

Université Assane SECK de Ziguinchor

\*\*\*\*



UFR Sciences Économiques et Sociales

\*\*\*\*

Département du Tourisme

Mémoire de Master

Management des Activités du Tourisme et Culture

Spécialité : Tourisme

Sujet :

**TOURISME CULTUREL ET DEVELOPPEMENT LOCAL :**  
**UNE ANALYSE DU FESTIVAL ANNUEL D'ABÉNÉ**

Présenté par

Aïssatou Marie Romualda FAYE

Sous la direction de

Dr. Seedou Mukhtar SONKO

**Soutenu publiquement le 17 décembre 2020 devant le jury composé de :**

Pr Abdou Aziz Niang	Maître de conférences agrégé à l'UASZ	Président
Dr Amadou Fall	Inspecteur de l'enseignement	Examineur
Dr Alphonse Sambou	Maître – Assistant à l'UASZ	Examineur
Dr Seedou Mukhtar Sonko	Maître-Assistant à l'UASZ	Encadrant

**Année universitaire 2019-2020**

## DEDICACES

*Je dédie ce mémoire :*

*À ma famille,*

*À mes amis,*

*Aux soutiens de chaque jour,*

*Aux défunts étudiants en master qui n'ont pu présenter leur travail en particulier  
à feu Dominique Ousmane FAYE,*

*A feu Joël Célestin Philippe Ahyii. Paix à leurs âmes.*

*Les mots ne suffisent guère pour exprimer l'attachement, l'amour et l'affection  
que je porte pour vous.*

*Demeurez bénis !*



## REMERCIEMENTS

*Je rends gloire à Dieu le tout puissant miséricordieux de m'avoir accordé la vie et l'énergie nécessaire pour mener à bien ce travail.*

*Je remercie mon directeur de recherche Dr Seedou Mukhtar Sonko. Ses conseils et sa confiance ont été précieux, et m'ont permis de mener à bien ce travail. Je tiens également à exprimer un profond respect à tous les enseignants-chercheurs du département et à tous les autres qui ont contribué à ma formation pour leur rigueur scientifique et leurs conseils dont j'ai tiré profit.*

*Ce travail n'aurait pu être fait sans les personnes avec qui j'ai partagé des moments pendant tout le temps que j'ai passé à Abéné lors de mes nombreux voyages. Mention spéciale à Mr Insa Goudiaby et à sa famille pour leur hospitalité, au bureau de l'association des jeunes notamment au Président Mr Kéba Sonko et au secrétaire Mr Cheick Mafoudji Diané, aux différents acteurs du tourisme et à tous les habitants d'Abéné.*

*Mes remerciements se doivent d'aller à toutes ces personnes qui ont été d'un support inestimable, je veux nommer mon époux Dr David Dione, tonton Jean Louis Tine, Maurice Prosper Diatta, la famille Badiane ma famille d'accueil à Ziguinchor ; je suis très reconnaissante pour toutes ces rencontres, ces personnes devenues des amis, proches, etc.*

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: liste de quelque réceptifs du village d'Abéné .....	24
Tableau 2: les étapes préparatoire du festival .....	31
Tableau 3: supports publicitaires pour la communication du festival en 2019 .....	32
Tableau 4: programme du festival 2019-2020 .....	34
Tableau 5: analyse SWOT du village d'Abéné .....	36
Tableau 6: les différentes formes d'impact d'un évènement culturel .....	39
Tableau 7: les commerces enquêtés .....	40
Tableau 8: types retombées du festival .....	41
Tableau 9: personnel supplémentaire engagé.....	43
Tableau 10: implication dans l'organisation du festival .....	44
Tableau 11: présentation spécifique des ressources 2019-2020.....	45
Tableau 12: présentation spécifique des dépenses du festival .....	47
Tableau 13: répartition géographique des dépenses.....	49
Tableau 14: répartition géographique des ressources .....	51
Tableau 15: rapport des flux financiers.....	52
Tableau 16: les différents réceptifs enquêtés .....	54

## LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1: votre établissement bénéficie-t-il de retombées du festival ? .....	41
Graphique 2: les intervenants sur les retombées .....	42
Graphique 3: répartition des recettes issues de la billetterie .....	46
Graphique 4: recettes journalière de la billetterie .....	46
Graphique 5: répartition géographique des dépenses en (%).....	50
Graphique 6: répartition géographique des ressources en (%).....	52
Graphique 7: rapport des flux financiers en (%).....	53
Graphique 8: taux d'occupation des chambres pendant la saison touristique.....	55
Graphique 9: l'effet du festival sur la variation (%) du chiffre d'affaire.....	56

## **SIGLES ET ABREVIATIONS**

- AMPA** : Aire Marine Protégée d'Abéné
- CNUCED** : Conférence des Nations-Unis sur le Commerce et le Développement
- DGCIS** : Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services
- DGE** : Direction Générale des Entreprises
- GEATTE** : Groupement d'Étude et d'Assistance pour l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et l'Environnement
- MCC** : Ministère de la Culture et de la communication
- OMT** : Organisation Mondiale du Tourisme
- SAPCO** : Société d'Aménagement et de Promotion des Côtes et Zones Touristiques du Sénégal
- SOBOA** : Société des Brasseries Ouest-Africain
- SRT** : Service Régional du Tourisme
- USAID** : United States Agency for International Development



# SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	1
CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE .....	5
Introduction.....	5
Section 1 : tourisme culturel .....	5
Section 2 : notion de festival .....	10
Conclusion .....	18
CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ.....	20
Introduction.....	20
Section 1 : caractéristiques du village d'Abéné.....	20
Section 2 : festival d'Abéné .....	30
Conclusion .....	37
CHAPITRE 3 : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS .....	38
Introduction.....	38
Section 1 : méthodologie et présentation des résultats .....	38
Section 2 : les impacts induits .....	57
Conclusion .....	60
CONCLUSION GÉNÉRALE .....	61

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

### INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans de nombreux pays, le tourisme est un secteur économique clé, une source importante de recettes d'exportation qui constitue à la fois un enjeu et une opportunité. Selon le rapport de l'OMT<sup>1</sup> (2019), le tourisme arrive en troisième position dans le monde pour les exportations, derrière les produits chimiques et les carburants, mais devant l'industrie alimentaire et l'automobile. Avec 7% des exportations mondiales, 29% des exportations mondiales de services, le tourisme, c'est 5 milliards d'USD par jour d'exportations en 2018. Aujourd'hui, la tendance aux voyages partout dans le monde, fait de l'industrie du tourisme, une industrie à potentiel énorme, source inépuisable de devises et d'emplois. « *La croissance des arrivées et des recettes du tourisme international continue d'être supérieure à celle de l'économie mondiale et l'accroissement du revenu touristique profite aussi bien aux économies émergentes qu'aux économies avancées* ». Pololikashvili, Secrétaire Général de l'OMT.

Bon nombre d'événements touristiques, qu'ils soient culturels, sportifs ou récréatifs, constituent des éléments d'attraction touristique qui contribuent au développement économique des territoires sur lesquels ils sont organisés. C'est dans ce cadre que s'inscrivent les festivals. Longtemps considérés comme des éléments moteurs du tourisme culturel, ils transforment pour un moment donné des lieux ordinaires en hauts-lieux culturels et deviennent des points d'ancrage de fréquentations touristiques (Amirou, 2000, p.2). En effet, les festivals exercent une série d'impacts sur les territoires où ils s'inscrivent. Sur le plan artistique, ils encouragent la création, l'innovation et le développement culturel des communautés humaines, sur le plan touristique, ils attirent un grand nombre de visiteurs, et sur le plan de la réhabilitation et de l'animation des lieux patrimoniaux, ils font revivre des monuments délaissés (Diamantika, 2010, p. 9).

Les festivals jouent ainsi un rôle de valorisation du patrimoine, d'attractivité, de bénéfices en termes de communication et d'image, qui contribuent au développement touristique du lieu. De plus en plus, les festivals tendent à se vendre comme des événements à vocation touristique. Ils deviennent ainsi des instruments de développement touristique qui ont des retombées en termes d'image, de réputation, de renommée et de notoriété à la fois du festival, mais aussi de la

---

<sup>1</sup> L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), institution spécialisée du système des Nations-Unies, est la principale organisation internationale jouant un rôle central et décisif dans la promotion du tourisme durable, responsable et accessible à tous. Elle fait office de tribune mondiale pour les questions de politique touristique et elle est une source pratique de savoir-faire. Ses membres comprennent 159 États, six territoires, deux observateurs permanents et plus de 500 membres affiliés.

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

destination qui le porte (Fabry, 2012, p.21). Selon Mercier et Bouchard (2004, p.12), les retombées des festivals sur l'industrie touristique peuvent être évaluées quantitativement au travers des dépenses des festivaliers (artistes et public) : hôtellerie, restauration, transport, mais aussi alimentation et commerce en général. Par conséquent pour eux, les festivals tendent à induire la création ou le renforcement de nombreux emplois dans les secteurs qui gravitent autour de l'industrie touristique.

À l'instar de ces auteurs, beaucoup d'autres comme Bourlon et Du Cluzeau pensent que de manière synthétique, l'événement culturel permet d'augmenter le nombre de visiteurs et par conséquent la dépense effectuée sur le territoire (billetterie, restauration, hébergement, commerce de détail, dépenses des professionnels). Aujourd'hui, les festivals, dans le monde, connaissent une croissance exponentielle qui pousse certains auteurs à parler même d'industrie ou de fièvre festivalière d'où l'importance pour les autorités publiques locales de soutenir ce type d'événement dans la perspective du développement du tourisme culturel.

Le festival d'Abéné communément appelé « Abéné Festivalo » est un événement culturel annuel à forte mobilisation sociale qui réunit pendant toute une semaine de nombreux spectacles de percussions africaines et de danses traditionnelles. Il a été initié en 1994 sous l'égide de la fondation hollandaise « Heureux Africa » dirigé par Madame Ndiaye Anna Dijkstra sa présidente, en collaboration avec le Président de l'association des campements privés du département de Bignona en l'occurrence Monsieur Mamadou Konta et certains promoteurs touristiques et culturels du village. Depuis lors, rendez-vous est donné chaque année, du 26 décembre au 02 janvier. Ainsi, dans le cadre de la mouvance de la diversité culturelle, ce festival offre l'opportunité aux différentes ethnies de la région traditionnelle de la Casamance et de la sous-région de s'exprimer dans la pure tradition hospitalière de ses habitants. La fondation « Heureux Africa » s'est retirée après les trois premières éditions pour laisser l'organisation à l'association des jeunes du village.

Aujourd'hui, « Abéné Festivalo », qui en est à son XVI<sup>ème</sup> édition, accueille jusqu'à vingt-cinq groupes artistiques. Ces groupes sont entre autres des danseurs professionnels, des acteurs théâtraux, des musiciens traditionnels, des reggae-mans, des acrobates, des percussionnistes de djembé, des conteurs, des musiciens acoustiques, parfois de blues et de jazz, etc. Ce sont des artistes évoluant au niveau local, venus de la diaspora et des artistes de renommée internationale comme les groupes « Touré Kunda », « Wa Flash » et l'orchestre national, ou encore des groupes formés par les différents groupes ethniques du village pour l'occasion. C'est un lieu de

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

convergence de la diaspora casamançaise et de la sous-région notamment de la Gambie, de la Guinée Conakry, du Mali, du Burkina Faso et de festivaliers venus d'Europe, d'Asie ou encore d'Amérique.

Avec l'avènement du tourisme rural intégré, initié en Casamance dans les années 1970 par Adama Goudiaby<sup>2</sup> fonctionnaire sénégalais et Christian Saglio<sup>3</sup> sociologue français, des campements villageois ont été construites pour permettre aux touristes de découvrir la Casamance profonde et authentique. C'est dans ce cadre que le village d'Abéné a su construire des cases accueillantes et respectueuses de l'architecture locale. Même si ce village n'a pas été épargné par la crise casamançaise, en atteste la fermeture de l'hôtel Kalissayes et de l'aérodrome, il est aujourd'hui bien connu dans le milieu touristique grâce au choix porté sur lui lors du lancement du programme. Ce constat nous amène à nous poser notre principale question de recherche qui est la suivante : la mise en place du festival annuel constitue-t-elle une alternative au développement de la localité ?

Spécifiquement, il s'agira d'apporter des éléments de réponses aux questions spécifiques suivantes :

- Comment le festival pourrait-il être un déclic, un moyen de développement socio-économique ?
- En quoi le festival contribue-t-il à la diversification de l'offre culturelle ?
- Comment le festival constitue un moyen pour résoudre les problèmes de visibilité et de développement touristique d'un territoire ?

L'importance de cette étude réside sur le fait que les facteurs socio-économiques ayant un impact sur le bon déroulement du festival doivent être identifiés afin de lever les goulots d'étranglement qui entravent au rayonnement du village d'Abéné et de satisfaire à l'impatience de la population à aspirer une amélioration considérable de leurs conditions de vie. Ainsi, notre travail va contribuer à enrichir et actualiser la littérature sur le rôle que le festival d'Abéné pourrait jouer dans l'amélioration de l'environnement et du niveau de vie de la population locale. Pour atteindre nos objectifs, les hypothèses formulées sont :

---

<sup>2</sup> Adama Goudiaby, promoteur touristique et culturel dont le village artisanal de Ziguinchor porte le nom.

<sup>3</sup> Christian Saglio, économiste, sociologue, est directeur de l'institut culturel et linguistique de Dakar en 2005.

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

**H<sub>1</sub>** : les retombées du festival à travers les flux économiques impactent positivement sur le village d'Abéné.

**H<sub>2</sub>** : le festival d'Abéné contribue au développement du tourisme dans la localité.

Notre première hypothèse part du principe que les conséquences du festival peuvent se manifester à travers des flux économiques plus élevés à l'intérieur du territoire d'accueil. Notre seconde hypothèse part du principe que la tenue du festival peut inciter les touristes à poursuivre leur séjour, ou à y retourner, ce qui dynamise globalement le développement local. Il faut alors déterminer pourquoi et comment la valorisation du tourisme culturel, et particulièrement dans le cadre du festival, constitue un levier de développement.

Dans la perspective de répondre à ces questions, notre travail s'organise en trois (03) chapitres. Le premier chapitre, essentiellement théorique, analyse les différentes considérations théoriques liées au tourisme culturel et au festival. Ce chapitre est structuré en deux (02) sections. Il s'agit dans un premier temps de passer en revue la littérature liée au tourisme culturel. Dans un second temps, il est question des festivals et leurs potentielles retombées sur le territoire d'accueil.

Le second chapitre est consacré d'une part à la présentation du village d'Abéné et d'autre part à la présentation de son festival. Ce chapitre est composé de deux (02) sections. Dans la première section, nous portons un regard sur les différentes caractéristiques du village d'Abéné : géographie, économie, social, outils de développement, etc. et dans la deuxième section, nous présentons le festival d'Abéné.

Le troisième et dernier chapitre est consacré à la présentation des résultats. Dans la première section, nous présentons la méthodologie de recherche et les résultats issus de l'enquête. Dans la deuxième section, nous présentons les impacts induits.

# CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

## Introduction

« *L'ensemble des activités de voyage et de loisirs fait l'objet de représentations largement positives et son développement est regardé à la fois comme indicateur et vecteur de progrès culturel et de développement économique* ». (Bourlon et al 2017, p.1).

La littérature dans le domaine du tourisme, ses rapports avec la société, l'économie ou l'environnement est relativement abondante. Dans ce recueil d'informations sur les effets du tourisme culturel, sur le développement économique et touristique des sociétés à travers l'événementiel, de nombreux documents ont fait l'objet de fouilles profondes sur des thèmes et problématiques différents. Les documents consultés pour réaliser cette revue de la littérature sont essentiellement des archives, des rapports de synthèse de colloques, des ouvrages généraux, des mémoires et thèses, des articles, des dossiers et des rapports d'enquête.

Dans le cadre du présent chapitre, nous faisons la revue de la littérature. Ainsi, le plan de ce chapitre est le suivant. Nous commençons par présenter dans une première section, une revue de la littérature concernant le tourisme culturel. Dans une deuxième section, nous nous intéresserons à l'analyse des festivals et leurs potentielles retombées sur le territoire d'accueil.

## Section 1 : tourisme culturel

### 1. Origine, définition et diversité de la clientèle du tourisme culturel

#### 1.1 Origine et définition du tourisme culturel

D'après Origet du Cluzeau (2013, p.7), le tourisme était culturel par nature, jusqu'au tournant du XX<sup>ème</sup> siècle. En effet, bien vrai que l'appellation tourisme n'existait pas encore, certaines pratiques laissaient déjà penser qu'il se faisait. Chaque année au moyen-âge et aux temps modernes, des millions de pèlerins se rendaient aux différents lieux de culte. Au XIX<sup>ème</sup> siècle également de jeunes britanniques de la "haute société", étaient envoyés en Europe pour ce qui était appelé à l'époque le "grand tour". Origet du Cluzeau assimile ce voyage de découverte de ces jeunes anglais comme étant « un tourisme indéniablement culturel ». Elle compare les motivations et les circuits d'autrefois à ceux de nos jours. Ce "grand tour" dont est issu le mot tourisme était un voyage de pays en pays avec des étapes qui donnaient à ces jeunes ainsi qu'à leurs guides l'opportunité de visiter les « hauts lieux de civilisation ». Origet du Cluzeau parlera

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

de « moments de repos » mais aussi et surtout de « moments de rencontre avec les indigènes et la bonne société locale » d'où la participation à de nombreux spectacles et manifestations culturelles. Elle note aussi que c'est à partir des années 1930 que le tourisme a véritablement cessé d'être principalement lié à des activités culturelles et s'est diversifié, avec l'apparition de thématiques comme le tourisme balnéaire ou sportif. Depuis, selon Origet du Cluzeau, le tourisme culturel a continué à faire florès diversifiant ses thèmes, ses destinations et ses clientèles.

Selon le rapport du Groupement d'Étude et d'Assistance pour l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et l'Environnement<sup>4</sup> (GEATTE), le tourisme est culturel depuis le début de sa pratique. Ce rapport stipule qu'il est né de la curiosité de chaque individu pour les sites naturels, les chefs d'œuvre de l'humanité et la diversité des créations et manifestations des sociétés qui se sont succédées dans les différentes parties du monde. Ainsi, note-t-on dans ce rapport, ce « tourisme de curiosité » est le fondement du tourisme culturel et est susceptible d'intéresser toutes les clientèles. Le rapport du GEATTE souligne également que l'évolution constatée dans les débuts des années 1990, dans les habitudes touristiques : augmentation de la clientèle âgée préférant les visites et le spectacle aux activités physiques, plus grande indépendance des jeunes d'un niveau de culture croissant, et donc ambitieux de tout découvrir, demande généralisée d'animation, est une opportunité de développement pour le tourisme culturel. Enfin, selon ce rapport, pour parler de tourisme culturel, il faut ajouter au déplacement touristique les trois (3) conditions suivantes :

- Un désir de se cultiver, c'est-à-dire de connaître et comprendre les objets, les œuvres et les hommes ;
- La consommation d'un produit ayant une signification culturelle (monument, œuvre d'art, spectacles, échanges d'idées) ;
- L'intervention d'un « médiateur », personne, document écrit ou matériel audio-visuel, qui mettent en valeur ou réalisent le produit culturel.

