

# Que rapportent les festivals aux communes?



Les festivaliers font vivre le commerce local lorsqu'ils ne sont pas au bord de la scène. Et les organisateurs aussi se fournissent, en partie du moins, chez des partenaires locaux. ÉdA/Mathieu Golinvaux

Un festival, c'est beaucoup de frais pour une commune. Mais ça peut aussi rapporter gros, en termes d'image comme pour l'économie locale. Un festivalier dépense en moyenne 30€ par jour dans les commerces.

## AVANT DE LIRE

Un festival de musique, c'est beaucoup de frais pour une commune. Mais c'est aussi une aubaine pour l'économie locale. Nombre de mandataires locaux en sont convaincus et tirent parti de leur statut pour développer l'événement dans leur commune. Ou pour se rendre plus populaires... C'est l'objet du dossier dont est issu l'article que vous lisez.

De l'extérieur, quand on voit débarquer les festivaliers lourdement chargés de tentes, sacs et cannettes de bières en abondance, on pourrait croire qu'ils se préparent à un week-end en autarcie. C'est pourtant loin d'être le cas. Il faut aller devant les boulangeries, les supermarchés du coin, aux terrasses pour voir qu'un festival anime une localité largement au-delà de ses enceintes bien gardées. Un indice: le week-end dernier, lors du festival de Dour, Colruyt a même mis à disposition des campeurs une navette de bus gratuite pour rejoindre son magasin tout proche.

La commune, elle, ne gagne pas directement de l'argent dans l'histoire. Entre le prêt d'infrastructures, de matériel (chapiteaux, barrières...) et la participation indirecte pour la sécurité via les zones de police, ça lui en coûte même. Mais ça peut en valoir la peine.

## 29,92€ dans les commerces locaux

En moyenne, chaque festivalier dépense pour boire et manger près de 30€ par jour dans les commerces locaux: 29,92€, précisément (même si on observe des disparités importantes selon les festivals). C'est ce qui ressort d'une enquête sur les publics des festivals de musique de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Une enquête qui vient de paraître sur le site de l'Observatoire des politiques culturelles. Elle a été menée sur un échantillon de 2 703 festivaliers sur 27 festivals différents. C'est relativement modeste par rapport au public global des festivals, mais ça donne une bonne idée des habitudes.

## Les retombées directes

Sur le site même du festival, le visiteur dépense bien plus: 22,65€ en nourriture et 30,52€ pour les boissons, en moyenne chaque jour. C'est dans l'enceinte de l'événement, mais les organisateurs, eux aussi, se fournissent au moins en partie, chez des partenaires locaux, du brasseur aux artisans (bouchers, boulangers...), du loueur de cabines WC à la décoration du site.

Une très grande majorité des festivaliers, 63%, rentrent chez eux après une journée de musique. Seulement 4,3% dorment dans les hôtels, gîtes, auberges de jeunesse, B&B... Voilà qui paraît peu, mais sur plusieurs milliers de personnes, c'est loin d'être négligeable.

Et puis il y a tous les artistes qu'il faut accueillir et loger, là aussi, cela représente des dizaines et des dizaines de personnes. De quoi assurer un bon taux de remplissage des logements du coin, jusqu'à des kilomètres à la ronde pour les événements les plus importants.

Les festivals vivent largement grâce à des bénévoles. Mais il y a quand même quelques emplois, difficilement chiffrables: les saisonniers étudiants ou non, sont nombreux à venir renforcer les équipes lors des événements. Sans parler de toutes les associations, comme les scouts, qui viennent donner un petit coup de main contre un peu d'argent pour financer leurs activités.

## Des retombées indirectes

À côté des retombées chiffrables, il y a également les retombées en termes d'image, qui elles n'ont pas de prix. Des campagnes d'affichage massives, des relais dans les médias offrent indirectement une publicité gratuite pour les communes qui accueillent ces événements. Les festivals ont ainsi permis, non seulement de mettre sur la carte de Wallonie (et d'ailleurs) le nom de communes modestes, mais aussi de leur donner une image jeune et dynamique.

Et ça, les communes l'ont bien compris et depuis longtemps. Le premier festival subsidié c'était à Bruxelles en... 1869.

Et puis, souligne Michel Guérin, de l'Observatoire des politiques culturelles, le retour peut être très symbolique: *«Dans certaines villes où le taux de chômage est important, le fait de lancer et de réussir des événements comme ça, des événements positifs qui attirent du monde, peut redonner une certaine fierté aux habitants. Les gens se revendiquent de ce que leur ville est capable d'organiser. Ils se disent que si des touristes viennent jusque-là, c'est que leur commune en vaut la peine. C'est très symbolique et très positif.»*

## Investissements à long terme

Les festivals sont un des leviers de la politique culturelle sur laquelle de plus en plus de communes misent pour se redynamiser et renforcer leur attractivité. Des investissements à long terme qui peuvent apporter de bons retours, puisque le secteur culturel, au sens large, pèse plus dans le PIB national que le secteur automobile, souligne Michel Guérin, le directeur de l'Observatoire des politiques culturelles.