ligne, site de vente d'œuvres numérique, sites d'écoute, Facebook et YouTube	Relative connaissance et usage des outils numériques
Peut-on dire que le numérique est aujourd'hui indispensable à l'organisation et à la tenue des spectacles musicaux ?	Oui, obligatoirement	Place importante dans les spectacles musicaux	Non, pas forcément indispensable	Non	Oui, difficile de s'en passer	Pas indispensable. Spectacle possible sans le numérique	indispensable	Importance du numérique mais pas indispensable
Quel est l'état de l'utilisation du numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso ? Y est-il	Peu utilisé	Beaucoup utilisé	Quasi inexistant	Plus ou moins	Vraiment faible (quelques régies lumière disponibles)	Beaucoup utilisé. Le numérique a pris le pas sur l'analogique	De plus en plus utilisé mais de façon limitée pour le moment	Degré d'usage du numérique diversement apprécié.

beaucoup utilisé ?								
Les outils numériques sont-ils accessibles aux acteurs ?	Non (cherté, non maîtrise des outils)	Oui, disponibilité de produits chinois sur le marché à moindre coût mais de qualité douteuse	Tables numériques beaucoup plus chères, manque de compétences	Pas assez, ils sont chers	Non. malheureusement, pas d'accompagnement financier, acteurs limités, coût du matériel excessif	Oui, accessible mais la qualité pose problème	Oui, mais faiblesse du débit internet	Cherté des produits de bonne qualité, Accessibilité des produits de moindre qualité
Existe-t-il des politiques publiques visant à faciliter l'accès des acteurs aux outils numériques ?	Ne le sait pas	Inexistence de politique de son point de vue	Ne le sait pas	Ne le sait pas	Pas de politique publique	Ignore l'existence d'une telle politique	Non, pas à mon sens	Absence de politique dans ce sens
Si non, qu'est-ce qui pourrait être fait dans ce sens ?	Refus de se prononcer	Aucune proposition	Mécanismes de dédouanement avantageux	Aucune proposition	Ignore la bonne approche	Initiation par les pouvoirs publics de sessions de formation des acteurs	Aucune proposition	Prédominance de l'abstention

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

Le tableau n°2 ci-dessus contient les avis d'opérateurs et d'artistes burkinabè portant sur leur connaissance du numérique et de son usage dans le cadre des spectacles musicaux au Burkina Faso. Au nombre de sept, on remarque que dans leur ensemble, ceux-ci ont une relative connaissance du numérique au regard des éléments cités se rapportant à celui-ci. Beaucoup ne considèrent pas cette évolution technologique comme une menace mais plutôt comme une opportunité pour le spectacle musical. Tout dépend selon certains, de l'utilisation que l'on en fait. Par ailleurs, ils reconnaissent presque tous l'importance du numérique pour les spectacles mais ne le jugent pas unanimement indispensable pour l'organisation et la tenue d'un spectacle. Quant à l'état de l'usage du numérique par les acteurs burkinabè au profit des spectacles musicaux, les avis sont divergents. Pendant que certains de nos interviewés trouvent qu'il y est beaucoup utilisé, d'autres par contre relèvent tout le contraire et le jugent même quasi inexistant. En fait, les acteurs n'ont pas le même degré d'utilisation du numérique. Mais d'une manière générale, il leur est encore peu accessible à cause de son coût et de sa non maîtrise due au manque de formation. Il n'existe pas pour le moment de politique visant à faciliter son accès aux acteurs culturels. Ceux-ci y accèdent généralement dans les mêmes conditions que la grande majorité de la population burkinabè. La situation ainsi présentée confirme donc notre première hypothèse à savoir, l'inaccessibilité et le manque de formation à l'usage des produits numériques sont à l'origine de la faible utilisation du numérique pour l'organisation et la tenue des spectacles musicaux au Burkina Faso.

### **II.2.1.3. Les répercussions de l'usage du numérique dans le cadre des spectacles musicaux**

Envisageant traiter des effets du numérique, nous faisons allusion à la configuration du public des spectacles d'un côté et de l'autre côté, à comment le métier d'instrumentiste est affecté par cette révolution.

L'avènement du numérique n'a pas profondément modifié la configuration du public des spectacles musicaux. Certains des spectacles visent un ou des segments donnés. Ainsi, l'organisateur peut choisir de s'intéresser soit à une tranche d'âge, ou à une classe sociale. Mais pour des questions de profit, les spectacles payants s'adressent dans la majorité des cas, à tout public confondu. Les lieux de spectacles sont en général fréquentés par des populations dont l'âge est compris entre cinq et cinquante ans. Alors les personnes aimant le live par exemple, assistent toujours à des concerts live quel que soit le format du matériel utilisé. L'important pour eux, c'est son exécution. Par exemple, l'usage du numérique dans le cadre de la tenue des événements comme *les KUNDE* ou *les Nuits atypiques de Koudougou (NAK)*<sup>50</sup>, qui datent respectivement d'une quinzaine et d'une vingtaine d'années maintenant n'a pas pour autant fait baisser l'engouement du public pour ceux-ci. Bien au contraire, ces événements attirent d'année en année de nouveaux publics. Le numérique, nous l'avons évoqué plus haut, intervient dans les spectacles musicaux au Burkina Faso mais n'est pas pour le moment d'une grande ampleur dans ce domaine comme c'est le cas ailleurs pour plusieurs raisons. Néanmoins, celui-ci n'est pas sans conséquence sur le métier d'artiste musicien dans le pays.

Généralement, les artistes modernes ne sont programmés en spectacle que lorsqu'ils ont une œuvre enregistrée en studio se trouvant sur le marché discographique. Avec le numérique, la musique est de plus en plus programmée au lieu d'être exécutée en live. Dans un tel contexte, les artistes musiciens deviennent de moins en moins indispensables. De toutes les façons, les artistes qui enregistrent dans ces conditions, sont pour la plupart, incapables d'assurer une prestation live. C'est une des raisons qui expliquent la prédominance du play back pratiqué par les artistes burkinabè. Issoufou Saré l'évoque lorsqu'il affirme « *Si les concerts live sont assez rares, les play back et surtout les séances occasionnelles sont régulières pour les artistes jouissant d'une forte notoriété.* »<sup>51</sup> Ainsi, les musiciens se voient de moins en moins sollicités. S'intéressant au mode d'enregistrement des œuvres musicales des artistes burkinabè, Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret (2004), parlent de *deux tendances dont la première est le live, c'est-à-dire l'exécution directe de sa partition par chaque instrumentiste et la seconde le recours à l'électronique et à l'informatique. Cette dernière méthode qui est moins onéreuse selon eux, est prisée par les débutants et les amateurs.*<sup>52</sup> Aujourd'hui, en dehors de quelques artistes qui ont fait le choix de l'enregistrement et de la prestation live parmi lesquels Adama Drame, Abdoulaye Cissé qui sont d'une autre génération et Bil Aka Kora, Alif Naaba, Solo Dja Kabacco, la plupart des

---

<sup>50</sup> Les Nuits atypiques de Koudougou (NAK) est un festival de musique organisé par l'association Benebnooma. Le festival se tient dans la ville de Koudougou vers la fin de chaque année et dure une semaine. La première édition a eu lieu en décembre 1996.

<sup>51</sup> Saré, Issoufou, *Création et développement des entreprises de la filière musique au Burkina Faso : difficultés, enjeux et perspectives*, université Senghor d'Alexandrie, Egypte, avril 2011, p.19

<sup>52</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p.160 - 161

artistes burkinabè interviennent dans la programmation. L'avenir du métier d'instrumentiste est alors en question. Le numérique malgré son faible niveau de développement au Burkina Faso, est déjà à l'origine d'un certain nombre de mutations dans le domaine du spectacle vivant. Cette situation nous amène à nous interroger sur la place de la scène dans l'économie de l'industrie musicale et par ricochet celle de l'entrepreneur de spectacles dans le pays aujourd'hui.

## **II.2.2. L'entrepreneur de spectacles, un acteur clé pour l'économie de la musique à l'ère du numérique au Burkina Faso**

A travers cette section, nous cherchons à montrer la part contributive du spectacle vivant à l'économie de la musique au Burkina Faso de nos jours. Mais avant d'y arriver, il nous paraît nécessaire de faire d'abord un bref aperçu de la vente des contenus sur supports.

### **II.2.2.1. Le commerce des biens reproductibles au Burkina Faso aujourd'hui**

Si la pratique musicale et particulièrement celle de la musique moderne au Burkina Faso date des années 40<sup>53</sup>, la reconnaissance de la musique en tant que secteur d'activité dont on peut vivre est bien récente. La commercialisation des contenus sur supports a véritablement pris son envol dans les années 90 au Burkina Faso. A propos de la vente de la musique enregistrée, Prosper Traoré affirme que *dans les années 1999-2000, il y avait plus de vente de supports*<sup>54</sup>. Cela est lié à plusieurs facteurs au nombre desquels le développement des studios d'enregistrement, l'amélioration de la qualité des œuvres, la multiplication des organes de presse<sup>55</sup>. Même si la majorité des artistes burkinabè n'a pas fait de grands exploits en termes de disques vendus à l'image de certaines stars africaines et mondiales, les ventes ont été à un moment donné acceptables. Mais au fil du temps, les chiffres ont évolué de façon décroissante. Aujourd'hui, beaucoup d'artistes peinent à vendre ne serait-ce que le nombre d'exemplaires nécessaire pour survivre. Cette situation est due à la piraterie qui a été accélérée par le développement rapide du numérique. Pour Téléphore Bationo, responsable de la maison Artistes distribution, par ailleurs président de l'union nationale des acteurs de la musique enregistrée (UNAME), il y a « *une grosse chute des éditions* »<sup>56</sup>. La tendance n'est donc plus à la duplication massive des supports physiques. Les regards sont de plus en plus tournés vers les activités marchandes non reproductibles. C'est ce que soutient Salfó Soré lorsqu'il dit : « *Comme les artistes n'attendent rien des ventes, ils sont obligés de faire beaucoup de spectacles pour vivre* »<sup>57</sup>. Prosper Traoré partage cet avis en notant *qu'aujourd'hui, les artistes font des singles et que c'est le spectacle qui les fait vivre*.<sup>58</sup> Le tableau n°3 concernant l'évolution des autorisations de dupliquer des œuvres délivrées par le BBDA, nous permet de nous faire une idée de la situation.

---

<sup>53</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p.23

<sup>54</sup> Entretien réalisé avec Traoré Prosper le 09 septembre 2016 à Ouagadougou.

<sup>55</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p.23

<sup>56</sup> Entretien réalisé avec Bationo Téléphore le 07 septembre 2016 à Ouagadougou.

<sup>57</sup> Entretien réalisé avec Soré Salfó le 02 septembre 2016 à Ouagadougou.

<sup>58</sup> Entretien du 09 septembre 2016 Soré Salfó.

Tableau 3 : Evolution du nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers) de 2002 à 2012

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre d'autorisations	0,36	0,63	0,89	0,78	1,08	1,01	0,9	0,54	0,54	0,53	0,56
Cassettes (K7) dupliquées	274,3	564,9	587,1	410,6	400,8	400,3	235,2	135,7	88,6	45,3	20,2
CD audio / video	0,5	7,3	8,1	9	13,1	24,9	24	49,5	38,9	44,1	62,1

Source : Ministère de la culture et du tourisme, annuaire statistique 2012

Nous avons souhaité faire notre analyse sur la base des données de la période 2002 à 2016. Etant donné que c'est à la dernière année de la période évoquée, c'est-à-dire 2016, que nous effectuons nos recherches, nous aurions voulu présenter des données plus récentes. Mais faute de non disponibilité des données de la période 2013-2016, nous nous sommes retrouvés dans l'obligation de nous contenter des chiffres de la période 2002 à 2012.

Ainsi, on constate que de 2002 à 2008, la délivrance des autorisations évolue en dents de scie avant de connaître une stabilisation en à partir de 2009. Malheureusement à partir de cette date, on enregistre une baisse du nombre d'autorisations délivrées. Cela s'explique par le fait que les acteurs, ne comptant plus sur la commercialisation des biens reproductibles, ne dupliquent plus assez les contenus fixés sur supports comme l'on témoigné certaines personnes que nous avons rencontrées. En ce qui concerne la situation des cassettes dupliquées sur la période, exceptée l'année 2002, on remarque une baisse progressive du nombre de cassettes dupliquées. Cette situation annonce la fin du succès commercial de la cassette, car désormais de moins en moins utilisée par les consommateurs. Elle était en train de faire place au disque compact de l'anglais compact disque (CD). Les acteurs ne pouvaient plus compter sur le commerce de ce type de support pour vivre. Quant à la duplication des CD audio et vidéo, elle connaît une croissance au fil des ans certes, mais le nombre de CD dupliqués par an est en baisse par rapport aux cassettes dupliquées. Il est vrai qu'un CD coûtait à cette époque relativement plus cher qu'une cassette, mais les chiffres restent tout de même insatisfaisants quand on sait qu'il s'agit de données relatives aux CD audio et vidéo cumulés. Cela signifie que le CD n'a pas connu un grand succès et n'a pas pu s'imposer pendant longtemps dans le pays. Il est donc difficile désormais de compter sur la vente des supports surtout physiques. En témoigne les chiffres relatifs à la vente des supports de quatre artistes burkinabè contenus dans le tableau n°4.



Figure 2: Evolution du nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers) de 2002 à 2012

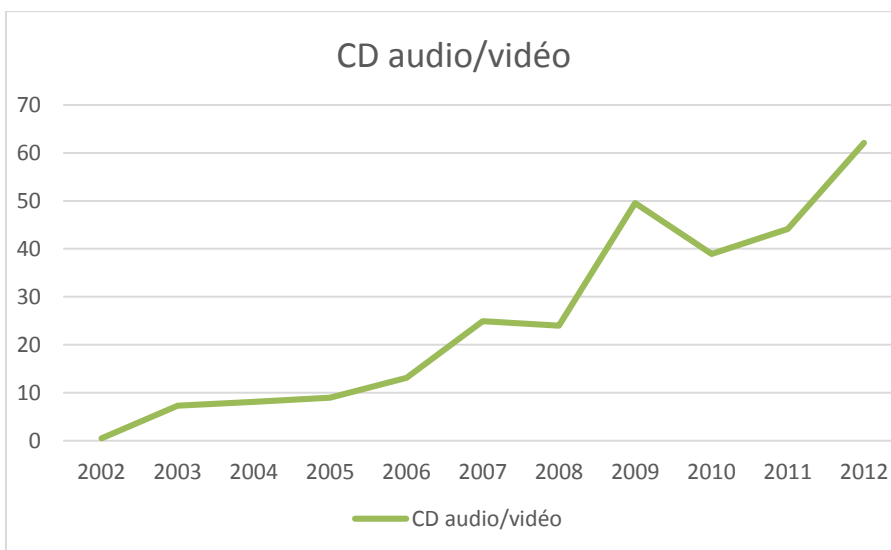
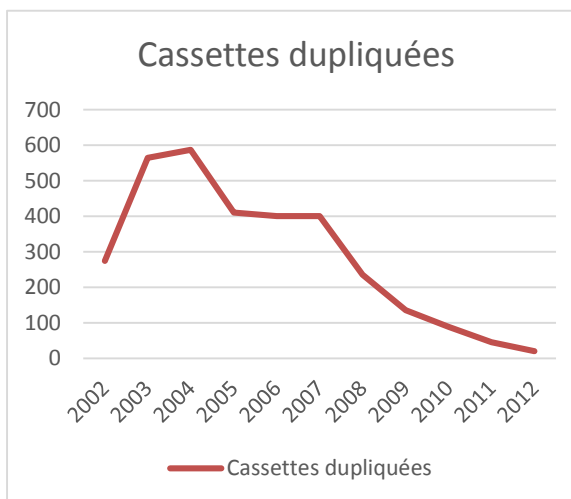
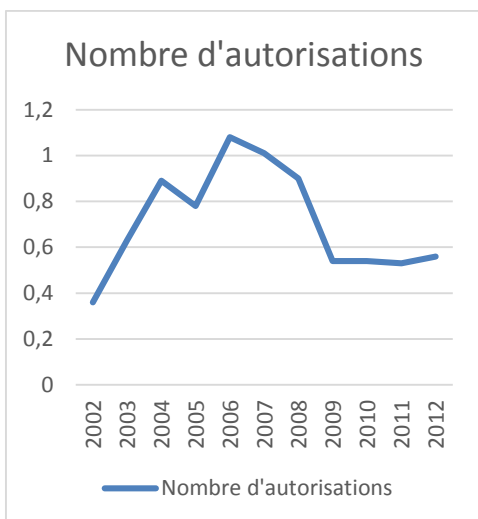
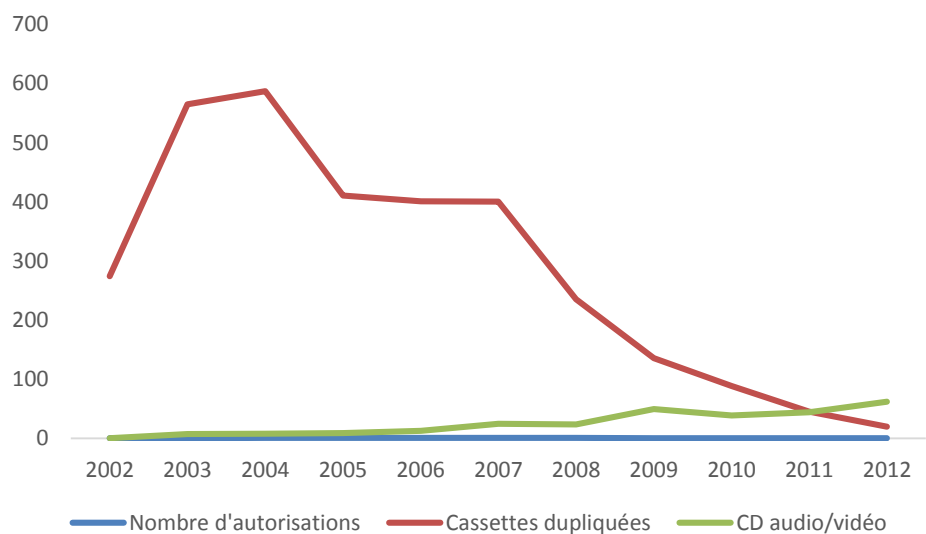


Tableau 4: Comparaison des ventes de disques du 1er et du plus récent album de quatre artistes

Artistes	Solo Dja Kabbaco		As Dj		Mariah Bissongo		Bil Aka Kora	
	2000	2013	2004	2012	2010	2014	1998	2013
Nombre de disques vendus	70 000	moins de 5000	75 000	moins de 3000	500	500	4000 à 6000	4000 à 6000

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

Les titres du premier et du plus récent album de ces quatre artistes sont respectivement *Bitiélou* et « *Bara mouso* » pour Solo Dja Kabaco , « *ACTE1 et phénix* » pour le groupe As DJ, « *Boudou et Sibdou* » pour Mariah Bissongo, « *Douatou et Vessaba* » pour Bil Aka Kora. On remarque que l'écart entre les supports vendus à la sortie du premier album et ceux vendus à la sortie du récent album des artistes cités en premier dans le tableau est bien considérable. En dehors de Bil Aka Kora qui avoue vendre en moyenne 4000 à 6000 supports par sortie d'album « *sans compter les ventes sur internet* »<sup>59</sup>, les autres enregistrent une baisse saisissante des ventes. Mariah Bissongho dont la première sortie discographique semble plus récente, n'a pu vendre plus de 500 supports physiques par album. Pour survivre, livrer une lutte acharnée contre ce fléau est un impératif pour les acteurs. D'où le développement parallèle et la mise de l'accent sur d'autres modèles d'affaires.

### **II.2.2.2. Les plateaux artistiques à l'avantage de l'artiste burkinabè**

De prime abord, on peut dire que l'artiste burkinabè est privilégié dans la programmation des spectacles musicaux organisés au Burkina Faso. En réalité, à l'affiche des spectacles des structures publiques et associatives, on retrouve majoritairement des artistes locaux faisant de la musique moderne ou traditionnelle. Ce constat amène les professionnels du domaine de la culture à penser que l'Etat burkinabè est le plus grand employeur des artistes. Effectivement, à l'occasion de grandes manifestations tels que le SIAO, le FESPACO, la SNC<sup>60</sup>, le SITHO, etc., l'Etat propose aux populations des plateaux animés par des artistes. A ces rendez-vous, des stars venant de pays étrangers sont invitées certes, mais les locaux restent majoritaires au programme. D'ailleurs, beaucoup d'artistes ne comptent que sur ces occasions pour faire une prestation. En plus de ces manifestations, l'Etat ou ses démembrements programment les artistes au cours d'autres événements de moindre envergure. C'est le cas pendant les séminaires, les cérémonies de récompense, les dîner gala, etc. A ce sujet, la plupart des artistes et entrepreneurs rencontrés sont quasiment unanimes. Ils reconnaissent presque tous que les artistes du pays sont ceux qui sont majoritairement programmés en prestation sur le territoire national.

