



## LA NOTORIÉTÉ D'ALLAH THÉRÈSE AUPRÈS DES POPULATIONS KORHOGOLAISES

[Étapes de traitement de l'article]

Date de soumission : 20-04-2025 / Date de retour d'instruction : 30-04-2025 / Date de publication : 29-05-2025

**Katia OUATTARA**

Université Peleforo Gon Coulibaly

[ouattarakatia@yahoo.com](mailto:ouattarakatia@yahoo.com)

**Résumé :** Cet article a pour ambition de déterminer la notoriété de l'artiste chanteuse Allah Thérèse dans la commune de Korhogo. Pour mener à bien cette étude, l'on a fait appel à la théorie de la puissance des médias et au niveau méthodologique au questionnaire, à l'étude documentaire et à l'observation. Dans le cadre méthodologique, en raison du fait que c'est une artiste d'un certain âge et qu'elle est du groupe Akan, nous avons tenu compte des critères d'âge, de groupe ethnique et de nationalité. Les résultats montrent dans l'ensemble une bonne notoriété de l'artiste Allah Thérèse à Korhogo malgré sa disparition. Cette réalité est due au fait qu'elle a bénéficié au cours de sa carrière d'une bonne couverture médiatique. Les artistes souhaitant bénéficier d'une meilleure mémorisation sont invités à prendre l'exemple du l'artiste footballeur leader Gadjì Celi qui en raison de ses multiples fonctions est beaucoup suivi par les médias et par conséquent arrive en tête du taux de notoriété.

**Mots clés :** notoriété, musique, publicité, médias, Korhogo

### THE FAME OF ALLAH THÉRÈSE AMONG THE KORHOGOLAI POPULATIONS

**Abstract :** The aims of this article was to determine the notoriety of the singer Allah Thérèse in the commune of Korhogo. To carry out this study, we used media power theory and, in terms of methodology, questionnaires, documentary studies and observation. In the methodological framework, because she is an artist of a certain age and belongs to the Akan group, we took into account the criteria of age, ethnic group and nationality. Overall, the results show that the artist Allah Thérèse is well known in Korhogo, despite her disappearance. This is due to the fact that she enjoyed good media coverage throughout her career. Artists wishing to be better remembered are invited to take the example of the leading footballer Gadjì Celi, who, because of his multiple functions, is much followed by the media and consequently tops the notoriety rate.

**Key words:** awareness, music, advertising, media, Korhogo

## Introduction

Née en 1936 et morte le 19 janvier 2020, Allah Thérèse est une artiste musicienne ivoirienne qui cumule 64 années de pratique musicale en Côte d'Ivoire. Cette réalité lui a valu de la part de l'État de Côte d'Ivoire une reconnaissance pour cette longue carrière se manifestant par l'attribution du titre de chevalier de l'ordre du mérite ivoirien en 2012 puis de celui de commandeur du mérite ivoirien à titre posthume en 2020. Au cours de sa carrière, l'artiste Allah Thérèse ne s'est pas contentée de chanter uniquement en Côte d'Ivoire. Elle a chanté dans des salles européennes (Espagne, France) et africaines notamment au Ghana, au Togo, au Bénin, etc. Appréciée par le premier président de la République de Côte d'Ivoire (Félix Houphouët-Boigny), elle a toujours été invitée aux prestations des artistes chanteurs à l'occasion de la visite des chefs d'État étrangers en Côte d'Ivoire et dans le cadre des fêtes tournantes de l'indépendance dans toutes les régions du pays. C'est ainsi que lors de cette fête dans la ville de Korhogo en 1965, elle était parmi les chanteurs qui ont égayé le public korhogoïse. Toutes ces occasions sont des lucarnes qui lui ont permis de communiquer aussi bien avec le public local que national puisque ces différentes tournées étaient soit retransmises en direct à la télévision ou à la radio, soit elles étaient l'objet de compte rendu dans les médias (presse, radio, TV). En dehors de ces opportunités, l'artiste a parcouru toutes les régions du pays tout le long de sa carrière musicale. Dans le cadre de la région nord, notamment la ville de Korhogo, elle est venue à de nombreuses reprises. Ce fut le cas en 1980, en 1995 et en 2014<sup>72</sup>. Ces différentes tournées de l'artiste montrent sa volonté de gagner de la notoriété en satisfaisant ses fans de l'intérieur du pays et d'en gagner de nouveaux. Nos propos sont corroborés par Allah Thérèse qui affirme que « dans notre culture baoulé, quand quelqu'un n'a pas d'enfant, le jour où la personne décède, au bout d'une semaine, elle est oubliée par tous. J'ai décidé de marquer mon temps avec la chanson ». Elle cherche donc par ces différentes tournées musicales et par les apparitions dans les médias à laisser une empreinte impérissable dans l'esprit des Ivoiriens au-delà de la mort.

Si elle souhaite être dans l'esprit des Ivoiriens même au-delà de la mort, il faut néanmoins relever qu'il y a plus d'une centaine d'artistes en Côte d'Ivoire qui recherchent le même objectif. Aujourd'hui à la suite de sa disparition en 2020 se pose le problème de son niveau de connaissance par les populations ivoiriennes notamment celle de la ville de Korhogo. Cette réalité nous amène à la question centrale suivante : quelle est la notoriété de l'artiste Allah Thérèse dans la ville de Korhogo ? En d'autres termes quel est le niveau de notoriété spontanée et de mémorisation assistée d'Allah Thérèse auprès des populations Korhogoïses ?

L'objectif de cette étude est de caractériser le niveau de connaissance de l'artiste Allah Thérèse dans la commune de Korhogo.