Le tourisme culturel est présenté par les acteurs politiques et institutionnels comme un tourisme qui serait bon pour l'économie des territoires, salvateur pour les sites culturels en mal de visiteur, respectueux des populations et de leur environnement, constructif pour les touristes (Cousin, 2006, p 15). C'est dans ce même sens que Lacarrieu (2006, p.132) appréhende ce type de tourisme comme fondamental pour la « protection des identités », c'est-à-dire « la

---

<sup>4</sup> Rapport de 1993.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

reconnaissance de la diversité et des droits culturels » et paradoxalement de la commercialisation des cultures par les opérateurs touristiques, « *au moyen de brochures destinées à la consommation de touristes avides d'expériences, se construit également dans la trans-nationalisation de stéréotypes* ». L'OMT a défini le tourisme culturel ainsi :

*« Le tourisme culturel est un type d'activité touristique pour lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre, de découvrir, d'expérimenter et de consommer les attractions et produits culturels tangibles et intangibles d'une destination touristique.*

*Ces attractions et produits sont liés à un ensemble de caractéristiques matériels, intellectuelles, spirituelles et émotionnelles d'une société qui englobent les arts et l'architecture, le patrimoine historique et culturel, le patrimoine culinaire, la littérature, la musique, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs styles de vie, leurs croyances et leurs traditions ».*

Cependant, certaines formes de tourisme présentent des inconvénients. Selon Jamot (1992, p.49) le terme de « culturel appliqué au tourisme, n'a pas la même vertu pour tous les observateurs ». D'ailleurs, Irep (2011, p.267) précise qu'on peut donc penser que le tourisme culturel a été trop largement pensé sur le plan des attentes du touriste, et qu'il n'est dès lors plus l'expression d'une culture, mais simplement partie d'une logique commerciale qui dénature, précisément, la culture. Ainsi, pour cet auteur, commercialiser une culture signifie en partie « oublier ses origines, sa portée et faire de l'identité qu'elle contient en germe la simple expression d'un folklore ». Irep (2011) souligne pour finir qu'on se doit de recommander l'extrême prudence dans le domaine du tourisme culturel, car la « folklorisation », déconnectée le plus souvent de son environnement traditionnel et sans rapport direct avec la vie quotidienne des populations d'accueil, est davantage un prétexte au développement touristique qu'autre chose.

### 1.2 Diversité de la clientèle du tourisme culturel

Depuis les années 1960, le tourisme culturel est désigné par les institutions internationales comme une manière de sauvegarder le patrimoine et d'apporter des devises aux pays en développement (Cousin et Martineau, 2009, p.337). Avec les revers du tourisme de masse, rebondir vers autre chose devient indispensable ou du moins renouer avec le tourisme culturel afin de trouver une nouvelle niche de clientèle pour le tourisme. On trouve une diversité de clientèles dans le marché du tourisme culturel qui sont classées dans le rapport du conseil économique et social français de 1998 ainsi :

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

- Les personnes âgées notamment les retraités : une bonne partie de la population en Europe a quitté sa vie active et cherche à occuper sa retraite par des voyages touristiques. Ces retraités peuvent voyager à n'importe quelle période de l'année, ils préfèrent même les périodes creuses pendant lesquelles les voyages et les visites sont plus faciles. C'est un type de clientèle régulier et ce parfois avec des moyens limités.
- Les jeunes (entre 15 et 24 ans) : cette clientèle peut être « à la pointe d'un tourisme culturel nouveau de découverte et de participation », car elle cherche l'aventure. Ils voyagent souvent en petits groupes ou dans le cadre de voyages organisés par des associations spécialisées. En ces cas, ils peuvent bénéficier de réduction et d'équipements d'accueil particulier.
- Les hommes d'affaires qui multiplient les rencontres professionnelles constituent une clientèle à part. À côté de leurs « voyages incentives » des visites sont généralement organisées le ou les derniers jours. Ces professionnels en déplacement avec des moyens plutôt élevés sont friands à un produit culturel de qualité qui n'existe pas encore partout.
- La clientèle familiale : elle a une activité de proximité très importante. Elle opte pour cette proximité et les voyages hors de la haute saison souvent à cause des enfants, mais elle reste une clientèle nombreuse.
- La clientèle érudite : elle est la plus ancienne du tourisme culturel, elle est savante, passionnée de culture, la plupart par un thème spécifique. Ces érudits de la culture font souvent appel à des professionnels spécialisés pour les accompagner.

De son côté, Origet Du Cluzeau (2013, p.11) classifie les types de clientèle du tourisme en trois (3) catégories :

- Les « monomaniaques » : c'est un type de clientèle qui est fortement motivé et est passionné. Spécialistes d'un seul thème, ils sont le plus souvent très instruits, des professionnels de la culture. Leur nombre est infime sur les lieux de cultures.
- Les « boulimiques » : éclectiques et très motivés, ceux sont les adeptes du « bouillon de culture ». La plupart ont aussi un niveau d'éducation élevé et s'intéressent à la culture en général.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

- Les « occasionnels » : également éclectiques, ils sont curieux, disponibles pour une séquence culturelle même si cette dernière n'est pas le motif de leur vacance. Ils peuvent s'avérer majoritaires sur les sites et les manifestations culturels.

Au regard de ces résultats de la demande sur le produit culturel (monuments ou spectacles), force est de constater que la clientèle du tourisme culturel est hétérogène du point de vue de l'âge, du pouvoir d'achat, des centres d'intérêt, etc.

### 2. Du tourisme culturel au festival

Le concept de tourisme culturel est vague et donne lieu à plusieurs définitions. Il est élastique du fait que sa transformation est donc à mettre en relation avec le rôle qu'ont joué les intellectuels et les chercheurs-notamment les anthropologues dans l'évolution de la notion de culture (Cousin, 2006, p.20). L'élargissement du champ est accentué par l'introduction dans les objets du tourisme culturel des notions « d'identité culturelle », de « patrimoine immatériel » ou « intangible », et plus récemment de « diversité culturelle ». D'après Lacarrieu (2006, p.133), la notion de patrimoine immatériel est étroitement liée à l'essor du tourisme culturel. En effet, la croissance des flux touristiques dans les dernières années du XX<sup>ème</sup> siècle coïncide avec un intérêt inédit envers le patrimoine culturel, notamment le patrimoine immatériel. C'est cette évolution du champ qui conduira en partie à un « festivalisme », ou « festivalisation » ou encore « festivalomanie », c'est-à-dire, la multiplication des festivals durant ces dernières décennies dans plusieurs territoires à travers le monde (Collard et al, 2014, p.114). C'est d'ailleurs ce qui fera dire à Emanuel (2011, p.7) : « Si *durant deux siècles, le festival fut une activité culturelle réservée à l'élite, cette dernière s'est aujourd'hui démocratisée et démultipliée* ». Ainsi, pour Ronström (2014, p.33), « festivalisation » renvoie à :

*« Une tendance consistant depuis une vingtaine d'années, à requalifier en tant que festival des formes de rassemblement autrefois connus sous le nom de fêtes calendaires, commémorations historiques, anniversaires, rites sacrés ou profanes, marchés, foires ou salons professionnels. Qui plus est, en raison d'une forte compétition pour capter l'attention des médias et/ou du public, l'appellation est aussi revendiquée par un nouveau genre d'événements basés sur la promotion d'un ou plusieurs sujets tel qu'une région, un village ou une cité, une appartenance minoritaire, qu'elle soit culturelle, ethnique ou définie par une*

# CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

*orientation sexuelle ; un type particulier de nourriture, de boissons, d'habillement, de danse, de musique, de cinéma, de littérature, etc. ».*<sup>5</sup>

## Section 2 : notion de festival

### 1. Définition et typologie des festivals

#### 1.1 Définition du festival

Le festival n'est pas un concept nouveau. Le terme de festival renvoie généralement à un événement récurrent, de grande envergure, où se concentrent dans le temps et dans l'espace plusieurs créations artistiques face à un public déterminé (Goethals. 2016, p.1). Ainsi, selon Spinelli (2018, p.25), l'appellation indique l'existence « d'éléments de convergence ». À cet effet, l'économiste Luc Bénito<sup>6</sup>, dans un article consacré aux festivals en France, affirme que le festival est « une forme de fête unique, célébration publique d'un genre artistique dans un espace-temps réduit ».

Un festival est, d'après la norme internationale ISO<sup>7</sup> 20121 système de management responsable appliqué à l'activité événementielle, un « rassemblement dont la date et le lieu ont été préalablement fixés, au cours duquel une expérience est créée et/ou un message est communiqué ». Notons que le dictionnaire français Larousse définit le festival comme « une série périodique de manifestations artistiques appartenant à un genre donné et qui se tient habituellement dans un lieu précis ».

On peut retenir donc que, les critères de convergence qui lient toutes ces définitions sont :

- Le temps ;
- Le lieu ;
- La thématique.

Historiquement<sup>8</sup>, nous pouvons identifier quatre (04) générations de festivals : les festivals des beaux-arts, les festivals de promotion artistique, les festivals du tourisme et de la communication, les festivals d'animation locale. Pour certains auteurs, les festivals des beaux-

---

<sup>5</sup> Définition adoptée lors de la 22<sup>e</sup> session de l'assemblée générale tenue à Chengdu, Chine (11-16 septembre 2017)

<sup>6</sup> Cité par Emanuel, « Le festival et le droit : essai sur la nature juridique d'un nouveau bien ». Thèse de Doctorat (2011, page 5).

<sup>7</sup> La norme ISO 20121 de 2012 a été conçue, entre autres, pour toutes les entreprises qui ne disposent pas de protocoles formels d'intégration des principes de développement durable de se lancer dans la mise en œuvre d'un système de management responsable appliqué à l'activité événementielle.

<sup>8</sup> Velle, « Festivals et développement des territoires : le 10<sup>e</sup> du festival international de théâtre de rue d'Aurillac ». 2014, pages 13 à 17.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

arts sont à l'origine de la naissance du phénomène festivalier. Quant aux festivals de promotion artistique, ils se sont développés au 20<sup>ème</sup> siècle grâce à la période d'ouverture et de démocratisation des arts qui a encouragé l'apparition de nouvelle arme de diffusion culturelle. S'agissant des festivals de tourisme et de communication, ils sont à l'initiative presque exclusivement des pouvoirs publics qui utilisent les festivals comme de réels leviers de développement tant touristique que culturel et économique. Enfin, les festivals d'animation locale apparue dans les années 1980 et à l'initiative des collectivités locales donnent une priorité au projet social, mettant parfois au second plan la qualité artistique.

Les parties prenantes essentielles d'un festival sont l'organisateur qui « prend l'initiative et en assume la responsabilité globale, c'est-à-dire qui l'imagine, le conçoit, en vérifie l'utilité et prend en charge sa livraison » et le participant « qui assiste à un événement dans le but d'en retirer des avantages (divertissement, sentiment d'appartenance, information, avantage financier, etc.) », (Speck. 2015, p.14). À cet effet, Spinelli (2018) précise qu'en règle générale, les festivals s'appuient sur quatre groupes d'acteurs : l'équipe d'organisation, les mécènes ou les commanditaires, les professionnels et les publics.

### 1.2 Typologie des festivals

S'il existe peu de statistiques officielles, tous les spécialistes s'accordent à diagnostiquer une formidable augmentation de l'activité festivalière depuis la fin des années 1980 (Laville 2014, p.11). Cependant, il n'y a pas de consensus général sur la typologie des festivals. En effet, constituer des typologies n'est pas chose aisée, car chaque événement en respectant le principe de l'originalité se révèle comme « une formule en soi. » (Miranda et Cermakova. 2011, p.8). C'est dans ce sens qu'Emanuel (2011, p.7) souligne que « quasiment toutes les disciplines artistiques disposent de leur festival ».

Selon Diamantaki (2010, p.37), souvent, les indicateurs utilisés pour classer les festivals sont : la localisation (grande ville, petite ville, zone rurale, etc.), la durée (de quelques jours à plusieurs semaines), la saison (avant saison, pleine saison, après saison), la programmation (danse, musique, photographie) et les spécialisations (exemple : danse contemporain, musique du monde, musique classique, photographie documentaire, etc.), le budget (bas, moyen, haut), la fréquentation (basse, moyenne, haute), le taux de l'implication des locaux (état, région, communes, etc.), la périodicité (annuelle, biennale, etc.), la tarification et le taux de gratuité. Cependant, la liste des indicateurs mentionnés ci-dessus n'est pas exhaustive, rajoute Diamantaki. Ronström (2014, p.33) évoque plusieurs manières de comprendre et de cerner le

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

concept de « festivalisation ». Il en a détaillé quatre : dans le champ sémantique de l'événementiel, dans l'industrie musicale et ses politiques, comme forme de médiatisation et comme une tendance de fond qui affecte l'ensemble de la société. Il note que dans ces quatre modèles, « les spectacles sont reliés par un même espace-temps, un même public, un thème donné ou, simplement, par une organisation et une publicité communes ». Ces caractéristiques du festival ou du moins des spectacles qui s'y déroulent ont été plus ou moins reprises par plusieurs auteurs.

Pour un festival, une manière de se distinguer de la concurrence consiste à se construire une identité qui lui est propre. Auparavant, le style musical ou le type de programmation suffisaient pour définir l'identité d'un festival. Aujourd'hui, la plupart des festivals de musique ne mettent plus seulement l'accent sur la programmation musicale, mais tentent aussi de créer une atmosphère particulière ou de faire en sorte que le public vive une expérience totale (Goethals. 2016, p.5). Dans une étude, Collard et al (2014, p.26), donnent une répartition des principales disciplines artistiques dans lesquels les festivals évoluent :

- Art de la scène : musique (subdivisée en raison des variétés de styles musicale qu'il existe), théâtre, danse, cirque, arts forains, arts de la rue, performances multidisciplinaires ;
- Audiovisuel : cinéma, vidéo, multimédia, arts numériques ;
- Arts plastiques : beaux-arts, photographie, arts appliqués ;
- Littérature : livres, lettres, contes, poésie.

Collard et al (2014) ajoutent également que quand plusieurs disciplines coexistent, celle qui domine sera privilégiée. Si aucune des disciplines ci-dessus ne dominant réellement, le festival sera alors classé dans la catégorie multidisciplinaire. Si un festival ne peut être rangé dans l'une de ces catégories, il sera alors classé dans la catégorie autre disciplines. Bouchard et Mercier (2004, p.9), partagent l'idée des autres auteurs que l'on vient de citer en parlant de la typologie des festivals. En effet, pour elles, il est difficile de classer les festivals en raison de leur « extrême diversité », de nombreux paramètres qui contribuent à la spécificité des festivals. Fort de ce constat, elles ont dressé une typologie des festivals en ne se basant pas sur les paramètres localisation, durée, programmation, budget, ancienneté, notoriété, rayonnement, implication des acteurs publics ; mais plutôt sur les objectifs des festivals. Ainsi, elles en ont retenu quatre types :

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

- Les « festivals de création » : ils remplissent avant tout une mission culturelle et l'on note une prédominance du projet artistique. Ils sont souvent portés par une volonté individuelle.
- Les « festivals touristiques » : ils ont pour but de susciter une fréquentation nouvelle dans une ville ou un site touristique par l'animation des lieux en s'appuyant souvent sur un monument ou un cadre prestigieux. L'objectif est de revaloriser un élément du patrimoine lors d'un événement à la fois festif et culturel.
- Les « festivals d'image » sont l'œuvre des collectivités locales et visent surtout à promouvoir l'identité et l'image de leur site d'accueil.
- Les « festivals de diffusion » tendent à permettre à des publics souvent excentrés de voir des spectacles dont ils ne peuvent bénéficier le reste de l'année, faute par exemple de salle d'accueil.

Cependant, Bouchard et Mercier insistent sur le caractère non-exclusif de cette classification. En effet, pour elles, un festival peut appartenir à plusieurs de ces catégories : c'est l'exemple de celui d'Avignon, un festival de création et aussi d'image pour la municipalité. Ainsi, un festival doit cultiver ses spécificités en vue de se profiler sur le marché international où nombre d'événements similaires sont en compétition (Ronström. 2014, p.42). Les festivals forment, à l'heure actuelle, la majeure partie des événements culturels et leur nombre n'a cessé d'augmenter depuis les années 1980 (Collard et al. 2014, p.15). D'après Ronström (2014, p. 41 à 43), les raisons expliquant la multiplication des festivals au cours des dernières décennies sont ses rôles de « bureaux de change » et de « produire du local pour une consommation globale ».

- « Bureaux de change » : par l'attention donnée et la visibilité qu'il génère aux grandes sociétés, aux artistes, les individus et les organisations possédant un capital culturel, les ONG et minorité qui veulent faire passer un message, etc.
- « Produire du local pour une consommation globale » : l'expérience que vivent les touristes permet l'exportation, satisfaire les besoins du tourisme notamment culturel, promouvoir d'autres images de traits locaux à l'extérieur, etc.

L'importance des festivals tient du fait que, non seulement, ils sont un moyen de diffusion artistique et culturel, mais aussi, les festivals sont un moyen de développement qui dépasse les

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

compétences du ministère de la culture. Ils permettent aux collectivités d'être dynamiques, d'être animées, d'attirer les touristes, etc.

### 2. Festival et tourisme

« *Le patrimoine artistique et culturel fait partie des éléments essentiels qui motivent les visiteurs* », Sonko (2013, p.142).

Dans de nombreuses villes, les manifestations relèvent autant de la politique touristique, donc économique, que de la politique culturelle. Les fêtes et les festivals constituent désormais des atouts touristiques, au même titre que les musées et le patrimoine bâti. Selon le rapport du CNUCED<sup>9</sup> (2017, p.69) consacré au tourisme, à une croissance inclusive et à l'intégration régionale en Afrique, les pays africains pourraient exploiter leur riche héritage culturel pour favoriser une diversité de la demande de produits et d'expériences touristiques et créer des marchés fondés sur une offre de produits culturels et de loisirs. Dans ce cadre, le rapport mentionne que les manifestations et les visites ci-après pourraient être mises à profit pour créer des revenus et faire en sorte que le tourisme culturel soutient la croissance économique : festival de musique au Cap-Vert, au Mali et au Sénégal ; festival du film au Burkina Faso et au Nigéria ; visite de sites culturels tels que l'île de Kunta Kinteh en Gambie et le « Cradle of Humankind » (site des hominidés fossiles) en Afrique du Sud ; les visites des musées et des galeries d'art.

En France, dans le rapport du Conseil Économique et Social (1998), même si l'on souligne la manière de mieux articuler tourisme et culture pour en développer la synergie, l'évidence de la dialectique événement culturel et tourisme y est bien abordée. En effet, dans ce rapport, les effets positifs des festivals sur le tourisme sont d'une manière générale, mis en exergue : des villes, des villages voient leurs établissements d'hébergements, bars, restaurants affichés plein pendant la durée d'événements culturels même si ceux-ci sont à faible budget ou que les localités dans lesquelles ils se déroulent sont dépourvus d'attraction phare cela malgré la beauté du cadre naturel ou l'existence d'un patrimoine local.

Le tourisme culturel répond de plus en plus à un engouement du grand public par le biais des festivals. Cette attractivité peut démultiplier les retombées économiques indirectes des festivals par le prolongement de séjour de certains festivaliers, la découverte ou la visite de certains lieux, le retour de certains festivaliers aux éditions ultérieures ou à des périodes hors festival. Ainsi, pour qu'un festival puisse favoriser l'essor du tourisme culturel, il doit « *jouir d'une*

---

<sup>9</sup> Conférence des Nations-Unis sur le Commerce et le Développement : organe subsidiaire de l'Assemblée générale des Nations unies créé en 1964, qui vise à intégrer les pays en développement dans l'économie mondiale de façon à favoriser leur essor.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

*notoriété reconnue pour attirer un flux important de festivaliers* » (Bouchard et Mercier. 2004, p.31). Certains facteurs, s'ils sont bien gérés font la réussite d'un festival qui devient « une réelle opportunité touristique ». Parmi ces facteurs, nous avons :

- Une programmation artistique de qualité ;
- Un projet qui s'insère dans le tissu culturel local ;
- Un positionnement original ;
- Disposer de moyens suffisants ;
- Un climat clément ;
- Des infrastructures d'accueil de qualité.