Toutefois, certaines entreprises commerciales disposant de plus de moyens sont beaucoup plus portées sur les artistes étrangers internationalement reconnus et adulés par les populations pour des raisons économiques. Avec ces entrepreneurs, le sursaut patriotique ne prévaut pas puisqu'ils organisent les spectacles pour faire du profit. L'artiste est programmé en fonction de ce qu'il pourrait leur rapporter comme devise. C'est donc la rentabilité qui est le maître mot pour eux. Il ne s'agit pas

<sup>59</sup> Guide d'entretien envoyé à Bil Aka Kora, le 19 octobre 2016 et retourné par celui-ci le 20 octobre 2016

<sup>60</sup> A la SNC cependant les vedettes restent des artistes locaux car il s'agit de la fête de la culture nationale.

d'une œuvre de charité. En témoigne ces propos de Salfo Soré alias Jah Press : « *En matière de show biz, on ne fait pas du social* »<sup>61</sup>. Boukary Ouédraogo, ex directeur de la promotion des industries culturelles et créatives quant à lui, note *qu'il n'existe pas de grands artistes à la hauteur des ambitions des entrepreneurs*<sup>62</sup>. D'où la programmation d'artistes étrangers. Cette catégorie d'entrepreneurs programme des artistes burkinabè mais les plus demandés par le public comme l'affirme monsieur Soré. Même dans ce cas de figure, les textes sont en faveur de l'artiste burkinabè. En effet, selon les termes de l'article 11 du décret n°2014-643/PRES/PM/MCT portant réglementation de l'organisation des spectacles vivants au Burkina Faso, il est fait obligation à tout entrepreneur de spectacles qui fait intervenir un ou plusieurs artistes étrangers dans un spectacle d'y faire participer au moins un artiste burkinabè. Néanmoins, il faut noter que les artistes de la musique traditionnelle sont faiblement présents sur les plateaux dans l'ensemble. Cela s'explique par le fait que ceux qui pratiquent ce type de musique à titre professionnel, sont moins nombreux par rapport à la catégorie d'artistes faisant de la musique moderne. Certains des artistes traditionnels ayant la musique comme métier principal, s'en sortent très bien. Ils ont plusieurs spectacles au plan national et se produisent parfois hors du pays. Zougnazaguemda et Kisito Koimbré, dignes ambassadeurs de cette musique, en sont des exemples.

Tableau 5 : Liste des artistes musiciens burkinabè programmés au SIAO édition de 2016

Dates	Artistes programmés
vendredi 28 octobre	-Amsa Bell -Bam Rady
samedi 29 octobre	-Madess -Pamika
dimanche 30 octobre	-Ibrahim Keita -Océan
lundi 31 octobre	-Asta Maila -Zoé le soldat
.mardi 1 <sup>er</sup> novembre	-Remeka -Petit Docteur
mercredi 02 novembre	-Kalyanga -Ismo Vitalo
jeudi 03 novembre	-Jezy Kankaleen -Orchestre de l'ONEA
vendredi 04 novembre	-Flèche -Wendy -Finfou
samedi 05 novembre	-Orchestre des forces armées -Prince Zoetaaba -Jah Verity
dimanche 06 novembre	-Maria Bissongo -Zidass -Malkolm

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

A l'édition 2016 du SIAO, comme cela a toujours été le cas lors des éditions précédentes, plusieurs disciplines artistiques ont eu droit de cité sur le plateau d'animation. Il y a eu de la danse traditionnelle, de l'humour, de la musique. Ainsi, dans la catégorie musique, 23 vedettes et orchestres ont été au

<sup>61</sup> Entretien du 02 septembre 2016 avec Soré Salfo à Ouagadougou.

<sup>62</sup> Entretien réalisé le 07 septembre 2016 avec Ouédraogo Boukary à Ouagadougou.

programme. Cette liste ne prend pas en compte les artistes musiciens qui ont été programmés pour des prestations au cours de diverses cérémonies entrant dans le cadre du SIAO. Le nombre total d'artistes ayant fait une prestation à l'occasion de l'événement va donc à priori au-delà du chiffre précédemment évoqué. Malheureusement, nous n'avons pas pu avoir l'effectif des artistes qui se sont produits sur les autres scènes. A la différence des éditions passées, aucune star étrangère n'a été invitée à cette édition. On constate que la plupart des artistes burkinabè travaillant sérieusement sont régulièrement sollicités pour des spectacles. Cela a sans doute une incidence financière.

### ***II.2.2.3. Les podiums, une source importante de revenu pour les acteurs***

La vente des supports de la musique enregistrée comme nous l'avons déjà souligné, a connu ses moments de gloire au Burkina Faso. Mais aujourd'hui, cette source est loin de permettre aux acteurs de rentabiliser leurs investissements. Ils ne peuvent alors que compter sur d'autres sources. Pour faire face à la crise du disque, l'une des principales solutions qui s'offrent aux professionnels de la musique burkinabè, est la pratique du spectacle vivant. Sa consommation étant postérieure ou simultanée à sa commercialisation, le spectacle vivant en tant que service ne se pirate pas. Il n'est disponible qu'après l'acte d'achat. Ainsi, les artistes burkinabè qui ont du talent et mieux encadrés, profitent bien de cette piste. Les résultats sont fort appréciables. Pour un seul spectacle, l'artiste est rémunéré de trois manières différentes au Burkina Faso. Il s'agit du cachet qui lui est versé, des redevances perçues par le bureau burkinabè du droit d'auteur (BBDA) pour le compte des titulaires de droits et de la commercialisation des captations d'images du spectacle. Il faut noter que le dernier mode de rémunération est encore très embryonnaire. Les cachets vont de 150 000 francs CFA à des millions de francs CFA. Cela dépend de la célébrité de l'artiste et du mode de prestation. Se confiant à Issoufou Saré, Papus Ismail Zongo et Walib Bara tous deux producteurs-managers, soulignent qu' « *un artiste à succès peut être sollicité une vingtaine de fois dans le mois à raison d'un cachet moyen de 200 000 FCFA par spectacle.* »<sup>63</sup> Les acteurs que nous avons rencontrés sont unanimes quant à l'importance des recettes du spectacle vivant dans le revenu des acteurs de nos jours au Burkina Faso. A défaut d'avoir la somme des cachets payés à des artistes donnés sur une certaine période, nous proposons la situation des droits répartis par le BBDA entre ses membres de 2011 à 2015 afin de donner une idée du poids du spectacle vivant dans cette source de revenu.

---

<sup>63</sup> *Création et développement des entreprises de la filière musique au Burkina Faso : difficultés, enjeux et perspectives*, université Senghor d'Alexandrie, Egypte, avril 2011, Op.cit. p.19

Tableau 6 : Situation des droits répartis par catégorie de 2011 à 2015 (en francs CFA)

655 FCFA = 1 €

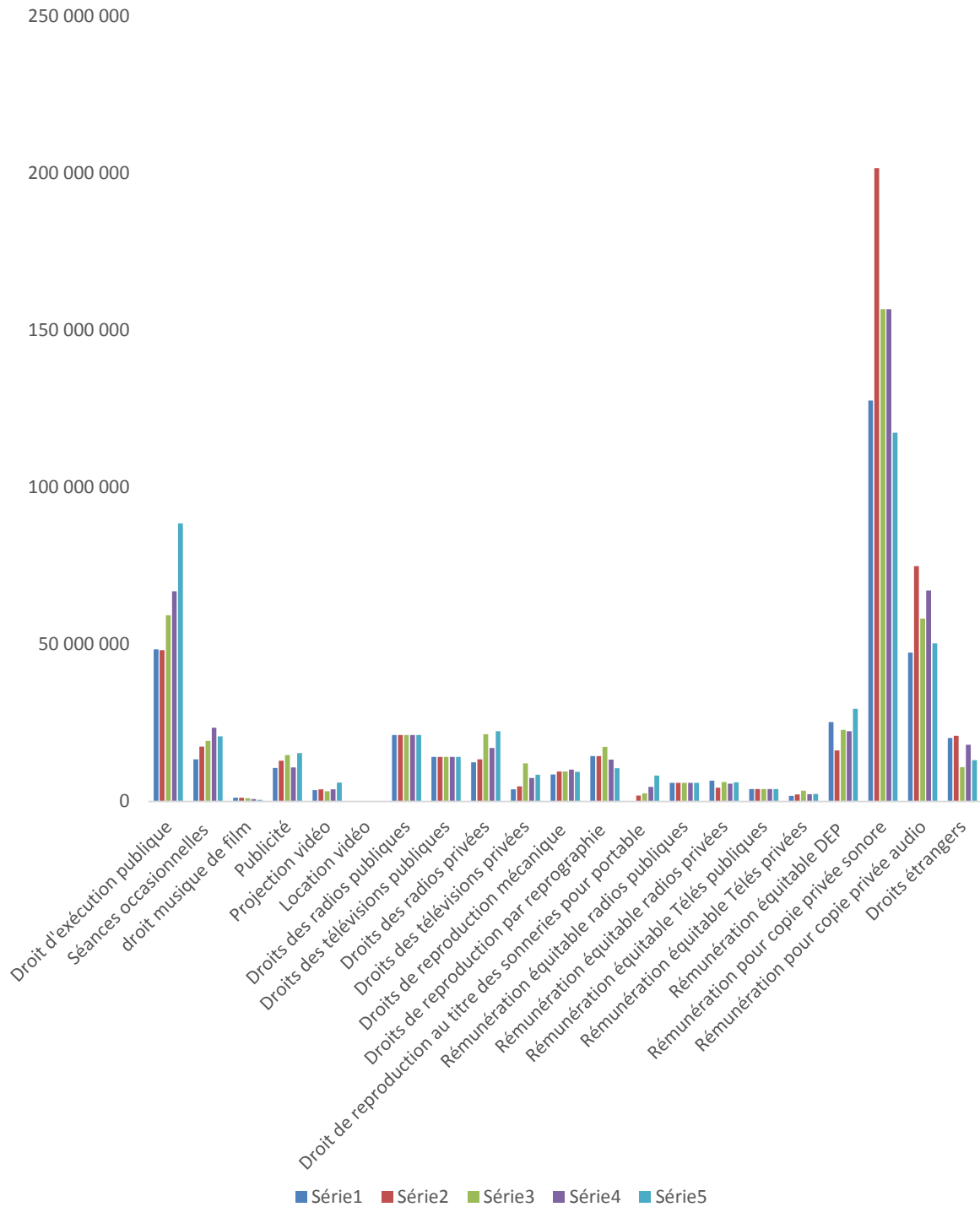
CATEGORIE DE DROIT	MONTANT REPATI						
	2011	2012	2013	2014	2015	Total	Taux (%)
Droit d'exécution publique	48 423 206	48 181 633	59 226 183	66 914 197	88 466 989	311 212 208	13,66
Séances occasionnelles	13 429 924	17 446 944	19 276 993	23 449 029	20 682 446	94 285 336	4,14
droit musique de film	1 179 439	1 179 439	986 910	789 750	497 250	4 662 397	0,20
Publicité	10 666 194	12 993 654	14 760 208	10 822 131	15 383 020	64 625 207	2,84
Projection vidéo	3 603 341	3 876 369	3 280 826	3 800 807	6 013 684	20 575 027	0,91
Location vidéo	71 145	72 675	73 125	44 466	36 529	297 940	0,01
Droits des radios publiques	21 148 594	21 148 594	21 148 594	21 148 594	21 148 594	105 742 970	4,64
Droits des télévisions publiques	14 134 500	14 134 500	14 134 500	14 134 500	14 134 500	70 672 500	3,10
Droits des radios privées	12 418 161	13 432 551	21 432 235	16 997 833	22 295 709	86 576 489	3,81
Droits des télévisions privées	3 817 125	4 794 220	12 141 058	7 428 070	8 526 943	36 707 416	1,62
Droits de reproduction mécanique	8 583 675	9 544 975	9 519 452	10 146 394	9 399 612	47 194 108	2,08
Droits de reproduction par reprographie	14 409 781	14 426 213	17 346 354	13 308 493	10 531 582	70 022 423	3,07
Droit de reproduction au titre des sonneries pour portable	0	1 875 000	2 518 692	4 650 000	8 255 152	17 298 844	0,75
Rémunération équitable radios publiques	5923125	5923125	5923125	5923125	5 923125	29 615 625	1,30
Rémunération équitable radios privées	6 621 319	4 331 267	6 182 250	5 651 319	6 060 569	28 846 724	1,26
Rémunération équitable Télés publiques	3 948 750	3 948 750	3 948 750	3 948 750	3 948 750	19 743 750	0,87
Rémunération équitable Télés privées	1 812 866	2 204 719	3 453 694	2 274 188	2 380 219	12 125 686	0,53
Rémunération équitable DEP	25 280 319	16 247 348	22 755 506	22 301 306	29 510 921	116 095 400	5,1
Rémunération pour copie privée sonore	127 595 264	201 626 065	156 696 796	156 696 796	117 404 098	760 019 019	33,37
Rémunération pour copie privée audio	47 392 526	74 889 681	58 201 666	67 155 770	50 316 042	297 955 685	13,08
Droits étrangers	20 160 275	20 885 816	10 920 881	18 017 878	13 161 902	83 146 752	3,66
TOTAL GENERAL	390 619 529	493 193 147	463 927 798	475 603 396	454 077 636	2 277 421 506	100

Source : BBDA / Direction de la répartition

Le tableau n°6 ci-dessus présente les catégories de droits répartis par le bureau burkinabè du droit d'auteur entre ses membres. Ces chiffres sont différents de ceux des droits perçus par le bureau qui sont légèrement supérieurs aux premiers. (Confer tableau n°19 joint en annexe). Le montant des droits répartis s'obtient après déduction par le bureau, de ses frais de gestion. La rubrique « séances occasionnelles » concerne toutes les formes de spectacles (concerts live ou play back, prestations à diverses occasions, etc.). Après analyse, on remarque que la place des séances occasionnelles est non négligeable. Elles n'occupent pas la première place mais figurent sur les cinq années considérées, parmi les six catégories de droits rapportant mieux aux membres du bureau sur vingt-une catégories au total comme le montre bien les taux contenus dans le tableau. Quand on sait que les bénéficiaires de cette catégorie de droit sont en majorité du domaine de la musique, on peut affirmer que les droits payés aux membres au titre des séances occasionnelles sont importants. Le montant des redevances dues au spectacle vivant occupe donc une place non négligeable. C'est une situation qui peut évoluer positivement avec le temps. La figure n°3 ci-dessous présente mieux les différentes catégories de droits répartis par le bureau à ses membres.

Figure 3 : Situation des droits répartis par catégorie de 2011 à 2015 (en francs CFA)

655 FCFA = 1 €



Nous avons cinq séries représentées chacune par une couleur donnée. Chaque série symbolise le montant des droits repartis au cours d'une année. Les cinq séries groupées représentent la somme des droits repartis par rubrique ou catégorie de droit sur les cinq années que nous avons prises en considération. C'est-à-dire de 2011 à 2015. Les groupes de séries ou bâtons les plus longs sont les six meilleures catégories de droits. Ils se distinguent des autres de par leur taille.

Tableau 7: Adhésion des membres par catégorie (de 2010 à 2015)

Catégorie des Membres	Années					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Musique auteurs	312	375	595	328	429	374
Musique auteurs droits voisins	162	166	210	175	372	410
Musique éditeurs					3	1
Musique producteurs					9	4
Littérature	31	54	90	96	64	48
Chorégraphie	03	04	01	02	01	00
Dramatique	10	31	49	33	20	20
Arts graphiques et plastiques	31	40	38	23	112	11
Audiovisuel	-	303	103	32	12	17
<b>TOTAL MEMBRES</b>	<b>549</b>	<b>973</b>	<b>1086</b>	<b>689</b>	<b>1016</b>	<b>885</b>

Source : Bureau burkinabè du droit d'auteur (service statistique)

Dans ce tableau, les disciplines pouvant faire appel au spectacle vivant sont la musique, la chorégraphie et l'art dramatique. Après avoir fait la somme des membres par discipline, nous avons fait ensuite la somme des membres de l'ensemble des trois disciplines concernées par le spectacle vivant pour enfin calculer les taux par catégorie de membre. Nous avons obtenus les nombres et taux suivants :

Musique = 3925 soit 95,75 %

Chorégraphie= 11 soit 0,27 %

Dramatique= 163 soit 3,98 %

Dramatique + chorégraphie =174 soit 4,27%

Total général des membres des trois disciplines = 4099 soit 100%

Plus haut nous affirmions que la majorité des membres bénéficiant des droits perçus au titre du spectacle vivant, étaient du domaine de la musique. En comparant ces chiffres, on peut admettre aisément que le nombre des membres des autres disciplines du spectacle vivant est nettement inférieur par rapport au nombre de ceux du domaine de la musique.

Tableau 8: Déclaration des œuvres par catégorie (de 2010 à 2015)

Répertoires des Œuvres par catégorie	Années					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Musique	2913	3853	4301	4134	3911	3568
Littérature	151	567	1094	1571	1315	859
Chorégraphie	04	10	01	07	02	00
Dramatique	82	157	334	1661	422	312
Arts graphiques et plastiques	430	722	787	263	197	194
Audiovisuel	-	900	1426	3814	696	314
<b>TOTAL ŒUVRES</b>	<b>3580</b>	<b>6209</b>	<b>7943</b>	<b>11450</b>	<b>6543</b>	<b>5247</b>

Source : Bureau burkinabè du droit d'auteur (service statistique)

Le tableau n°8 ci-dessus présente les œuvres du répertoire du BBDA de la période 2010 à 2015. Là aussi, nous avons procédé aux mêmes opérations pour aboutir aux résultats qui suivent.

Musique = 22 680 soit 88,34 %

Chorégraphie = 24 soit 0,10 %

Dramatique = 2968 soit 11,56%

Total général des œuvres du domaine des arts du spectacle= 25 672 soit 100%

Il est important de rappeler que nous avons considéré toutes les disciplines pouvant faire appel au spectacle vivant. Au regard des chiffres, les œuvres musicales déclarées dépassent largement les œuvres des autres disciplines. Ceci pour dire que les titulaires de droit sont en majorité du domaine de la musique.

#### **II.2.2.4. Les artistes burkinabè et la scène internationale**

Le premier constat qui se dégage est que le nombre d'artistes burkinabè présents sur la scène internationale est très réduit. En effet, la majorité d'entre eux cherche encore sa voie sur le plan national. Ceux-ci n'ont pas encore conquis les différentes localités du territoire au point d'éprouver le besoin de se lancer à la conquête du marché international. A la question de savoir pourquoi les artistes burkinabè n'ont pas assez de tournées à l'étranger, Salfo Soré répond : « *Nos artistes ne sont pas encore très demandés à l'étranger à un niveau où les sponsors peuvent courir sur eux* »<sup>64</sup>. Pour lui, les artistes burkinabè doivent arriver à s'imposer d'abord dans certains pays voisins comme la Côte d'Ivoire par exemple. Néanmoins, certains se distinguent du grand groupe et arrivent à se produire le plus souvent à l'extérieur du pays. Il s'agit surtout de ceux pratiquant le live et qui sont mieux entourés. On peut retenir des noms comme Floby, Amity Meria, Alif Naaba, Bil Aka Kora, Smarty, ex membre du groupe yeleen et prix découverte RFI 2013 en carrière solo. Ces artistes et leurs staffs s'appuient aujourd'hui beaucoup sur le numérique pour les opportunités qu'il leur offre.