### 1. Positionnement théorique

Comme nous l'avons vu, l'artiste chanteuse Allah Thérèse ne veut pas être oubliée par l'ensemble des Ivoiriens, elle veut être présente dans la mémoire de ceux-ci au-delà de sa mort. Ayant du talent, un tel souhait ne peut se réaliser sans l'apport des médias

---

<sup>72</sup> Selon les informations recueillies sur place auprès des chefs de communauté et de personnes âgées.



capables de la faire connaître au-delà de son groupe ethnique en démultipliant son audience. Notre position pour ce travail est donc celle qui attribue aux supports de diffusion de l'information une grande capacité d'influence. Nous nous inscrivons donc dans la théorie de la puissance des médias. D'ailleurs comme cela a été déjà relevé, l'artiste a bénéficié d'une grande couverture médiatique durant le long de sa carrière aussi bien en différé qu'en direct. Thomas (1993, p. 27) souligne que « les médias peuvent même fabriquer des vedettes. La télévision créer la célébrité médiatique ». Les médias par leur puissance vont rendre l'artiste Allah Thérèse célèbre et par conséquent lui permettre d'être présente dans l'esprit des Ivoiriens à l'image de ceux de Korhogo. Ce travail permet donc d'apprécier l'impact des médias qui ont couvert la carrière de l'artiste et de voir ainsi si son objectif a été atteint.

## 2. Méthodologie

Dans le cadre de ce travail, le questionnaire a été mobilisé pour recueillir les informations nécessaires auprès de la population de nationalité ivoirienne de Korhogo. Celle-ci est composée selon le Recensement Général de la Population et de l'Habitat 2021 (RGPH 2021) de 402.915 habitants. En raison du fait que nous ne pouvons interroger les enfants surtout qu'il s'agit d'une artiste d'un certain âge, l'âge pris en compte est celui de la majorité, c'est-à-dire 18 ans en Côte d'Ivoire. Dans ce sens, la population korhogolaise de nationalité ivoirienne concernée à partir de 18 ans est de 275. 879 habitants selon le RGPH 2021 (tableau 1).

Tableau 1 : Répartition de la population korhogolaise de nationalité ivoirienne selon l'âge à partir de 18 ans

|   | Tranche d'âge  | population         | %  |
|---|----------------|--------------------|--|
| 1 | 18 -34 ans     | 179.830 habitants  | $(179. 830 : 275.879) \times 100 = 65,18 \%$ |
| 2 | 35- 44 ans     | 49.225 habitants   | 17,84 %                                      |
| 3 | 45 ans et plus | 46.824 habitants   | 16,98%                                       |
|   | Total          | 275. 879 habitants | 100%   |

Source : RGPH 2021

Le deuxième critère pris en compte dans le cadre de cette enquête est le groupe ethnique dans la mesure où il s'agit d'une artiste Akan. Le RGPH 2021 indique qu'il y a cinq groupes ethniques en Côte d'Ivoire. Il s'agit des Voltaïques ou Gur principalement situés au nord de la Côte d'Ivoire comprenant les Sénoufos (les Nafaras, les Tchébaras, les Niarafolos, etc.), les Lobis, les Koulangos, etc. La commune de Korhogo qui est située au nord de la Côte d'Ivoire est une ville essentiellement sénoufo où vivent d'autres groupes ethniques. Au groupe sénoufo s'ajoutent les Akans qui sont essentiellement situés au sud et au centre de la Côte d'Ivoire. Dans ce groupe, il y a des ethnies telles que les Baoulés, les Agnis, les Attiés, les Apollos et les Adjoukrous. Il y a aussi le groupe Krou que l'on trouve essentiellement au sud-ouest

de la Côte d'Ivoire et qui est composé des ethnies telles que les Bétés, les Didas et les Wès. À ces trois groupes, il y a deux autres groupes que sont les mandés du nord et les mandés du Sud (les mandés forestiers). Le premier groupe composé des ethnies telles que les Malinkés, les Mahoukas peut être localisé au nord-ouest tandis que le second groupe est surtout localisé au centre et à l'ouest. Cette dernière catégorie est composée des ethnies telles que les Gouros, les Gagous, les Touras. Si chacun de ces groupes peut être essentiellement localisé dans un espace géographique donné, il y a un brassage des populations ivoiriennes expliquant ainsi la présence des membres de chacun de ces groupes ethniques dans toutes les villes de Côte d'Ivoire. Puisqu'il s'agit de l'étude de la notoriété de l'artiste chanteuse Allah Thérèse auprès des populations de nationalité ivoirienne à Korhogo, nous avons donc cherché à nous assurer du poids réel de chaque groupe ethnique dans cette ville. Ainsi, le RGPH 2021 donne la répartition de la population de nationalité ivoirienne selon le groupe ethnique uniquement à partir des 402.915 habitants. Dans ce sens, le poids de chaque groupe ethnique a été recherché et répercuté sur l'échantillon obtenu à partir des 275.879 habitants (tableau 2). Dans la mesure où nous avons la taille de la population (275.879 habitants), la formule généralement utilisée lorsque le chercheur dispose d'une base de sondage est la suivante :

$$n = \frac{Z^2 * p(1-p) * N}{e^2 * N + Z^2 * p(1-p)}$$

n désigne la taille de l'échantillon

Z renvoie à la valeur qui se rapporte à un niveau de confiance de 95%, celle-ci est de 1,96.

Dès lors la marge d'erreur qui correspondent à 95% est de 0,05 (ou 5%).

Quant à p, elle représente la valeur généralement utilisée qui est de 0,5.