Au final, les manifestations culturelles contribuent à l'économie locale tout en préservant la diversité culturelle.

### 3. Retombées des festivals

#### 3.1 Retombées économiques des festivals

Pour ce qui est des retombées économiques du festival, Dechartre (1998, p.14), dans son rapport au Conseil Économique et Social de la France, souligne que les festivals génèrent de l'emploi : « des emplois directs liés à la composante artistique d'une part, et à son administration d'autre part, des emplois générés par les festivals dans les secteurs liés à son activité, mais aussi dans des secteurs connexes ». Ces emplois peuvent être, selon Dechartre « saisonniers partiels, intermittent » et bénéficient souvent à l'économie locale à moins que les qualifications voulues ne soient pas disponibles sur le marché local de l'emploi. À cet effet, Garat (2005, p.272) souligne que « les festivals sont portés par des professionnels ; même leurs bénévoles se professionnalisent, puisqu'ils sont souvent étudiants dans les filières des arts et du spectacle ». En effet, ils créent des emplois d'administrateur de spectacle et maintiennent les statuts de nombreux intermittents. On peut noter également parmi les emplois liés aux festivals, les permanents. Ces derniers sont souvent de personnels propre aux festivals localisables dans des structures dédiées.

Des suppléments d'activités sont créés pendant la période des festivals dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, du transport, les entreprises de nettoyage et de sécurité, le commerce, générant des emplois temporaires voir permanent. Néanmoins, il est difficile d'évaluer les valeurs de ces emplois en raison des méthodes d'évaluation utilisées, les dépenses des festivaliers qui ont lieu dans des cadres géographiques plus larges que là où se déroulent

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

les festivals, la diversité des secteurs d'activités dans lesquels se font les dépenses. Ainsi, identifier l'emploi induit requiert alors une observation systématique du marché de l'emploi et une exhaustivité dans le recensement des secteurs en cause.

Il est plus aisé d'évaluer les dépenses portées par les festivals, c'est-à-dire les achats effectués par les organisateurs pour mettre en œuvre leurs spectacles. Ces dépenses constituent des retombées économiques directes et touchent les secteurs de l'imprimerie, les services techniques (éclairages et sonorisation), le marché des locations (matériels, lieux...), les dépenses liées à la vente de billets, les dépenses de communication, les services de maintenance et de gardiennage. À côté de ces dépenses, il y a celles effectuées par les festivaliers (spectateurs et artistes), ces dernières sont notamment liées à l'hébergement, à la restauration, à l'achat d'objet de souvenirs. D'ailleurs, selon Garat (2005, p.276), les retombées économiques locales et régionales sont le plus souvent estimées que mesurées, car elles touchent plusieurs secteurs dont la restauration, l'hôtellerie, les commerces touristiques ou autres spécialités. Cependant, il existe des cas où c'est l'organisation elle-même qui se charge de l'hébergement et de la restauration, dans certains cas même du transport des artistes, le public étant jeune n'ayant pas une grande possibilité de dépense d'où la faiblesse des retombées économiques.

En 2014, Brodaty, dans un rapport destiné au Ministère de la Culture et de la Communication (MCC) de France a mené une étude d'évaluation d'impact économique ex-post d'événements culturels en France : Lille 2004 Capitale Européenne de la Culture (CEC) et les annulations des festivals d'Avignon et d'Aix-en-Provence en juillet 2003 en raison de la grève des intermittents du spectacle. Les résultats de ce rapport montrent que, de 2004 à 2006, Lille 2004 CEC a eu globalement des effets positifs sur les offres d'emploi, avec 8,9% d'offres d'emplois supplémentaires en 2005 et 2006, 6,7% de créations d'entreprises supplémentaires en 2005 et 2006 et huit (8) défaillances d'entreprises en moins par trimestre (32,7%) dans l'industrie (principalement dans le Nord). Concernant l'annulation du festival d'Avignon, les résultats montrent que la baisse des nuitées françaises de 14,4% a été compensée par la hausse de 22,7% des nuitées étrangères à Avignon. Ceci s'explique selon les rapporteurs par les efforts de promotion entrepris par les collectivités locales, mais également par le fait que les festivals contribuent en grande partie à cette attractivité touristique, via la renommée et l'image qu'ils véhiculent depuis longtemps.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

### 3.2 Retombées socio-culturelles

De nos jours, des classements de villes qui s'effectuent par la culture, les fêtes et les festivals sont devenus dans la décennie 1990 en particulier, des éléments majeurs des images urbaines (Garat. 2005, p.275). Cette réputation culturelle des villes repose en grande partie sur l'événementiel culturel. C'est ainsi que Vaclare (2009) notera des régions, des groupements de communes, des villes, en particuliers des villes moyennes ont placés les festivals « au cœur de leur stratégie de communication ». À cet effet, leur nom est souvent associé à la ville dans laquelle elle se déroule afin de lui attribuer un certain ancrage. D'ailleurs selon Ndiaye (2012, p. 201), le festival mondial des Arts nègres en 2011, organisé au Sénégal, a été une occasion rare pour montrer à la diaspora les facettes culturelles exportables et attractives pour le tourisme national.

Les festivals sont des instruments de notoriété et d'image. Ils ont une capacité évidente d'attirer les médias. Des recherches sur l'image de destination montrent d'une part que l'image de destination a un rôle crucial dans le voyage d'une personne, en particulier dans la prise de décisions liées à l'achat et d'autre part que la satisfaction dépend grandement de la comparaison de son attente sur la destination et l'image formée avant. Hunt (1975), cité par El Naggare (2018, p 4), est le premier à démontrer l'importance qu'avait « l'image de destination » dans l'accroissement du nombre de touristes visitant les destinations. L'image est un facteur du développement du tourisme et a un effet sur la décision des consommateurs pour les voyages-loisirs. Actuellement, de nombreuses régions et villes ont reconnu les avantages tirés de l'événementiel et cherchent sans cesse à s'y engager. À l'échelle locale, les autorités exposent leurs soutiens et efforts dans l'implication des événements pour que la communauté puisse profiter des retombées économiques et événementielles (El Naggare, 2018, p.4).

Dans une étude qui porte sur l'impact des festivals annuels sur l'image des villes (Essaouira, Fès et Rabat), El Naggare (2018, p.15) souligne que les festivals apportent absolument à la ville d'Essaouira, Fès et Rabat des traces matérielles ainsi qu'immatérielles, ce qui contribue directement à la construction de l'image positive et l'image de l'identité de ces villes. C'est même la preuve de la réussite d'un événement d'une certaine manière. De nombreuses communautés se servent maintenant des festivals d'art ou d'artisanat comme mécanisme de commercialisation pour encourager les visiteurs à venir dans leur région (Sonko, 2013, p.45). Dans le rapport au Conseil Économique et Social (CES) de la France, Dechartre (1998, p.143), parle de « coup de projecteur » sur la ville et de façon plus large sur la région de l'événement. Plusieurs événements culturels, bien qu'ils ne durent que quelques jours voire semaine, ont

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

contribué à la notoriété des lieux où ils étaient organisés. « *Cette notoriété, apportée par un festival, est d'autant plus intéressante pour les collectivités concernées qu'elle tend à leur donner une image positive, dynamique et festive de ville culturelle...les élus locaux ont bien compris cette particularité et beaucoup ont alors soutenu des événements dont la finalité principale était moins de mettre à la disposition du plus grand nombre des spectacles de haute qualité que de valoriser l'identité et l'image de la ville* ». Dechartre (1998, p.18).

Le rapport entre événement culturel et médias est important et devient primordial pour la visibilité et l'image de marque d'un événement. En effet, avec les médias, des festivals qui n'attiraient que l'attention des habitants des localités où ils se déroulaient, ont vu leur public multiplier. Bien des municipalités se sont servi, à priori ou a posteriori, des fêtes et festivals pour s'affirmer au plan médiatique, afin d'enrichir leur attractivité touristique et plus largement leur environnement économique (Garat. 2005, p.275). D'ailleurs selon Sonko (2013, p.154), la création d'activité, comme les festivals ou carnivals serait un moyen très efficace pour fidéliser aussi la demande touristique. Cette idée est partagée par Ndiaye (2012, p.66) qui souligne que les différentes manifestations culturelles à l'instar de la fête de la circoncision Diola en Casamance, du Gamou des Bassaris à Kédougou, du festival de jazz de Saint-Louis ou du festival du fleuve de Podor, etc., constituent des activités d'intérêt « touristico-médiatique » et par conséquent, une opportunité économique pour les sites d'accueil. À cet effet, Garat (2005, p.266), ajoute qu'ils deviennent des « temps sociaux » de rencontre, de retrouvailles amicales ou familiales, rares sont les gens qui y participent seules, y être est devenu un signe, parmi d'autres, d'appartenance à un groupe d'où leur importance sociale.

Ainsi, les manifestations culturelles constituent une étape obligatoire, arrêt indispensable des vacances. Elles constituent le désir de communication tant entre les participants qu'avec les artistes et les locaux. Certains festivaliers cherchent à s'identifier à une classe sociale à laquelle ils souhaitent appartenir en reproduisant leurs pratiques, (Velle. 2014, p.36).

### Conclusion

Dans ce chapitre, l'objectif était de passer en revue la littérature concernant le tourisme culturel et les festivals. Les travaux spécifiques sur les festivals ou du moins sur l'événementiel culturel étudiés ici ont montré l'affirmation des festivals comme l'une des principales formes de production culturelle. Nous terminons ce chapitre par ces propos d'Origet de Cluzeau<sup>10</sup> (2013)

---

<sup>10</sup> Tiré à la quatrième page de couverture de son ouvrage : Le tourisme culturel : dynamique et prospective d'une passion durable.

## CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE

*: « Si le tourisme bouge et si la culture conserve, leur collaboration bien comprise génère de spectaculaires dynamiques territoriales qui affectent directement la compétition qui se joue entre villes et entre régions ».*

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### Introduction

Le tourisme est un facteur essentiel dans la vie économique du village d'Abéné, et cela, malgré sa saisonnalité, par les emplois créés et aussi par les activités qui lui sont connexes ou induites dans différents domaines allant de la pêche à l'élevage en passant par l'agriculture maraîchère et le commerce. Hormis le festival, Abéné a plusieurs atouts pour réussir dans le tourisme, son calme, son authenticité préservée dont parle les touristes, ses différents écosystèmes côtiers, de mangroves, forestière, maritime et fluviale.

Dans ce présent chapitre, nous faisons une présentation du village d'Abéné. Ainsi, le plan de ce chapitre est le suivant. Nous commençons par présenter dans une première section les caractéristiques du village d'Abéné. Dans une deuxième section, nous nous intéresserons à la présentation du festival.

### Section 1 : caractéristiques du village d'Abéné

#### 1. Cadre général d'Abéné

##### 1.1 Situation géographique du village d'Abéné

Situé au Sud du Sénégal dans la région de Ziguinchor, Abéné est un village de la commune de Kafountine, elle-même située dans l'arrondissement de Diouloulou dans le département de Bigona. Abéné se trouve à quelque kilomètre de la Gambie sur le littoral atlantique et possède l'une des plus belles plages de la Casamance. Il est limité au nord par Kadio, au sud par Kafountine, à l'ouest par l'océan Atlantique et à l'est par Diannah. Niché entre des bolongs des marécages et des rizières d'une part et d'autre part par des dunes de sables surplombant l'océan, il offre un paysage de carte postale avec sa végétation luxuriante. Son faune et sa flore sont composés de diverses espèces notamment dans sa partie marine et aussi dans la mangrove se trouvant aux alentours vers le village voisin de Niaffran. Parmi ces espèces, on trouve des tortues marines, des dauphins, des lamantins, ainsi que plusieurs autres espèces de poissons et d'oiseaux parmi ces derniers, on trouve des migrateurs comme le chevalier stagnatile, le chevalier gambette, le bécasseau minute, etc. Ceci lui a valu le statut d'aire marine protégée et d'abriter un centre à cet effet.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### Image : localisation du village d'Abéné



Source : Google image/ OpenStreetMap

### 1.2 Données démographiques

Le village d'Abéné observe une importante démographie, sa population ne cesse de s'accroître avec de nouvelles naissances bien sûr, mais surtout par une population extérieure venue travailler au port de pêche en plein essor ces deux dernières années. Actuellement, Abéné possède une population d'environ 3 000 habitants ce qui fait qu'il a une importante population en comparaison avec la plupart des villages de la commune de Kafountine. La plupart des habitants sont concentrés au centre du village et vivent en famille.

### 1.3 Moyens d'accès

Il existe divers moyens de transport pour se rendre à Abéné. Par voie aérienne, arrivé à l'aéroport de Banjul en Gambie, on a le choix de prendre un taxi ou un mini bus, ou par l'aéroport de Ziguinchor, par voie maritime avec la liaison maritime Dakar-Ziguinchor ou encore par voie routière avec le bus horaire Dakar-Bignona-Kafountine. Abéné est accessible par la route depuis Bignona environ 75 Km, ou encore depuis Ziguinchor, des taxis communs communément appelés 7 places ou des minicars sont disponibles aux différentes gares routières. Une fois à Diannah, village situé sur l'axe Diouloulou-Kafountine, Abéné se trouve à 5 minutes de voiture à droite. Depuis la Gambie on peut aussi rejoindre la zone en traversant la mangrove par Kartong.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### 1.4 Les différents groupes ethniques et religieux

À Abéné on retrouve plusieurs groupes ethniques les Diolas avec plusieurs sous-groupes et majoritairement les Karoninkés venus des îles Karones. On retrouve aussi des Madingues, des Peulhs, des Ballantes, des Malinkés originaires de la Guinée et du Mali, des Wolofs notamment des Lébous, des sérères. Les religions qui y sont présentes sont l'islam, le christianisme et les religions traditionnelles. On note à cet effet deux bois sacrés dans le village dont l'un pour les hommes et l'autre pour les femmes. Il existe également un fétiche à Abéné nommé "Baliba", qui est un fétiche reçu d'Aline Siteo Diatta et qui a été installé dans le village par une de ses parentes : les adeptes y viennent exprimer leurs besoins pour que le fétiche intercède auprès de Dieu pour exaucer leurs prières. La marre sacrée de "Bitini" se trouve au centre des rizières (Farakeneba).

### 1.5 Les infrastructures

Malgré une mise en tourisme qui s'est faite depuis plusieurs décennies Abéné reste toujours enclavé du fait de l'inexistence de routes bitumées dans le village. Certains verront en cela l'inaccessibilité du village là où d'autres y verront la préservation de « l'authenticité du village ». Ils existent trois routes principales dans le village toutes en latérites. L'une traverse le village depuis son port de pêche artisanal jusqu'au village d'Albadar situé sur l'axe Diouloulou-Kafountine avant Diannah. La deuxième quitte la gare routière du Village de Diannah, aussi situé sur la même route nationale après Albadar, jusqu'au centre du village où il est joint au premier. Quant au dernier, elle est « quasi parallèle » à l'océan en passant par la devanture de différents réceptifs touristiques du village. On peut en dénombrer d'autres très sablonneuses dont la plus grande va de la route centrale pour desservir le village artisanal et le foyer des jeunes. Par contre, ils existent d'innombrables pistes et sentiers traversant le village, les bolongs et la forêt qui permettent de faire son chemin et accéder à tous les recoins du village.

En termes d'infrastructures sanitaires Abéné a un centre de santé fonctionnel avec un cabinet dentaire à l'intérieur et une pharmacie. Des consultations peuvent se faire au niveau de la pharmacie privée située sur la route centrale du village.

On compte 4 écoles à Abéné :

- Une école maternelle ;
- Deux écoles primaires Alonda Diabang 1 et 2
- Un collège nommé CEM d'Abéné

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

- Un centre de formation professionnel et technique qui offre des formations en technique agricole, en restauration, en mécanique froid auto et en menuiserie.
- L'école multi langage et music, Nelson Mandela où sont enseignés le français, l'anglais, l'espagnol, l'allemand avec de enseignants majoritairement composés d'occidentaux et de quelques natifs du village. Des cours de guitare, de solfège, de batterie, de kora, de percussion et de piano y sont aussi données. Des sessions sont organisées pour les cours de musique selon les disponibilités des enseignants.

Il existe un terrain de football où se déroule des matchs de « nawétanes » avec des équipes de la zone les plus petits y sont aussi encadrés par l'école de football. Il existe aussi des cours de karaté et d'aïkido donné par des maitres au foyer des jeunes et de lutte à la plage. etc.

### 2. Les différentes activités économiques

#### 2.1 Le tourisme

Avec l'avènement du tourisme rural intégré, les habitants du village d'Abéné ont très vite compris l'importance de l'activité pour le développement économique de leur localité. En effet, à l'initiative d'Adama Goudiaby et Christian Saglio, Abéné fut très vite parti des villages choisis pour ce nouveau créneau, sûrement grâce à ses nombreuses potentialités qu'ils jugèrent touristiques, car le village accueillait déjà quelques touristes en excursion. À cet effet, le campement villageois d'Abéné fut construit dans les années 70 à l'instar de plusieurs autres dans différents villages de la Casamance. Ainsi, durant les années qui ont suivies, plusieurs campements privés sont sortis de terre ; le campement villageois ne pouvant plus accueillir à lui seul les touristes qui séjournèrent dans le village. Par ailleurs, certains ont jugés nécessaire de construire leur campement pour profiter d'une réelle opportunité touristique, source de revenu. Ainsi, le campement « La Belle Danielle » fut construit en 1985, le campement « Le Kossey » en 1991, le campement « Les Belles Etoiles » en 1994 s'en est suivi plusieurs autres.

Aujourd'hui, Abéné compte 24 campements d'après Monsieur Mamadou Konta coordinateur départemental de la fédération des campements privés de la Casamance par ailleurs propriétaire du campement « La Belle Danielle ». Cependant, seulement quelques-uns sont reconnus au niveau de l'inspection régional du tourisme nous a confirmé madame Faye inspectrice de ladite institution. Cela est dû notamment au fait que certains n'ont pas été enregistrés par leurs tenants, par ailleurs, ils ne paient pas la taxe touristique ; mais aussi du fait qu'ils ne sont pas considérés par l'autorité compétente comme étant des campements. C'est le cas de certains logements familiaux qui font office de campements durant le festival. En effet, il arrive souvent

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

que des chefs de familles louent leurs chambres d'amis ou même de leurs enfants à des festivaliers. Parfois également, des résidences secondaires ou des restaurants qui ont deux ou trois pièces de plus sont louées pendant la durée du festival à des festivaliers ou à des touristes de passage. C'est l'exemple du restaurant « Chez Véro » ou du bar-resto « Maku Bar ».