#### **II.2.2.5. La rentabilité du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso vue par des opérateurs**

Dans ce cas de figure, nous parlons des entreprises commerciales. Elles sont moins nombreuses par rapport aux autres catégories d'entreprises de spectacles notamment les associations. Mais elles ne sont pas moins représentatives. D'une entreprise à l'autre, les réalités ne sont pas toujours les mêmes. Elles connaissent des fortunes diverses. Pendant que certains entrepreneurs affirment que le métier nourrit son « homme » dans le pays, d'autres soutiennent le contraire. Pour des entrepreneurs comme Innocent Belemtougri de Bitel Communication, Lamine Siéno de Lamine Wala, Issouf Demé dit Bénito de Youdé Bénito Productions, le métier d'entrepreneur de spectacles nourrit son « homme » dans le pays. Ces trois entrepreneurs affirment avoir pour activité principale l'organisation de spectacles. Par contre, des entrepreneurs tels que Salfo Soré, Prosper Traoré, Téléphore Bationo sont catégoriques. Ceux-ci soulignent qu'il est difficile voire impossible pour le moment de vivre du métier d'entrepreneur

---

<sup>64</sup> Entretien du 02 septembre 2016 avec Soré Salfo à Ouagadougou.



de spectacles au Burkina Faso. Les avis sont alors partagés. Toutefois, une enquête menée en 2010 par le programme Appui au réseau Ouest-africain de pépinières d'entreprises de la filière musique (ARPEM) a révélé que le chiffre d'affaires des entreprises de production et d'organisation de spectacles était compris entre 1 et 100 millions francs CFA<sup>65</sup>. Dans une certaine mesure, l'entrepreneur de spectacles burkinabè permet aux artistes de se produire. Cela constitue pour eux et pour les autres acteurs une source de revenu non négligeable comme l'indique la figure précédente. Nous sommes néanmoins conscients qu'à l'image des entrepreneurs, tous les artistes ne sont pas logés à la même enseigne. Notre deuxième hypothèse se trouve ainsi vérifiée. En tous les cas, même si des artistes et entrepreneurs arrivent à s'en sortir, l'exercice de la profession ne saurait être à l'abri de difficultés. Ces entraves ne pouvant être le fait d'un seul acteur, il est important de situer les responsabilités.

### **II.2.3. Les contraintes du métier d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso**

L'exercice du métier d'entrepreneur de spectacles rencontre beaucoup de difficultés au Burkina Faso. Elles sont de plusieurs natures et les responsabilités sont partagées.

#### ***II.2.3.1. Les conditions de travail de l'entrepreneur de spectacles burkinabè***

L'environnement dans lequel évolue l'entrepreneur de spectacles burkinabè peut être évoqué en trois points. Il s'agit de ses moyens matériels et techniques, des moyens financiers et de la réglementation.

##### ***II.2.3.1.1. La modicité des ressources matérielles et techniques***

Les ressources matérielles et techniques sont constituées dans ce contexte du matériel technique et des espaces de diffusion nécessaires à la tenue d'un spectacle.

Le matériel technique se compose d'unité complète de sonorisation et des lampes pour la lumière. Ainsi, on peut dire à priori qu'il existe du matériel au Burkina Faso puisque des spectacles sont organisés dans le pays avec du matériel que l'on trouve sur place. En effet, il existe au Burkina Faso, des personnes physiques ou morales disposant du matériel qui est loué ou mis à disposition de ceux qui en expriment le besoin. Pour Prosper Traoré, directeur général de l'entreprise Seydoni Burkina, du matériel de son et de lumière existe au Burkina Faso. Si on peut admettre comme l'affirme M. Traoré que le matériel existe, il est cependant important de noter que cet avis n'est pas entièrement partagé par tous les acteurs. Certains soutiennent que le matériel que l'on trouve sur place est souvent défaillant et est à l'origine de perturbation des spectacles. Par ailleurs, des entrepreneurs trouvent qu'il est difficile d'avoir en un seul point au Burkina Faso du matériel capable d'assurer des spectacles d'une certaine envergure. Les organisateurs de ces types de spectacle sont alors obligés de se rendre dans certains pays voisins pour louer à des coûts exorbitants du matériel plus performant. Pour Innocent Belemtougri, directeur général de Bitel Communication par ailleurs président du syndicat national des entrepreneurs de spectacles du Burkina (SYNES), le matériel se loue avec plusieurs fournisseurs pour certains spectacles. Celui-ci affirme faire souvent appel à des fournisseurs ivoiriens. Il reconnaît que le

---

<sup>65</sup>Programme ARPEM, Recensement des entreprises de la filière musique à Ouagadougou – Burkina Faso, 2010, PDF

coût de location du matériel au plan national est relativement moins cher par rapport à la location à l'étranger.<sup>66</sup>

Quant aux espaces de diffusion, ils sont insuffisants et certains de ceux qui existent sont d'une faible capacité d'accueil ou ne répondent pas aux normes techniques. Les salles publiques existant sont entre autres le théâtre national Koamba Lankoandé (TNKL), la maison du peuple, le palais des sports, la salle du Palais de la jeunesse et de la culture Jean Pierre Guingané, la salle de la maison de la culture Anselme Titianma Sanou, le théâtre de l'amitié, le théâtre populaire. Toutes ces salles ont des problèmes techniques et certaines d'entre elles n'étaient pas conçues au départ pour accueillir des spectacles de musique. Aucune d'entre elles n'a une capacité de 3000 places assises. Dans le cadre de la commémoration de la fête de l'indépendance du pays qui se veut désormais tournante, le gouvernement a décidé de doter chacune des régions accueillant l'événement d'une salle de spectacles. Malheureusement, à la construction de celles déjà existantes, les techniciens de la culture n'ont pas été associés. En conséquence, ces salles ne répondent pas aux normes techniques. Compte tenu de la faible capacité d'accueil des salles disponibles, les entrepreneurs sont obligés de mettre par moment à contribution les stades de football pour pouvoir entrer dans leur fonds et de faire des bénéfices. Au Burkina Faso, le prix des tickets varie d'un spectacle à un autre. Il va de 500 FCFA à 10000 FCFA. Il faut toutefois relever que le prix d'entrée le plus courant est 1000 FCFA. C'est un prix jugé bas par les entrepreneurs au regard des charges qu'induit l'organisation d'un spectacle musical et de la faible capacité d'accueil des espaces de diffusion. Un tel prix s'explique par le faible pouvoir d'achat des populations. Afin de pouvoir rentabiliser leurs investissements de nombreux organisateurs de spectacles fixent de plus en plus le prix de leur spectacle à 2000 FCFA, ce qui n'est pas à la portée de toutes les bourses. Les stades n'étant pas couverts, il est difficile d'y tenir des spectacles pendant la saison pluvieuse. Cette réalité est dépeinte dans le document de la stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives (SNDICC). Dans ledit document, il ressort que des infrastructures disponibles, « ... *seulement 15,04%, des salles sont effectivement conçues pour les spectacles, 34,51%<sup>67</sup> des infrastructures pouvant accueillir des spectacles sont des salles de cinéma et 17,70% des Maisons des jeunes.* »<sup>68</sup> Les autres espaces sont constitués « *d'infrastructures hôtelières et sportives, de bars dancing, etc.* »<sup>69</sup> Des données de l'époque ont permis également de relever dans la SNDICC que « *seulement 23,9% des salles répertoriées disposent d'un équipement technique en son et lumière pour la production et la diffusion qualitatives des œuvres.* »<sup>70</sup> Aux contraintes infrastructurelles et techniques, s'ajoutent des difficultés d'ordre financier.

### **II.2.3.1.2. L'entrepreneuriat de spectacles, une activité faiblement financée au Burkina Faso**

- **Le financement public**

<sup>66</sup> Entretien réalisé avec Belemtougri Innocent le 18 août 2016 à Ouagadougou .

<sup>67</sup> Répertoire des infrastructures de spectacles, MCT, 2010

<sup>68</sup> Ministère de la culture et du tourisme, Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives (SNDICC), novembre 2013, p. 27

<sup>69</sup> Idem

<sup>70</sup> Idem

L'Etat burkinabè à travers plusieurs institutions finance les projets culturels. Mais ces financements s'avèrent jusque-là insuffisants au regard des montants qui sont accordés aux entrepreneurs du domaine. Le ministère en charge de la culture en tant que la première institution étatique concernée par la question, a pendant longtemps consacré une ligne budgétaire au soutien à la création et à la promotion artistique. Ce fonds d'un montant « d'environ 185 millions FCFA »<sup>71</sup> est dérisoire au regard du nombre élevé des acteurs culturels et de leurs besoins de financement. Aussi, le BBDA a créé un fonds de promotion culturelle et sociale au profit de ses membres. Il s'agit pour le bureau de financer, sous forme de subvention à hauteur de 75% les projets de création et de duplication de ses membres qui le sollicitent. Quand on sait que les membres de cet organisme ne sont que les titulaires de droit d'auteur et de droits voisins<sup>72</sup>, on peut déduire que les entrepreneurs de spectacles sont d'office exclus de cette source de financement dont le montant de l'enveloppe allouée demeure malgré tout modeste. De plus, les projets des entrepreneurs de spectacles sont à priori éligibles à certains des fonds nationaux. Mais la réalité est toute autre. Ces fonds sont difficilement accessibles aux entrepreneurs culturels. D'autres départements ministériels et démembrés de l'Etat, des institutions régionales, sous régionales et internationales, reçoivent souvent des dossiers des organisateurs de spectacles dont certains sont financés. Ces financements sont malheureusement insuffisants et difficiles à acquérir. L'on ne saurait alors compter sur une telle source pour développer l'entrepreneuriat de spectacles. On note l'opérationnalisation en septembre 2016 du fonds de développement culturel et touristique (FDCT). Selon Alphonse Tougouma, directeur général dudit fonds, il doit être alimenté sur cinq ans avec la somme de 22 milliards de francs CFA<sup>73</sup>. L'Etat burkinabè a sa contribution mais la direction générale doit s'atteler à mobiliser l'importante partie du montant auprès des partenaires et investisseurs. Les objectifs de la création de ce fonds sont la subvention des activités non marchandes, l'octroi de prêts aux opérateurs, mais surtout la constitution d'une garantie pour les opérateurs qui souhaiteraient s'engager dans des crédits auprès des banques ou tout autre établissement financier. Le plafond des subventions est fixé à 10 000 000 francs CFA et celui des prêts à 50 000 000 de F CFA.

- **Le financement privé**

Il se manifeste sous forme de sponsoring, de prêts et de mécénat, etc. Le financement par le secteur privé des activités de l'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ne fait pas exception au sort que cette source réserve aux activités culturelles de façon générale. En effet, le sponsoring demeure difficile à obtenir de nos jours. C'est l'idée qu'émet Innocent Belemtougri lorsqu'il affirme : « *les sponsors se font de plus en plus rares et ce sont les mêmes qui sont sollicités par les acteurs du domaine de la*

---

<sup>71</sup> Ministère de la culture et du tourisme, stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives, novembre 2013, p. 30

<sup>72</sup> Le droit d'auteur revient à la catégorie d'acteurs qui participent à la création d'une œuvre.

Les droits voisins reviennent aux acteurs qui participent à la diffusion de l'œuvre. Il s'agit des artistes interprètes, des producteurs de phonogramme et des organismes de radiodiffusion. Les organismes de radiodiffusion ne bénéficient pas pour le moment de ces droits au Burkina Faso.

<sup>73</sup> Editions Le Pays, <http://www.le-pays.fr/accueil.html>, A la une, Rencontre du 27 septembre 2016, consulté le 06 octobre 2016

*culture, du tourisme et du sport*<sup>74</sup> ». Le mécénat quant à lui y est très peu développé. C'est un constat qui a été fait dans le document de la stratégie de développement des industries culturelles en ces termes : « *Au Burkina Faso, on note, une faible pratique du mécénat et du sponsoring.* »<sup>75</sup> Les prêts à octroyer aux entrepreneurs de spectacles sont quasi inexistant dans le pays. En ce qui concerne le prêt en particulier, l'entrepreneur culturel burkinabè peine encore à convaincre les institutions financières de la rentabilité de son activité. Cela l'est encore plus pour l'entrepreneur de spectacles. Tout comme dans l'imaginaire populaire, les enjeux économiques de la culture en général et du spectacle vivant en particulier ne sont pas encore bien perçus par bon nombre de citoyens des pays en développement encore moins par les cadres des établissements financiers.

Tableau 9 : Montant global du budget prévisionnel de quelques entreprises par spectacle (en millions de francs CFA)

1 000 000 FCFA  $\cong$  1526,72 €

Entreprises	Bitel communication	Lamine Wala	Youdé Bénito Productions	Bizart Productions	Seydoni Burkina
Montant global du budget	20	5	2,5 contribution Etat 200 000	75 à 100	12 à 20

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

Il faut noter qu'il s'agit d'un budget prévisionnel. Dans la majorité des cas, les entrepreneurs n'ont pas la totalité du montant prévu et jugé nécessaire au départ pour l'organisation du spectacle. Pour Innocent Belemtougri, avec une estimation de 20 000 000 pour la plupart des concerts organisés par Bitel communication, son entreprise, le montant exact que l'entreprise arrive à mobiliser n'excède généralement pas la moitié de cette somme soit 10 000 000 de francs CFA<sup>76</sup>.

### ***II.2.3.1.3. Le non-respect de la réglementation et le régime fiscal, des entraves à l'exercice de la profession***

L'organisation des spectacles au Burkina Faso faut-il le rappeler est soumise à la possession d'une licence ou d'une autorisation délivrées par l'administration culturelle. Tandis que la licence concerne les organisateurs professionnels, l'autorisation concerne les organisateurs occasionnels. Dans la pratique, ces dispositions sont très peu respectées. En effet, beaucoup d'entrepreneurs professionnels comme occasionnels organisent des spectacles jusque-là sans disposer soit de la licence d'entrepreneur de spectacles ou de l'autorisation d'organiser des spectacles. Cela est de nature à léser les entrepreneurs en règle qui finissent par s'interroger sur l'intérêt de se procurer ces documents si on est capable d'organiser des spectacles en toute quiétude sans les détenir. Dans la réalité, même si les organisateurs de spectacles sont informés de l'existence de la licence, elle ne constitue pas du tout le sésame précieux pour la tenue d'un spectacle. De nombreuses personnes revendiquant le statut

<sup>74</sup> Entretien réalisé avec Belemtougri Innocent le 18 août 2016 à Ouagadougou

<sup>75</sup> Ministère de la culture et du tourisme, stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives, novembre 2013, p. 34

<sup>76</sup> Entretien du 18 août 2016 avec Belemtougri Innocent à Ouagadougou.

d'entrepreneur de spectacles, organisent des spectacles sans se munir de celle-ci livrant ainsi une concurrence déloyale à la minorité d'entrepreneurs l'ayant en sa possession. Téléphore Bationo, Prosper Traoré et Innocent Belemtougri, tous entrepreneurs professionnels de spectacles sont de ceux qui le font remarquer et pointent du doigt l'administration publique culturelle à qui il revient de réguler le domaine. Malheureusement, celle-ci n'a pas pu nous fournir des preuves infirmant ces propos. Ce qui nous fait dire que les incriminations des opérateurs semblent vérifiées. En effet, pendant nos enquêtes, nous nous sommes rendu auprès de l'administration culturelle, notamment à la direction générale des arts qui était chargée à l'époque<sup>77</sup> de la délivrance de la licence, pour avoir une idée du nombre d'entrepreneurs à jour vis-à-vis de la licence et de ceux ayant disposé au moins une fois de la licence. Mais nos différentes tentatives sont restées vaines. Visiblement, il y a eu un manque de volonté de nous communiquer ces informations. D'où la difficulté pour nous de pouvoir rejeter les griefs dressés contre l'administration culturelle. Toutefois, une enquête menée par Raguissida Emile Zida auprès du ministère de la culture, du tourisme et de la communication en 2008 révèle qu'en 2007, seuls 20 opérateurs étaient à jour de la licence sur 200 supposés l'être. »<sup>78</sup>. Cette situation pourrait avoir évolué avec le temps mais pas de façon significative de notre point de vue puisque les entrepreneurs à jour se plaignent aujourd'hui encore. La responsabilité de l'Etat est alors engagée. De plus les opérateurs dénoncent le fait que l'Etat s'érige en concurrent des entreprises privées. En effet, beaucoup de structures étatiques organisent soit à titre professionnel ou à titre occasionnel des spectacles. Ce qui selon eux n'est pas de leur ressort. Evidemment, le rôle attendu de l'Etat ici, c'est l'organisation et la régulation du secteur. Néanmoins au regard des enjeux de certaines grandes manifestations pour le pays, il n'est pas prudent pour l'Etat de se retirer complètement et laisser leur organisation entre les mains des acteurs du privé. Autrement, elles pourraient être vidées de leur contenu ou même disparaître au nom des intérêts économiques. En outre, s'agissant du contenu des textes, les frais à payer pour la délivrance de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession d'entrepreneur de spectacles vivants sont à notre avis élevés. Délivrée contre paiement de la somme de 100 000 francs CFA et donnant droit à seulement l'organisation de deux spectacles, l'autorisation n'est valable que pour un an alors que la licence est délivrée contre paiement du même montant mais avec une validité de cinq ans. Ces conditions sont décourageantes à moins que l'intention soit effectivement de décourager les organisateurs occasionnels afin que l'organisation de spectacles ne soit exclusivement réservée aux professionnels. Sinon en l'état, cela incite beaucoup d'organisateurs à titre occasionnel de spectacles à vouloir contourner les textes.

Concernant le régime fiscal, les avis sont partagés sur la question d'un régime spécifique pour l'entrepreneur culturel. Certains entrepreneurs approuvent la formule actuelle affirmant que les

---

<sup>77</sup> Nous étions au Burkina Faso du 15 juillet au 15 septembre 2016 pour une partie de notre stage et pour nos enquêtes de terrain. A l'issue du conseil d'administration du secteur ministériel (CASEM) du ministère en charge de la culture, tenu en décembre 2016, la délivrance de la licence d'entrepreneur de spectacles et de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession d'entrepreneur de spectacles vivants a été confiée à la direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC).

<sup>78</sup> Zida, Raguissida Emile, *Le marketing des arts de la scène au Burkina Faso : quelles perspectives pour la création d'un réseau de diffusion ?* Mémoire Master, Université Senghor d'Alexandrie, avril 2009, p. 18

entreprises culturelles sont des entreprises à part entière et n'ont pas à bénéficier d'un traitement spécial. Monsieur Vincent Koala, Président de l'organisation de dynamisation des arts et des spectacles en Afrique (ODAS Africa), directeur général de Maaya Consulting et Management, président de la confédération nationale de la culture du Burkina Faso, est de ceux qui soutiennent cela<sup>79</sup>. D'autres par contre pensent que les entreprises du secteur de la culture doivent être soumises à un régime plus souple, plus flexible au regard de la nature de leurs activités qui sont à risque. L'un de ceux qui défendent cette position est Salfo Soré alias Jah Press, directeur général de Bizart Productions par ailleurs commissaire général des KUNDE<sup>80</sup>. Il faut néanmoins noter que les entrepreneurs qui soutiennent l'avènement d'un régime fiscal spécial sont les plus nombreux. Nous soutenons que l'absence de régime spécifique applicable aux entreprises culturelles, ne favorise pas leur émergence de façon générale et celles de la filière spectacle en particulier. En effet, en plus de la spécificité du produit culturel, les entreprises culturelles formelles sont encore embryonnaires au Burkina Faso. Les ranger dans la catégorie générale des entreprises commerciales, n'incite pas beaucoup d'investisseurs à s'intéresser au secteur qui est à risque. Alors que ces entreprises sont censées participer à la promotion des expressions culturelles que l'UNESCO juge si importantes qu'elle y a consacré une convention<sup>81</sup>.

#### ***II.2.3.1.4. La promotion des activités à travers les organes de presse, des coûts insupportables***

L'engouement que suscite un spectacle donné dépend souvent de la communication qu'il y a eu autour de celui-ci. La communication est très importante dans le succès populaire d'un spectacle. Les acteurs burkinabè en sont conscients et en tiennent compte dans leur organisation. Malheureusement, ceux-ci sont confrontés à la dure réalité du coût élevé des tarifs appliqués par les organes de presse. Le coût de la communication autour des projets à travers ce canal est tellement élevé qu'il peut prendre une part importante (60%) du budget d'organisation du spectacle comme l'affirme certains des opérateurs que nous avons rencontrés. En réalité, il n'existe pas de grille tarifaire spécifique pour les acteurs culturels au niveau des différents médias publics et privés existant sur le territoire. C'est la même grille qui s'applique à tous les demandeurs des services de ces médias. A la station nationale par exemple le coût de diffusion d'un spot est fonction de la durée et du moment de diffusion souhaités. La durée des spots varie entre 15 et 60 secondes pour un coût allant de 15 000 FCFA à 180 000 FCFA par diffusion. (Confer tarifs publicitaires de la télévision du Burkina en annexe). Le spot ayant besoin d'être diffusé plusieurs fois par jour afin de toucher le plus grand nombre de public et de marquer les esprits, le coût de diffusion d'une semaine déjà s'avère insupportable pour la majorité des promoteurs puisque le volet communication n'est pas le seul poste de dépense dans l'organisation d'un spectacle. Le poids de la responsabilité de l'Etat dans le mauvais fonctionnement de l'entrepreneuriat de spectacles est donc considérable. Il n'est cependant pas le seul acteur intervenant dans le domaine. Par conséquent, il est convenable de s'intéresser aux failles des autres acteurs.