Ainsi donc, la taille de l'échantillon à partir de ces données est la suivante :

$$n = \frac{Z^2 * p(1-p) * N}{e^2 * N + Z^2 * p(1-p)} = \frac{(1,96 * 1,96) * 0,5 * (1-0,5) * 275.879}{(0,05 * 0,05) * 275.879 + (1,96 * 1,96) * 0,5 * (1-0,5)}$$

n=383,47 soit 384 personnes

Tableau 2 : Répartition de la population de nationalité ivoirienne et de l'échantillon selon le groupe ethnique

| Groupe ethnique    | Akan               | Krou                        | Mandé du nord       | Voltaïque /Gur      | Mandé du sud                | Total : 5       |
|--------------------|--------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------|
| Nombre d'habitants | 17.850             | 3.524                       | 114.863             | 261.010             | 4.206                       | Total : 402.914 |
| Pourcentage        | (17.850 : 402.914) | (3.524 : 402.914) X100=0,87 | (114.863 : 402.914) | (261.010 : 402.914) | (5667 : 402.914) X100=1,40% | 100%            |



|                                 |  |                                   |   |   |                                   |                         |
|---------------------------------|--|-----------------------------------|---|---|-----------------------------------|-------------------------|
|                                 | X100=4,43<br>% soit 4,40               | soit 0,90%                        | X100=28,5<br>0%                           | X100=64,7<br>8%<br>soit 64,80             |                                   |                         |
| Échantillon par groupe ethnique | (4,4X384)<br>:100=<br>16,89 soit<br>17 | (0,9X384)<br>:100= 3,45<br>soit 4 | (28,5X384)<br>:100=<br>109,44<br>109 soit | (64,8X384)<br>:100=<br>248,83<br>soit 249 | (1,4X384) :10<br>0=5,37<br>soit 5 | Total :<br>384=1<br>00% |

Source : RGPH, 2021

À la suite de la répartition de l'échantillon selon le groupe ethnique, pour mener l'enquête auprès des membres de celui-ci, lorsque nous avons identifié un membre d'un groupe ethnique, nous lui demandons de nous indiquer d'autres membres. Cette façon de procéder a permis d'interroger l'ensemble de cet échantillon. N'ayant pas la répartition des tranches d'âge selon le groupe ethnique, nous avons interrogé l'échantillon en tenant compte des données qui correspondent à la répartition de la population de nationalité ivoirienne selon l'âge à partir de 18 ans. Ainsi, dans chaque groupe ethnique, nous avons interviewé 65,18% ; 17,84% et 16,97% de personnes dont l'âge est respectivement compris entre 18 et 34 ans, 35 et 44 ans et enfin 45 et plus (tableau 3).

Tableau 3 : Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge

|                | Akan                | Krou              | Mandé du nord        | Voltaïque/Gur        | Mandé du sud      |
|----------------|---------------------|-------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| 18-34 ans      | (65,18X17) : 100=11 | (65,18X4) :100=2  | (65,18X109) :100=71  | (65,18X249) :100=162 | (65,18X5) :100=3  |
| 35-44 ans      | (17,84X17) : 100=3  | (17,84X4) : 100=1 | (17,84X109) : 100=19 | (17,84X249) : 100=45 | (17,84X5) : 100=1 |
| 45 ans et plus | (16,97X17) : 100=3  | (16,97X4) : 100=1 | (16,97X109) : 100=19 | (16,97X249) : 100=42 | (16,97X5) : 100=1 |
| Total          | 17                  | 4                 | 109                  | 249                  | 5                 |

Source : RGPH, 2021

En raison de l'absence de données concernant la répartition par sexe selon la tranche d'âge, l'ethnie et la nationalité, nous avons tenu compte du taux de masculinité qui souligne qu'il y a 51% d'hommes et 49% de femmes dans la ville de Korhogo (tableau 5).

Tableau 4 : Répartition de l'échantillon selon le sexe

NB. H = Hommes ; F = Femmes

|                | Akan                  | Krou                | Mandé du nord         | Voltaïque/Gur         | Mandé du sud       |
|----------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| 18-34 ans      | H = (11X 51) : 100= 6 | H =(2X 51) : 100= 1 | H =(71X 51) : 100= 36 | H=(162X 51) : 100= 83 | H=(3X 51) : 100= 2 |
|                | F = (11X 49) : 100= 5 | F=(2X 49) : 100= 1  | F=(71X 49) : 100= 35  | F=(162X 49) : 100= 79 | F=(3X 49) : 100= 1 |
| 35-44 ans      | H= (3X 51) : 100= 2   | H= (1X51) : 100= 1  | H =(19X 51) : 100= 10 | H=(45X 51) : 100= 23  | H=(1X 51) : 100= 1 |
|                | (3X 49) : 100= 1      | F=(1X 49) : 100= 0  | F=(19X 49) : 100= 9   | F=(45X 49) : 100= 22  | F=(1X 49) : 100= 0 |
| 45 ans et plus | H= (3X 51) : 100= 1   | H= (1X51) : 100=0   | H =(19X 51) : 100= 10 | H=(42X 51) : 100= 21  | H=(1X 51) : 100= 0 |
|                | F = (3X 49) : 100= 2  | F=(1X 49) : 100=1   | F=(19X 49) : 100= 9   | F=(42X 49) : 100= 21  | F=(1X 49) : 100= 1 |
| Total : 384    | 17                    | 4                   | 109                   | 249                   | 5                  |

Source : RGPH, 2021

Ainsi dans le cadre de cette étude, sur les 11 personnes interrogées dans le groupe Akan dans la tranche d'âge de 18 à 34 ans, six répondants sont des hommes et cinq renvoient à des personnes de sexe masculin. De même, dans la tranche d'âge allant de 35 à 44 ans, trois personnes ont été interrogées. Il s'agit de deux hommes et d'une femme. Enfin, dans la tranche d'âge allant de 45 et plus, trois personnes ont été interviewées dont un homme et deux femmes. Au total, pour ce qui concerne le groupe Akan, sur les 17 enquêtés, neuf personnes sont de sexe masculin et huit de sexe féminin ce qui représente respectivement 51% et 49% conformément à la répartition par sexe du RGPH 2021 à Korhogo. Pour déterminer la notoriété d'Allah Thérèse dans la ville de Korhogo, le questionnaire soumis aux enquêtés est structuré autour des points suivants : l'identification des enquêtés, les questions filtres pour s'assurer que les personnes interrogées vivent effectivement à Korhogo, la notoriété spontanée et la notoriété assistée. L'enquête s'est déroulée du 03 au 17 août 2024 à Korhogo. Les données recueillies ont été traitées à l'aide du logiciel Sphinx puis ceux-ci ont été exportés vers le logiciel SPSS pour la production des résultats.