**Tableau 1: liste de quelque réceptifs du village d'Abéné**

TYPES DE RECEPTIFS	NOMS
Campement	Atlantique
Campement	Abéné Bolongs
Campement	Baobab
Campement	Petit Suisse
Campement	Sindey
Campement	Kossey
Campement	Casamar
Campement	Soundjata
Campement	Belle Danielle
Campement	Belles étoiles
Campement	Black Sofa
Campement	Bokolong Lodge

**Source : auteur, à partir de l'enquête.**

Abéné est à 1 heure 30 minutes de voiture de l'aéroport de Banjul capitale de la Gambie. Cette proximité constitue un atout pour le transfert des visiteurs. En effet, plusieurs touristes qui séjournent à Abéné passent par la Gambie. Avec la mise en place d'une bonne politique tournée vers les tour-opérateurs davantage de touristes pourraient séjourner dans le village sans contrainte.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

Le « Bantaworo » fait l'objet d'une grande curiosité pour les touristes qui viennent à Abéné. C'est un fameux et splendide fromager vieux de plus d'une centaine d'années. Il est selon les habitants la réunion de six (06) fromagers. Il y est organisé des cérémonies de prières et du bois sacrés appelé « Thiémaw ».

**Photo du fromager le « Bantaworo ».**



**Source : blog d'Antoine Sauvetre. À partir du lien <https://tinyurl.com/y4udhhgn>**

Le tourisme est un secteur très dynamique dans l'économie à Abéné. Les différents types de tourisms qui y sont pratiqués sont le tourisme balnéaire, le tourisme culturel, l'écotourisme, le tourisme solidaire, le tourisme rural « chez l'habitant », le tourisme religieux et familial, le tourisme de découverte, le tourisme artisanal, le tourisme créatif, etc. Plusieurs niches peuvent y être exploitées. La pêche sportive est aussi une activité proposée aux touristes notamment par le campement Atlantique. Des excursions en pirogue sont aussi organisées par des guides du village entres les archipels de mangroves où l'on peut voir différents espèces d'oiseaux.

À Abéné, on peut aussi voir des singes et des crocodiles au niveau de la mare sacrée de « Bitini ». On peut aussi observer à certaines parties de la plage des sites de pontes de tortues vertes. Il existe une réelle coopération entre les guides touristiques et l'Aire Marine Protégée

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

d'Abéné (AMPA) dans le but de respecter et de préserver ses zones et les espèces qui y sont présents. Un circuit écologique a été planifié à cet effet. D'ailleurs, même l'AMPA a fini par acquérir depuis quelques mois l'ancien campement « Katong » nommé depuis cela « Banta Woro » comme le grand fromager du village.

Le patrimoine immatériel y est tout aussi riche à l'instar des différentes ethnies qui y sont présentes : la lutte traditionnelle, des danses traditionnelles notamment celles des masques attirent beaucoup les touristes comme le « Kankourang », le « Kumpo », le « Samaye », le « Agomala », le « Waïssa », le « Ekoumba Karamba », le « Darry », etc.

### 2.2 La pêche

Abéné se trouve sur le littoral atlantique juste après Kafountine où se trouve l'un des plus grands ports de pêche de la Casamance. Cette proximité avec Kafountine ne lui a pas empêché d'avoir son propre port de pêche, en plein essor depuis quelques années. Cependant, l'activité reste artisanale avec des pirogues motorisées et un quai traditionnel. De plus en plus de pêcheurs venus des villages Lébous du Nord du pays, et même de la sous-région viennent vivre à Abéné pour la pratique de cette activité. Les femmes du village font aussi de la cueillette des huîtres par saison au niveau des mangroves. Les recettes issues de la pêche contribuent de façon notable au développement économique du village.

Le port de pêche accueille pêcheurs, mareyeurs, manutentionnaires, sécheuses de poissons, et depuis quelque temps de petits commerces se sont vus implanter le long du quai de pêche pour subvenir au besoin des travailleurs en restauration et en matériels de pêche notamment. On note aussi l'implantation d'une usine de fabrication et de vente de glace et d'une chambre froide pour la conservation des produits issus de la pêche et aussi un trafic plus ou moins important de camions frigorifiques à quelques périodes de l'année pour l'exportation de produits halieutiques. La pêche est aussi pratiquée dans les bolongs et les marigots où l'on note une importante présence de poissons à des périodes de l'année.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

Photo illustrative de la pêche à Abéné.



Source : blog d'Antoine Sauvetre. À partir du lien : <https://tinyurl.com/y5nd6br3>

### 2.3 L'agriculture

Pendant la saison des pluies, Abéné est bien arrosé à l'instar de tous les villages de la commune de Kafountine. Avec sa topographie plate et son hydrographie, ses terres sont propices à l'agriculture notamment à la riziculture et aux maraîchages. On y trouve plusieurs fermes agricoles, des plantations des différentes sortes d'agrumes, de manguiers, d'anacardiens, de papayers, de bananiers et de cocotiers par conséquent l'arboriculture et l'agro-business y est très développé. À chaque période de cueillette, de nombreux revendeurs ainsi que ceux qui s'activent dans la transformation de fruits y viennent pour affaires.

L'agriculture maraîchère y est aussi très développée pendant la saison touristique pour satisfaire les besoins en légumes des tenants de restaurants et des cuisiniers dans les réceptifs où il y'a des restaurants. Des campements font même leur propre culture de légumes pour les besoins de leur cuisinier, c'est l'exemple du campement « Le Kossey ». Certains habitants notamment des jeunes en ont fait une profession après avoir fait une formation au centre de formation professionnelle du village ou à Ziguinchor. D'autres plus âgés, notamment des femmes du village, après avoir bénéficié de formation lors d'atelier aménagent des parcelles de terre chez eux ou dans des espaces non encore habités pour la pratique de l'activité en vue de se faire des revenus durant la saison touristique profitant de la forte demande en laitues communément appelée salades, en tomates, en haricots, en choux-fleurs, en carottes, en aubergines etc. ou

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

encore pour les vendre au marché du village pour les produits les plus usités par les ménages, selon les habitudes alimentaires.

### 2.4 L'élevage

Les activités d'élevage restent aussi importantes. Elles contribuent au revenu des habitants du village selon les circonstances comme celle citée précédemment à savoir pendant la saison touristique ou encore à l'approche des fêtes. Cependant, ces activités d'élevage restent traditionnelles. De ce fait quelques habitants du village s'adonnent à ces activités précisément l'élevage de volailles, de porcs, de moutons et de chèvres pour la vente notamment.

Les bovins quant à eux appartiennent pour la plupart à des bergers peulhs venus dans le village avec leurs troupeaux à la quête de pâturages naturels et qui aussi selon les circonstances peuvent se faire des revenus. Seuls quelques rares habitants du village sont détenteurs de grands ruminants. C'est l'exemple de monsieur El hadji Dabo qui possède un grand domaine agricole dont une partie sert de pâturage pour ses bœufs, et une autre pour ses volailles et d'autres petits ruminants. Il y accueille aussi des touristes le plus souvent connus lors de ses voyages, il ambitionne d'en faire « une ferme touristique ».

### 2.5 L'artisanat

L'artisanat est bien développé dans le village d'Abéné. Il existe un village artisanal avec ateliers-boutiques qui abritent différents artisans : des sculpteurs de bois, des vanniers, des confectionneurs de boubous d'art, de batiks, d'instruments de musique traditionnels africains, d'accessoires à perles africaines, de sacs et chaussures en cuir, etc.

Ils existent aussi plusieurs boutiques d'objets d'art dans le village tenu par des artisans qui fabriquent leurs propres produits aussi comme ceux du village artisanal. Ils viennent pour la plupart de la Guinée Conakry et sont aussi des percussionnistes ou danseurs traditionnels. D'autres corps de métiers artisanaux sont aussi représentés dans le village comme la soudure métallique et l'ébénisterie.

Pendant le festival des antiquaires, des artistes-peintres, des vanniers, des teinturiers batiks venus d'autres communes et d'autres régions viennent exposés leurs produits pour la vente tout au long de l'allée centrale du village.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### Image d'une galerie d'art à Abéné



Source : auteur

### 2.6 Le transport

Le réseau routier est principalement composé de pistes et de quelques routes non bitumées en mauvais état surtout pendant la saison des pluies ne facilitant la circulation des personnes et le transport des biens. On note ainsi un enclavement interne qui influe sur le prix de vente des produits. Le parc automobile est presque inexistant, il n'existe pas de gare routière à Abéné. Les moyens de transport disponibles sont essentiellement composés de motos Jakarta. Ils sont tenus par des jeunes du village qui ont aménagé des espaces de stationnement à des points stratégiques pour plus de visibilité comme sur la route principale du village, l'entrée du marché, à la sortie du quai de pêche, devant le plus grand mini-marché du village, etc. Au besoin, les hôteliers et les habitants du village les appellent pour leur transport. Les quelques véhicules appartiennent à des particuliers, pour leur usage personnel. Quelques campements possèdent leur propre moyen de transport pour notamment le transfert de leurs clients principalement des touristes.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

Des transporteurs automobiles venus de Kafountine ou de Diannah ou encore d'autres communes comme Diouloulou et Bignona, opèrent dans le village dans le cadre de location pour notamment le transport de marchandises des commerces du village et de produit halieutique et agricole vers d'autres localités.

### 2.7 Le commerce

Il existe plusieurs boutiques dans le village et deux (2) supérettes où l'on peut trouver les denrées de premières nécessités ainsi que d'autres produits à usage quotidien ou non des ménages.

Le marché du village se trouve à côté de la route qui mène vers Albadar. Il accueille des vendeurs de viandes et de vêtements, chaussures, les femmes du village qui vendent des poissons, des légumes, etc. Des étalages de vendeuses de fruits, de légumes et de sandwiches sont aussi observés au long de la route principale, depuis le quai de pêche jusqu'au centre du village.

Un mini-marché ouvert en 2017 offre divers produits. En plus de proposer des denrées de premières nécessités, il assure les besoins des hôteliers pour des produits qu'ils allaient chercher à Kafountine ou à Ziguinchor depuis deux décennies. Un dépôt de boisson de la SOBOA est tenu par un habitant depuis 2017. Il y existe plusieurs bars, restaurants, une quincaillerie. Deux prestataires de services multiples (transfert d'argent, impression, photocopie, etc.), un cyber café, qui proposent des fournitures d'école.

L'approvisionnement pour certains se fait à Kafountine et à Ziguinchor et pour d'autres par commande à Dakar selon les besoins grâce au bus horaire Dakar-Bignona-Kafountine. À Abéné, on trouve aussi la médecine traditionnelle, la pharmacopée, etc.

## Section 2 : festival d'Abéné

### 1. Préparatifs du festival

Chaque année, une équipe d'une trentaine de personnes, composée majoritairement par les membres de l'association des jeunes d'Abéné, se constitue en comité d'organisation du festival. Ce comité est divisé en plusieurs commissions pour mener à bien les activités liées au festival. Les membres s'activent pendant toute une année pour préparer une édition avec le soutien des collectivités locales et des partenaires. Pour le comité, il reste plus qu'évident que la réussite de cette manifestation passe par l'implication active des partenaires financiers, de toutes les couches sociales et des mouvements associatifs du village, des structures de l'Etat en charge de

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

la culture et du tourisme comme le Service Régional du Tourisme (SRT) et de celle des médias. Le tableau suivant illustre les différentes étapes liées à l'organisation du festival.

**Tableau 2: les étapes préparatoire du festival**

<b>ACTIVITES</b>	<b>OPERATIONS</b>	<b>PERIODES</b>
<b>DEMARCHES ADMINISTRATIVES</b>	Mise sur pied du comité préparatoire Recherche de partenaires	Février-mars
<b>AUDITION DES TROUPES</b>	Identification et audition des troupes	Avril- mai
<b>PROGRAMMATION</b>	Edition du programme	Juin-juillet
<b>COMMUNICATION</b>	Définition du plan de communication	Août-septembre
<b>MISES EN PLACE DES SITES</b>	Aménagements des sites et invitations	Octobre-novembre
<b>PHASE FINALE</b>	Accueil des participants- déroulement du programme	Décembre
<b>EVALUATION</b>	Elaboration de rapport moral et financier de chaque commission Etude de rapports Elaboration d'un rapport final	Janvier

Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

La communication sur le festival débute deux (02) mois environ avant l'événement, les organisateurs mobilisent la population autour de l'événement par une grande animation avec des spots audio dans les grandes rues du village. Cette animation est suivie de tournées de conscientisation des habitants du village et des points de presse avec les médias de la région notamment les radiodiffusions, parfois avec certains qui ont une couverture nationale comme

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

ce fut le cas en 2017 avec la publication le 17 novembre d'un article sur « le quotidien », un organe de presse écrite qui a une très forte audience. D'autres presses en ligne médiatisent également le festival. C'est le cas, en 2017, du journal en ligne de Radio France International (RFI) qui a publié un article sur le festival. Ainsi, pouvait-on lire dans cet article : « *Au Sénégal, le village d'Abéné organise jusqu'au 2 janvier la 24<sup>ème</sup> édition de son festival, placé sous le thème « la culture au service du tourisme balnéaire ». Des centaines de touristes venus de toute l'Europe ainsi que des artistes de la sous-région se bousculent dans son marché d'arts* ».

**Tableau 3: supports publicitaires pour la communication du festival en 2019**

RUBRIQUES	QUANTITE
Affiches 80/100	100
Affiches 40/60	200
Tracts	100
Flyers	100
Banderoles avec logos des partenaires	10
Tee-shirt	500
Spot radio/tv	20
Site internet	1

Source : auteur, données issues à partir des organisateurs du festival.

Pour la diffusion, le comité d'organisation cible des espaces comme le centre culturel de la région de Ziguinchor, l'alliance franco-sénégalaise de Ziguinchor, des dancings, des hôtels et campements, des marchés, des garages, des moyens de transport en commun, des radios, des festivals comme le festival « Kom-Kom » qui précède celui d'Abéné de quelques jours et des services comme le service régional du tourisme et l'office du tourisme de la Casamance.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### 2. Présentation du programme du festival

Photo : prestation de la troupe traditionnelle peulh « Foula Djouba » venue de la Gambie



Source : auteur.

Le festival regroupe plusieurs activités culturelles, sportives, scientifiques, etc.

- Les concerts et spectacles constituent les activités phares et sont les principales sources de recettes. Ils se déroulent au niveau de l'esplanade du foyer des jeunes à partir de 21h environ, du 26 au 30 décembre et du 01 au 02 janvier. A chaque soirée trois (03) à six (06) groupes artistiques font leurs prestations pour environ 20 à 30 minutes chacun. Cette ambiance atypique est rythmée de percussions africaines et de danses traditionnelles en parfaite symbiose.
- Les soirées continuent pour les noctambules avec une animation Afro-discothèque dans la grande salle du foyer après les concerts et spectacles.
- Le réveillon : à chaque soir du 31 décembre, rendez-vous est donné à la plage autour de grands feux de bois. C'est le principal moment "off" du festival où il y aura aussi des concerts des spectacles de percussion et d'autres animations.
- Les activités sportives : un mini-tournoi de foot mettra en compétition les quatre équipes de football du village en deux après-midi. Un autre après-midi est prévu pour les séances de lutte. Elles mettent en compétition les lutteurs et les lutteuses du village

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

et des localités invitées par le comité d'organisation. Véritable moment de symbiose, elle sera agrémentée par les prestations de troupes traditionnelles.

- Un forum qui réunit des intellectuelles de la région de Ziguinchor portant sur les problèmes de la localité ou sur le thème de l'édition en question du festival a lieu aussi chaque année. À cette dernière édition il avait pour thème « culture et développement ».

**Tableau 4: programme du festival 2019-2020**

Dates	Matinée	Après-midi	Festivités nocturnes (foyer des jeunes d'Abéné)		
	10h-13h	14h-17h	20h-21h	21h-00h	00h à l'aube
Jeudi 26 Décembre 2019	Collecte de sachets plastique dans le village	Cérémonie d'ouverture animation folklorique	Promo podium	- Augustin Diankène Ba et Alounkaw (Abéné) - Barro CMS (Kafountine) - Ninki Nanka folk (Abéné)	Afro disco
Vendredi 27 Décembre 2019				- Black sofa (Ziguinchor) - Troupe communale danse de masque (Thionk Essyl) - Dimbaya ballet danse percussion (Abéné)	
Samedi 28 Décembre 2019		Football demi-finale		- Kankourang groupe folk (Abéné) - Foula-Dioubo (Gambie) - Mama Africa ballet percussion danse (Abéné)	
Dimanche 29 Décembre 2019		Conférence : culture et développement		- Diallo Ekonkone (Oussouye) - Bidji Malaïka folk Balante (Abéné) - Domadoman folk casa acoustique - ST (Gambie)	
Lundi 30 Décembre 2019		Lutte traditionnelle		- Kapébor et Bakary Olé junior (Abéné) - Lamine Cissokho (Ziguinchor)	

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

				- Dounia-Wasolon (malinkés guinéés et maliens vivants à Abéné)	
Mardi 31 Décembre 2019		Lutte traditionnelle	Réveillon à la plage		
Mercredi 01 Janvier 2020		Football final		- Troupe masque Djiguinoum - Hamaké Kalone (Kafountine) - Tatadindin Jobarteh (Gambie)	
Jeudi 02 Janvier 2020			Promo podium	- Ahmadou Diolo (Suisse /Sénégal) - Olga « Bougarabou » (Allemagne) - Adama Cissokho (Suède/Sénégal) - Lamine Touré Tores et Kom Trasiga (Suède/Sénégal) - Baye Révolution (Japon) - Saly et le Wakily (Abéné )	

**Source : auteur, données issues à partir des organisateurs du festival.**

À ces activités, nous pouvons ajouter l'exposition de produits artisanaux grâce aux stands mis à la disposition des artistes-peintres, sculpteurs ou encore de services de restauration par l'équipe organisatrice, des visites de sites touristiques. Il y'a aussi celles qui se déroulent avant et après les huit (08) jours du festival et parfois même pendant, à savoir les workshops où des artistes danseurs ou percussionnistes séjournent pendant plusieurs jours dans des campements comme « Abéné Bolongs » et « Belles étoiles » pour prendre des cours, en donner ou pour leur préparation et répétition de leur production pour le festival.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

**Tableau 5: analyse SWOT du village d'Abéné**

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation du village en bordure d'océan Atlantique</li> <li>• Plusieurs activités économiques en développement</li> <li>• Attractif pour les touristes et visiteurs de la zone</li> <li>• Développement de tourisme alternatif (écotourisme, tourisme solidaire, ...)</li> <li>• Diversité culturelle grâce à la présence de plusieurs ethnies</li> <li>• Qualité et diversités des sols</li> <li>• Nombre important de réceptifs</li> <li>• Patrimoine naturel local (fromager centenaire, réserve naturel)</li> <li>• Mangroves de Kassel qui sert d'habitat aux oiseaux migrateurs</li> <li>• Protection et préservation de l'environnement avec l'interdiction d'extraction dans plusieurs espaces et les reboisements des mangroves</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'organisation des différentes activités économiques</li> <li>• Non modernisation de la pratique des activités économiques telles que la pêche, l'élevage</li> <li>• Non régulation de certaines activités comme le tourisme (la quasi-totalité des campements ne payent pas la taxe hôtelière)</li> <li>• Peu de réceptifs ont l'agrément</li> <li>• Saisonnalité des différentes activités économique comme le tourisme, l'agriculture notamment le maraichage, l'élevage et la pêche selon les périodes de grande consommation</li> <li>• Fermeture de l'aérodrome et de l'unique hôtel du village</li> <li>• Enclavement du village</li> </ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégration dans les réseaux d'aire marine protégée</li> <li>• Proximité avec la Gambie (l'aéroport de Banjul)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation conflictuelle dans la zone sud</li> <li>• Nombreux cas de vol dans quelques réceptifs</li> <li>• Les revers du tourisme</li> <li>• Déperdition scolaire de jeunes</li> </ul>

Source : auteur.

## CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ

### **Conclusion**

L'objectif de ce chapitre était de faire une présentation générale du village d'Abéné, et de son festival. Aujourd'hui, le festival d'Abéné occupe une place importante dans la vie culturelle de toute cette localité. Malgré un très faible niveau d'équipement et d'infrastructure, le village d'Abéné tient tant bien que mal à s'appuyer sur le tourisme culturel pour favoriser le développement de son territoire.

# CHAPITRE 3 : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

## Introduction

Le festival d'Abéné se déroule dans une zone n'ayant pas d'industrie et qui cherche un projet alternatif autour du tourisme. Bon nombre d'études d'impact économique ont été menées sur les festivals pour permettre d'argumenter auprès des collectivités locales en faveur de leur rentabilité économique. Sur le plan méthodologique, nous nous sommes basé sur le rapport d'étude de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) de 2012 et sur le guide méthodologique de la Direction Générale des Entreprises (DGE) de 2014 qui posent les principes de la mesure de l'impact économique du tourisme événementiel sur les territoires. En effet, ces guides fournissent des outils adaptables aux principaux cas d'événements, en fonction de la taille, de la localisation, du caractère gratuit ou payant, des modes d'organisation public, privé ou mixte.

Le plan méthodologique de ce chapitre nous amène à analyser dans la première section la méthodologie de la recherche et la présentation des résultats. Il s'agit d'analyser l'impact du festival sur les commerces, son bilan organisationnel et son impact sur les réceptifs. Dans la deuxième section, nous analysons les impacts induits du festival.

## Section 1 : méthodologie et présentation des résultats

### 1. Structure de la démarche

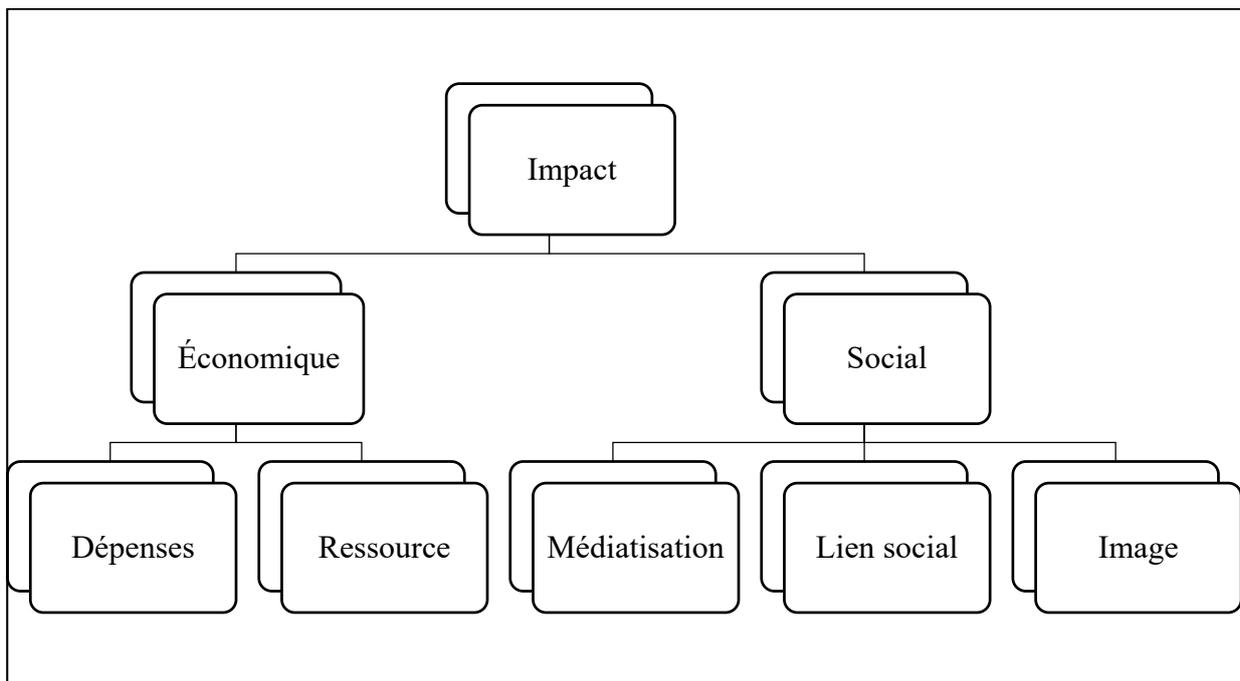
C'est la partie qui nous permet d'avoir une meilleure approche du thème abordé. L'impact d'un événement culturel comme un festival se joue sur plusieurs niveaux : économique, social, culturel, médiatique. Certains sont mesurables, d'autres relèvent du qualitatif. Ainsi, dans le cadre de ce mémoire, l'approche mixte est utilisée. Il s'agit de combiner la méthode qualitative et la méthode quantitative. Ces deux méthodes combinées nous permettent de mesurer l'impact du festival sur le développement du village d'Abéné. Toutefois, la recherche documentaire, à travers l'exploitation des ouvrages, des articles, des rapports, nous permet d'avoir une meilleure approche de la problématique posée et la réalisation de la partie théorique de ce mémoire. La méthode quantitative nous permet de mesurer l'impact direct des dépenses réalisées par les organisateurs du festival. Cette technique ne pouvant à elle seule nous informer convenablement sur notre sujet, nous nous appuyons aussi sur les données de l'approche

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

qualitative. Cette approche nous permet de mesurer l'impact du festival sur la créativité artistique, sur l'image du village, etc.

Ainsi, les impacts socioéconomiques à mesurer absolument pour intégrer la double dimension économique et sociale de l'évènement culturel renvoient pour le cas du festival à l'analyse de l'impact de l'évènement sur le chiffre d'affaire, sur la visibilité, la notoriété comme indiqué dans le schéma ci-dessous.

**Tableau 6: les différentes formes d'impact d'un évènement culturel**



Source : auteur, à partir de lectures sur les principes de la mesure de l'impact économique de l'évènementiel.

### 2. Présentation des résultats

#### 2.1 Présentation des commerces enquêtés

Quinze (15) commerces différents ont été enquêtés. Il s'agit de six (06) boutiques d'alimentation, six (06) réceptifs<sup>11</sup>, deux (02) galeries d'art et un (01) dépôt de boisson. Les supérettes, boutiques d'alimentations et les campements représentent la majeure partie des commerces enquêtés soit 80%. Des discussions ont été aussi menées avec des artisans du village artisanal et des commerçants qui louent des stands mis à disposition par les organisateurs.

<sup>11</sup> Au départ de notre enquête, nous avons ciblé 12 réceptifs. La moitié d'entre eux n'ont pu répondre à temps aux questionnaires, car les responsables de ces réceptifs n'étaient pas disponibles.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 7: les commerces enquêtés**

<b>Nature</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Galerie d'art</b>	2	13,33%
<b>Supérette et boutique d'alimentation</b>	6	40%
<b>Réceptif</b>	6	40%
<b>Dépôt de boisson (SOBOA)</b>	1	6,67%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

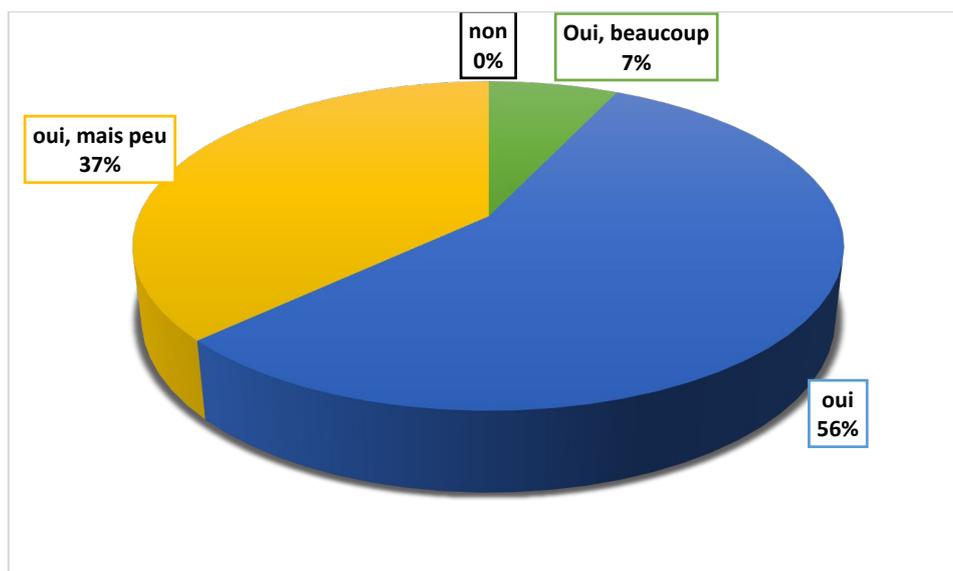
Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

### **2.2 Retombées du festival sur les commerces**

Tous les commerces interrogés déclarent bénéficier globalement de retombées du festival. En effet, 7% des commerces interrogés estiment beaucoup ces retombées. Les 56% des commerces interrogés jugent moyen les retombées contre 7% qui estiment assez peu les retombées du festival sur leurs commerces. Le graphique ci-dessous illustre ceci :

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Graphique 1: votre établissement bénéficie-t-il de retombées du festival ?**



Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

### 2.2.1 Les types de retombées du festival

Concernant les types de retombées du festival, les résultats nous montrent que tous les commerçants enquêtés ont bénéficié des retombées d'ordres financiers. Par contre, 67% des commerçants jugent bénéficier d'une visibilité grâce au festival. Le tableau ci-dessous illustre ces résultats.

**Tableau 8: types retombées du festival**

Types de retombées	Nombre	Pourcentage
Financiers	15	100%
Visibilité	10	67%
Autres	0	0

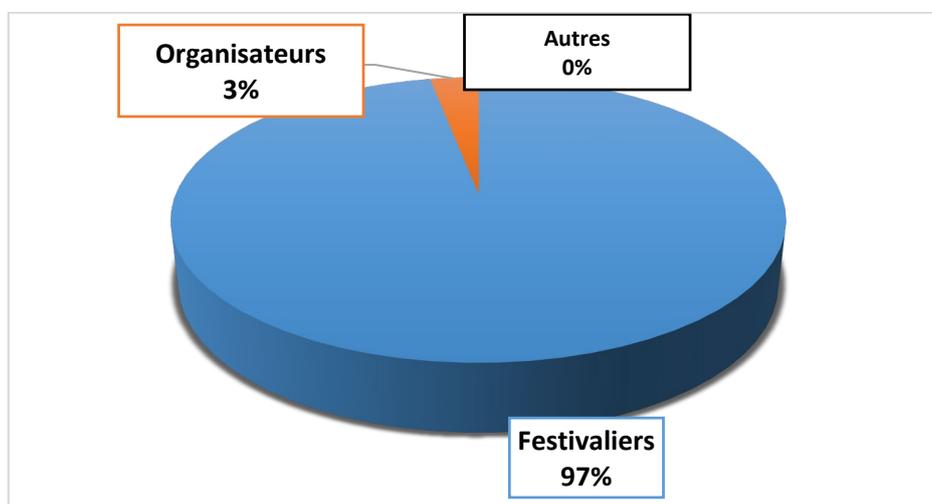
Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

### 2.2.2 Différents niveau d'intervenants sur les retombées en (%)

Pour les commerçants qui prennent en location des stands notamment les restaurateurs, parmi les festivaliers qui interviennent sur leurs commerces, les spectateurs sont majoritaires soit 97% contre 3% seulement pour les organisateurs. Pour les autres notamment les artistes ce résultat s'explique par le fait que la plupart sont pris en charge par les organisateurs pour le gîte et le couvert soit dans les campements comme « Belle Danielle » et « les Belles Etoiles » ou dans l'école primaire du village qui est à côté du foyer des jeunes. Le graphique ci-dessous nous montre ainsi, les différents niveaux d'intervention.

**Graphique 2: les intervenants sur les retombées**



Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

### 2.2.3 Le nombre d'emploi supplémentaire engagé à l'occasion du festival

Douze (12) commerces enquêtés sur (15) déclarent engager au moins un employé supplémentaire à l'occasion du festival. Il s'agit des six réceptifs, du dépôt de boisson et de cinq (05) boutiques d'alimentation. En effet, on peut penser qu'avec l'arrivée des festivaliers, les réceptifs augmentent leurs personnels pour faire face aux tâches devenues plus nombreuses. En général, ces tâches sont liées au service de la restauration ou du nettoyage. Concernant les boutiques, le personnel supplémentaire est chargé d'aider le titulaire qui fait face pendant la période du festival à un plus grand nombre de clients. La plupart des gestionnaires de ces réceptifs affirme prendre des extras, une à quatre personnes souvent des étudiants du centre de formation professionnelle d'Abéné quand il s'agit de la cuisine et de dames et jeunes du village

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

comme valet de chambre, jardinier, lessiveuses, pendant au moins deux (02) semaines voire un mois pendant le bimestre décembre-janvier. Il est à noter que le restaurant du campement « Sindy » fait des services hors-hôtel en livrant à des résidences secondaires des repas commandés à l'avance. Les résultats de l'enquête sur le nombre d'emplois supplémentaires engagé à l'occasion du festival sont fournis dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 9: personnel supplémentaire engagé**

<b>Engagé vous du personnel supplémentaire à l'occasion du festival ?</b>	<b>Nombre</b>
OUI	12
NON	03

Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

#### **2.2.4 L'implication des commerçants dans l'organisation du festival**

S'agissant de l'implication des commerçants dans l'organisation du festival, seulement 3% des enquêtés déclarent être impliqué dans l'organisation du festival. Il s'agit le plus souvent de commerçants membres de l'association des jeunes du village. Ces résultats sont fournis dans le tableau ci-dessous.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 10: implication dans l'organisation du festival**

Êtes-vous impliqué dans l'organisation du festival ?	Nombre	Pourcentage
Oui	02	3%
Non	13	87%

Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

Nous passons maintenant à l'analyse du bilan organisationnel du festival.

### 2.3 Bilan organisationnel du festival

#### 2.3.1 Les ressources du festival

Les recettes propres sont constituées de la billetterie, des ventes de boissons, merchandising et des stands louées aux commerçants sur le long du site du festival. Il peut y arriver qu'un partenaire selon sa convenance prenne en charge un volet distinct du budget global, se rapportant à une opération spécifique en contrepartie de l'installation d'un support publicitaire. On peut citer par exemple le logo de la marque « casamançaise » peint au-devant de la scène. Le festival a aussi pris l'habitude de désigner une production par le nom d'un sponsor. C'est le cas d'un sketch joué sur scène par l'association mandataire du festival lors de la 25<sup>ème</sup> édition avec le programme « SAGAL ». Cette pratique est appelée le « naming ». Par ailleurs, selon Monsieur Seyni Souané ancien Président de la jeunesse, ancien coordonnateur du festival du bureau sortant de 2019 et actuel adjoint au Maire chargé de la jeunesse, « *il est difficile d'accéder au fonds de l'Etat vu le caractère informel du festival et cela malgré plusieurs tentatives d'obtention de subvention auprès du ministère de la culture* ».

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 11: présentation spécifique des ressources 2019-2020**

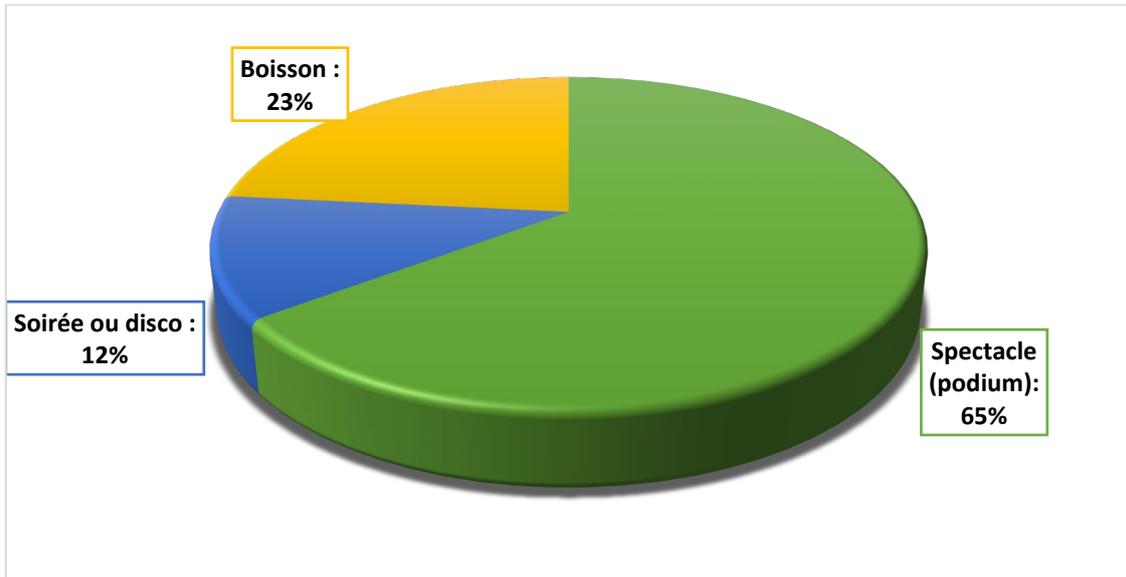
<b>Rubriques</b>	<b>Montants en FCFA</b>
Spectacle (podium):	6 355 000
Soirée ou disco :	1 163 500
Boisson :	2 297 000
Enveloppe du Maire	200 000
Soutien quai de pêche Kafountine	50 000
Soutien Diégane mareyeur	100 000
Soutien SAPCO	500 000
<b>Total</b>	<b>10 665 500</b>

**Source : auteur, à partir des données obtenues des organisateurs du festival.**

Le bilan des recettes nous amène à considérer les recettes issues des spectacles, des soirées et de la consommation de boisson estimées respectivement à 6 355 000 FCFA, 1 163 500 FCFA et 2 297 000 FCFA. Ces trois sources d'argent qui représentent la billetterie totale du festival, représentent 92,03% de la recette totale. Le festival d'Abéné est également financé grâce aux soutiens de bonne volonté. Ainsi, on peut remarquer un soutien de 500 000 FCFA de SAPCO. Le quai de pêche de Kafountine a remis une enveloppe de 50 000 FCFA et le Maire de ladite commune à octroyer une somme de 200 000 FCFA et pour finir, Diégane mareyeur du village a soutenu le festival à hauteur de 100 000 FCFA.