<sup>79</sup> Entretien du 1<sup>er</sup> septembre 2016 avec Koala Vincent à Ouagadougou.

<sup>80</sup> Entretien du 02 septembre 2016 avec Soré Salfo à Ouagadougou.

<sup>81</sup> Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Paris, 20 octobre 2005.

### **II.2.3.2. Les insuffisances imputables aux créateurs, opérateurs, hommes de médias et au public**

Le rôle de l'administration publique est déterminant dans le bon fonctionnement de la profession d'entrepreneur de spectacles. Elle ne saurait être tenue pour autant pour responsable de toutes les difficultés liées à son exercice au Burkina Faso. La responsabilité des créateurs et des opérateurs, acteurs indispensables à l'existence du métier n'est pas à négliger.

#### **II.2.3.2.1. Les artistes, producteurs et managers, irréprochables ?**

- **Les artistes**

Dans le domaine de la musique, l'audience d'un spectacle peut dépendre de la programmation artistique. Partenaires des entrepreneurs de spectacles, les artistes burkinabè ont bien de limites qui constituent un frein au développement de la profession dans le pays.

On peut retenir la mauvaise qualité des œuvres de certains des créateurs. Trois principales raisons peuvent y être données. D'abord, il y a le manque de talents de certains artistes qui n'étant pas prédestinés à la pratique de l'art musical, se sont retrouvés par la force des choses à faire de la musique. Sans travail sérieux de la part de cette catégorie d'artistes, ils ne peuvent que servir au public des œuvres de mauvaise facture, la qualité de l'œuvre ne relevant pas du miracle. Ensuite, certains artistes ont le goût de la facilité. Le souci de ceux-ci n'est pas de produire des œuvres durables mais de pouvoir mettre sur le marché un produit. Aux œuvres de ces artistes, qualité artistique et qualité technique font défaut. « Cet extrait des propos de Daboué Jacob, artiste et directeur de l'ensemble musical des amis (EMA) figurant dans l'Observateur Dimanche n° 334 du 30 août au 05 septembre 2002, p.7, cité par Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret illustre bien ce propos : « *Nos artistes sont toujours pressés. A peine sont-ils entrés en studio que l'œuvre est sortie. (...)»<sup>82</sup>. Avec le numérique, les artistes de cette tendance sont nombreux de nos jours au Burkina Faso. Enfin, il y a des artistes qui, faute de producteur ou de moyens conséquents pour s'autoproduire, sortent des œuvres dans des conditions qui ne garantissent pas à celles-ci la qualité, la volonté seule n'étant pas suffisante. En conséquence, il existe un vivier important d'artistes dont peu sont éligibles à la programmation pour des spectacles, les entrepreneurs ne programmant un artiste que dans l'espoir de rentabiliser leurs investissements. Ainsi, il n'existe qu'une minorité sur qui leur choix porte souvent. Ce petit groupe ne semble pas être d'une notoriété suffisante aux yeux des entrepreneurs au point de nécessiter régulièrement l'initiation de projets d'envergure. Ils restent encore dubitatifs par rapport à l'atteinte de leurs objectifs en ne comptant que sur les artistes locaux. C'est pourquoi certains sont obligés de faire appel à des artistes étrangers bien célèbres, dont les cachets sont plus importants. A ce propos, M. Ouédraogo Boukary, ex Directeur de la promotion des industries culturelles et créatives, affirme : « *il n'y a pas de grands artistes à la hauteur des ambitions des entrepreneurs.* »<sup>83</sup>. Il y a aussi des artistes qui ne sont pas encadrés et se retrouvent seuls à gérer leur carrière, ce qui est difficile à concilier avec la*

---

<sup>82</sup> Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p. 200

<sup>83</sup> Entretien du 07 septembre 2016 avec Ouédraogo Boukary à Ouagadougou.

création. Les créateurs ne permettent donc pas à l'entrepreneur de développer convenablement l'industrie musicale. Mais leurs limites ne sont pas celles des opérateurs.

- **Les producteurs et managers**

De prime abord, il faut relever que ces deux catégories d'opérateurs que sont les producteurs et les managers, sont d'un nombre très réduit. Pour parler de leurs insuffisances, nous commençons par le producteur. Ainsi, dans ce cas précis, nous entendons par producteur, la personne physique ou morale qui investit financièrement pour la fabrication matérielle de l'œuvre. Au Burkina Faso, il est courant de voir le rôle de producteur et d'éditeur joué par une même personne. Elle s'occupe aussi de la fixation des enregistrements sur des supports en vue de leur commercialisation. Le premier constat est l'absence de producteur digne de ce nom dans le pays. Les producteurs, dans leur majorité, ne sont pas des professionnels. L'on a plutôt affaire à des amateurs, à des personnes qui ont une certaine passion pour la musique. Il n'existe pas de producteurs convaincus au point d'y investir conséquemment. Beaucoup ne sont pas formés et ont appris à exercer le métier sur le tas. Cet avis est partagé par Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret puisqu'ils soutiennent : « *Au niveau de la production se posent d'autres problèmes. Le Burkina Faso souffre d'une insuffisance de producteurs de niveau professionnel.* »<sup>84</sup> Les artistes sont alors obligés de s'autoproduire. Issoufou Saré le souligne en ces termes : « *En l'absence de producteurs professionnels, l'artiste qui aspire à une carrière professionnelle, est obligé de trouver les moyens de s'autoproduire. Et cela est devenu le mode de production largement dominant sur le marché du disque au Burkina Faso.* »<sup>85</sup> Les conséquences de cette pratique, nous les avons évoquées plus haut, sont souvent dramatiques.

Du côté des managers, il s'agit pratiquement des mêmes réalités. Il existe peu de managers professionnels. Beaucoup se sont formés sur le tas. D'où le tâtonnement dans la gestion de la carrière des artistes qui, souvent ont du mal à percevoir le rôle réel que le manager joue. Beaucoup n'arrivent pas à trouver des dates pour leurs artistes. Vincent Koala parlant des managers trouvent que ceux-ci sont peu outillés pour l'international. Ils ont un carnet d'adresses non fourni selon lui.<sup>86</sup> Les artistes Amity Méria et Idak Bassavé le confirment à travers ces confidences faites à Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret. Voici ce qu'avoue la première : « *J'ai vécu l'expérience des managers. J'ai vu qu'ils ne m'apportaient pas grand-chose. Ce sont mes mêmes contacts qu'ils exploitent. Généralement les managers n'ont pas reçu de formation et n'ont pas de carnets d'adresses. Ils ne maîtrisent pas le terrain du show-biz...* ». Et la seconde de déclarer : « *Ici au Burkina, l'histoire des managers, j'en ai vu (...) ils n'ont pas de formation. Un manager doit considérer ce qu'il fait comme un métier. S'occuper uniquement de son artiste au lieu de faire autre chose...* »<sup>87</sup> Ainsi, la plupart des managers, au lieu

---

<sup>84</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit, p. 214

<sup>85</sup> *Création et développement des entreprises de la filière musique au Burkina Faso : difficultés, enjeux et perspectives*, université Senghor d'Alexandrie, Egypte, avril 2011, Op.cit p.16

<sup>86</sup> Entretien réalisé le 1<sup>er</sup> septembre 2016 avec Koala Vincent, président de l'association Organisation pour la dynamisation des arts et les spectacles en Afrique (ODAS- Africa)

<sup>87</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p. 209



d'être permanemment à la recherche de dates, de chercher à susciter la programmation de leurs artistes, attendent plutôt que l'entrepreneur de spectacles fasse le pas. Ils attendent que les organisateurs de spectacles les contactent au lieu de chercher plutôt à placer leur artiste. Beaucoup ne sont pas que dans le management. Ils exercent plusieurs métiers. On retrouve certains dans la production, dans le management, dans l'édition, comme le disent les artistes interrogées. Or, leur rôle pouvait être déterminant dans le choix artistique de l'entrepreneur de spectacles. Il suffit de savoir vendre son artiste. Mais avec un tel comportement, le manager burkinabè n'aide pas assez l'entrepreneur dans son travail. Le manque de producteur et de gestionnaire professionnels représente un handicap pour l'entrepreneur dans l'exercice de sa profession. Il n'est pas pour autant de son côté, à l'abri de reproches.

### ***II.2.3.2.2. La responsabilité de l'entrepreneur de spectacles***

Nous avons distingué deux catégories d'entrepreneurs de spectacles à savoir les occasionnels et les professionnels. Dans cette partie, nous ne prendrons en compte que ceux qui mènent l'activité à titre professionnel tout en nous intéressant particulièrement aux entreprises commerciales. Alors, les failles de l'entrepreneur sont si importantes que la profession peine jusque-là à rayonner dans le pays. D'abord, il y a le manque de formation de la plupart des entrepreneurs de spectacles burkinabè. Si certains d'entre eux ont bénéficié de formations de courte durée, de nombreux entrepreneurs se sont formés sur le tas et exercent le métier sans avoir bénéficié de formation adéquate en la matière. Cette situation est l'une des causes de leur inefficacité. Certains ne sont pas par exemple capables de monter des dossiers de financement pouvant séduire des bailleurs de fonds. Seydou Zongo alias Zedess reconnaît que certains organisateurs sont peu outillés pour l'activité<sup>88</sup>. Or, l'organisation de spectacles c'est le déploiement d'une ingénierie et il y a des règles à observer en la matière. Ensuite, il y a le manque de professionnalisme de la part des entrepreneurs. De nombreuses entreprises ne sont pas structurées. Pour Vincent Koala « Les entrepreneurs ne sont pas structurés ». Au sein de la plupart d'entre elles, plusieurs fonctions et tâches sont exercées par une seule et même personne. Ces entreprises de spectacles dont beaucoup ne sont pas en règle vis-à-vis de la réglementation en vigueur dans le pays, sont gérées dans l'informel. Aussi, ces entreprises ne disposent-elles pas de la licence d'entrepreneur de spectacles exigée pour l'exercice de la profession comme nous l'avons déjà souligné plus haut. Certaines d'entre elles peu sérieuses, n'ayant pas le plus souvent de siège et n'hésitant pas à faire de la publicité mensongère, sont parfois incapables ou manquent de volonté d'honorer leurs engagements vis-à-vis des partenaires dont font partie les artistes. Par ailleurs, elles ont une faible culture de la sécurité sociale. Elles ne déclarent pas leur personnel auprès des établissements de prévoyance sociale. Ce sont des actes que Tégawendé Kiendrébéogo dit Kosta qualifie d'« amateurisme guidé par la passion »<sup>89</sup>. Malheureusement, cette catégorie d'entrepreneur est numériquement supérieure par rapport à celle sérieuse. De plus, l'entrepreneur burkinabè est plus

<sup>88</sup> Zongo, Seydou alias Zedess, artiste chanteur, directeur général du centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel (CENASA), entretien réalisé le 09 septembre 2016 à Ouagadougou.

<sup>89</sup> Kiendrébéogo, Tégawendé dit Kosta, manager d'artistes, responsable de Béogo & Com events, entretien réalisé le 30 août 2016 à Ouagadougou.

favorable à la prestation en play-back. Ce mode de prestation qui tue la création, ne permet pas un développement véritable de la vraie musique. C'est une pratique que dénonce Bil Aka Kora à sa façon : « *Mon reproche principal est à ceux qui organisent des spectacles en play-back. Cette pratique devrait être révolue. Elle empêche nos artistes d'évoluer. Cette pratique permet aussi à beaucoup d'imposteurs de se faire passer pour des artistes.* »<sup>90</sup> De son côté, l'artiste musicien Solo Dja Kabako évoquant les difficultés que rencontrent les artistes musiciens qui ont choisi de se produire en live, affirme ceci : « *...les choses ne sont plus comme ce qu'elles étaient avant ; surtout pour nous qui avons opté pour le live. Les organisateurs de spectacles nous écartent de certaines manifestations. (...) Avec cette préférence pour la facilité, notre musique a aussi pris un coût ; elle est devenue comme une galette. Quand on écoute certaines musiques, on ne sait même plus à quoi elles ressemblent (...)* »<sup>91</sup> En outre, les entrepreneurs de spectacles burkinabè ont un problème d'organisation. Il existe certes deux organisations professionnelles de la filière spectacle vivant, mais celles-ci semblent n'exister que de nom. La première, c'est le syndicat national des entrepreneurs de spectacles du Burkina Faso (SYNES-BF). Créé en février 2012 et reconnu sous le récépissé n°201200191/MATDS/SG/DGLPAP/DAPG<sup>92</sup>, cette organisation professionnelle avec un bureau composé de six membres, censée défendre les intérêts des entrepreneurs, est tristement célèbre par son mauvais fonctionnement. Cet état de fait est décrié par beaucoup d'entrepreneurs et même par des membres de son bureau. Certains entrepreneurs ne trouvent pas le syndicat sérieux et avouent qu'il ressemblerait plutôt à un réseau qu'à un syndicat. Vincent Koala affirme que le syndicat n'a pas apporté de changement depuis son existence. L'autre organisation, c'est la fédération nationale des professionnels de la scène (PRO-SCENE). Si ses missions sont bien nobles, ces actions sur le terrain ne sont pas encore remarquables au point que les entrepreneurs ont l'air de l'ignorer ou de l'avoir oubliée. En fait, en dehors de son président, aucun des entrepreneurs que nous avons rencontrés ne l'a évoquée. Pourtant dans notre guide, nous avons une question portant sur l'existence d'organisations professionnelles du domaine. C'est pourquoi nous nous interrogeons sur ce que vaut en réalité cette organisation pour les entrepreneurs.

Faisant le constat des spectacles organisés dans l'année par les entreprises commerciales les plus célèbres, à l'exception de quelques-unes, on se rend compte que le nombre de spectacles par entreprise est très peu élevé. En considérant uniquement la majorité des entreprises rencontrées, la moyenne est d'environ 2,75 par an en dehors des spectacles commandés. Cela ne permet pas de promouvoir assez la musique burkinabè. Aussi, une partie importante des entrepreneurs se trouve dans les centres urbains et les concerts musicaux se déroulent généralement dans ces zones. Or, certaines des villes semi-urbaines constituent des marchés au regard du pouvoir d'achat de plus en plus élevé de leurs populations.

<sup>90</sup> Guide d'entretien envoyé à Bil Aka Kora, le 19 octobre 2016 et retourné par celui-ci le 20 octobre 2016.

<sup>91</sup> <http://www.artistesbf.org/spip.php?article504> , consulté le 29 décembre 2016.

<sup>92</sup> <http://www.burkinapmepmi.com/spip.php?article9468&rubrique14>, consulté le 17 août 2016

Si l'usage du numérique par l'entrepreneur de spectacles burkinabè n'est pas encore très développé, beaucoup ne maîtrisent pas encore cette technologie. Aussi, les techniciens, collaborateurs de l'entrepreneur ont également une faible maîtrise du numérique parce que l'ayant appris sur le tas. Cette faible connaissance et usage des nouvelles technologies par les acteurs burkinabè représentent un sérieux handicap pour ceux-ci à un moment où elles sont devenues incontournables dans l'organisation des spectacles ne serait-ce que dans son volet promotion.

En plus, il est à noter que l'artiste burkinabè n'est pas assez valorisé par l'entrepreneur de spectacles. Nous reconnaissons que l'organisation de spectacles n'est pas une œuvre de charité pour l'entrepreneur encore moins pour les entreprises commerciales. L'entrepreneur n'a donc pas à encourager la médiocrité au détriment de ses intérêts. Cependant, les artistes se distinguant du lot ne sont pas nombreux à être valorisés par l'entrepreneur car des artistes talentueux ont existé et existent au Burkina Faso mais n'ont pas encore bénéficié de la considération nécessaire de la part des entrepreneurs nationaux. En effet, si les efforts de certains grands noms de la musique burkinabè tels que les regrettés Amadou Balaké<sup>93</sup>, Jean Claude Bamogo dit Man, Georges Ouédraogo dont les œuvres ont été reconnues au-delà des frontières nationales, sont à saluer, la musique burkinabè dans son ensemble peine jusque-là à se faire une place dans la sphère du show biz international. Certains artistes se battent tant bien que mal pour la conquête du marché international et élever ainsi le niveau d'ensemble de la musique burkinabè mais ne sont pas encore arrivés à inscrire leur nom sur la liste des grands noms de la musique africaine encore moins mondiale. D'autres ont juste eu le temps de connaître une gloire éphémère au plan national avant de disparaître de la scène musicale et son aujourd'hui à la limite dans les oubliettes.

Tableau 10: Situation de quelques entreprises vis-à-vis de la sécurité sociale

Entreprises	Nombre d'employés	Situation vis-à-vis de la sécurité sociale
Seydoni Burkina	5	déclarés
Youdé Bénito Production	5	non déclarés
Artistes distribution	3	déclarés depuis 2005
Béogo Com & and events	1	non déclaré
Biz'Art Productions	20	déclarés

Source : SOW Kowôma Vincent, enquête de terrain

En ce qui concerne la sécurité sociale, certaines des entreprises sont formelles et ont un personnel permanent. Ce personnel est déclaré à la caisse nationale de sécurité sociale (CNSS) pour la plupart des entreprises sur lesquelles nous avons mené l'enquête. Mais elles représentent une petite partie des entreprises commerciales. La situation de celles-ci, n'est malheureusement pas la même pour une partie importante des entreprises qui ne figurent pas dans ce tableau. Il en existe beaucoup d'autres qui ne sont pas en règle vis-à-vis de la sécurité sociale.

<sup>93</sup> Feu Amadou Balaké, ex membre du groupe musical africain « *Africando* », a deux disques d'or à son actif dont le premier a été obtenu en 1982 en Côte d'Ivoire, font remarquer Kaboré Oger et Kaboret Ferdinand Auguste dans leur ouvrage commun *Histoire de la musique moderne du Burkina : genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, 2004.

Tableau 11: Bureau exécutif du SYNES-BF

Président	Innocent Belemtougri
Secrétaire général	Aboudou Bado
Trésorier	Jacob Bamogo
Secrétaire chargé des études et des projets	Ali Diallo
Secrétaire à l'information	Georges Kaboré
Secrétaire à l'organisation et à la mobilisation	Télesphore Bationo
Secrétaire aux relations extérieures	Prosper Traoré

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

Tableau 12: Nombre de spectacles organisés par quelques entreprises commerciales en moyenne par an

Entreprises	Bitel communication	Lamine Wala	Youdé Bénito Productions	Bizart Productions	Artistes Distribution	Seydoni Burkina
Nombre de spectacles	3 + 10 commandés	60 au moins	Emissions pour enfants 15	2 ou 3 + les Kundé	3	2

Source : Sow Kowôma Vincent, enquête de terrain

Des six entreprises considérées, quatre d'entre elles n'organisent pas plus de 3 spectacles par an. Cela concerne les spectacles qu'elles organisent pour leur propre compte. Certaines d'entre elles à l'instar de Bitel Communication et de Bizart Productions, organisent des spectacles commandés. Il s'agit de spectacles produits par d'autres structures dont l'organisation leur est confiée. Dans ce cas de figure, ces structures sollicitent leur expertise. Bizart productions n'est pas que dans le spectacle. La structure est aussi dans « le marketing opérationnel ». D'ailleurs, son directeur général affirme que le spectacle n'est pas son activité principale. L'entreprise Lamine Wala travaille beaucoup avec les artistes traditionnels. Cette catégorie d'artistes est au centre des spectacles qu'elle organise depuis 1991. Elle sillonne les petites localités du pays. C'est ce qui explique le nombre élevé de spectacles qu'elle organise dans l'année. Youdé Benito Productions a aussi sa particularité. Elle est surtout spécialisée dans l'organisation de spectacles pour enfants. Ce sont des spectacles organisés sous forme de compétition et comportant plusieurs manches. Ils se tiennent pendant les vacances qui durent environ quatre mois. Mais pendant les congés du premier trimestre et ceux du second trimestre, elle initie des spectacles. Tout comme Youdé Benito Productions, d'autres organisations visent les tout petits à travers des activités d'éveil artistique avec au cœur la musique. Elles participent d'une façon ou d'une autre à la promotion de la musique au niveau de la relève. Le tableau dressé montre que les failles des entreprises de spectacles sont bien importantes. La situation de l'entrepreneur de spectacles est aggravée par l'attitude des hommes de médias et du public burkinabè.