### 3. Résultats

Ceux-ci seront présentés en tenant compte des deux questions spécifiques de sorte à pouvoir répondre à la question centrale.

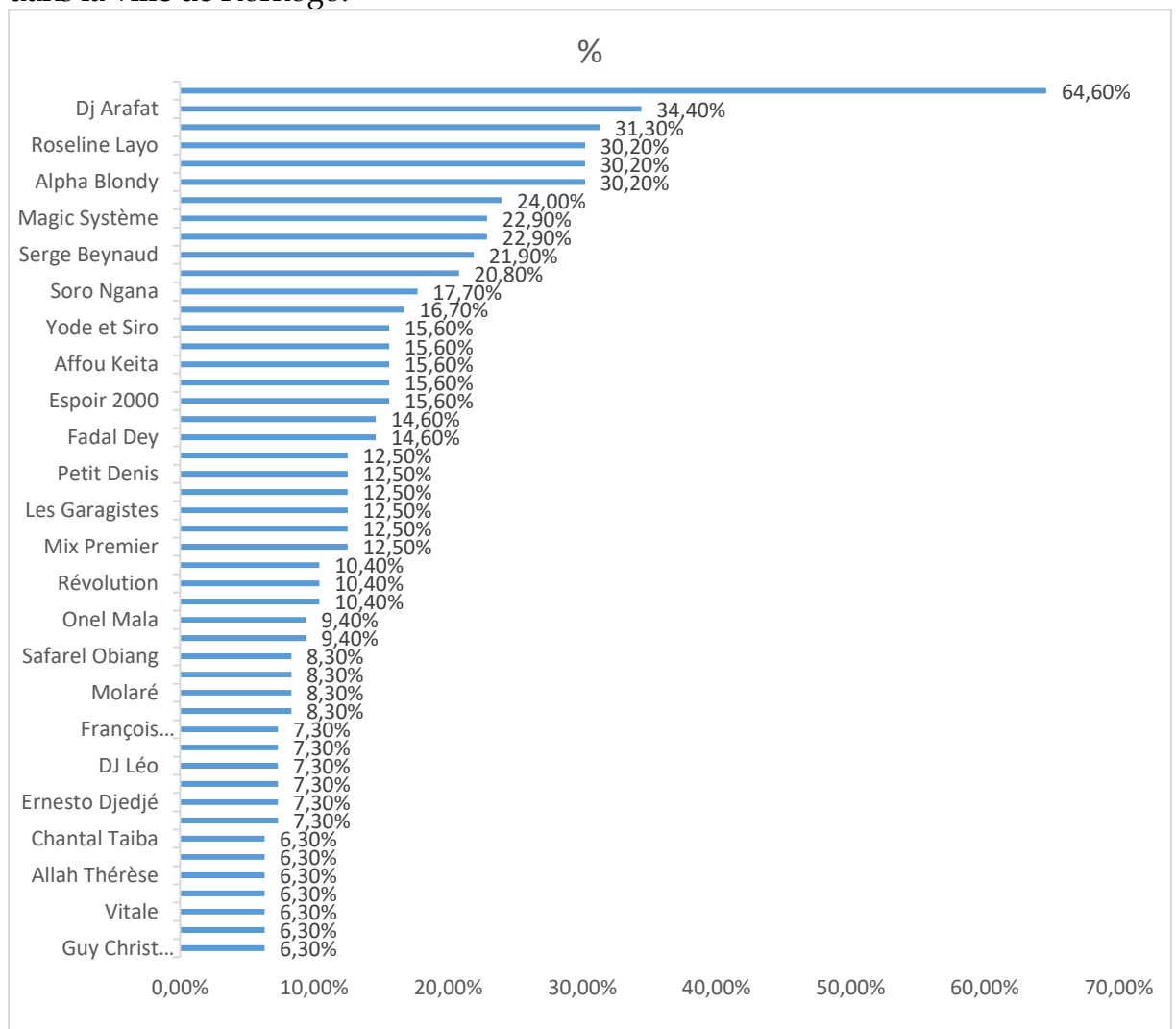
#### 3.1 Présentation et analyse des résultats concernant la notoriété spontanée

F. Madrière et al. (1988, p. 52) soulignent que la notoriété spontanée est "le pourcentage de personnes capables de citer spontanément la marque dans l'univers



du produit considéré''. Cela signifie que dans une étude de notoriété, l'on demande aux enquêtés de dire à partir de leur mémoire dans un univers considéré (ici les artistes musiciens ivoiriens) ceux qu'ils connaissent. Ainsi comme le souligne Y.S. Nzué (2019, p. 43) « la personne interrogée ne dispose d'aucune indication susceptible de l'aider ». La cible de cette étude (les populations de nationalité ivoirienne à Korhogo) a été donc invitée à citer sans proposition de réponse les artistes chanteurs ivoiriens qu'ils connaissent, quel que soit leur génération. Pour une meilleure pratique, en raison du nombre important d'artistes musiciens à présenter dans un graphique, nous avons décidé de nous arrêter au résultat d'Allah Thérèse. Les résultats obtenus sont donnés dans le graphique ci-après :

Graphique 1 : le niveau de notoriété spontanée des artistes chanteurs ivoiriens dans la ville de Korhogo.