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

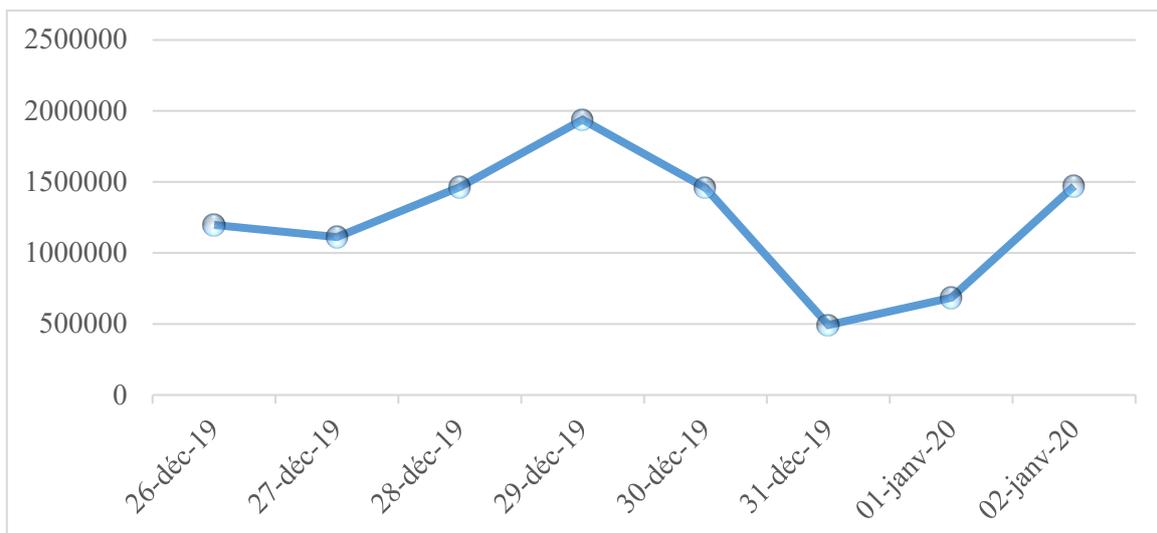
**Graphique 3: répartition des recettes issues de la billetterie**



Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

La répartition des recettes issues de la billetterie nous montre que les recettes issues des spectacles constituent la part la plus importante de la billetterie avec 65%. Elles sont suivies par les recettes issues de la vente de boisson qui représentent 23%. Les recettes issues des soirées ou disco représentent 12%.

**Graphique 4: recettes journalière de la billetterie**



Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

Les recettes journalières de la billetterie calculées entre le 26 décembre et le 02 janvier varient entre 500 000 et 2 000 000 FCFA. Ces recettes ont atteint globalement leurs niveaux les plus

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

élevées entre le 28 et le 30 décembre et la date du 02 janvier correspondant au dernier jour du festival. Avec un pic atteint le 29 décembre, les recettes du festival ont largement chuté le 31 décembre. Cette baisse des recettes s'explique non pas par le fait que y'a moins de spectateurs, mais plutôt par le fait que c'est la soirée off du festival, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de ventes de billets d'entrée. En effet, à chaque 31 décembre de chaque édition, une grande soirée réveillon est organisée le long de la plage devant les campements qui font face à la mer avec des spectacles quasiment à la devanture de chacun de ces derniers animés souvent par différents jeunes groupes d'artistes du village, mais la plus grande menée par les organisateurs du festival a lieu à la plage devant le campement « Kossey » autour de grands feux de bois ; où les seules recettes sont issues de la vente de boissons.

Analysons maintenant les dépenses directes occasionnées par l'organisation du festival.

### 2.3.2 Analyse des dépenses du festival

Les dépenses du festival sont réparties entre les charges d'organisation et les charges artistiques.

**Tableau 12: présentation spécifique des dépenses du festival**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Artistes</b>	1 595 000	23,11%
<b>Logistique</b>	1 117 350	16,19%
<b>Restauration</b>	326 000	4,72%
<b>Transport</b>	502 150	7,28%
<b>Autres : préparatifs</b>	3 361 250	48,70%
<b>Total</b>	<b>6 901 750</b>	<b>100%</b>

Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

La structure de ces dépenses montre que le premier poste de dépenses est celui des préparatifs du festival<sup>12</sup> qui représentent 48,70% des budgets. Les charges artistiques (cachets artistes) représentent 23,11 %. Ce pourcentage assez élevé s'explique par le fait que ce sont ces derniers qui attirent le public, offrent une meilleure visibilité. Ainsi, à chaque édition, deux à trois artistes de renom (populaire soit en Gambie ou au Sénégal) sont invités. Cependant, les cachés sont modulés en fonction de la renommée des artistes. Les équipes de la logistique représentent le troisième poste de dépense du festival, en moyenne 16,19% des budgets y sont consacrés. Les dépenses liées au transport représentent 7,28% du budget alors que les dépenses liées à l'hébergement constituent 4,72% du budget. Toutes ces dépenses sont à la charge des organisateurs.

Notons que pour cette édition, les dépenses liées à la communication qui regroupent les spots publicitaires, les confections et la diffusion, les supports, les affiches, les flyers, les banderoles ont été gracieusement offertes aux organisateurs. Ainsi, un spot publicitaire a été transmis gratuitement au niveau de la radio communale « Kaf FM ».

Au final, les dépenses liées à l'organisation du festival s'élèvent à **6 901 750 FCFA**. Avec une recette totale estimée à **10 665 500 FCFA**, les organisateurs du festival ont réalisé un bénéfice net de **3 763 750 FCFA**. Une partie de ce bénéfice sert pour les besoins du village dans les domaines de la santé, de l'éducation, etc.

Analysons maintenant la répartition géographique des dépenses des organisateurs.

### 2.3.3 Analyse de la répartition géographique des dépenses

Pour analyser la répartition géographique des dépenses, on se base sur les flux entrants et sortants liés de l'ensemble des dépenses directes occasionnées par l'organisation du festival. Nous avons considéré comme sorties les cachets des artistes étrangers, les frais de transport y afférents. Les dépenses locales sont les cachets des artistes locales, les dépenses liées à la restauration et aux équipements à la charge des organisateurs du festival. Ainsi, les dépenses du festival se répartissent comme suit :

---

<sup>12</sup> Voir annexe 5 pour plus de détails.

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 13: répartition géographique des dépenses**

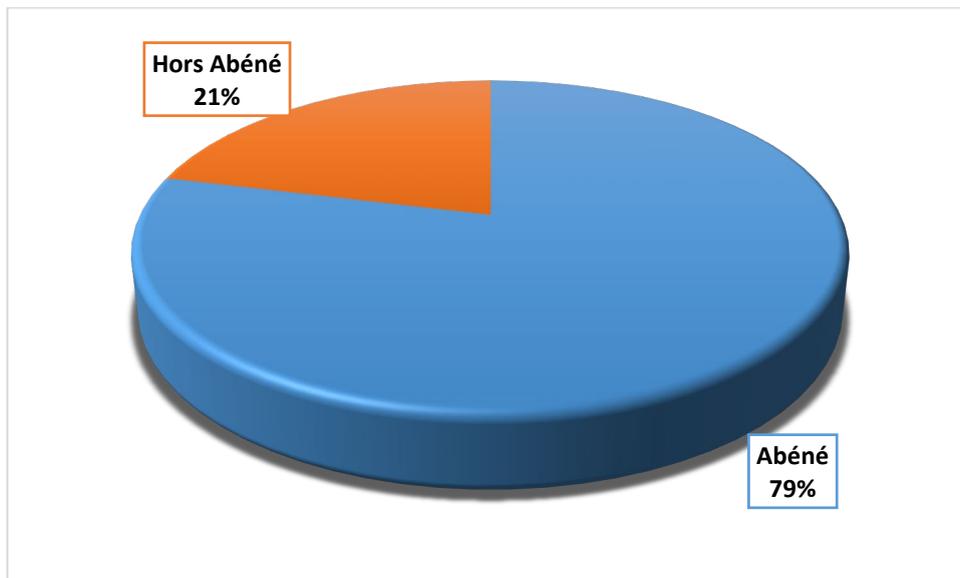
	<b>Dépenses</b>	<b>Montants en FCFA</b>
<b>Abéné</b>	Cachets des artistes locales ( <b>40%</b> de la billetterie)	638 000
	Logistique :	1 117 350
	Restauration :	326 000
	Autres (préparatifs) :	3 361 250
	<b>Total (1)</b>	<b>5 442 600</b>
<b>Hors Abéné</b>	Cachets des artistes étrangers ( <b>60%</b> de la billetterie)	957 000
	Transport :	502 150
	<b>Total (2)</b>	<b>1 459 150</b>
<b>Total (1) + (2)</b>		<b>6 901 750</b>

**Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.**

Le tableau de la répartition géographique des dépenses nous montre que **5 442 600 FCFA** ont été dépensés localement contre **1 459 150 FCFA** dépensés hors Abéné.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Graphique 5: répartition géographique des dépenses en (%)**



Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

D'après nos résultats, 79% des dépenses ont été injectées localement sur le territoire d'Abéné. Elles sont constituées des cachets des artistes locaux, des frais liés à l'hébergement et aux équipements payés par les organisateurs du festival. Les dépenses hors du territoire représentent 21,14% et sont constituées des cachets des artistes étrangers et les frais de transport y afférents.

### 2.3.4 Analyse géographique des ressources

Comme nous l'avons fait précédemment, nous allons adopter la même démarche en nous plaçant cette fois-ci dans l'optique ressource. Dans nos calculs, les subventions et autres formes de sponsoring provenant hors d'Abéné sont considérées comme les entrées. Par exemple, on a comptabilisé comme une entrée la subvention octroyée par le Maire de Kafountine en occurrence le Dr Diatta qui a octroyé une enveloppe de **200 000 F CFA**. Les habitants du village c'est-à-dire les résidents et la diaspora originaire du village vont constituer l'autre partie de notre analyse. Dans nos résultats il apparaît que 70% de la billetterie ont été achetée par ces derniers. En effet, le festival est pour ceux de la diaspora un rendez-vous familial annuel à ne pas manquer. C'est une occasion de retourner chez soi.

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 14: répartition géographique des ressources**

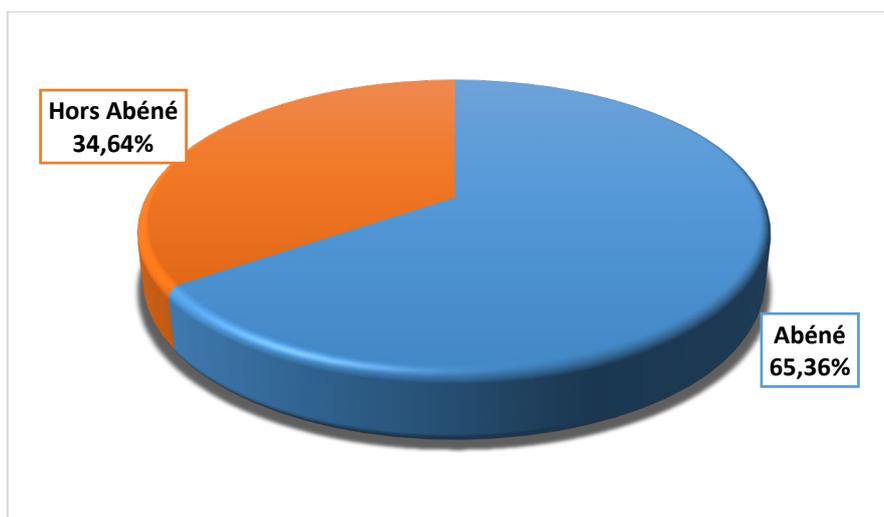
	<b>Ressources</b>	<b>Montants en FCFA</b>
<b>Abéné</b>	<b>70% Billetterie (Spectacle +Soirée +Boisson)</b>	6 870 850
	Soutien Diégane mareyeur	100 000
	<b>Total (1)</b>	<b>6 970 850</b>
<b>Hors Abéné</b>	<b>30% Billetterie (Spectacle +Soirée +Boisson)</b>	2 944 650
	Enveloppe du Maire	200 000
	Soutien quai de pêche Kafontaine	50 000
	Soutien SAPCO	500 000
	<b>Total (2)</b>	<b>3 694 650</b>
<b>Total (1) +(2)</b>		<b>10 665 500</b>

Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

Le tableau ci-dessous, nous montre que **6 970 850 FCFA** des ressources viennent du village d'Abéné contre **3 694 650 FCFA** qui viennent de l'extérieur.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Graphique 6: répartition géographique des ressources en (%)**



Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

Ainsi, 65,36% des ressources sont issus d'Abéné contre 34,64% de l'extérieur. Pour cette édition, 70% des festivaliers sont d'Abéné, 15% sont des européens, 10% viennent de la sous-région et 5% viennent des autres régions du pays d'après la billetterie. Les prix des billets variaient entre 1500 et 2000 FCFA pour les spectacles de danses traditionnelles, et 1500 FCFA pour les soirées ou disco.

### 2.3.5 Rapport entrées/sorties

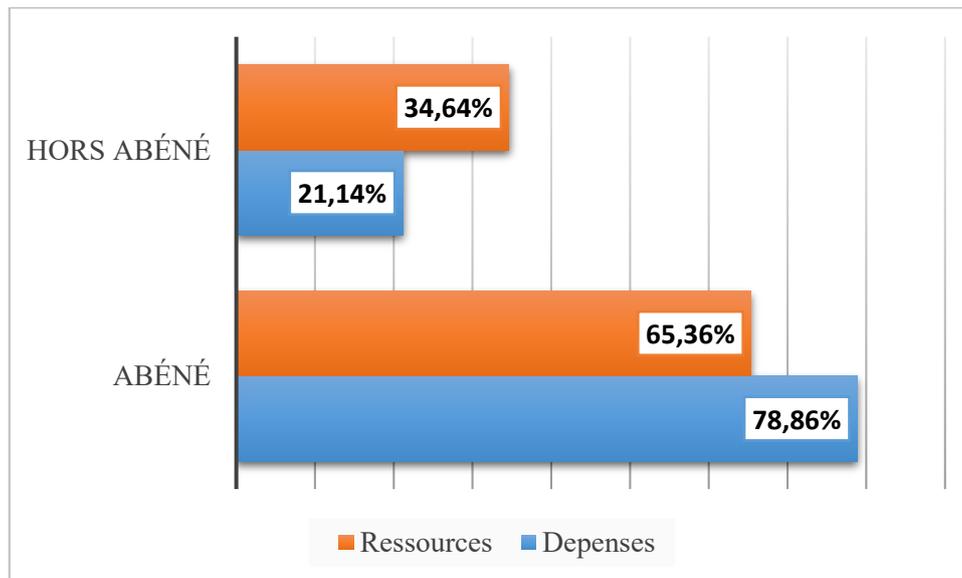
**Tableau 15: rapport des flux financiers**

	Ressources	Dépenses
Abéné	6 970 850	5 442 600
Hors Abéné	3 694 650	1 459 150
Total	<b>10 665 500</b>	<b>6 901 750</b>

Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Graphique 7: rapport des flux financiers en (%)**



Source : auteur, à partir des organisateurs du festival.

Sur une dépense totale de 6 901 750 FCFA, **21,14%** sont des dépenses extérieures au territoire d'Abéné et **78,86%** des dépenses locales. Du point de vue des ressources, le festival a mobilisé un montant de 10 665 500 FCFA soit **65,36%** de l'intérieur du village et **34,64%** de l'extérieur. En conclusion, les ressources du festival majoritairement financé par les résidents sont reversées majoritairement à l'intérieur du village. Ces résultats valident notre première hypothèse laquelle, les retombées du festival à travers les flux économiques impactent positivement sur le village d'Abéné.

Nous passons maintenant à l'analyse concernant spécifiquement les réceptifs.

### 2.4 Retombées du festival sur les réceptifs

#### 2.4.1 Présentation des réceptifs enquêtés

Les nuitées et le nombre des arrivées sont un indicateur de l'attraction touristique. Dans notre étude, les réceptifs suivants ont été enquêtés :

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

**Tableau 16: les différents réceptifs enquêtés**

Nom	Formule	Année d'ouverture	Nombre de lits
Atlantic Abéné	Campement	2009	10
Les belles étoiles	Campement	1994	32
Le Kossey	Campement	1991	20
Abéné Bolong	Campement	2005	20
Belle Danielle	Campement	1985	24
Sindèye	Campement	2013	24

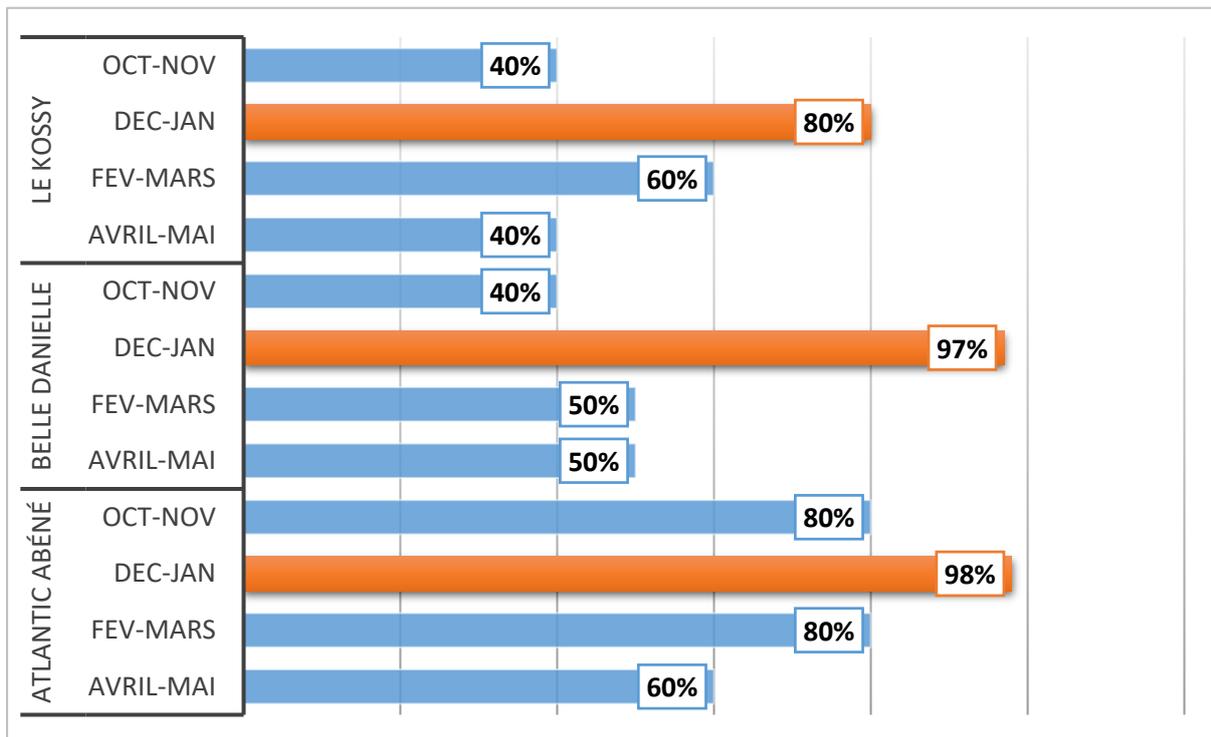
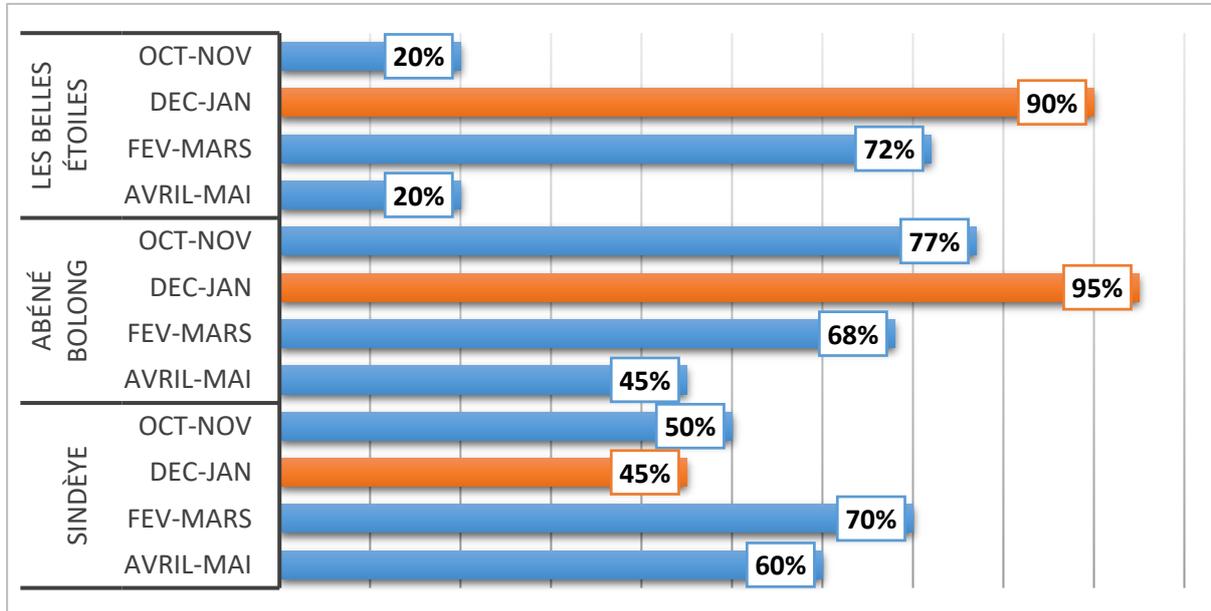
**Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.**