#### **II.2.3.2.3. Les hommes de médias et le public burkinabè: quelle part de tort ?**

Le rôle des médias et du public est déterminant dans la réussite d'un spectacle qu'il soit payant ou non. En effet, un spectacle est organisé avec comme cible un public donné et cela nécessite le concours des hommes de médias. Leurs actions peuvent produire son effet à long ou à court terme. Au Burkina Faso, les hommes de médias et le public sont parfois responsables du traitement que réserve l'entrepreneur de spectacles aux artistes locaux. En ce qui concerne les hommes de médias, ceux-ci ne font pas

assez la promotion de la musique burkinabè. S'il est vrai que l'œuvre ne peut être diffusée par les médias si elle n'obéit à des exigences de qualité, beaucoup de produits de bonne qualité d'artistes nationaux souffrent encore du manque de diffusion. Certains sans être très outillés, font leur programmation à partir de leur propre appréciation des œuvres et suivant leurs habitudes et goûts. Ces appréciations généralement négatives ne militent pas en faveur de la promotion des œuvres des artistes nationaux. C'est un constat que Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret décrivent en ces termes : « *En effet certains hommes de médias manquent de culture musicale et de ce fait portent des jugements dépréciatifs sur la musique moderne tirée du terroir burkinabè (...)* »<sup>94</sup>

Ainsi, le quota de diffusion des œuvres musicales qui est de 60% pour les médias confessionnels et communautaires et 40% pour les médias commerciaux<sup>95</sup> n'est pas respecté<sup>96</sup>. Les œuvres d'artistes étrangers restent largement dominantes sur la plupart des antennes des médias audiovisuels dans le pays surtout sur celles des médias privés. Dans un tel contexte, le public ne peut que préférer ce qu'il connaît et ne peut pas manifester un intérêt pour ce dont il ignore l'existence même s'il s'agit de la bonne qualité.

S'agissant du public, si on admet que le Burkinabè a un faible pouvoir d'achat d'une manière générale, il faut néanmoins relever son peu d'engouement pour les productions nationales en général et pour les produits musicaux en particulier. On note un sérieux complexe d'infériorité au sein des populations préférant ainsi ce qui vient de l'extérieur à ce qui se trouve à l'intérieur même si en termes de qualité ce qui est à l'intérieur est parfois nettement supérieur. Oger Kaboré et Auguste Ferdinand Kaboret donnent l'exemple du chanteur Amadou Balaké qui en dépit de ses deux disques d'or obtenus respectivement en 1982 et 2001 dont le premier en Côte d'Ivoire, n'a pas été accueilli par le public burkinabè à la hauteur de son talent<sup>97</sup>. Tout ceci influence l'entrepreneur dans sa programmation artistique. Cet acteur vit finalement des contraintes de plusieurs ordres qui sont imputables à plusieurs acteurs. Cette situation ne favorise pas l'essor d'une véritable industrie musicale qui serait profitable à l'artiste burkinabè. Ce qui nous permet de conclure à la véracité de notre troisième hypothèse. En dépit de tout cela l'entrepreneur de spectacles burkinabè joue un rôle important pour l'industrie musicale. Il contribue dans une certaine limite au développement de la filière musicale. Le niveau de sa contribution pourrait mieux peser dans la balance si certains problèmes de fonds étaient résolus.

---

<sup>94</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse, évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p.219

<sup>95</sup> [www.lefaso.net](http://www.lefaso.net), du 08 avril 2016, consulté le 07 janvier 2017,

<sup>96</sup> Conseil Supérieur de la Communication (CSC) du Burkina Faso, Rapport public, monitoring des médias audiovisuels et de la presse écrite, octrois de fréquences et signatures de conventions, perspectives et recommandations, 2012.

<sup>97</sup> *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse, évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, Op.cit., p.156

## **Chapitre 3 : Pistes pour une contribution effective de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale au Burkina Faso et perspectives**

Le rayonnement du métier d'entrepreneur de spectacles pour le bonheur de l'industrie musicale au Burkina Faso repose sur plusieurs acteurs. Il s'agit de l'Etat, des opérateurs mais aussi de toute la population.

### ***III.1. Quelques pistes***

Le rôle de l'Etat et celui des opérateurs sont essentiels pour la résolution des difficultés auxquelles l'entrepreneur de spectacles est confronté.

#### **III.1.1. Le rôle de l'Etat**

L'Etat intervient à plusieurs niveaux dans l'exercice de la profession d'entrepreneur de spectacles. Il y a la régulation, la fiscalité, le financement, la formation, la diffusion.

##### ***III.1.1.1. La réglementation, le régime fiscal et le financement***

###### ***III.1.1.1.1. Le contrôle et le renforcement de la réglementation***

L'exercice du métier d'entrepreneur de spectacles est encadré par des textes au Burkina Faso qui malheureusement ne sont pas soit bien suivis ou comportent des insuffisances. Nos suggestions portent sur la licence d'entrepreneur de spectacles, l'autorisation d'organiser occasionnellement des spectacles et les redevances perçues par le bureau burkinabè du droit d'auteur à la faveur de certaines formes d'exécution publique des œuvres musicales que le bureau appelle « séances occasionnelles ». Ainsi, pour pallier les insuffisances d'ordre règlementaire, il est souhaitable que l'Etat à travers le ministère en charge de la culture commence d'abord par amener les entrepreneurs professionnels de spectacles à se mettre à jour vis-à-vis de la licence. Pour y arriver, un répertoire des entreprises de spectacles à mettre régulièrement à jour, est à dresser. Ensuite, les entrepreneurs pourraient être sensibilisés à travers divers canaux parmi lesquels, les rencontres d'échanges, des capsules sur les médias que sont la télévision, la radio et les réseaux sociaux numériques. Après un délai de grâce, l'Etat pourrait passer à la répression de ceux qui seront en infraction. Les entrepreneurs ont déjà été invités par le ministère à se mettre à jour mais le seul écrit les invitant nous paraît insuffisant. Aussi, la détention de la licence par tout entrepreneur de spectacles devra-t-elle être une des conditions préalables pour bénéficier de la subvention ou de tout autre accompagnement de l'Etat. Concernant l'autorisation, il est préférable que les frais à verser pour sa délivrance soient revus à la baisse pour ne pas encourager les personnes concernées à opérer dans l'illégalité. Le nombre de spectacles dans l'année étant limité à deux pour cette catégorie d'acteur, nous proposons que ces frais soient fixés à 50 000 francs CFA au lieu des 100 000 FCFA actuellement en vigueur. C'est plus raisonnable. Ensuite, pour les redevances que le BBDA perçoit auprès des organisateurs de spectacles avant la tenue de tout spectacle, au lieu de demander à l'organisateur de les lui verser directement, le bureau pourrait négocier et signer un protocole d'accord avec les exploitants de lieux de spectacles en vue de l'inclusion des redevances dans les frais de location de l'espace qui lui seront reverser sans pour autant renoncer à la part de redevance que ces exploitants doivent eux-mêmes lui payer. Cela paraît

beaucoup subtil et il pourra ainsi mieux recouvrir cette catégorie de droit. Par ailleurs, le bureau pourrait proposer des forfaits annuels aux entrepreneurs professionnels.

Enfin, l'Etat devra veiller à travers le conseil supérieur de la communication au respect des quotas de diffusion des œuvres musicales par les médias audiovisuels publics et privés. Pour réussir ce combat, des sanctions s'imposent certes mais le ministère en charge de la culture pourrait adopter des mesures incitatives. Par exemple à chaque édition des *Prix Galian*<sup>98</sup>, il pourrait attribuer des prix spéciaux à l'animateur, la chaîne de radio et à la chaîne de télévision ayant diffusé mieux la musique burkinabè. Outre la réglementation, l'Etat a également un rôle à jouer par rapport au régime fiscal et dans le financement des entreprises de spectacles.

### **III.1.1.1.2. Le régime fiscal et le financement**

Au regard des potentialités qui existent, on peut affirmer que l'entrepreneuriat de spectacle est un métier d'avenir et pourrait avec le temps mieux servir l'Etat burkinabè dans sa lutte contre le chômage qui sévit dans le pays. Mais pour l'instant, le domaine est embryonnaire et des mesures sur le plan fiscal et concernant son financement sont nécessaires pour son décollage.

Sur le plan fiscal, il serait souhaitable qu'un régime spécifique soit appliqué à l'entrepreneur de spectacles. Cela pour deux raisons fondamentales. D'un côté, s'il est vrai que l'entreprise de spectacles commerciale recherche du profit, en tant qu'entreprise culturelle, elle n'est pas une entreprise classique et pourrait bénéficier d'un traitement de faveur au regard de l'état du développement de la profession et du taux élevé de risque qu'on y rencontre. C'est un domaine très peu développé au Burkina Faso et les investisseurs sont exposés à plus de risques par rapport à leurs pairs qui sont dans d'autres secteurs d'activité. Contrairement à la commercialisation des produits classiques avec lesquels il s'agit généralement d'un marché de la demande, le produit culturel fait face à un marché de l'offre et il y est très difficile de prédire son succès sur le plan économique<sup>99</sup>. Cette réalité est beaucoup plus accrue dans le domaine du spectacle vivant. S'intéressant au secteur culturel en général, Steven Hearn et Olivier Saby affirment que « *Le risque dans le secteur est grand et la réussite incertaine.* »<sup>100</sup> Pour eux, « *La performance d'un produit culturel ne peut se prédire, ni même facilement toujours se comprendre a posteriori ; la réaction des consommateurs étant par nature insondable, le succès ou l'échec d'un projet se constate plus qu'il ne s'augure.* »<sup>101</sup>

De l'autre côté, le produit culturel a une valeur symbolique, car porteur de valeurs et d'identité. Les entreprises de spectacles contribuent alors à la préservation de nos valeurs culturelles. En effet, en produisant ou en diffusant les œuvres, ils constituent une source de motivation pour les créateurs. D'ailleurs, la Convention de 2005 de l'UNESCO portant sur la protection de la diversité des expressions

---

<sup>98</sup> Les *Prix Galian* sont une cérémonie de récompense des organes de presse et des Hommes de médias au Burkina Faso. La cérémonie est organisée par le ministère en charge de la communication et est annuelle. En plus des prix officiels, d'autres ministères et institutions ont la possibilité d'attribuer des prix spéciaux à une ou des œuvres des travailleurs du domaine de l'information et de la communication.

<sup>99</sup> Miège, Bernard, Introduction à la socio-économie de la culture, Cours de master I, Université Senghor, Alexandrie, 2015.

<sup>100</sup> Steven Hearn en association avec Olivier Saby, rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France, juin 2014, PDF

<sup>101</sup> Idem

culturelles est favorable à cette approche. Aux termes des directives opérationnelles de celle-ci, plusieurs « mesures destinées à promouvoir les expressions culturelles » ont été édictées par les Etats parties. L'un des principes de sa mise en œuvre consiste pour les Etats parties : « À l'étape de la production, à soutenir le développement d'activités, biens et services culturels en favorisant l'accès aux mécanismes de production et en favorisant le développement d'entreprises culturelles ».<sup>102</sup> Le soutien financier est par exemple l'un des domaines retenus comme outils de mise en œuvre des mesures utilisées en faveur de la promotion des expressions culturelles. Tel que souhaité par les Etats parties, il pourrait être matérialisé par le « développement de programmes de soutien financier, y compris des incitations fiscales, fournissant l'assistance à la création.»<sup>103</sup>. Le Burkina Faso est Partie à cette convention et l'a ratifiée. Le pays pourrait alors s'appuyer sur ces directives. L'adoption d'une telle mesure vise à encourager la création car elle incitera des opérateurs à investir dans le secteur culturel. Cela aura pour conséquence l'émergence d'entreprises culturelles parmi lesquelles des entreprises de spectacles. C'est une situation pouvant contribuer au développement de l'industrie musicale. L'Etat pourrait donc au nom de ce régime réduire le montant des taxes et de l'impôt payés par les acteurs culturels. Les entrepreneurs pourraient bénéficier d'exonérations de la taxe sur certains matériels techniques et d'importation notamment les appareils numériques.

Quant à la question du financement, des efforts sont déjà faits mais les défis à relever sont encore nombreux. Le fonds de développement culturel et touristique en est un exemple. Ce fonds est aujourd'hui opérationnel certes, mais reste à être conséquemment approvisionné. Même si la direction générale venait à mobiliser le montant nécessaire pour son fonctionnement, ce fonds ne pourra pas couvrir tous les besoins de financement des opérateurs au regard du plafond du prêt qui leur pourrait être accordé. Il est de l'ordre de 50 000 000 FCFA soit 7633, 58 euros. Le budget d'organisation d'un concert pouvant varier entre 2 000 000 et 100 000 000, on peut comprendre que ce fonds ne soit pas la fin du cauchemar des entrepreneurs de spectacles. D'ailleurs, ils n'en sont pas les seuls bénéficiaires. En fait, le fonds finance non seulement la majorité des entrepreneurs culturels mais aussi ceux du domaine du tourisme. Les regards restent alors toujours tournés vers les sources traditionnelles de financement parmi lesquelles il y a les établissements financiers classiques auxquels les entrepreneurs font recours. Ainsi, à l'endroit des sponsors et des établissements financiers, l'État pourrait adopter des actions en faveur du financement des entreprises culturelles en général et des entreprises de spectacles en particulier. Des mesures fiscales d'incitation au sponsoring et au mécénat allant dans le sens de la réduction du montant des impôts à payer par les sponsors traditionnels que sont certaines grandes entreprises commerciales pourraient être envisagées. En outre, l'Etat pourrait faciliter l'accès des entrepreneurs aux crédits auprès des établissements financiers en les avalisant, en se portant garant de leurs crédits. Ce point est l'un des objectifs de la création du fonds de développement culturel et touristique. Il reste maintenant à le rendre effectif.

---

<sup>102</sup> Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture , Section de la diversité des expressions culturelles Secteur de la Culture, Textes fondamentaux de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, MH DESIGN, France, édition 2013 , PDF

<sup>103</sup> Idem



### ***III.1.1.2. L'offre d'espaces adéquats de diffusion et des tarifs préférentiels dans les médias audiovisuels : une nécessité***

Autant le financement est capital pour l'entrepreneur de spectacles, autant les espaces de diffusion et la communication autour des projets sont au cœur de l'exercice de la profession.

#### ***III.1.1.2.1. Les salles, des infrastructures capitales pour l'exercice de la profession***

En matière de lieux de diffusion, les pouvoirs publics ont fait des efforts en réalisant un certain nombre d'infrastructures. Malheureusement, celles-ci sont limitées tant du point de vue de la quantité que de la qualité. Alors, la réalisation de nouvelles infrastructures en vue de la couverture de l'ensemble du territoire ou à défaut de la couverture des chefs-lieux des quarante-cinq provinces que compte le pays, est une nécessité. Aussi, importe-t-il de construire des salles de grandes capacités et équipées en matériel technique dans les grandes villes et de résoudre les problèmes techniques des salles déjà construites afin d'éviter le gaspillage des ressources que l'Etat y a injectées. Pour la construction et la réhabilitation des salles équipées et répondant aux normes techniques, le secteur privé pourrait appuyer l'administration publique. Des politiques d'incitation de cet acteur pourraient être adoptées. Mais avant, il devra être sensibilisé quant à l'apport socio-économique de telles infrastructures.

#### ***III.1.1.2.2. L'adoption d'une politique tarifaire au profit des acteurs culturels***

Pour la promotion des activités, l'adoption d'une politique tarifaire en faveur de l'entrepreneur culturel en général, permettrait à celui-ci de mieux promouvoir les expressions artistiques et culturelles du pays et d'aider les pouvoirs publics à lutter contre l'hégémonie des cultures de nations plus puissantes. De façon concrète, le ministère en charge de la culture pourrait de concert avec les organisations professionnelles du domaine, proposer des tarifs supportables par les entrepreneurs de spectacles et engager des négociations avec le ministère en charge de la communication et les promoteurs des chaînes de radio et de télévision privées. Les négociations devront aboutir à l'application de tarifs préférentiels aux activités de l'entrepreneur culturel par ces médias. Ces tarifs devraient être positivement discriminatoires en cas de programmation d'artistes nationaux par les entrepreneurs. C'est une mesure qui pourrait amener les entreprises commerciales à mieux mettre les artistes locaux au premier plan.

### **III.1.2. Le rôle des créateurs et des opérateurs**

#### ***III.1.2.1. Les artistes, managers et producteurs***

Pour une contribution effective de l'entrepreneur de spectacles au développement de l'industrie musicale au Burkina Faso et au rayonnement de la musique burkinabè à l'intérieur et au-delà des frontières nationales, les artistes, managers et producteurs ont un rôle déterminant à jouer. Parlant de l'artiste, celui-ci devra considérer son art comme un métier à part entière et l'exercer avec tout son sérieux comme s'exerce toute autre profession. Plus précisément, les artistes devront travailler à mieux valoriser leur talent en évitant d'emprunter des solutions de raccourci qui en réalité, sont généralement de courte durée. Ils devront faire de la maîtrise du live une priorité pour s'imposer au plan national ce qui pourra leur ouvrir les portes de l'international. Si la formation est importante pour tous les artistes,

elle est un impératif pour ceux d'entre eux qui ne sont pas naturellement doués. Elle peut permettre d'améliorer la qualité artistique de leurs œuvres.

Du côté des managers et producteurs, il est temps pour eux d'abandonner l'amateurisme et de montrer plus d'engagement dans l'exercice de leurs professions respectives. Il leur faut entièrement se consacrer à leurs métiers ou en faire une priorité. Ils pourront ainsi gagner la confiance des partenaires avec qui ils doivent composer au nombre desquels les artistes en premier. Pour relever ce défi, la formation s'avère nécessaire. Ils devront se former dans leurs domaines respectifs et aussi à la maîtrise des nouvelles technologies qui, aujourd'hui, sont quasi indispensables pour leur profession.

### **III.1.2.2. Les entrepreneurs de spectacles**

#### **III.1.2.2.1. La formation comme gage de compétitivité des entreprises**

La qualité des ressources humaines est prépondérante pour la compétitivité d'une entreprise. Pour des ressources humaines de bonne qualité au service des entreprises de spectacles, la formation s'avère nécessaire. Cela concerne aussi bien le personnel chargé de la gestion administrative de l'entreprise que les techniciens. L'intérêt de la formation du personnel administratif est que celui-ci pourrait arriver à mieux organiser l'entreprise et à faire face aux défis d'ordre administratif et financier. Ils connaîtront mieux le domaine et pourront produire des documents cohérents, fiables pour se montrer crédibles aux yeux de leurs différents partenaires dont l'administration publique et les potentielles sources de financement de leurs activités. Même si dans ce domaine le taux du risque est élevé, il s'agit tout de même d'une activité commerciale rentable. L'entrepreneur devra donc travailler à gagner la confiance des personnes physiques ou morales susceptibles de financer ses activités. Par ailleurs, une meilleure connaissance des enjeux du numérique et la maîtrise de cette technologie qui offre de nombreuses possibilités à l'entrepreneur de spectacles, sont plus que jamais nécessaires.

Les techniciens quant à eux, doivent se former pour mieux maîtriser le matériel technique et surtout les appareils numériques qui sont de plus en plus à leur portée. Ils pourront contribuer sensiblement à l'amélioration de la qualité des œuvres artistiques et seront dans l'ère du temps ; leur rôle étant capital dans la réalisation de l'œuvre de l'artiste musicien sous toutes ses formes. Au sujet de la formation, il ressort dans une étude réalisée au profit de l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie et du Haut Conseil de la Francophonie que « (...) la formation professionnelle est essentielle pour la vitalité et la performance technique, artistique et économique des entreprises culturelles (...) »<sup>104</sup>. En envisageant la formation, nos entrepreneurs ont beaucoup à y gagner.

#### **III.1.2.2.2. La nécessité de la dynamisation des organisations professionnelles des entrepreneurs de spectacles**

Pour une meilleure défense de leurs intérêts, l'union des entrepreneurs de spectacles pour parler d'une même voix, est une nécessité. Il serait donc souhaitable que les entrepreneurs de spectacles s'accordent sur l'essentiel et travaillent à rendre plus dynamiques les organisations professionnelles de

---

<sup>104</sup> Organisation internationale de la Francophonie, Agence Intergouvernementale de la Francophonie et Haut Conseil de la Francophonie, Les industries culturelles des pays du Sud : enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle, Rapport d'étude, août 2004, PDF, p.56

leur domaine qui existent. A travers ces organisations, les entrepreneurs pourraient, en plus des négociations, des plaidoyers et des dénonciations, susciter des initiatives comme par exemple des séances de formation en vue du renforcement de leurs capacités.