Source : nos enquêtes, 2021

Le graphique 1 montre que les deux artistes les mieux mémorisés par les habitants de Korhogo sont Gadji Celi (64,60%) et DJ Arafat (34,40%). Ceux-ci sont respectivement suivis par les chanteurs Didi B (31,3%), Alpha Blondy, Josey, Roseline Layo (30,2%) et

Tiken Dja (24%). Trois raisons fondamentales peuvent expliquer le rang de Gadji Celi : ses qualités de joueur de football, de chanteur et de prise de position politique. Il a été un joueur de football talentueux, capitaine de l'équipe de l'ASEC Mimosas, club de sport le plus populaire de Côte d'Ivoire<sup>73</sup>. Il a été également le capitaine de l'équipe nationale de football de Côte d'Ivoire durant plusieurs années<sup>74</sup> et a remporté avec elle la première Coupe d'Afrique des Nations (CAN) obtenue par ce pays en 1992 au Sénégal. Chaque campagne pour la CAN a été toujours l'opportunité pour lui de sortir une chanson à succès en vue de soutenir les éléphants footballeurs. Ainsi, depuis 1988, il est auteur de six chansons<sup>75</sup> au profit de l'équipe nationale et deux au bénéfice de l'ASEC Mimosas ("Et Dieu créa l'ASEC", "Rassemblement Mimos"). En tant que joueur, capitaine et chanteur il a bénéficié d'une exposition médiatique importante. À la fin de sa carrière sportive en 1993, Gadji Celi s'est entièrement engagé dans une carrière musicale avec chaque fois des titres à succès tels que "King Solo (1993)", "Affaire de femmes (1998)", "Femme de feu (2000)", "La paix (2003)" etc. Le 27 juillet 2009, Gadji Celi est élu président du Bureau Ivoirien des Droits d'Auteurs (BURIDA)<sup>76</sup>. Ajouter à ces deux aspects, il faut relever sa position politique en faveur de la candidature du candidat Laurent Gbagbo lors de l'élection présidentielle de 2011 et qui suite à la prise de pouvoir d'Alassane Ouattara a dû s'exiler en France. Son retour en Côte d'Ivoire a été largement diffusé dans les médias. En tant qu'ancien vainqueur de la CAN 1992, celle de 2023 a été une autre occasion de bonne couverture médiatique en qualité de consultant sportif de la Nouvelle Chaîne de Télévision Ivoirienne (NCI)<sup>77</sup> et d'ambassadeur aussi bien de la Fédération Ivoirienne de Football (FIF)<sup>78</sup> que de la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS). À ce titre, durant la CAN 2023, l'on a pu le voir durant un mois faire une publicité au profit de la CNPS. Depuis le 10 août 2024, il est également ambassadeur de la société de banque et Assurance NSIA dont une image (image 1) est donnée ci-après :

Image 1 : Gadji Celi ambassadeur de NSIA

<sup>73</sup> Gadji Celi a été capitaine de l'équipe de football l'ASEC Mimosas de 1988 à 1992

<sup>74</sup> Si sa carrière avec l'équipe nationale de football a débuté lors de la CAN 1984, il devient capitaine de cette équipe à partir de 1988 pour terminer en 1992.

<sup>75</sup> "Allez les éléphants 1" (Caire 86), "Allez les éléphants 2" (Maroc 88), "Allez les éléphants 3" (Alger 90), "Allez les éléphants 3" (Sénégal 92), "Eléphants Story" et "Accra 2008".

<sup>76</sup> C'est en Côte d'Ivoire, la structure en charge de la promotion et de la défense des intérêts matériels et moraux des titulaires de droit d'auteur ainsi que de la répartition des fonds recueillis au profit de ceux-ci.

<sup>77</sup> Source : <https://news.abidjan.net/articles/727533/publireportage-cote-divoire-football-nci-devoile-son-dispositif-de-couverture-des-52-matches-de-la-can-2023-avec-des-consultants-comme-didier-drogba-et-gadji-celi>

<sup>78</sup> Source : <https://news.abidjan.net/articles/723288/football-gadji-celi-recoit-les-attributs-dambassadeur-de-la-part-de-la-federation-ivoirienne-de-football>.



Source : <https://www.abidjaneconomie.net/2024/08/20/gadji-celi-nsia-banque-ci/>

Toutes ces différentes fonctions (joueur, capitaine d'équipes de sport, chanteur, président du BURIDA, ambassadeurs, etc.) le mettent davantage au-devant de la scène lui faisant ainsi bénéficier d'une couverture médiatique très importante d'où la bonne mémorisation de son nom expliquant ainsi le bon score de notoriété spontanée et le rang obtenu. Quant à DJ Arafat, c'est l'icône des jeunes grâce à ses chansons<sup>79</sup>. Par exemple, la chanson "Kponkaka" lui permet d'être nommé meilleur artiste africain de l'année et meilleur artiste masculin de l'année 2012 au Kora Awards 2012, tandis qu'avec la vidéo de la chanson "Gbobolor", DJ Arafat a dépassé plus d'un million de vues sur YouTube. Ce succès populaire auprès des jeunes lui a permis de bénéficier d'une bonne couverture médiatique (presse, radio, internet, affiche publicitaire, télévision, etc.). L'hommage national rendu le 20 août 2019 en présence du Premier ministre ivoirien (Hamed Bakayoko)<sup>80</sup> à la suite de sa mort et l'hystérie collective autour de celle-ci explique ce score et ce rang obtenu.

L'artiste Allah Thérèse qui fait l'objet de cette étude n'occupe que le rang 48 avec seulement 6,30% de taux de notoriété spontanée. La faiblesse de ce score peut s'expliquer par le poids important des jeunes dans les enquêtes. En effet, ceux-ci représentent 65,18% (18 à 34 ans) contre 17,84% (35 à 44 ans) pour les adultes et 16,97% pour les personnes plus âgées (45 ans et plus). Les jeunes qui représentent le double des deux autres tranches d'âge sont beaucoup plus sensibles aux artistes qui leur sont proches du point de vue de l'âge, car ceux-ci pratiquent des musiques et des pas de danse de leur âge. DJ Arafat (60,24%) et Serge Beynaud (45,38%) qui sont les plus cités par ceux-ci (tableau 5) font du coupé décalé et sont chacun auteur de plus d'une vingtaine de pas de danse<sup>81</sup>. Ces pas de danse sont adaptés surtout aux jeunes, car souvent lors de l'exécution de ceux-ci, l'ont peut voir les danseurs s'appuyer sur les mains puis se renverser ce qui n'est pas adéquat pour des personnes d'un certain âge.