Comme nous pouvons le voir à travers le tableau ci-dessus, tous les réceptifs sont des campements et leurs nombres de lits varient entre 10 et 32. « Sindèye » est la plus récente des campements enquêtés, il a ouvert ses portes en 2013 et dispose aujourd'hui de 24 lits. La plus ancienne des campements est Belle Danielle avec 35 ans d'existence.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

### 2.4.2 Effet du festival sur le taux d'occupation des chambres

Graphique 8: taux d'occupation des chambres pendant la saison touristique



Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

On remarque à travers ce graphique que les taux d'occupation moyens sont plus élevés pour tous les réceptifs durant la période de décembre à janvier à l'exception du campement « Sindèye ». En effet, durant ce bimestre qui coïncide avec le festival et les workshops organisés

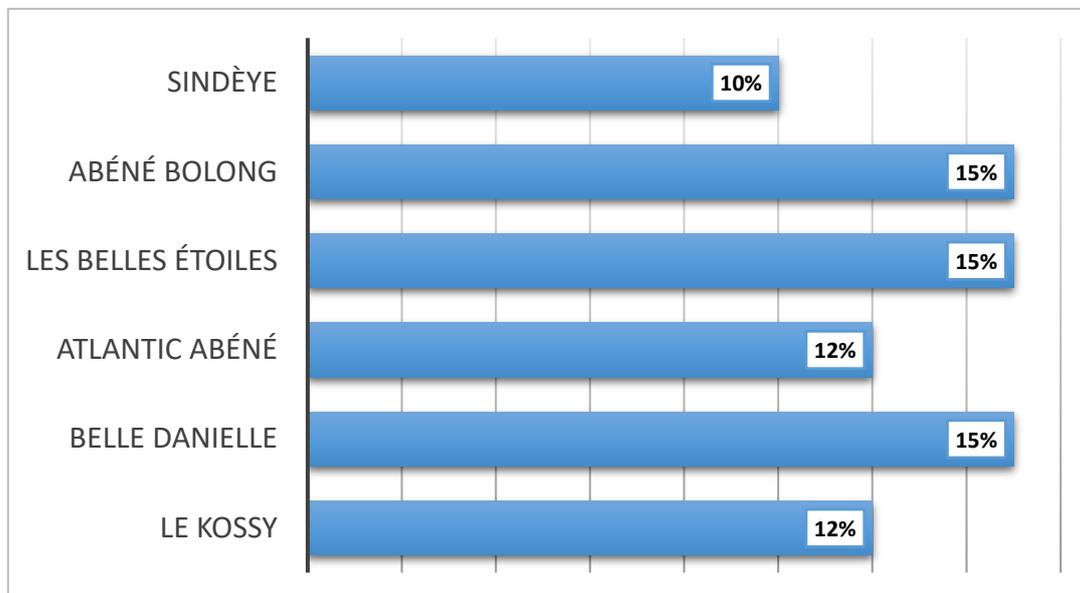
## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

par des professionnels de la percussion et de la danse, le taux de remplissage varie entre 80 et 98% pour tous les campements alors que pour « Sindèye » ces taux similaires sont notés qu'à partir du mois de janvier pour la même période. Ceci s'explique selon le propriétaire du fait que ses clients sont des habitués et se plaignent d'une certaine monotonie du festival aux jours différents de ceux que l'on vient de citer.

On peut ainsi conclure que le festival d'Abéné impact positivement sur le taux de remplissage des différents réceptifs.

### 2.4.3 Effet du festival sur la variation (%) du chiffre d'affaire moyen des réceptifs

**Graphique 9: l'effet du festival sur la variation (%) du chiffre d'affaire**



Source : auteur, à partir des données issues de l'enquête.

L'examen de ces indicateurs montre une variation positive du chiffre d'affaires des réceptifs pendant la période du festival. En effet, selon nos résultats, le festival d'Abéné entraîne une augmentation du chiffre des réceptifs compris entre 10% et 15%. Les réceptifs « La Belle Danielle », « Abéné Bolong » et « Les Belles Etoiles » ont enregistré une augmentation de 15% de leur chiffre d'affaires pendant le festival, les campements « Atlantic » et « Kossey » ont enregistré une hausse de 12% contre 10% pour le campement « Sindèye ».

À travers cette première série de réponses, l'analyse qu'on peut faire est que tous les commerces enquêtés bénéficient de retombées directes d'ordre financières qui sont dus aux dépenses des festivaliers. On retiendra également que 80% des commerces ont engagé du personnel

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

supplémentaire à l'occasion du festival et seulement 3 de ces commerces sont engagés dans l'organisation du festival. On peut également retenir que le festival influe positivement sur le chiffre d'affaire de la quasi-totalité des réceptifs enquêtés.

### Section 2 : les impacts induits

#### 1. La notoriété du village d'Abéné

Malgré que Abéné n'est pas très bien connu au niveau national, il le reste tout de même en Gambie notamment dans ses parties frontalières avec le département de Bignona et dans sa capitale. Il l'est aussi relativement en Guinée, en Hollande et en Allemagne. Selon Monsieur Seyni Souané, ancien Président des jeunes de Abéné et actuel adjoint au Maire de Kafountine chargé de la jeunesse le festival n'a plus besoin de faire sa communication dans ces pays. Sa diaspora en fait la promotion grâce notamment au festival, période pendant laquelle, plusieurs d'entre eux invitent leurs amis à visiter le pays et à séjourner à Abéné. On note là une réelle adhésion, appropriation du festival par ses ressortissants. Le nom du village est rattaché au festival ce qui contribue largement à sa visibilité. Il a bénéficié de retombées médiatiques importantes, même si celles-ci sont insuffisantes pour certains acteurs. La Radio France Internationale (RFI) avec une large audience internationale a fait passer sur ses ondes en 2017 comme en ligne une interview accordée au groupe organisatrice du festival. Cette couverture médiatique est relativement importante pour l'ancien Président de la jeunesse, à l'évidence « *on remarque depuis quelques années la présence de français et de belges alors qu'à ses débuts les seuls étrangers que l'on remarquait à parts ceux de la sous-région étaient des hollandais et plus tard des allemands et des suisses* ». De plus, la publication ou la diffusion d'articles portant sur le festival sur le quotidien national « le soleil » (presse écrite et en ligne) sans compter celles sur les radios communautaires de la région et de la commune ont été bénéfiques car elles assurent une promotion non négligeable. Cependant, ces efforts notés dans le temps sur la communication du festival qui lui conférait une certaine notoriété, ne sont plus d'actualité ou sont presque inexistantes depuis quelques années. Ce relâchement sur la communication, souligné par le nouveau bureau du comité d'organisation, constitue un frein à l'affluence de festivaliers selon plusieurs propriétaires de réceptifs dans le village par rapport aux années précédentes. À cet effet, des efforts sont en train d'être menés par le nouveau bureau pour y remédier en vue de plus de visibilité du festival à l'international et éventuellement de mieux vendre son territoire d'accueil par le tourisme.

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

Dans la région de Ziguinchor, on ne parle plus d'Abéné sans parler de son festival. C'est l'un des plus en vue dans la région et inspirant pour plusieurs localités de la zone où l'on remarque l'initiation de festivals relativement assimilables au « Abéné Festivalo » du point de vue de leur contenu depuis quelques années comme Dianah et Diouloulou.

Le festival est un outil promotionnel pour le village et sa diffusion ou du moins sa communication dans les médias lui donne une image de village dynamique. Même si Abéné est connu grâce à ses nombreuses potentialités et au tourisme notamment celui dit intégré ; il doit le développement de sa notoriété à son festival annuel : le « Abéné Festivalo ».

### 2. Les retombées ex post du festival

D'anciens festivaliers, des habitués venus de la Hollande ont fini par créer une association qui porte le nom du fromager « Banta Woro ». Cette association qui était composée d'un groupe d'amis regroupe aujourd'hui plusieurs touristes hollandais qui se font appeler les amis d'Abéné. Véritable réseau de bienfaiteurs, l'association « Banta Woro » a beaucoup investis dans le village en collaboration avec la diaspora et certains jeunes cadres du village regroupés eux aussi en association (De Casa) dont certains membres assurent la gestion et le suivie des projets. Le tourisme solidaire ou encore communautaire est une réalité à Abéné. Plusieurs infrastructures ont été financées entièrement ou de façon partielle par l'association. Parmi celles-ci, nous pouvons citer le centre de formation professionnel de Abéné en 2012, le centre de formation linguistique Nelson Mandela qui sont de véritables opportunités pour les jeunes futurs professionnels, le cabinet dentaire du centre de santé du village, le château d'eau du village, l'école Alonda Dianbang 2 en collaboration avec les associations « Bride Future For Children » et « De Casa », des salles de classe à l'école Alonda Diabang 1. Dans leurs futurs projets, il est prévu l'acquisition d'un incinérateur pour la gestion des déchets, d'une ferme bio en permaculture et la construction d'une préscolaire.

Une coopérative « Karambénor » appelé la banque du village dont le fond a été entièrement octroyé par l'association « Banta Woro » aide les habitants dans le financement de leurs différents projets. Avant l'électrification du village par l'Etat, un groupe d'amis qui avait l'habitude de venir au festival par l'invitation de Monsieur Goudiaby émigré propriétaire d'un campement à Abéné résident la moitié de l'année en Hollande, a fait installer des panneaux solaires avec leurs batteries de grandes capacités de réserve servaient à une bonne partie du village notamment le quartier « Badala » et les lampadaires tout au long des grandes artères du village. Ce qui était un véritable joyau à l'époque. L'Agence des États-Unis pour le

## CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

développement international, USAID, en collaboration avec les organisateurs du festival en 2018 a lancé son programme « Sagal » visant à construire des latrines à moindres coûts pour les populations et gratuitement au niveau de la mosquée, de l'église, de l'hôpital, des écoles et du marché.

D'autres festivaliers à titre individuel ont aussi financé plusieurs jeunes pour l'acquisition de verger, pour leur formation et autres, nous a confié plusieurs habitants, et même des bénéficiaires. Parmi ces derniers y'en a qui ont pu voyagé vers la Hollande ou l'Allemagne notamment les artistes et rarement d'étudiants pour respectivement y vivre leur art et poursuivre leur étude. Certains ont pu bénéficier de la réfection ou même de la construction de leur maison. Les plus jeunes ont bénéficié de « correspondance », c'est-à-dire d'un festivalier qui parraine au moins un enfant pour la poursuite de ses études.

Au final, la plupart des touristes d'Abéné trouvent des moyens de se distinguer du tourisme de masse par leur contribution à la redynamisation de la culture d'une certaine manière, mais aussi et surtout à l'amélioration des conditions de vie des habitants et aux changements du cadre de vie par la création de dispensaire, des points d'eau, d'écoles, de centres de formation et éventuellement à la diminution de l'exode rural.

Ces résultats analysés nous permettent donc de valider notre seconde hypothèse selon laquelle, le festival d'Abéné contribue au développement du tourisme dans la localité.

### 3. Les limites

Cependant, à côté de tout ceci, le festival créé des frustrations chez certains, notamment des parents qui voient leurs jeunes enfants se livrer à des pratiques qui ne les honorent pas. En effet, le festival est pour certains un moment de trouver une aventure, un « visa » pour l'Europe. De ce fait, certains d'entre eux hommes comme femmes sont prêts à s'adonner à des pratiques sexuelles pour arriver à leur fin ou encore vivre dans le concubinage avec un/une touriste tout au long de son séjour. Pour y parvenir certains vont même jusqu'à harceler des festivaliers. D'autres encore dont le but n'est pas d'émigrer en Europe, mais plutôt de se faire profit font pareil dans le cadre de prostitution déguisée et servent de compagne à des touristes tout au long de leur séjour, ces derniers ne dissimulant pas ce qu'ils sont venu chercher même si ce n'est pas l'unique but de leur voyage.

Malgré ces pratiques assimilables à ce qu'on pourrait appeler le « tourisme sexuel », force est de constater une réelle solidarité entre des touristes/festivaliers envers la population locale dans

### CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

le cadre du tourisme solidaire. « *Les touristes se sentent ainsi investis d'une mission de bienfaiteurs donnant un sens à leur voyage, autre que l'hédonisme* » (Verner, 2009, p. 128) ; les touristes s'intéressent à la population et les jeunes bénéficient le plus des retombées.

#### **Conclusion**

Notre étude a montré que le festival d'Abéné est une réelle opportunité économique pour le village. En dehors des retombées économiques directes, il convient aussi de souligner les retombées touristiques liées à l'affluence à la période de cet événement culturel. On peut ainsi dire que le festival rend visible et attractif Abéné et contribue fortement à son développement touristique. L'impact sur l'espace est donc positif puisque le festival contribue à animer les lieux.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

### CONCLUSION GÉNÉRALE

L'objectif de notre travail est d'analyser l'impact socioéconomique du festival annuel d'Abéné dans cette localité.

Premièrement, nous avons passé en revue les différentes considérations théoriques liées à la notion de tourisme culturel et à la notion de festival. Ceci nous a amené d'une part à rappeler la définition et l'historique du tourisme culturel, la diversité de sa clientèle et d'autre part, nous avons analysé les festivals en montrant leur impact socioéconomique sur le territoire d'accueil. Il apparaît donc que le tourisme est né de la curiosité de chaque individu pour les sites naturels et c'est ce tourisme de curiosité qui constitue le fondement du "tourisme culturel". Les événements culturels, à l'instar des festivals, favorisent ainsi la promotion touristique des territoires d'accueil.

Deuxièmement, nous avons présenté le village d'Abéné en mettant l'accent sur sa position géographique, sa population, sa diversité ethnique et religieuse, ses différentes infrastructures, les différentes activités économiques, et son festival tenu annuellement. Aujourd'hui, séjourner dans les campements du village d'Abéné, c'est pratiquer une autre forme de tourisme, au cœur des villages et au milieu de ses habitants ce qui garantit pour les touristes le dépaysement et l'assurance de découvrir et partager la vie et les traditions des populations locales.

Enfin, troisièmement, nous avons présenté les résultats de nos enquêtes. Le plan méthodologique nous a conduit à analyser en premier lieu l'impact du festival sur des commerces, son bilan organisationnel et son impact sur les réceptifs. Deuxièmement, nous avons analysé les impacts induits. Le développement économique et touristique est l'une des principales raisons qui ont favorisé la tenue de cet événement culturel annuel qu'est « Abéné Festivalo ». D'après notre enquête, toutes les personnes interrogées s'accordent à dire que le festival d'Abéné impact positivement leurs activités commerciales à travers une augmentation de leurs chiffres d'affaire, une plus grande visibilité de leurs activités, etc. Malgré son bilan financier positif, **10 665 500 FCFA** de recettes contre **6 901750 FCFA** de dépenses soit **3 794 650 FCFA** de bénéfice, nous pensons qu'un soutien accru aux organisateurs du festival de la part de l'Etat par ses ministères concernés notamment celui du tourisme et aussi de la culture pourrait augmenter considérablement les retombées en terme de lisibilité et de visibilité. Pour cela, les organisateurs doivent :

## CONCLUSION GÉNÉRALE

- Impliquer davantage les acteurs et professionnels du tourisme et de la culture à différents niveaux notamment sur l'organisation et la communication, mais aussi pour une meilleure gestion ;
- Faire former le comité d'organisation sur les métiers de l'événementiel chose qui ne devrait pas être difficile : on y retrouve plusieurs instituteurs et étudiants ;
- Veiller au caractère unique du festival par la programmation de chaque année, le décor l'aménagement ; à ce que les habitués ne ressentent pas une monotonie ;
- Impliquer les acteurs touristiques locaux afin qu'ils soient davantage disposés à proposer aux touristes un détour au festival ou le prévoir en offre global, forfait ;
- Optimiser la portée et les effets de la communication afin d'attirer davantage de festivaliers.

En définitive, cette analyse nous permet de conclure que le festival d'Abéné présente un atout majeur pour le développement économique et la notoriété du village d'Abéné.

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

### RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

**Adama NDIAYE**, « Communication, tourisme et développement durable au Sénégal : enjeux et risques. » Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2012. Français. NNT : 2012BOR30004ff. Tel-00836473ff

**Amanda RUEDA**, « Festival et marché : le rôle du festival Cinélatino de Toulouse dans l'industrie du « cinéma d'auteur » », *Entrelacs* [En ligne], 14 | 2018, mis en ligne le 15 décembre 2018, consulté le 20 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/entrelacs/4265> ; DOI : 10.4000/entrelacs.4265

**Amira EL NAGGARE**, « L'image d'une destination à travers un événement culturel. Le cas des Festival Mawazine de Rabat, Festival Musiques sacrées de Fès et Festival Gnaoua et Musiques du Monde d'Essaouira », *Études caribéennes* [En ligne], 2 | Novembre 2018, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 17 septembre 2020.

URL: <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/14138>

**Antoine Sauvetre**, « photo bantaworo » URL <https://tinyurl.com/y4udhhgn>

**Antoine Sauvetre**, « photo pêcheurs » URL <https://tinyurl.com/y5nd6br3>

**Céline SPINELLI**, « Terrain festif contemporain : une mise en perspective de fêtes et festivals », *Socio-anthropologie* [En ligne], 38 | 2018, mis en ligne le 14 décembre 2018, consulté le 10 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/socio-anthropologie/3560>

**Christian JAMOT**, « Le tourisme culturel à Clermont-Ferrand : mythe ou réalité ? » / Cultural tourism in Clermont-Ferrand : myth or reality ? In : *Revue de géographie de Lyon*, vol. 67, n°1, 1992. Le tourisme culturel. pp. 49-56 ; doi : <https://doi.org/10.3406/geoca.1992.5794>

**Christophe GOETHALS**, « Vers un essoufflement de la fièvre festivalière en Belgique ? », Les analyses du CRISP. Bruxelles, CRISP, Dossier n° 83, 2014, p. 16. *En ligne*, 30 juin 2016, [www.crisp.be](http://www.crisp.be).

**Claude ORIGET DU CLUZEAU**, « *Le tourisme culturel : dynamique et prospective d'une passion durable. Tourisme compétences & métiers* ». Paris : De Boeck, 2013.

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

**Claude VAUCLARE**, Les événements culturels : Essai de typologie. *Culture Etudes*, 3(3), 1. 2009. <https://doi.org/10.3917/cule.093.0001>

**CNUCED**, « Le développement économique en Afrique : *Le tourisme au service d'une croissance transformatrice et inclusive* ». Rapport 2017.