### **III.1.2.2.3. La nécessité de la valorisation des artistes nationaux**

La conquête du marché extérieur passe le plus souvent par la confirmation du talent de l'artiste à l'interne. Elle peut permettre à l'artiste d'avoir confiance en lui et d'avoir un revenu lui permettant de satisfaire des besoins et d'obéir à certaines exigences de la scène internationale. C'est dans ce sens que l'entrepreneur professionnel pourrait accompagner les artistes locaux en les valorisant d'avantage dans la programmation. Il ne s'agit pas d'une culture de la médiocrité, mais de donner la chance à ceux qui ont vraiment du talent, de s'exprimer pour être révélés. Les artistes peu connus pourraient être programmés sur de grandes scènes mais pourront se produire plus dans les villes moyennes. Cela est aussi une occasion pour ces villes de bénéficier régulièrement de concerts musicaux.

Pour plus de présence d'artistes burkinabè sur la scène internationale, les entrepreneurs de spectacles burkinabè, pourraient mettre à profit la coopération culturelle existant entre le Burkina et certains pays surtout ceux de la sous-région où il y a une forte communauté burkinabè, en vue de l'organisation de spectacles. Ils pourront développer des partenariats avec leurs collègues de ces pays pour des échanges de services.

## **III.2. Perspectives**

L'entrepreneur de spectacles a de beaux jours devant lui au Burkina Faso eu égard au contexte dans lequel il évolue. Beaucoup d'actions envisagées ou en projet nous permettent de l'affirmer. D'abord, on peut noter la reconnaissance de la contribution des industries culturelles au développement socio-économique du pays puisqu'elles sont prises en compte dans le plan national de développement économique et social (PNDES). Ensuite, l'adoption de la stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives est l'expression d'une volonté d'offrir un cadre approprié aux créateurs et aux entrepreneurs. En outre, l'élaboration d'un programme de développement des entreprises culturelles (PDEC) dont l'objectif global est de «contribuer à améliorer les capacités productives des entreprises culturelles et créatives burkinabè en termes de compétitivité, de qualité des produits et de conquête des marchés»<sup>105</sup>, témoigne d'une prise de conscience de l'importance de l'entrepreneuriat dans le domaine de la culture. En plus, il y a désormais de l'espoir pour un meilleur financement des projets de l'entrepreneur de spectacles avec l'opérationnalisation du fonds de développement culturel et touristique (FDCT). Enfin, la mise en place d'organisations professionnelles des acteurs du domaine du spectacle vivant montre bien que les entrepreneurs sont attachés à leur métier et sont soucieux de son devenir.

---

<sup>105</sup> Ministère de la culture et du tourisme, étude de faisabilité de programme de développement des entreprises culturelles et créatives (PDEC) au Burkina Faso, rapport provisoire, novembre 2014, PDF.

## **Chapitre IV: Le projet professionnel**

**Titre** : Création d'une couveuse d'entreprises culturelles dénommée «SIRAYUMAN»

**Promoteur** : Ministère de la culture, des arts et du tourisme du Burkina Faso

### ***IV.1. La présentation du porteur du projet***

Le ministère de la culture, des arts et du tourisme, est une institution de l'Etat burkinabè. Il assure la mise en œuvre et le suivi de la politique du gouvernement en matière de culture et du tourisme. Pour le volet culture, il est chargé de la préservation de la diversité culturelle en vue de la promotion de l'inculturation et la consolidation de la cohésion sociale, du renforcement des capacités institutionnelles du secteur de la culture, de la structuration et du développement de l'économie de la culture, du renforcement de la coopération culturelle et du soutien à la promotion extérieure des produits culturels burkinabè.<sup>106</sup> En tant qu'institution étatique, il a une mission de service public. Pour mieux développer les industries culturelles, la direction de la promotion des industries culturelles et créatives a été créée au sein du ministère. Aussi, une stratégie nationale de développement de ces industries a été élaborée en novembre 2013. Pour atteindre les objectifs visés à travers l'élaboration de la stratégie, un programme national de développement des entreprises culturelles (PNDEC) a été formulé. Il couvre la période 2015-2019. Son objectif est de contribuer à l'essor de l'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso à travers le renforcement des capacités opérationnelles des opérateurs culturels<sup>107</sup>.

### ***IV.2. Le contexte et la justification***

La lutte pour le développement est une préoccupation à l'échelle mondiale. Après l'échéance des objectifs du millénaire pour le développement (OMD) en 2015, les objectifs du développement durable (ODD) ont été adoptés en septembre de la même année par les États membres de l'organisation des Nations unies (ONU) et des organisations internationales pour l'horizon 2030. Ils ont pour but d'éradiquer la pauvreté, protéger la planète et garantir la prospérité pour tous. Au nombre de dix-sept, le premier concerne la lutte contre la pauvreté et la faim et le huitième milite en faveur du travail décent et de la croissance économique. Cette dynamique de la communauté internationale est en marche au Burkina Faso. Avec des ressources naturelles et financières très limitées, le pays lutte pour son développement et met de plus en plus à contribution tous les secteurs susceptibles de créer de la richesse. La culture en fait partie. Dans ces deux derniers référentiels en matière de développement économique et social, dont celui actuellement en vigueur est le plan de développement économique et social, le secteur de la culture a été pris en compte. L'objectif stratégique 3 de la politique nationale de la culture qui est de structurer et développer l'économie de la culture<sup>108</sup>, correspond à cette mission assignée au secteur. Effectivement, la culture contribue au développement économique et social du Burkina Faso. En effet, une étude menée par le Bureau burkinabè d'études et d'appui - conseils

---

<sup>106</sup> Ministère de la culture, du tourisme, et de la communication, Politique nationale de la culture, novembre 2009.

<sup>107</sup> Etude de faisabilité de programme de développement des entreprises culturelles et créatives (PDEC) au Burkina Faso, rapport provisoire, op.cit., novembre 2014, PDF

<sup>108</sup> Ministère de la culture et du tourisme, Politique nationale de la culture (PNC), novembre 2009, PDF

(BBEA), a révélé que «... 164 592 personnes, représentant 1,78% des actifs occupés en 2009 ont un emploi dans le domaine de la culture»<sup>109</sup> au Burkina Faso. Selon la même source, la part de la culture dans le produit intérieur brut réalisé par le pays au cours de la période étudiée est de l'ordre de 2,02%<sup>110</sup>. Mais c'est une contribution qui reste faible au regard de l'ampleur des défis à relever. L'une des causes de la faiblesse du poids économique de la culture au Burkina Faso, c'est le nombre élevé d'acteurs opérant dans l'informel, la non qualification de bon nombre d'entre eux. Cette situation peut être expliquée par le manque d'établissement offrant ce type de formation dans le pays. En dehors du centre de formation et de recherche en art vivant (CFRAV) et de l'Institut africain des industries culturelles- Ecole des sciences sociales appliquées (IAIC-ESSA Groupe) qui se sont fixés pour missions entre autres, de former à l'entrepreneuriat, les formations qu'offrent les autres structures telles que l'école nationale d'administration et de magistrature (ENAM), les filières arts, gestion et administration culturelle (AGAC) de l'université Ouaga I Pr Joseph Ki-Zerbo, ne prédisposent pas les apprenants à l'entrepreneuriat à la fin de leur cursus. Des programmes tels que le soutien aux initiatives culturelles décentralisées (PSIC), l'appui au réseau Ouest-africain de pépinières d'entreprises de la filière musique (ARPEM) et l'appui au renforcement des politiques et industries culturelles (ARPIC) ont permis d'assurer des formations de courte durée aux entrepreneurs culturels. Leurs actions ont été salutaires mais ces programmes ont malheureusement pris fin, et le dernier depuis 2015. Or, les nouveaux entrepreneurs ont besoin d'être formés et les anciens d'une mise à niveau. Bien formés, ces acteurs économiques pourraient créer des entreprises compétitives et contribuer à résoudre le problème d'emploi et la question du chômage et ainsi participer au développement du pays. C'est en vue de combler le vide existant que nous avons initié ce projet. Il consiste en la mise en place d'une couveuse d'entreprises et d'activités culturelles baptisée «SIRAYUMAN» en langue nationale « dioula » qui veut dire en français la bonne voie. Il vise à mettre à la disposition des entrepreneurs et des candidats à l'entrepreneuriat dans le domaine de la culture, un cadre de formation et de perfectionnement et contribuer ainsi à l'atteinte des objectifs du PNDEC.

### ***IV.3. La description du Projet***

#### **IV.3.1. La nature du projet**

Le présent projet consiste en la création d'une couveuse d'entreprises culturelles appelée «SIRAYUMAN». Il s'agit d'une structure publique qui sera placée sous la tutelle du ministère en charge de la culture du Burkina Faso. Elle se veut autonome pour plus d'efficacité. Elle accueillera de futurs entrepreneurs et des entrepreneurs du domaine de la culture en activité pour une formation initiale ou pour une mise à niveau. Ceux-ci seront accompagnés dans la création et la gestion de leurs entreprises. Selon les besoins des entrepreneurs en formation, le séjour en couveuse durera entre 4 et 12 mois. Son siège sera à Bobo Dioulasso, la capitale économique du pays, aussi considérée comme sa capitale culturelle.

---

<sup>109</sup> Bureau burkinabè d'études et d'appui - conseils (BBEA), Rapport final, étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso, Ministère de culture et du tourisme du Burkina Faso et Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, mai 2012, PDF

<sup>110</sup> Idem

**Durée du projet** : 12 mois

**Lieu de réalisation** : Bobo Dioulasso au Burkina Faso

**Principales activités de la couveuse:**

- La formation des entrepreneurs culturels;
- L'accompagnement technique des entrepreneurs culturels dans la gestion de leurs entreprises;
- La mise à disposition des entrepreneurs d'un espace de travail et d'outils informatiques (ordinateurs).

**Public cible** : entrepreneurs culturels, jeunes sans emploi, candidats à l'entrepreneuriat culturel, cadres de l'administration culturelle, etc.

#### **IV.3.2. Les objectifs poursuivis**

##### **✓ Objectif global**

L'objectif général du projet est de contribuer au développement de l'économie de la culture au Burkina Faso.

##### **✓ Objectifs spécifiques**

A court terme, la formulation du projet vise à :

- créer et rendre opérationnelle une couveuse d'entreprises culturelles à Bobo Dioulasso en 2018 ;
- accueillir et former 100 personnes pour la création ou la dynamisation de leurs entreprises d'ici à 2023;
- doter les entreprises culturelles d'un personnel qualifié ;
- rendre pérennes les entreprises culturelles existantes et futures ;
- accroître de 3% la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) du pays d'ici à 2025.

#### **IV.3.3. Les résultats attendus**

Les résultats suivants sont attendus après la mise en œuvre du projet:

- une couveuse a été créée à Bobo Dioulasso et fonctionne depuis décembre 2018 ;
- 100 personnes ont été recrutées et formées en quatre années d'existence de la couveuse;
- La majorité des entreprises culturelles sont désormais animées par un personnel qualifié;
- les entreprises culturelles sont de plus en plus pérennes ;
- En 2025, la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) s'élève à 5,02 % au Burkina Faso.

#### **IV.3.4. Les activités à mener**

Pour l'atteinte des résultats et objectifs ci-dessus énumérés, plusieurs activités seront menées. Il s'agit principalement :

- de la mise en place du comité de pilotage du projet ;
- de l'élaboration et de l'adoption des statuts de la couveuse;
- du recrutement du personnel chargé de sa gestion ;
- de la formation des formateurs ;
- de la location du local devant servir de siège de la couveuse ;
- de l'acquisition du matériel informatique et didactique ;
- de l'acquisition de fournitures diverses ;
- de la communication par l'élaboration de kits promotionnels et de leur diffusion à travers différents canaux;
- du recrutement des candidats et de leur formation.

#### IV.3.5. Le cadre logique

Tableau 13: La logique d'intervention

Description de l'intervention	Indicateurs objectivement vérifiables (IOV)	Sources de vérification (SV)	Hypothèses ou suppositions
Objectif global : Contribuer au développement de l'économie de la culture au Burkina Faso	Part contributive de la culture dans le produit intérieur brut du pays	-rapports d'études	Disponibilité des ressources financières Meilleures conditions de paix et de sécurité
Objectifs spécifiques (OS) : OS 1 : créer et faire fonctionner une couveuse d'entreprises culturelles à Bobo Dioulasso en 2018 ;  OS 2 : accueillir et former 100 personnes pour la création ou la dynamisation de leurs entreprises d'ici à 2023;  OS 3 : doter les entreprises culturelles d'un personnel qualifié ;  OS 4 : rendre pérennes les entreprises culturelles existantes et futures ;  OS 5 : accroître de 3% la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) du pays d'ici à 2025.	-Etudes de faisabilité réalisées, réunions diverses, ressources mobilisées ; -Activités de communication menées, lancement du test de recrutement -Qualité de la formation, rigueur dans la formation -Prise en compte de modules essentiels pour le management des entreprises ; - augmentation du volume de richesse généré par le secteur culturel.	-rapports et compte rendus, documents comptables, contrats de passation de marché, bordereaux de livraison, contrat de prestation de services - Outils de communication élaborés et diffusés, - Curricula, profil des formateurs - curricula - rapports d'études ; - rapports d'études	-disponibilité des ressources, volonté étatique - Intérêt des entrepreneurs pour la formation -engagement du personnel administratif, des formateurs, des entrepreneurs à former -stabilité politique -absence de crise économique et alimentaire sévère
Résultats attendus (RA) : RA 1 : une couveuse d'entreprise culturelle a été créée à Bobo Dioulasso	Existence du siège de la couveuse avec tout	-Statuts et organigramme	ressources, volonté étatique



<p>et est opérationnelle depuis décembre 2018 ;</p> <p>RA 2 : 100 personnes ont été recrutées et formées en entrepreneuriat culturel en quatre années d'existence de la couveuse;</p> <p>RA 3 : La majorité des entreprises culturelles sont désormais animées par un personnel de plus en plus qualifié;</p> <p>RA 4 : les entreprises culturelles sont de plus en plus pérennes,</p> <p>RA 5 : En 2025, la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) s'élève à 5% au Burkina Faso.</p>	<p>l'équipement et un personnel</p> <p>-présence d'entrepreneurs en formation à la couveuse</p> <p>-des entreprises mieux structurées, la qualité et la compétitivité des biens et services</p> <p>-durée de vie des entreprises</p> <p>- nombre d'emplois généré par la culture, consommation des produits du domaine, taxes et impôts payés par les acteurs du domaine,</p>	<p>de la couveuse, acte de recrutement de son coordinateur, actes d'affectation ou de recrutement des autres membres du personnel</p> <p>-listes des inscrits, dossiers des candidats inscrits ;</p> <p>répertoire des</p> <p>-profil du personnel des entreprises ;</p> <p>-rapports d'enquêtes sur la durée de vie des entreprises</p> <p>-rapports d'enquêtes, registres des agents des impôts et des douanes</p>	<p>- Intérêt des entrepreneurs pour la formation</p> <p>-engagement du personnel administratif, des formateurs, des entrepreneurs à former</p> <p>-environnement politique et sécuritaire favorable (stable)</p> <p>-absence de crise économique et alimentaire sévère</p>
<p>Activités (A) :</p> <p>A1 : mise en place du comité de pilotage du projet</p> <p>A2 : élaboration et adoption des statuts de la couveuse ;</p> <p>A3 : recrutement du personnel chargé de sa gestion ;</p> <p>A4 : formation des formateurs ;</p> <p>A5 : location du local devant servir de siège la couveuse ;</p> <p>A6: acquisition du matériel informatique et didactique ;</p> <p>A7: acquisition de fournitures diverses ;</p> <p>A8 : communication à travers l'élaboration de kits de promotionnels et de leur diffusion ;</p> <p>A9 : recrutement des candidats et de leur formation</p>	<p>Moyens mobilisés</p>	<p>coûts de réalisation, documents (pièces comptables)</p>	
			<p>Conditions préalables</p>

#### 4.3.6. L'analyse diagnostique

Tableau 14 : Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM) de l'intervention

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>-existence d'un mécanisme formel de financement des projets des acteurs culturels ;</li> <li>- matière première pour la création inépuisable ;</li> <li>-coût de reproduction des œuvres très faible ;</li> <li>-diversification des sources de revenus, plusieurs modes d'exploitation du produit culturel ;</li> <li>-cadres de l'administration culturelle de plus en plus formés et capables de défendre les enjeux de la culture,</li> <li>existence d'une stratégie nationale de développement des industries culturelles ;</li> <li>existence d'un programme national de développement des entreprises culturelles ;</li> <li>- Intérêt de plus en plus croissant des investisseurs par le secteur de la culture.</li> <li>-Nombre de plus en plus croissant des créateurs ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- crises dans le domaine de la culture (crise du disque par exemple) ;</li> <li>-piraterie des œuvres ;</li> <li>- risque élevé dans le domaine ;</li> <li>- faible financement des activités culturelles ;</li> <li>- insuffisance et mauvais état de fonctionnement des infrastructures de diffusion ;</li> <li>- étroitesse du marché intérieur.</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>-transfert de la culture aux collectivités ;</li> <li>-prise en compte de la dimension économique de la culture par l'Etat et de ses démembrements ;</li> <li>-beaucoup de jeunes scolarisés sans emploi ;</li> <li>- les politiques publiques favorables à l'entrepreneuriat ;</li> <li>- démographie galopante, donc élargissement de la taille du marché intérieur ;</li> <li>- Niveau d'accès à Internet acceptable dans le pays ;</li> <li>- Niveau de disponibilité et d'accessibilité des appareils numériques (téléphones smartphones, ordinateurs, lecteur mp3, etc.) acceptable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-insécurité due à la menace terroriste ;</li> <li>-crise alimentaire, crise économique</li> <li>-instabilité politique et institutionnelle ;</li> </ul>

#### IV.4. Les modalités de mise en œuvre

Le projet sera piloté par un comité. Il jouera le rôle de conseil d'administration. Il sera exécuté par une instance de coordination. Pour sa mise en œuvre, la mobilisation de ressources humaines, matérielles et financières sera donc nécessaire. Certains membres du personnel seront recrutés mais la majorité de ces ressources sera mise à disposition par le ministère en charge de la culture. Nous solliciterons l'appui de structures partenaires qui, naturellement, sont concernées par les questions de formation et

d'entrepreneuriat. Un local et du matériel logistique seront utiles pour la réalisation des activités de la couveuse.

#### IV.4.1. Les ressources humaines et matérielles

Tableau 15 : Liste des ressources humaines et matérielles

• Les ressources humaines	• Les moyens matériels
- Au niveau administratif :	un local comme siège de la couveuse
un (e) coordonnateur (trice);	vingt-cinq ordinateurs de bureau
deux assistants (un chargé de la formation initiale et un chargé de la formation continue)	quinze régulateurs de tension
un responsable financier	trois ordinateurs portables
un informaticien	un véhicule 4x4 pour le déplacement du personnel
un chargé de communication	quatre téléphones fixes
un chauffeur	trente bureaux (tables) de réunion
un (e) secrétaire ;	soixante-dix chaises
	quatre fauteuils
- Les bénéficiaires de la formation sont :	quatre imprimantes
les futurs entrepreneurs	deux photocopieuses
les entrepreneurs opérant déjà	une machine pour reliure
	six agrafeuses
	vingt-cinq cartouches d'encre
	cinq paquets de stylo
	dix paquets de marqueurs
	un tableau
	dix cartons de paquets de rame

#### IV.4.2. La stratégie de communication autour du projet

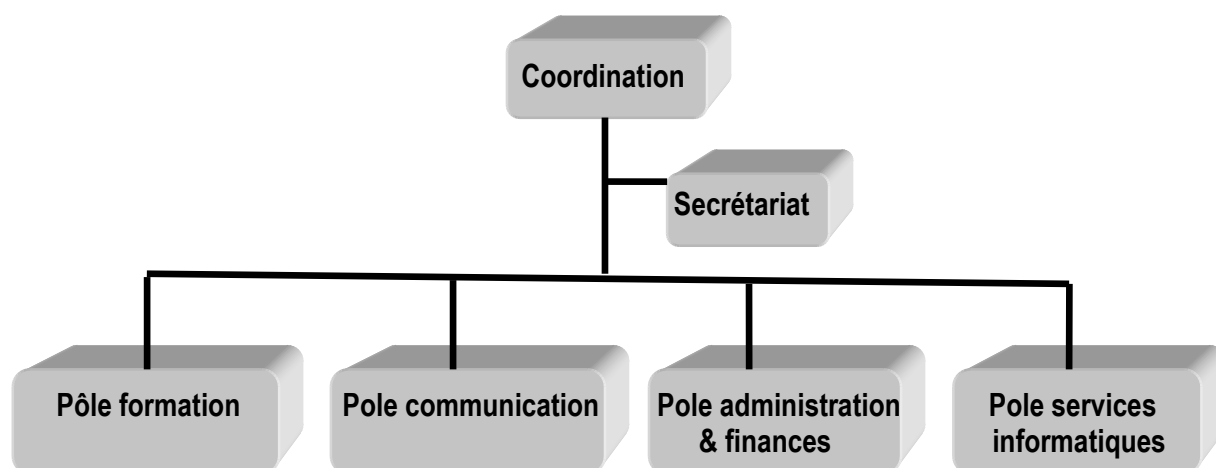
Reconnaissant l'importance de la communication dans les entreprises, une attention sera accordée à ce volet dans le cadre de la mise en œuvre du projet. Deux axes de communication seront envisagés. L'un sera développé à l'interne et l'autre en direction de l'extérieur. A l'intérieur alors, des messages sous des formes différentes et sur divers types de supports seront transmis à l'équipe du projet. Il s'agira concrètement de notes d'information, de rapports, de comptes rendus. Mais aussi, se tiendront des rencontres d'échanges de l'équipe suivant des modalités et une périodicité définies. En direction de l'extérieur, des kits promotionnels seront élaborés et diffusés à travers différents canaux. Il s'agit entre autres des spots et encarts publicitaires, des teasers, des communiqués, des brochures, etc. Les canaux sont les organes de presse audiovisuelle, la presse écrite et les réseaux sociaux numériques.