Tableau 5 : classement des artistes les plus cités spontanément par les jeunes

| N° | Artiste   | Nombre d'enquêtés | %      |
|----|-----------|-------------------|--------|
| 1  | DJ Arafat | 150               | 60,24% |

<sup>79</sup> "Hommage à Jonathan" (2003), "Djessimedjeka" (2010), "Kponkaka" (2012), "Gbobolor", etc.

<sup>80</sup> Date 30 août 2019 au stade Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan.

<sup>81</sup> DJ Arafat est auteur, par exemple, des danses "Kpangor" et de "Kong", tandis que Serge Beynaud a créé le "Okeninpin" et "le Djambolo Fitness".

|   |               |     |        |
|---|---------------|-----|--------|
| 2 | Serge Beynaud | 113 | 45,38% |
| 3 | Didi B        | 99  | 39,75% |
| 4 | Roseline Layo | 87  | 34,93% |
| 5 | Josey         | 84  | 33,73% |

Source : Nos enquêtes, 2024

Dans le cadre de la notoriété spontanée, on demande aux enquêtés de faire un effort à partir de leur mémoire en citant les artistes qu'ils connaissent. Dans ce sens, ceux qui viennent naturellement dans leur mémoire sont ceux pour lesquels ils ont le plus d'affinité et qui sont le sujet de leur discussion d'où les artistes jeunes qui font des choses de leur âge. Didi B qui fait du rap arrive en troisième position en raison du fait que c'est une musique de jeune et qu'il fait l'objet d'une médiatisation importante<sup>82</sup>. Lui et l'artiste Josey ont été coach dans the Voice Africa 2024 ce qui contribue davantage à sa mémorisation par les jeunes dont ceux de Korhogo. Quant à Roselyne Layo<sup>83</sup>, elle comme Josey<sup>84</sup> ont des titres qui font l'objet d'une médiatisation importante.

Si l'artiste Allah Thérèse qui fait l'objet de cette étude n'a pas une bonne mémorisation spontanée, est-ce que cela signifie qu'elle a une mauvaise notoriété dans son ensemble ? L'étude de la notoriété assistée permettra de répondre véritablement à une telle question.

### *3.2. Présentation et analyse des résultats concernant la notoriété assistée*

F. Dekhil (2005) repris par K. Ouattara et K.A. Frédéric (2019, p.541) affirme que la notoriété assistée est « l'indicateur le plus fin pour démontrer une trace laissée dans la mémoire des spectateurs ». La mesure de la notoriété assistée est donc plus importante pour apprécier le niveau de notoriété d'une marque ou d'un individu. A. De Baynast et J. Lendrevie (2014, 532) notent que la notoriété assistée est « le pourcentage de personnes qui disent connaître une marque présentée dans une liste préétablie ». Ainsi, la population de nationalité ivoirienne a été invitée à indiquer les artistes chanteurs ivoiriens qu'ils connaissent parmi une liste qui leur a été proposée. En tenant compte de B. Walliser (2006, p. 10) qui affirme que dans le cadre de la notoriété assistée, il faut insérer dans la liste exhaustive « des marques de contrôle », nous y avons introduit des individus qui ne sont pas des artistes chanteurs de sorte à s'assurer du taux de confusion des enquêtés. Les résultats sont donnés dans le graphique (graphique 2) ci-après :

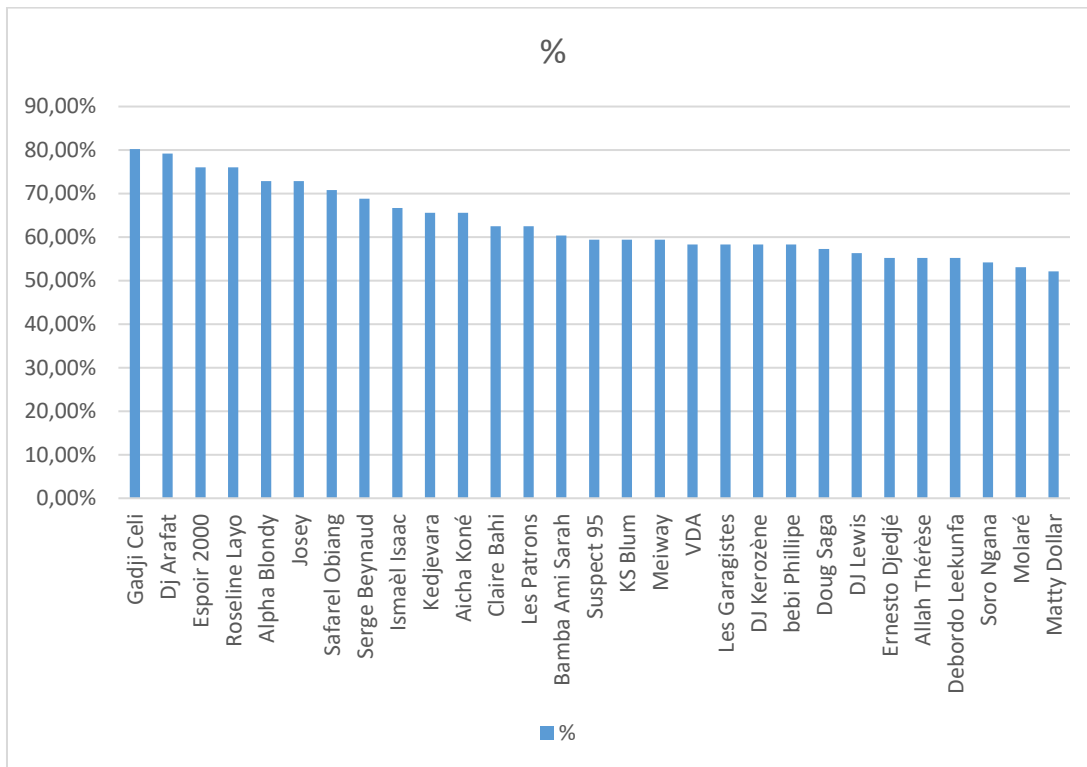
<sup>82</sup> Celui-ci grâce à son titre "Mojotrône II : history" a obtenu les titres de meilleur artiste africain aux Africa Talent Awards, le Kundé d'or du meilleur artiste de l'Afrique de l'Ouest et le Primaud d'or en 2023. Il est l'ancien leader du grand groupe de Rap "Kiff No Beat" dissous en 2020.