URL : [https://unctad.org/fr/PublicationsLibrary/aldcafrica2017\\_fr.pdf](https://unctad.org/fr/PublicationsLibrary/aldcafrica2017_fr.pdf). Consulté le 12 mai 2019.

**Corinne Cauvin Verner**, « Du tourisme culturel au tourisme sexuel. Les logiques du désir d'enchantement », *Cahiers d'études africaines* [En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 01 mai 2019.

URL:<http://journals.openedition.org/etudesafricaines/18663>;DOI:10.4000/etudesafricaines.8663

**DGCIS**, « La Mesure de l'impact économique d'un événement touristique ». Rapport (2012).

[https://archives.entreprises.gouv.fr/2012/www.tourisme.gouv.fr/stat\\_etudes/etudes/entreprises/mesure-impact-economique-evenement-touristique.pdf](https://archives.entreprises.gouv.fr/2012/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/etudes/entreprises/mesure-impact-economique-evenement-touristique.pdf). Consulté le 23 Mars 2019.

**DGE**, « Evaluation : la mesure de l'impact économique d'un évènement touristique ». Guide méthodologique, réédition 2014.

<https://s3.amazonaws.com/ppt-download/2014-reedition-guide-impact-evenement-touristique/>. Consulté le 14 juin 2019.

**Fabien BOURLON, Philippe BOURDEAU, Franck MICHEL et Gabriel INOSTROZA**, « Le tourisme scientifique, un après-tourisme en Patagonie ? », *Études caribéennes* [En ligne], 37-38 | Août-Décembre 2017, mis en ligne le 15 novembre 2017, consulté le 10 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/11169>

**Fabienne COLLARD, Christophe GOETHALS et Marcus WUNDERLE**. « Les festivals et autres événements culturels ». Bruxelles : Centre de recherche et d'information socio-politiques, 2014. <https://www.cairn.info/revue-dossiers-du-crisp-2014-1-p-9.htm>

**Garyfallia DIAMANTAKI**, « Les festivals : moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire : *Le Festival de la Photographie Les Rencontres d'Arles et la ville d'Arles* ». Mémoire de Master Professionnel. 2010.

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

**GEATTE**, « Le tourisme culturel en Europe ». 1993 <http://aei.pitt.edu/41731/1/A5914.pdf>.  
Consulté le 23 mai 2019.

**Isabelle GARAT**, « La fête et le festival, éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale ». *Annales de géographie*, 2005/3 n° 643 | ps 265 à 284  
<https://www.cairn.info/revue-Annales-de-geographie-2005-3-p-265.htm>

**Janice ARGAILLOT**, « Nouveaux tourisms caribéens : expériences et conséquences », *Études caribéennes*. [En ligne], 31-32 | Août-Décembre 2015, mis en ligne le 15 décembre 2015, consulté le 10 septembre 2020.  
URL: <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/7599>

**LAROUSSE**, dictionnaire 2020.

**Lucie VELLE**, « Festivals et développement des territoires : Le cas du Festival International de Théâtre de Rue d'Aurillac ». Université de Toulouse, mémoire de master tourisme et hôtellerie. Parcours « Management des Industries du Tourisme ». 2013-2014  
[http://www.isthia.fr/core/modules/download/download.php?memoires\\_id=451](http://www.isthia.fr/core/modules/download/download.php?memoires_id=451).  
Consulté le 12 juin 2019.

**Mónica Lacarrieu**, « Touristes et « non-touristes » dans le monde de l'inter-culturalité: Un regard à partir du patrimoine immatériel. ». *Autrepart* 40, no. 4 (2006) : 131.  
<https://doi.org/10.3917/autr.040.0131>.

**Monica Miranda et Eva Cermakova**, « L'impact de l'événementiel dans le développement touristique des villes : typologies, effets spatiaux et représentation des territoires ». *Bulletin de l'Association de géographes français, Association des Géographes Français*, 2009, pp.389-397. Hal-00561938ff

**Nathalie Emmanuel**, « Le festival et le droit : essai sur la nature juridique d'un nouveau bien ». Université de Grenoble. Thèse de Doctorat.  
URL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00595977/document>, consulté le 3 juin 2019.

**Nathalie Fabry**, « Les festivals, contours de la notion, enjeux économiques et touristiques ». *Juristourisme*, Juris éditions, Dalloz, 2012, 143 (6), pp.20-23. (hal-00734816)

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

**Organisation Mondiale du Tourisme** (2019), *Faits saillants du tourisme*, édition 2019, OMT, Madrid, DOI :

<https://doi.org/10.18111/9789284421251>. Consulté le 12 Août 2020.

**Owe Ronström**, « Festivals et festivalisations », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 27 | 2014, mis en ligne le 14 novembre 2016, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/2159>

**Philippe Dechartre**, « Evénements culturels et développement local ». (1998) Rapport au Conseil Economique et Social.

URL : [https://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/Rapport\\_Dechartre-2.pdf](https://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/Rapport_Dechartre-2.pdf). Consulté le 11 mars 2019.

**Rachid AMIROU**, « Imaginaire touristique et sociabilités du voyage ». Paris, Presses Universitaires de France, 1995, 281 p., *Anthropologie et Sociétés* 24, no. 2 (2000) : 161. <https://doi.org/10.7202/015660ar>. Consulté le 18 juin 2019.

**RFI**, « Sénégal : ouverture du 24e festival culturel d'Abéné ». Article en ligne, publié le 28 décembre 2017. <https://www.rfi.fr/fr/afrique/20171228-senegal-festival-culture-abene-tourisme-balneaire>. Consulté le 16 juin 2019.

**Saskia Cousin**, « De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel. » *Autrepart* 40, no. 4 (2006) : 15.

<https://doi.org/10.3917/autr.040.0015>.

**Saskia Cousin et Jean-Luc Martineau**, « Le festival, le bois sacré et l'Unesco. Logiques politiques du tourisme culturel à Osogbo (Nigeria) », *Cahiers d'études africaines*

[En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 17 septembre 2020.

URL : <http://journals.openedition.org/etudesafricaines/18738>

**Seedou Mukthar SONKO**, « Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté. » Economies et finances. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2013. Français. NNT : 2013TOU20004ff. Tel-00965268ff

**Sophie MERCIER et Diane BOUCHARD**, « Tourisme culturel et festivals : Opportunités et limites d'un tel partenariat ». Mémoire, juin 2004.

<http://thesesophiediane.free.fr/IMG/pdf/Memoire-2.pdf>

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

**Stefano SPECK**, « Les grands festivals urbains comme vecteurs de développement durable : le cas des Francofolies de Montréal et du festival international de jazz de Montréal ». Mémoire de Master en études urbaines. Université du Québec à Montréal. 2015. <https://archipel.uqam.ca/7545/1/M13795.pdf> Consulté le 10 Juin 2019.

**Thibault BRODATY**, « étude sur l'estimation rétrospective de l'impact économique d'un ensemble d'évènements culturels uniques ou d'équipements culturels récents ». Rapport final destiné au ministère de la culture et de la communication 2014. [https://www.culture.gouv.fr/content/download/96551/file/Impact%20%C3%A9conomique%20%C3%A9v%C3%A9nements%20%C3%A9quipements%20culturels\\_Brodaty.pdf](https://www.culture.gouv.fr/content/download/96551/file/Impact%20%C3%A9conomique%20%C3%A9v%C3%A9nements%20%C3%A9quipements%20culturels_Brodaty.pdf)

**Yann LAVILLE**, « Festivalisation ? », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 27 | 2014. Mis en ligne le 14 novembre 2014, consulté le 05 mai 2019. URL: <http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/2158>

# ANNEXE

## Annexes 1

UNIVERSITÉ ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



DÉPARTEMENT : TOURISME

NIVEAU : MASTER

SPÉCIALITÉ : MANAGEMENT DES ACTIVITÉS DU TOURISME ET DE LA CULTURE

ENQUÊTE : LES EFFETS DU FESTIVAL SUR LES ACTIVITÉS D'HÉBERGEMENT

---

### **QUESTIONNAIRE GESTIONNAIRE DE RÉCEPTIF**

Gestionnaire :

Contact :

Type de réceptif :

Nom du réceptif :

Année d'ouverture :

Nombre de lits :

**Le festival a-t 'il un impact sur votre activité ?**

Oui, beaucoup       Oui       Oui, mais peu       Non

**Si tout autre réponse sauf non, quel type d'impact bénéficiez-vous ? ( plusieurs réponses possibles)**

Financiers       Visibilité       Notoriété       Autres

**Quel est l'effet du festival sur votre chiffre d'affaires (en %) ?**

.....  
.....

**ANNEXE**

**Quels sont les taux d'occupation (%) de vos chambres durant les périodes suivantes ?**

Octobre-Novembre	Décembre-Janvier	Février-Mars	Avril-Mai
.....	.....	.....	.....

**Etes-vous en collaboration avec la structure organisatrice du festival ?**  Oui  Non

**Si oui, quel genre de collaboration ?**

.....  
.....  
.....

**Avez-vous une offre package pour les festivaliers ?**  Oui  Non

**Si oui, quel genre d'offre de package ?** (*Réponses simultanées possibles*)

- Hébergement
- Restauration
- Tickets d'entrée aux spectacles
- Autre

**La durée de séjour des touristes a-t-elle augmentée avec le festival ?**

Oui  Non

**Un touriste fait combien de nuitées en moyenne pendant la période ?**

Festival	Hors Festival
.....	.....

**Que pensez-vous de la tenue de ce festival ?**

.....  
.....

**ANNEXE**

**Annexes 2**

UNIVERSITÉ ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



DÉPARTEMENT : TOURISME

NIVEAU : MASTER

SPÉCIALITÉ : MANAGEMENT DES ACTIVITÉS DU TOURISME ET DE LA CULTURE

---

**QUESTIONNAIRE POUR LES COMMERCE**

Nom du gérant .....

Type d'établissement.....

Année d'ouverture.....

Contact.....

**Le festival a-t 'il un impact sur votre activité ?**

Oui, beaucoup       Oui       Oui, mais peu       Non

**Si tout autre réponse sauf non, quel type d'impact bénéficiez-vous ?** (*Réponses simultanées possibles*)

Financiers       Visibilité       Autres(précisez)

**Louez-vous un stand pendant le festival ?**       Oui       Non

Si oui, à quel prix ?

.....

**Que pensez –vous du festival ?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

# ANNEXE

## Annexes 3

UNIVERSITÉ ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



DÉPARTEMENT : TOURISME

NIVEAU : MASTER

SPÉCIALITÉ : MANAGEMENT DES ACTIVITÉS DU TOURISME ET DE LA CULTURE

ENQUÊTE SUR LE FESTIVAL D'ABÉNÉ

---

### Guide d'entretien avec les organisateurs

#### Questions sur l'organisation

- Qu'est-ce qui a poussé à la création de ce festival ?
- Quels sont les objectifs du festival ?
- Qui organise le festival d'Abéné ? Equipe organisatrice spécialisée, la municipalité...
- En quelle année a eu lieu la première édition ?
- Depuis combien d'années êtes-vous en charge de l'organisation du festival ?
- Comment se passe l'organisation du festival ?
- Où est organisé le festival, c'est un cadre fermé ?
- Est-il exclusivement réservé au festival ?
- Existe-t-il un projet de délocalisation ou d'extension du site où se déroulent les spectacles ?
- Existe-t-il une structure permanente du festival ?
- Est-elle active au-delà du festival ?
- Y'a-t'il des étrangers dans l'équipe organisatrice ?
- Comment sont-ils arrivés dans l'équipe ?

#### Questions sur les effets économiques

- Quel est le budget actuel du festival ?
- A-t-il évolué ?
- De combien était-il au début ?
- D'où proviennent les financements ?

## ANNEXE

- Quel est le nombre de billets d'entrée vendu à chaque édition ?
- Les emplacements du marché autour du site du festival sont-ils payants ?
- A qui vont les recettes de ces emplacements ?
- Y-a-t-il eu des études sur l'impact économique et touristique du festival ?
- Quel est le nombre d'emplois créés durant le festival (saisonniers, stagiaires, jobs vacances, bénévoles, les mis à disposition par la municipalité ...) ?
- Y'a t- il des festivaliers qui reviennent pour investir dans la localité ?
- Dans quels domaines ?

### Questions sur les collaborations

- Les dancings/bars/restaurants, qui organisent des after après les spectacles sont-ils en collaboration avec vous ?
- Etes-vous en partenariats avec les acteurs ou promoteurs touristiques de la commune ? si oui lesquels ?
- Etes-vous en partenariat avec d'autres structures ?
- Quel est le nombre de groupe d'artistes accueilli à chaque édition ?
- Sont-ils des professionnels/ou des amateurs ?
- Sont-ils les mêmes à chaque édition ?
- Quel est le nombre de spectacles à chaque édition ?
- Etes-vous centré sur un ou des genres artistiques ? Lesquels ?
- Comment se fait le choix des artistes ?

### Questions sur la communication

- Comment se fait la communication sur le festival ?
- Est-il inscrit à l'échelon national ?
- Comment communiquez-vous à destination des publics étrangers ?
- Quelles sont les nationalités présentent ?
- Quels sont les difficultés rencontrées ?
- Quels sont les bénéfices en termes de communication et d'images pour le village ?

### Questions sur la culture

- Quelles sont vos politiques de développement culturel ?
- Y-a-t-il une gestion mutuelle des différents festivals ou manifestations culturelles qui se déroulent dans la commune ?

## ANNEXE

- Y-a-t-il une adhésion ou une appropriation du festival par la population locale ?
- Quelles transformations apportent-t-il dans la vie culturelle du village, de la commune ?

## ANNEXE

### Annexes 4

UNIVERSITÉ ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



DÉPARTEMENT : TOURISME

NIVEAU : MASTER

SPÉCIALITÉ : MANAGEMENT DES ACTIVITÉS DU TOURISME ET DE LA CULTURE

---

### **GUIDE D'ENTRETIEN AVEC DIFFERENTS PROFESSIONNELS DU TOURISME ET AUTORITE MUNICIPALE A ABENE**

Que pouvez-vous nous dire sur le tourisme à Abéné ?

Quel est l'apport du festival pour le tourisme ?

Y'a -t-il une quelconque collaboration entre vous et la structure organisatrice du festival ?

Y'a -t-il une augmentation du nombre des établissements d'hébergement touristique ou du nombre de lits des établissements existants depuis les débuts du festival à maintenant ?

Avez-vous le pourcentage des festivaliers qui logent dans des hébergements marchands, chez des parents ou amis ?

Comment sont les autres activités touristiques (visites) durant le festival et juste avant et après ?

### Annexes 5

## ANNEXE

### Justification des autres dépenses

**a**-Réfection de la toiture du foyer des jeunes : 11 paquets de zinc 0,17 à 55000f le paquet soit **605.000f**

**b**-3 tonnes de ciment à 85000f la tonne pour l'élévation du mur, la toilette et la finition à l'intérieur du foyer soit **255.000f**

**c**-10 seau d'achau gilatex à 12500f l'unité soit **125.000f**

**d**-15 pots de peinture pour la décoration du podium à 7500f l'unité soit **112.500f**

**e**-50 ampoules pour l'éclairage public à 5000f l'unité soit **250.000f**

**f**-120 kerinting pour les stands à 5000f l'unité soit **600.000f**

**g**-Location des piquets ou bâtons pour la construction des stands ou cantines du marché du festival

(45 cantines\*6 bâtons=270 bâtons

75f le coût de la location

75\*270=20250f

20.250f\*8 jours =**162.000f**

**h**-2 rouleaux de toiles toujours pour la toiture des stands à 16000f l'unité soit **32.000f**

**i**-Transport de ces kerinting **50.000f**

**j**-De la charité pour que l'événement puisse commencer et terminer dans de bonnes conditions **150.000f**

**k**-7 chargements de sable et gravillon pour boucher les trous du boulevard du festival **510.000f**

(Sable 3 chargements à 50000f l'unité 4 chargements de gravillon à 90000f l'unité)

**l**-Main d'œuvre charpentier pour la toiture du foyer des jeunes **250.000f**

**m**- Main d'œuvre maçon **125.000f**

**n**-Autres dépenses (corde, fil d'attache, pinceaux, broches à peintures, clou, etc...) 134.750f

**TOTAL : 3 361 250 FCFA**

## TABLE DES MATIÈRES

### TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	1
CHAPITRE I : REVUE DE LA LITTÉRATURE .....	5
Introduction.....	5
Section 1 : tourisme culturel.....	5
1. Origine, définition et diversité de la clientèle du tourisme culturel .....	5
1.1 Origine et définition du tourisme culturel.....	5
1.2 Diversité de la clientèle du tourisme culturel .....	7
2. Du tourisme culturel au festival .....	9
Section 2 : notion de festival .....	10
1. Définition et typologie des festivals.....	10
1.1 Définition du festival .....	10
1.2 Typologie des festivals .....	11
2. Festival et tourisme .....	14
3. Retombées des festivals .....	15
3.1 Retombées économiques des festivals.....	15
3.2 Retombées socio-culturelles .....	17
Conclusion .....	18
CHAPITRE II : PRÉSENTATION D'ABÉNÉ.....	20
Introduction.....	20
Section 1 : caractéristiques du village d'Abéné .....	20
1. Cadre général d'Abéné.....	20
1.1 Situation géographique du village d'Abéné.....	20
1.2 Données démographiques .....	21
1.3 Moyens d'accès.....	21
1.4 Les différents groupes ethniques et religieux .....	22
1.5 Les infrastructures.....	22

## TABLE DES MATIÈRES

2. Les différentes activités économiques.....	23
2.1 Le tourisme .....	23
2.2 La pêche .....	26
2.3 L'agriculture .....	27
2.4 L'élevage.....	28
2.5 L'artisanat .....	28
2.6 Le transport .....	29
2.7 Le commerce.....	30
Section 2 : festival d'Abéné .....	30
1. Préparatifs du festival.....	30
2. Présentation du programme du festival.....	33
Conclusion .....	37
CHAPITRE 3 : RÉSULTATS ET DISCUSSIONS .....	38
Introduction.....	38
Section 1 : méthodologie et présentation des résultats.....	38
1. Structure de la démarche .....	38
2. Présentation des résultats .....	39
2.1 Présentation des commerces enquêtés.....	39
2.2 Retombées du festival sur les commerces .....	40
2.2.1 Les types de retombées du festival.....	41
2.2.2 Différents niveau d'intervenants sur les retombées en (%) .....	42
2.2.3 Le nombre d'emploi supplémentaire engagé à l'occasion du festival ...	42
2.2.4 L'implication des commerçants dans l'organisation du festival.....	43
2.3 Bilan organisationnel du festival .....	44
2.3.1 Les ressources du festival.....	44
2.3.2 Analyse des dépenses du festival .....	47
2.3.3 Analyse de la répartition géographique des dépenses.....	48

## TABLE DES MATIÈRES

2.3.4	Analyse géographique des ressources.....	50
2.3.5	Rapport entrées/sorties.....	52
2.4	Retombées du festival sur les réceptifs.....	53
2.4.1	Présentation des réceptifs enquêtés.....	53
2.4.2	Effet du festival sur le taux d'occupation des chambres.....	55
2.4.3	Effet du festival sur la variation (%) du chiffre d'affaire moyen des réceptifs.....	56
	Section 2 : les impacts induits.....	57
1.	La notoriété du village d'Abéné.....	57
2.	Les retombées ex post du festival.....	58
3.	Les limites.....	59
	Conclusion.....	60
	CONCLUSION GÉNÉRALE.....	61