#### IV.4.4 La programmation des activités

Tableau 16 : Calendrier de mise en œuvre des activités et répartition des tâches

Durée (mois)	jan.	fév.	mar.	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.	Personnes responsables
Mise en place du comité de pilotage													1 <sup>re</sup> autorités du ministère chargé de la culture
Elaboration et adoption des statuts													Comité de pilotage
Recrutement du personnel													Comité de pilotage
Formation des formateurs													Comité de pilotage
Location du local													Responsable financier
Acquisition du matériel													Responsable financier
Communication													Chargé de communication
Recrutement des candidats													Coordonnateur
Début de la formation													Formateurs

Figure 4: Organigramme de la couveuse « SIRAYUMAN »



#### IV.4.5. Le financement du projet

Le projet sera financé par l'Etat burkinabè à travers le ministère de la culture et d'autres institutions publiques, des entreprises privées locales ainsi que par des partenaires internationaux.

- **Les partenaires potentiels**

Le concours de partenaires est indispensable pour la réalisation de ce projet. Ainsi, certains des potentiels partenaires ont été identifiés soit en raison de leur lien avec le domaine de la culture, soit parce qu'ils sont concernés par les questions de formation, d'emploi, ou d'entrepreneuriat, et d'autres parce qu'ils pourraient tirer profit de l'exécution du projet. Il s'agit de partenaires techniques et financiers composés d'institutions publiques et privées, nationales et internationales, d'institutions de coopération bilatérale et multilatérale.

Tableau 17: Liste des potentiels partenaires

Partenaires nationaux	Partenaires internationaux
la Maison de l'entreprise du Burkina Faso (MEBF) ;	l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA)
le Fonds de développement culturel et touristique	la Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)
la Commune de Bobo Dioulasso	l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF)
le Groupe Banque Sahélo-Saharienne pour l'investissement et le commerce (BSIC)	l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)
Coris Bank International (CBI)	l'association Aide aux musiques innovatrices (AMI) ;
le Fonds d'appui à la promotion de l'emploi (FAPE);	l'Union européenne (UE) ;
le Fonds d'appui à la formation professionnelle et à l'apprentissage (FAFPA)	la Fédération Wallonie Bruxelles
le Fonds burkinabè de développement économique et social (FBDES) MEF	l'ONG AFRICALIA
l'Agence pour le financement et la promotion de la petite et moyenne entreprise (AFP-PME) / MICA.	

- Le budget prévisionnel (en francs CFA) / 655 FCFA = 1€

Tableau 18 : Budget prévisionnel

Dépenses				Recettes		
Désignation	Quantité	Prix unitaire	Coût total			
<b>I- Investissements</b>				<b>Investissements</b>		<b>Taux</b>
Formation des formateurs	03	5 000 000	15 000 000	Subvention de l'Etat	Véhicule 4x4	---
25 ordinateurs de bureau	25	500 000	12 500 000			
régulateurs de tension	15	35 000	525 000			
ordinateurs portables	03	700 000	2 100 000			
un véhicule 4x4	01	PM	PM			
téléphones fixes	04	25 000	100 000			
bureaux (tables) de réunion	30	50 000	1 500 000	Institutions sous régionales	13 441 325	14,04 %
70 chaises	70	7 500	525 000			
4 fauteuils	04	125 000	500 000			
Imprimantes	04	250 000	1 000 000			
Tableau fixe	01	350 000	350 000			
Tableau mobile	01	75 000	75 000	Partenaires internationaux	26 882 650	28,1%
Photocopieuses	02	800 000	1 600 000			
machine pour relieure	01	200 000	200 000			
<b>Sous total I</b>			<b>35 975 000</b>			
<b>II- Fonctionnement (Formation, salaires, frais divers)</b>				<b>II-Fonctionnement</b>		
Location du local	01x 12 mois	400 000	4 800 000	Subvention de de l'Etat	34 600 000	36,16 %
agrafeuses	06	7000	42 000			
cartouches d'encre	25	15 000	375 000			
paquets de stylo	05	1500	7 500			
paquets de marqueurs	10	2000	20 000			
cartons de paquets de rame	10	20 000	200 000			
Eau	12 mois	35 000	420 000	Partenaires nationaux du secteur public	7 251 158,33	07,58 %
électricité	12 mois	60 000	720 000			
carburant	12 mois	200 000	2 400 000			
connexion Internet	12 mois	100 000	1 200 000			
Communication	--	FF	7 000 000			
Assurance	12 mois	FF	2 000 000	Partenaires nationaux du secteur privé	11 502 316,67	12,02
Clés USB	04	5000	20 000			
Salaires personnel	12 mois	-	31 800 000			
<b>Sous total II</b>			<b>51 004 500</b>			
<b>Sous total I &amp; II</b>			<b>86 979 500</b>			
<b>Imprévus 10%</b>			<b>8 697 950</b>			
				Inscription candidats	2 000 000	2,1%
<b>Total général</b>			<b>95 677 450 soit 146 072,45€</b>	<b>Total</b>	<b>95 677 450 soit 146 072,45€</b>	<b>100%</b>

#### ***IV.5. La viabilité du projet***

Le projet est viable à bien des égards. D'abord, une partie importante des dépenses qui seront engagées à son démarrage, ne sont pas des dépenses récurrentes. En effet, une bonne partie du matériel acquis, mettra du temps avant d'être amorti. Aussi, concernant la formation, il s'agit d'un investissement dont les fruits seront récoltés sur une longue durée. De plus, les salaires du personnel, ne sont pas en réalité de nouvelles charges. Les compétences citées, existent déjà pour la plupart, au sein de la fonction publique. Ce sont des agents qui ont déjà un salaire auquel pourrait s'ajouter un petit montant. En outre, l'Etat par le biais du ministère en charge de la culture pourrait mettre l'un de ses véhicules existants à la disposition de l'équipe du projet. Enfin, le projet n'engendrera pas d'importantes sommes comme recettes directes certes, mais permettra aux entrepreneurs formés de mieux développer l'économie de la culture et ainsi contribuer au développement de l'économie nationale. L'Etat aura alors intérêt à le soutenir. Le résultat du travail des entrepreneurs qui sortiront de la couveuse, permettra à celle-ci d'attirer par la suite bien de candidats. Elle pourra alors perdurer.

#### ***IV.6. Le suivi et l'évaluation***

Le suivi du projet se fera conformément à un tableau de bord qui sera élaboré à cet effet. Il sera mensuel afin qu'en cas d'écarts négatifs, ceux-ci puissent être rattrapés. Au niveau interne, des réunions mensuelles seront organisées et des responsables désignés seront aussi sur le terrain pour constater les réalisations. Le suivi extérieur sera assuré par un responsable désigné par les partenaires financiers du projet.

Quant à l'évaluation, il s'agit pour nous de mesurer les impacts du projet. Nous ferons trois types d'évaluation que sont : l'évaluation ex-ante, l'évaluation à mi-parcours, l'évaluation ex-post. L'évaluation ex-ante nous permettra d'anticiper sur les impacts futurs du projet. Elle se fera en amont. L'évaluation à mi-parcours se fera au fur et à mesure que nous avançons dans la mise en œuvre du projet. Elle nous permettra de connaître les effets immédiats du projet pendant qu'il est en train d'être réalisé. Et l'évaluation ex-post se fera à la fin du projet, mais à long terme. Elle sera confiée à un cabinet spécialisé.

## Conclusion

L'entrepreneur de spectacles burkinabè évolue dans un environnement qui est celui que lui offre le pays. La profession est régie par des textes qui, parfois, sont de portée générale. Les recherches nous ont permis de distinguer les différentes catégories d'entrepreneurs de spectacles au Burkina Faso et de comprendre surtout le sens de la pratique des spectacles musicaux hier et aujourd'hui. Après avoir établi la relation entre spectacles musicaux et numérique, nous sommes persuadés de l'importance du nombre des enjeux du numérique pour le spectacle vivant dans le domaine de la musique. Notre intérêt porté sur l'entrepreneur de spectacles burkinabè à la suite de ces considérations d'ordre général, nous a amené à réaliser ce que vaut réellement cet opérateur pour la filière musique. Dans le milieu professionnel, le débat autour de l'importance de l'entrepreneur de spectacles burkinabè pour l'industrie de la musique à l'ère du numérique n'est plus d'actualité. Il représente l'espoir de beaucoup d'artistes et d'opérateurs. Cependant, son apport au développement de la filière reste encore nettement en deçà des attentes à un moment où le spectacle vivant fait partie des principales solutions pour les différents acteurs. Le poids des failles de la profession ne lui permet pas pour l'instant de sortir l'industrie musicale de l'ornière. L'exercice du métier faisant appel à l'intervention de plusieurs catégories de personnes, ces contraintes ne sont pas à mettre à l'actif d'un seul acteur. Des nombreuses difficultés relevées, nous retenons particulièrement que dans ce monde d'aujourd'hui où le numérique est au cœur des pratiques dans beaucoup de secteurs d'activités, les acteurs burkinabè ayant choisi de rentabiliser les spectacles musicaux, y accèdent encore difficilement et sont peu nombreux à y être conséquemment formés. En conséquence le numérique est pour l'heure, faiblement utilisé par les entrepreneurs de spectacles burkinabè. Aussi, le manque de formation des entrepreneurs à l'exercice même de la profession représente le point faible de beaucoup d'entreprises de spectacles. Toutefois, nous demeurons optimistes quant à la résolution de ces difficultés. Elles ne sont pas du tout insurmontables. C'est pourquoi, nous avons jugé nécessaire de faire des recommandations dans le but de permettre à l'entrepreneur de spectacles de contribuer efficacement à la lutte contre la crise du disque. A la mise en œuvre des solutions préconisées, la priorité devrait être accordée au respect de la législation, au financement, à l'adoption de mesures fiscales adaptées, à la formation des acteurs et à l'appropriation du numérique par les principaux concernés par la filière musique qui est devenu aujourd'hui quasi indispensable. C'est pour donner de la voix que nous avons formulé le projet de création d'une couveuse d'entreprises culturelles afin de souligner l'importance de la formation dans le succès et la durabilité des entreprises culturelles. A l'ère du numérique, l'industrie musicale connaît certes des changements, mais a de fortes chances de connaître un essor au Burkina Faso au regard du climat favorable qui règne actuellement dans le secteur culturel. Le numérique n'ayant pas que des conséquences fâcheuses sur cette industrie, les acteurs burkinabè intervenant dans le domaine de la musique gagneraient à s'appuyer sur celui-ci pour développer, en plus du spectacle vivant, bien de modèles d'affaires afin de mieux profiter de l'économie du domaine. C'est à ce prix que les efforts gouvernementaux en leur faveur seront significatifs.



## Références bibliographiques

### Ouvrages

Audubert, P., *Profession entrepreneur de spectacles*, Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA), 22 rue Soleillet 75980 Paris cedex 20, 2007, 302 p.

BEIS, A. P., Plauson C., *Spectacle vivant Jeune public, Réseaux et coopération internationale*, l'Harmattan, Paris, 2009, 185 p.

Bouquillion, P. et Combès, Y., *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, l'Harmattan, Paris, 2007, 265 p.

Chantepie, P. et Le Diberder, A., *Révolution numérique et industries culturelles*, Collection Repères, La Découverte, Paris, 2005, 122 p.

Henry, P., *Arts de la scène : un tournant nécessaire*, Collection Entre-vues, 74, rue Pasteur, Editions universitaires d'Avignon, France, Avignon, juillet 2010, 77 p.

Kaboré, O. et Kaboret, A. F., *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso, genèse évolution et perspectives*, EDIPAP International, Ouagadougou, 2004, 240 p.

Leroy, D., *Économie des arts du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1992, 330 p.

Ménard, M., *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Collection Culture et économie, Société de développement des industries culturelles, Montréal, 2004, 167 p.

Planson, C., *La scène aide-mémoire, spectacle vivant*, Millénaire Presse, France, 2008, 114 p.

Roé, C., *La circulation internationale du spectacle, (métiers de la musique), Guide pratique de la diffusion du spectacle vivant, de la mobilité des artistes et des techniciens*, Centre d'information deset de ressources pour les musiques actuelles, décembre 2009, 236 p.

Roux B., *L'économie contemporaine du spectacle vivant*, L'Harmattan, Paris, 1993, 191 p.

Urrutiaguer D., *Économie et droit du spectacle vivant en France*, Presses Sorbonne Nouvelle, Paris 2009, 154 p.

Zida, R. E., *Les industries culturelles des pays d'Afrique subsaharienne : quels défis face au marché international ?*, Editions universitaires européennes, Paris, 2010, 77 p.

### Mémoires

Batoua Y. F., *Spectacle vivant jeune public en Côte d'Ivoire : enjeux défis et proposition d'une stratégie de développement*, Université Senghor, Alexandrie, 2015, 63 p.

Gohoungodji, P., *L'industrie musicale du Bénin à l'ère de la révolution numérique : nouveaux enjeux et nouvelles stratégies de promotion*, Université Senghor, Alexandrie, 2015, 64 p.

Kamga, F. A., *Le marketing du spectacle vivant en Afrique : cas du Cameroun*, Université Senghor, Alexandrie, 2007.

Léga, H. Dit P. P., *Industrialisation et développement des entreprises culturelles au Burkina Faso dans le contexte d'économie informelle : cas du Burkina Faso*, Université Senghor, Alexandrie, 2013, 90 p.

Saré, I., *Création et développement des entreprises musicales au Burkina Faso : difficultés, enjeux et perspectives*, Université Senghor, Alexandrie, 2011, 62 p.

Segda, A. 1<sup>re</sup> Jumelle, *Développement des spectacles vivants pour jeune public au Burkina Faso : Enjeux et perspectives. Création d'une agence de production et de diffusion de spectacles*, Université Senghor d'Alexandrie, Egypte, avril 2013, 55 p.

Soura, Y., *Le financement public des entreprises culturelles au Burkina Faso : contribution à la mise en place d'une agence nationale de développement de développement des industries culturelles et créatives*, Université Senghor, Alexandrie, 2015, 71 p.

Tougri, C., *La « E-Musique » au Burkina Faso, conception d'un modèle d'affaire de plateforme pour la distribution de la musique*, Université Senghor, Alexandrie, 2009,

Zamble H. Y. B., *Innovations technologique et développement du secteur musical en Côte d'Ivoire : mise en place d'un site web dédié à la musique*, Université Senghor, Alexandrie, 2013,

Zida, E. R., *Le marketing des arts de la scène au Burkina Faso : quelles perspectives pour la création d'un réseau de diffusion ?*, Université Senghor d'Alexandrie, avril 2009, 68 p.

## **Articles et rapports d'études**

Bureau burkinabè d'études et d'appui - conseils (BBEA), *Rapport final, étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ministère de culture et du tourisme du Burkina Faso et Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, mai 2012.

Grefte, X., Introduction : *l'économie de la culture est-elle particulière ?* Dalloz, revue d'économie politique, n° janvier- février 2010.

Hearn, S. en association avec Saby O., *rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*, juin 2014, PDF

Institut de recherche et d'innovation (IRI), *rapport Scenarii pour le futur du spectacle vivant à l'ère du numérique, spectacle + numérique, penser et agir ensemble, horizon 2025*, travaux et réflexions, 1<sup>er</sup> semestre 2015, PDF.

Julie Burgheim, *Le spectacle vivant à L'ère du numérique : un tour d'horizon*, IETM Mapping, Creative Europe Programme of the European Union, mars 2016, 41 p. PDF.

Miège B., *Problèmes posés à la création artistique et intellectuelle par le développement des industries culturelles nationales et internationales*, UNESCO, 1983, PDF ,100 p.

Ministère de l'économie et des finances (Burkina Faso), Fascicule sur les exonérations accordées aux ONG et associations de développement, octobre 2013, 36 p.

Ministère de la culture et du tourisme, *étude de faisabilité du programme de développement des entreprises culturelles et créatives (PDEC) au Burkina Faso*, rapport provisoire, novembre 2014.

Ministère de la culture et du tourisme, Politique nationale de la culture (PNC), novembre 2009, PDF

Ministère de la culture et du tourisme, répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso, édition 2011.

Ministère de la culture et du tourisme, Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives (SNDICC), novembre 2013 p. 27

Organisation internationale de la Francophonie, Agence Intergouvernementale de la Francophonie et Haut Conseil de la Francophonie, *Les industries culturelles des pays du Sud : enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*, Rapport d'étude, août 2004

## Webographie

<http://www.artistesbf.org/spip.php?article504> , consulté le 29 décembre 2016

<http://www.burkinapmepmi.com/spip.php?article9468&rubrique14>, consulté le 17 août 2016.

<http://www.irma.asso.fr/>, Prodis / Midem : le numérique, un levier de croissance pour le spectacle, publié le 07 février 2014 et consulté le 19 décembre 2016

<http://www.irma.asso.fr/Le-spectacle-vivant-est-aujourd'hui>, consulté le 27 mai 2016

<http://www.le-pays.fr/accueil.html>, consulté le 06 octobre 2016

## Dictionnaires

Larousse de poche, dictionnaire français-anglais, anglais français, Larousse, 1994

Le Petit Robert 2006, Nouvelle édition du Petit Robert de Paul Robert

Le Petit Robert de la langue française, dictionnaires Le Petit Robert, Paris, 2006

## Notes de cours

Coulibaly, Leroy, Sandra, Mutation et actualité des industries culturelles, Université Senghor, Alexandrie, décembre 2016.

D'Almeida Ayi Francisco, Les filières industrielles (livre, musique, design, spectacle vivant), Université Senghor, Alexandrie, janvier 2016.

Miège, Bernard, Introduction à la socio-économie du secteur culturel, Université Senghor, Alexandrie, novembre 2015.

Paris, Thomas, Management des industries culturelles et des médias, Université Senghor, Alexandrie, novembre 2016.

### **Textes législatifs et réglementaires**

Arrêté n° 2014 -0121/MCT/SG/DAS du 24 septembre 2014 portant modalités de délivrance de la licence d'entrepreneur de spectacles vivants et de l'autorisation d'exercice occasionnel de la profession d'entrepreneur de spectacles vivants au Burkina Faso.

Décret n°2014- 643/PRES/PM/MCT du 29 juillet 2014 portant réglementation de l'organisation des spectacles vivant au Burkina Faso.

Loi n°99-198 du 18 mars 1999 portant modification de l'ordonnance n°45-2339 du 13 octobre 1945 relative aux spectacles en France

Loi n° 064-2015/ CNT du 20 octobre 2015 portant liberté d'association au Burkina Faso

Textes fondamentaux de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, MH DESIGN, France, édition 2013.