<sup>83</sup> Elle est l'auteur des titres à succès "Donnez-nous un peu", "Amour Kôyô", "Loulou" et "Mogo Farima" qui font l'objet d'une médiatisation importante en Côte d'Ivoire et sur les chaînes africaines (Trace Africa, BBlack Africa). Mogo Farima est également repris dans les mariages et les meetings politiques.

<sup>84</sup> Il s'agit de "Double jeu", "Venez bouger", "Nagniouma"(1000.000 de vues sur Youtube, "Diplôme" (5.580.000 vues sur YouTube), etc.



Graphique 2 : le niveau de notoriété assistée des artistes chanteurs ivoiriens dans la ville de Korhogo



Source : nos enquêtes, 2024

Les résultats montrent que les deux artistes les plus cités sont Gadji Celi (80,2%) et DJ. Arafat (79,2%). Ces résultats sont identiques à ceux que nous avons déjà relevés dans le cadre de la notoriété spontanée. L'artiste chanteur Gadji Celi vient en première position en raison des mêmes arguments développés dans le cadre de la notoriété spontanée. Il s'agit d'une forte médiatisation en raison de ses multiples fonctions (ancien joueur professionnel, ancien capitaine de l'équipe nationale de football et de l'ASEC Mimosas, chanteur, ancien président du BURIDA, ambassadeur de la FIF et d'entreprises nationales, consultant sportif, activités politiques) qui le mettent au-devant de la scène et qui entraînent une bonne mémorisation de celui-ci par les populations. Il en est de même de DJ Arafat qui bénéficie malgré son décès d'une très bonne mémorisation assistée (79,2%) auprès des populations Korhogolaises. Les raisons sont dues comme nous l'avons indiqué à ses qualités de danseur et de chanteur du coupé décalé qui lui ont valu une bonne popularité grâce à l'attention de médias. Il a d'ailleurs un groupe de fan dénommé "la chine" qui lui vouent un culte<sup>85</sup>.

Si la notoriété spontanée de l'artiste Allah Thérèse n'est pas bonne, dans le cadre de la mémorisation assistée celle-ci connaît un bon considérable et gagne 48,9 points pour atteindre un taux de notoriété assisté de 55,2%. Avec un tel score, elle arrive à la vingt-cinquième position. Elle gagne ainsi au niveau du rang 23 places puisque du rang 48 pour ce qui concerne la notoriété spontanée, elle est désormais vingt-cinquième. Cette

<sup>85</sup> L'on se souvient encore de l'hystérie collective de ceux-ci lors de sa mort. Lorsqu'ils ont appris que leur idole ne serait pas enterrée dans le lieu indiqué par le gouvernement, ceux-ci sont allés jusqu'à sa tombe pour la déterrer et s'en assurer.

réalité montre bien qu'Allah Thérèse est bien présente dans la mémoire de la plupart des populations Korhogolaises. Avec la notoriété spontanée, l'enquêté fait un effort à partir de sa mémoire pour répondre. Dès lors les artistes qui lui sont le plus proches par la musique et par les pas de danse sont ceux-là qui sont le plus cités naturellement. Avec la notoriété assistée comme le notent J. J. Lambin et C. De Moerloose (2008, p. 110) le répondant peut « compléter la liste précédente par des marques dont ils n'avaient pas le souvenir spontanément, mais qui leur reviennent à l'esprit avec un peu d'aide ». La liste précédente est celle composée d'artistes qu'ils ont désignés spontanément. Quant à l'aide dont parlent les deux auteurs, il s'agit de la liste exhaustive préétablie d'artistes chanteurs ivoiriens proposée par le chercheur aux répondants et dans laquelle ceux-ci sont appelés à se prononcer. Cette aide permet donc à l'enquêté de mieux se prononcer et dans le cas de cette étude, l'artiste Allah Thérèse a un bon taux de notoriété assistée à Korhogo dans la mesure où elle a obtenu un score de 55,2% en assisté. Sur plus d'une centaine d'artistes chanteurs, malgré sa mort, elle a obtenu plus de 50% de taux de notoriété assisté. Ce résultat qui est dessus de 50% montre que celle-ci est bien présente dans la mémoire des populations Korhogolaises. En tenant compte de F. Dekhil (2005) repris par K. Ouattara et K.A. Frédéric (2019, p.541) qui relève que la notoriété assistée est « l'indicateur le plus fin pour démontrer une trace laissée dans la mémoire des spectateurs », nous pouvons donc affirmer que l'artiste chanteuse Allah Thérèse a une bonne notoriété auprès des populations de la commune de Korhogo.

Ce travail repose sur le fait que la mesure de la notoriété assistée est le critère le plus pertinent pour apprécier de la notoriété d'un individu, d'une marque ou d'un produit. La discussion des résultats va tourner autour de cet aspect.

#### **4. Discussion des résultats : la notoriété assistée comme indicateur le plus important pour juger de la notoriété d'un individu ou d'une marque**

G. Tribou (2007, p. 226) souligne que « la notoriété spontanée est plus intéressante, car elle oblige l'enquêté à fournir un effort cognitif et de mémoire ». Pour cet auteur dès lors que le répondant est capable de citer une marque ou un individu sans aide cela signifie que la personne ou la marque citée est bien présente dans la mémoire de celui-ci d'où son caractère plus pertinent. L'auteur souligne néanmoins plus loin qu'il est difficile cependant pour l'enquêté de citer plus de trois marques ou individus. C'est dans ce sens qu'il (2007, p. 226) affirme qu'« il semble ainsi que les publics n'aient pas le souvenir de plus de trois marques ». Or, nous avons constaté que les enquêtés prenaient plaisir à citer plus de marques en spontanée. La moyenne d'artistes cités par les répondants dans le cadre de la notoriété spontanée est de 24, 54% soit 25%. D'ailleurs comme le montrent les résultats concernant le niveau d'écoute de la musique ivoirienne par les habitants de Korhogo (tableau 6), plus de 70% des répondants écoutent régulièrement cette musique contre seulement 05% qui l'écoutent très peu. Ces résultats montrent un niveau d'écoute important de la musique ivoirienne à Korhogo justifiant ainsi cette bonne moyenne d'artistes cités par les répondants (24,54%).

Tableau 6 : Niveau d'écoute de la musique ivoirienne par les populations Korhogolaises



| Niveau d'écoute musique ivoirienne           | Enquêtés | %      |
|--|----------|--------|
| J'écoute régulièrement la musique ivoirienne | 270      | 70,31% |
| J'écoute moyennement la musique ivoirienne   | 95       | 24,74% |
| J'écoute très peu la musique ivoirienne      | 19       | 04,95% |
| TOTAL OBS                                    | 96       | 100%   |

Source : nos enquêtes, 2021

La notoriété spontanée n'est pas plus pertinente dans la mesure où lorsque l'enquêté répond spontanément, on peut estimer qu'il y a encore des artistes qui sont dans la mémoire de celui-ci dont il ne s'est pas souvenu au moment de répondre. C'est la raison pour laquelle J. J. Lambin et C. De Moerloose (2008, p. 110) révèlent comme nous l'avons vue que dans le cadre de la notoriété assistée l'enquêté va « compléter la liste précédente par des marques dont ils n'avaient pas le souvenir spontanément, mais qui leur reviennent à l'esprit avec un peu d'aide ». La proposition à l'enquêté d'une liste d'artistes chanteurs ivoiriens permet donc à celui-ci de faire ressortir les traces mémorielles laissées par les actions de communication des artistes chanteurs et ainsi de citer clairement les artistes chanteurs ivoiriens dont il se souvient réellement. C'est dans ce sens que F. Madrière et al. (1998, p. 48) soulignent que « les mesures de reconnaissance sont plus viables ». En d'autres termes, si la notoriété spontanée est pertinente, l'indicateur le plus fiable dans le cadre d'une étude de notoriété est celui de la mémorisation assistée. Les positions de J. J. Lambin et C. De Moerloose (2008, p. 110) et F. Madrière et al. (1998, p. 48) viennent consolider les résultats de cette étude. Nous pouvons donc affirmer que l'artiste Allah Thérèse a une bonne notoriété dans la ville de Korhogo.

## Conclusion

Au terme de ce travail, l'on peut dire qu'en raison de la bonne notoriété assistée de l'artiste chanteuse Allah Thérèse, elle bénéficie d'une bonne mémorisation dans la ville de Korhogo et cela malgré sa disparition depuis 2020. Son objectif de ne pas être oublié même après sa mort est donc atteint notamment dans cette ville de Korhogo. Pour préserver cette bonne mémorisation, il appartient aux héritiers de l'artiste de créer des activités (fondation Allah Thérèse, festivals, etc.) qui pourront être couverts par les médias et ainsi permettre de maintenir le souvenir de l'artiste.

Les autres artistes faiblement mémorisés doivent essayer de multiplier leurs actions de communication en ayant plusieurs activités qui vont chaque fois les mettre au-devant de la scène à l'image de l'artiste chanteur sportif leader Gadji Celi Saint Joseph. Les médias restent le seul moyen efficace pour impacter les Ivoiriens en termes de notoriété.

## Références bibliographiques

DE BAYNAST Arnaud et LENDREVIE Jacques, 2014, *Publicitor*, Paris, éd. Dunod.

- LAMBIN Jean-Jacques et DE MOERLOOSE Chantale, 2008, *Marketing Stratégique et opérationnel, du marketing à l'orientation-marché*, Paris, éd. Dunod.
- MADRIÈRES Frédérique, PIOCHE Alain, KAPFERER Jean-Noël et ROUSSEL Françoise, 1988, *Mesurer l'efficacité de la publicité*, Paris, éd. D'Organisation.
- MALHOTRA Naresh, DECAUDIN Jean-Marc, BOUGUERRA Affifa, BORIES Doris, 2011, *Études Marketing*, Paris, éd. Pearson.
- NZUE Yao Sylvain, 2019, *Communication et notoriété de l'Université Felix Houphouët-Boigny*, Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire.
- OUATTARA Katia et KACOU Agnon Frédéric, 2019, *La coupe du monde 2018 de la FIFA et la mémorisation des sponsors par l'audience sportive abidjanaise*, *Communication en question*, n°12, Côte d'Ivoire, p. 525-549.
- THOMAS Raymond, 1993, *Le sport et les médias*, Paris, éd. Vigot.
- TRIBOU G., 2007, *Sponsoring sportif*, Paris, éd. Economica.
- WALLISER B., 2006, « La recherche en parrainage, quelle évolution et quels résultats ? », *Revue Française de marketing*, N° 150, p. 83-95.