## Liste des illustrations

Figure 1: Carte du Burkina Faso .....	xii
Figure 2: Evolution du nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers) de 2002 à 2012 .....	28
Figure 3 : Situation des droits répartis par catégorie de 2011 à 2015 (en francs CFA).....	33
Figure 4: Organigramme de la couveuse « SIRAYUMAN » .....	64

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Classification de quelques entreprises intervenant dans la filière spectacle vivant .....	8
Tableau 2 : Niveau de connaissance du numérique et son usage par des entrepreneurs de spectacles et artistes burkinabè .....	23
Tableau 3 : Evolution du nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers) de 2002 à 2012 .....	27
Tableau 4: Comparaison des ventes de disques du 1er et du plus récent album de quatre artistes .....	29
Tableau 5 : Liste des artistes musiciens burkinabè programmés au SIAO édition de 2016.....	30
Tableau 6 : Situation des droits répartis par catégorie de 2011 à 2015 (en francs CFA) .....	32
Tableau 7: Adhésion des membres par catégorie (de 2010 à 2015) .....	34
Tableau 8: Déclaration des œuvres par catégorie (de 2010 à 2015).....	34
Tableau 9 : Montant global du budget prévisionnel de quelques entreprises par spectacle (en millions de francs CFA) .....	39
Tableau 10: Situation de quelques entreprises vis-à-vis de la sécurité sociale.....	46
Tableau 11: Bureau exécutif du SYNES-BF .....	47
Tableau 12: Nombre de spectacles organisés par quelques entreprises commerciales en moyenne par an .....	47
Tableau 13: La logique d'intervention .....	59
Tableau 14 : Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM) de l'intervention .....	61
Tableau 15 : Liste des ressources humaines et matérielles .....	62
Tableau 16 : Calendrier de mise en œuvre des activités et répartition des tâches.....	63
Tableau 17: Liste des potentiels partenaires .....	64
Tableau 18 : Budget prévisionnel .....	65
Tableau 19 : Droits recouverts par le Bureau burkinabé du droit d'auteur par nature de 2004 à 2014 (en millions FCFA) .....	ii
Tableau 20 : Tarifs publicitaires de la Télévision du Burkina .....	vii
Tableau 21 : Liste des personnes rencontrées .....	viii

**Annexes**

## Annexe 1 :

*Tableau 19 : Droits recouvrés par le Bureau burkinabé du droit d'auteur par nature de 2004 à 2014 (en millions FCFA)*

Nature	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Droits de reproduction mécanique (DRM)	43,4	35,4	33,3	33,0	20,2	15,3	15,0	11,5	12,9	15,3	11,5
Droits de reproduction reprographique	5,4	5,5	6,3	8,0	7,9	12	16,8	26,0	29,4	19,2	14,6
Séances occasionnelles	13,9	13,0	15,9	12,8	20,8	15,4	18,3	29,4	32,3	21,7	33,1
Droits radios Publiques	18,0	18,0	18,0	18,0	33,8	33,7	30,4	30,4	30,4	30,4	30,4
Droits télévisions Publiques	12,0	12,0	12,0	12,0	22,5	22,5	20,3	20,3	20,3	20,3	20,3
Droits radios privées	12,0	12,5	17,6	17,5	19,1	23,4	4,3	28,5	31,9	29,3	27,2
Droits télévisions Privées	8,0	8,3	3,2	3,9	4,6	4,6	13,6	11,3	17,7	12,4	8,1
Droits d'exécution publique (DEP)	49,8	53,1	56,5	63,1	64,4	66,6	71,6	82,4	101,2	85,7	135,1
Projection vidéo	10,4	6,8	6,7	7,2	7,3	7,4	7,0	5,1	5,6	8,1	7,8
Location	3,1	2,0	0,9	0,6	0,5	0,48	0,3	0,1	0,1	0,3	0,04
Théâtre	0,1	0,1	0,1	0,5	0,2	0,5	0,3	0,4	0,7	0,4	0,3
Publicité	5,6	7,3	10,2	9,6	10,7	13,7	15,0	22,2	25,2	14,8	24,6
Musique de film	0,4	0,2	0,6	32,4	0,6	0,4	0,8	2,1	1,7	2,1	0,3
Rémunération équitable radios publiques	6,0	6,0	6,0	6,0	11,3	11,2	10,1	10,1	10,1	10,1	10,1
Rémunération équitable TV publiques	4,0	4,0	4,0	4,0	7,5	7,5	6,8	6,8	6,8	6,8	6,8
Rémunération équitable radios privées	4,0	4,2	5,9	5,9	6,2	7,7	4,5	9,3	10,6	9,8	9,1
Rémunération équitable TV privées	2,7	2,8	1,1	1,3	1,5	1,5	1,4	3,8	5,9	2,7	2,7
Rémunération équitable DEP, radios et TV	16,6	17,7	18,9	21,0	21,6	22,3	23,5	27,8	33,8	43,2	44,9

**Autres structures**

## Services des douanes

Rémunération pour copie privée	1,9	28,6	116,6	216,7	335,3	583,9	487,4	768,1	596,9	511,7	9	438,
Droits étrangers	32,8	29,9	40,7	48,8	17,9	36,0	23,5	20,9	21,9	27,5	24,0	
<b>Ensemble</b>	<b>273,8</b>	<b>282,3</b>	<b>387,7</b>	<b>532,1</b>	<b>624,9</b>	<b>893,9</b>	<b>871,7</b>	<b>1 116,5</b>	<b>995,4</b>	<b>871,8</b>	<b>973,3</b>	

Source: Annuaire statistique 2014 du BBDA

## Annexes 2 : Guides d'entretien

**Guide d'entretien avec les administrateurs et opérateurs culturels****I- Présentation**

- 1) Pourriez-vous nous décliner votre identité ?
- 2) Quelle est votre entreprise d'appartenance et quelle est votre fonction ou profession en son sein ?

**II- Connaissance de l'entrepreneur de spectacles**

- 3) Qu'est-ce qu'un entrepreneur de spectacles ?
- 4) Combien de types d'entrepreneur de spectacles existe-t-il au Burkina Faso ?
- 5) Quelle est l'importance d'un entrepreneur de spectacles pour le domaine de la musique ?

**III- Piraterie et économie de la musique**

- 6) Quelle relation existe-t-il entre la piraterie des œuvres musicales et la pratique du spectacle vivant ?
- 7) Quelle place peut occuper le spectacle vivant dans la carrière d'un artiste musicien et d'un entrepreneur du domaine de la musique aujourd'hui ?
- 8) Entre le commerce des biens reproductibles et le spectacle vivant, qu'est-ce qui rapporte mieux aujourd'hui aux acteurs selon vous ?
- 9) Au Burkina Faso, peut-on considérer le spectacle vivant comme la principale alternative à la crise du disque ?

**IV- Numérique et spectacles musicaux**

- 10) Qu'entend-t-on par numérique ?
- 11) Selon vous, le numérique intervient-il dans les spectacles musicaux ?
- 12) Quels outils numériques sont-ils susceptibles d'être utilisés par les acteurs au cours des spectacles musicaux ?
- 13) Que faut-il penser du numérique ? Est-ce une opportunité ou une menace pour les spectacles musicaux ?
- 14) Peut-on dire que le numérique est aujourd'hui indispensable à l'organisation et à la tenue des spectacles musicaux au Burkina Faso ?
- 15) Quel est l'état de l'utilisation du numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso ? Y est-il beaucoup utilisé ?
- 16) Les outils numériques sont-ils accessibles aux acteurs ?
- 17) Existe-t-il des politiques publiques visant à faciliter l'accès des acteurs aux outils numériques ?
- 18) Si non, qu'est-ce qui pourrait être fait dans ce sens ?

**V- L'organisation des spectacles musicaux au Burkina Faso**

- 19) Comment trouvez-vous les conditions matérielles et techniques dans lesquelles s'organisent les spectacles musicaux au Burkina Faso ? Sont-elles acceptables ? Le

matériel technique et les infrastructures nécessaires à l'organisation des spectacles sont-ils disponibles et accessibles ?

- 20) Qu'avez-vous à reprocher aux organisateurs de spectacles musicaux burkinabè ?
- 21) L'artiste musicien burkinabè profite-il, selon vous, des spectacles organisés au Burkina Faso ? Comment ? Est-il mis au premier rang ? Bénéficie-t-il d'un cachet conséquent ?

#### **VI- Situation juridique de l'entrepreneur de spectacles burkinabè**

- 22) Etes-vous au courant de l'existence de textes régissant la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ?
- 23) A votre avis, les textes relatifs à l'organisation de spectacles au Burkina sont-ils respectés ?
- 24) Quelles sont les responsabilités des différents acteurs (Etat et opérateurs) dans le non-respect des textes relatifs à l'organisation de spectacles au Burkina Faso ?
- 25) Quelles sont les failles de ces textes ?
- 26) A quel régime fiscal est soumis l'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ?
- 27) Le régime fiscal auquel est soumis l'entrepreneur de spectacles est-il acceptable ? Faut-il un régime fiscal spécial pour l'entrepreneur de spectacles ? Pourquoi ?
- 28) Que proposez-vous pour une réussite de l'organisation et pour la rentabilité des spectacles musicaux au Burkina Faso ?

Merci pour votre disponibilité !

### **Guide d'entretien avec les entrepreneurs de spectacles**

#### **I- Présentation**

- 1) Pourriez-vous décliner votre identité et présenter votre entreprise (dénomination, date de création et statut juridique, effectif du personnel) ?

#### **II- Connaissance de l'entrepreneur de spectacles**

- 2) Qu'est-ce qu'un entrepreneur de spectacles
- 3) Combien de types d'entrepreneur de spectacles existe-t-il au Burkina Faso ?
- 4) Quelle est l'importance d'un entrepreneur de spectacles pour le domaine de la musique ?

#### **III- Piraterie, spectacle vivant et économie de la musique**

- 5) Quel lien établissez-vous entre la piraterie des œuvres musicales et la pratique du spectacle vivant ?
- 6) Entre le commerce des biens reproductibles et le spectacle vivant, qu'est-ce qui rapporte mieux aujourd'hui aux acteurs selon vous ?
- 7) Au Burkina Faso, le spectacle vivant constitue-t-il la principale alternative à la crise du disque ?

#### **IV- L'univers de l'entrepreneur de spectacles burkinabè**

- 8) La profession d'entrepreneur de spectacles nourrit-elle son homme dans un pays comme le Burkina Faso ?
- 9) Quelles sont vos sources de financement ?
- 10) Combien de spectacles (musicaux) organisez-vous en moyenne par an ?
- 11) Organisez-vous des tournées et sorties à l'étranger ?
- 12) Combien d'artistes programmez-vous par spectacle et par an ?
- 13) Quel est le montant de votre budget par spectacle ? Quelle est la part du budget allouée aux cachets des artistes ?
- 14) Les artistes musiciens que vous programmez sont-ils des nationaux ou des étrangers ?
- 15) Quel est le cachet le plus bas et le cachet le plus élevé perçus par les artistes que vous programmez ?



- 16) L'artiste musicien burkinabè profite-t-il vraiment des spectacles organisés au Burkina Faso ? Comment ?
- 17) Les artistes nationaux reçoivent-ils les mêmes cachets que les artistes étrangers? Pourquoi ?
- 18) Est-il possible d'avoir la liste des artistes que vous avez programmés de 2010 à 2015 ?

#### **V- Numérique et spectacles musicaux**

- 19) Connaissez-vous le numérique ?
- 20) Le numérique intervient-il dans vos spectacles musicaux ?
- 21) Le numérique est-il une opportunité ou une menace pour les spectacles musicaux ? Comment ?
- 22) Si le numérique constitue une opportunité pour le spectacle vivant, quel usage faites-vous du numérique dans le cadre de vos activités ? Quels outils numériques utilisez-vous au cours de vos spectacles musicaux?
- 23) Peut-on dire que le numérique est aujourd'hui indispensable à l'organisation et à la tenue des spectacles musicaux ?
- 24) Quel est l'état de l'utilisation du numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso ? Y est-il beaucoup utilisé ?
- 25) Les outils numériques sont-ils accessibles aux acteurs ?
- 26) Existe-t-il des politiques publiques visant à faciliter l'accès des acteurs aux outils numériques ?
- 27) Si non, qu'est-ce qui pourrait être fait dans ce sens ?

#### **VI- Les conditions d'organisation des spectacles musicaux au Burkina Faso**

- 28) Selon vous, les conditions matérielles et techniques dans lesquelles s'organisent les spectacles musicaux au Burkina Faso sont-elles acceptables? Les infrastructures et le matériel technique adéquats sont-ils existants et accessibles ?
- 29) Quel est la part de responsabilité de l'Etat dans le mauvais fonctionnement de la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ?
- 30) En tant qu'organisateur de spectacles, qu'avez-vous à vous reprocher ?
- 31) Existe-t-il une organisation professionnelle des entrepreneurs de spectacles au Burkina Faso ? Si oui, quel est son rôle et comment fonctionne-t-elle ?

#### **V- Situation juridique de l'entrepreneur de spectacles burkinabè**

- 32) Etes-vous au courant de l'existence de textes régissant la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ?
- 33) Les textes régissant la profession d'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso sont-ils respectés ?
- 34) Quelles en sont les failles ?
- 35) Savez-vous que l'organisation des spectacles au Burkina est subordonnée à l'obtention d'une licence d'entrepreneur de spectacles ?
- 36) Disposez-vous d'une licence d'entrepreneur de spectacles ?
- 37) A quel régime fiscal est soumis l'entrepreneur de spectacles au Burkina Faso ?
- 38) Le régime fiscal auquel est soumis l'entrepreneur de spectacles est-il acceptable ? Faut-il un régime spécial pour l'entrepreneur de spectacles ? Pourquoi ?
- 39) Le personnel de votre entreprise est-il couvert par la sécurité sociale ?
- 40) Que proposez-vous pour une réussite de l'organisation et pour la rentabilité des spectacles musicaux au Burkina Faso ?

Merci pour votre disponibilité !

### **Guide d'entretien avec les artistes musiciens**

#### **I- Présentation**

- 1) Pourriez-vous nous décliner votre identité ?

#### **II- Connaissance du spectacle vivant et de l'entrepreneur de spectacles**

- 2) Qu'est-ce que le spectacle vivant ?
- 3) Quelle place occupe-t-il dans votre carrière musicale ?
- 4) Qu'est-ce qu'un entrepreneur de spectacles ?
- 5) Quelle est l'importance d'un entrepreneur de spectacles pour le domaine de la musique ?

### **III- Piraterie, spectacle vivant et économie de la musique**

- 6) Quelles sont les conséquences de la piraterie sur votre profession?
- 7) Selon vous, existe-t-il un lien entre la pratique du spectacle vivant et la piraterie des œuvres musicales? Si oui, lequel ?
- 8) Entre commerce des biens reproductibles et spectacle vivant qu'est-ce qui vous rapporte le plus ?
- 9) Comment de disque avez-vous vendu par album à la sortie de vos trois derniers albums ? Les années de sortie.
- 10) Avez-vous des tournées et sorties à l'étranger ?
- 11) Au Burkina Faso, peut-on considérer le spectacle vivant comme la principale alternative à la crise du disque ?

### **IV- Numérique et spectacles musicaux**

- 12) Qu'entend-on par numérique ?
- 13) Le numérique intervient-il dans les spectacles musicaux ?
- 14) Le numérique est-il une opportunité ou une menace pour les spectacles musicaux ? Comment ?
- 15) Si le numérique constitue une opportunité pour le spectacle vivant, quels outils numériques sont-ils nécessaires pour vos spectacles ?
- 16) Si le numérique constitue une opportunité pour le spectacle vivant, quel usage faites-vous du numérique dans le cadre de vos activités ? Quels outils numériques utilisez-vous au cours de vos spectacles musicaux?
- 17) Peut-on dire que le numérique est aujourd'hui indispensable à l'organisation et à la tenue des spectacles musicaux ?
- 18) Quel est l'état de l'utilisation du numérique dans les spectacles musicaux au Burkina Faso ? Y est-il beaucoup utilisé ?
- 19) Les outils numériques sont-ils accessibles aux acteurs que vous êtes?
- 20) Existe-t-il des politiques publiques visant à faciliter l'accès des acteurs aux outils numériques?
- 21) Si non, qu'est-ce qui pourrait être fait dans ce sens ?

### **V- Les conditions d'organisation des spectacles musicaux au Burkina Faso et le respect de la législation en la matière**

- 22) Les conditions matérielles et techniques dans lesquelles s'organisent les spectacles musicaux au Burkina Faso sont-elles acceptables ? Le matériel technique et les infrastructures nécessaires à l'organisation des spectacles sont-ils disponibles et accessibles ?
- 23) Qu'avez-vous à reprocher aux organisateurs de spectacles musicaux au Burkina Faso ?
- 24) L'artiste musicien burkinabè profite-t-il des spectacles organisés au Burkina Faso ? Comment ? Est-il mis au premier rang ? Bénéficie-t-il d'un cachet conséquent ?
- 25) Les artistes nationaux reçoivent-ils les mêmes cachets que les artistes étrangers?
- 26) Etes-vous au courant de l'existence de textes régissant l'organisation des spectacles au Burkina Faso ?
- 27) A votre avis, les textes relatifs à l'organisation de spectacles au Burkina Faso sont-ils respectés?
- 28) Quelles sont les responsabilités des différents acteurs (Etat et opérateurs) dans le non-respect des textes relatifs à l'organisation des spectacles au Burkina Faso ?
- 29) Que proposez-vous pour une réussite de l'organisation et pour la rentabilité du spectacle vivant au Burkina Faso ?

Je vous remercie pour votre disponibilité !

Annexe 3 :

Tableau 20 : Tarifs publicitaires de la Télévision du Burkina

**DIRECTION COMMERCIALE  
DE LA RTB**

**TARIFS PUBLICITAIRES TELEVISION**

- **Réalisation spot Image Archives : 400 000 F CFA**
- **Spot de conception sur devis**

Horaire	15''	20''	25''	30''	35''	40''	45''	50''	55''	60''
Tranche du matin 10H	15 000	25 000	35 000	45 000	55 000	65 000	75 000	85 000	95 000	105 000
Top Info 13H	20 000	30 000	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000
Avant Midi magazine	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000	120 000	130 000
Après Midi magazine	30 000	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000	120 000
Tranche Après Midi 16H50	15 000	25 000	35 000	45 000	55 000	65 000	75 000	85 000	95 000	105 000
Top Info 19H	37 000	47 000	57 000	67 000	77 000	87 000	97 000	107 000	117 000	127 000
Avant JT 20H	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000	120 000	130 000	140 000	150 000	160 000
Après JT 20H	55 000	65 000	75 000	85 000	95 000	105 000	115 000	125 000	135 000	145 000
Avant Magazine des sports	90 000	100 000	110 000	120 000	130 000	140 000	150 000	160 000	170 000	180 000
Après Magazine des sports	75 000	85 000	95 000	105 000	115 000	125 000	135 000	145 000	155 000	165 000
Avant Infoder	35 000	45 000	55 000	65 000	75 000	85 000	95 000	105 000	115 000	125 000
Après Infoder	25 000	35 000	45 000	55 000	65 000	75 000	85 000	95 000	105 000	115 000

**Support de diffusion : cassette DVCAM**

## Annexe 4

Tableau 21 : Liste des personnes rencontrées

Noms et prénoms	Fonction / profession
<b>Entrepreneurs culturels de Marseille</b>	
Richard Ferdinand	Directeur de l'association Aide aux musiques Innovatrices (AMI)
Rata Cécile	Directrice de Cola Production / Administratrice générale du Bureau export de la musique africaine (BEMA)
Duvernay Grégory	Coordonnateur de la plateforme Dynamo
Méaille Thérèse	Responsable IZY ADMIN
Depeillon Melinda Milon	Responsable ACT IN PROD
<b>Administrateurs, opérateurs culturels et artistes du Burkina Faso</b>	
Belemtougri Innocent	Président du syndicat national des entrepreneurs de spectacles du Burkina
Traoré Prosper	Directeur Général de Seydoni Productions
Bationo Téléphore	Président de l'Union Nationale des Acteurs de la Musique Enregistrée (UNAME)
Soré Salfo	Directeur Général de BIZART Productions / Commissaire Général des KUNDE
Siénoù Lamine	Responsable de Lamine Wala
Démé Issouf	Directeur général de Youdé Benito Productions
Bamouni Damien Pierre	Direction de la Communication et de la Promotion Artistique / CENASA
Zorom Idrissa	Directeur de la Coopération et des affaires juridiques (DCAJ) / MCAT
Kiendrebéogo Thégawendé	Responsable de Béogo & Com events
Segda Adama 1 <sup>re</sup> Jumelle	Directrice Générale des Arts
Zongo Seydou alias Zedess	Directeur général du CENASA
Koala Vincent	Président de la Confédération Nationale de la Culture du Burkina Faso
Ouédraogo Boukary	Directeur commercial et de la communication de la RTB, ex Directeur de la promotion des industries culturelles et créatives du MCAT
Samandougou Inoussa alias Fat Lion	Secrétaire Général du Syndicat national des artistes musiciens et assimilés du Burkina (SAMAB) /artiste
Ouédraogo Mahamadi alias Madess	Responsable de One way Productions / artiste
Bilgho Akaramata Kora alias Bil Aka Kora	Artiste