

Les manifestations culturelles et sportives :
de nouvelles opportunités pour
le développement des territoires,
du tourisme et des entreprises.

Cultural and sporting events:
new opportunities for local,
tourism and SMEs' development.

**Étude du Festival Folklorique
Vychokna – République Slovaque**

Rédacteur : Jana Lednická

Avec le soutien de la Commission Européenne
Direction Générale Entreprises et Industries – Unité Tourisme



A. Présentation de la manifestation et du contexte territorial

La plus connue des montagnes de la Slovaquie est la Haute Tatra, considérée comme la plus petite des hautes montagnes du monde. Les montagnes couvrent 36 % de la surface de ce petit pays d'Europe centrale (à peine 50 000 km²). Dans la vallée entre la Haute Tatra au nord et la Basse Tatra au sud se trouve, à une altitude de 775 m, le village de Východná (district Liptovský Mikuláš, région de Žilina), qui compte 2 357 habitants. Son territoire sur 18 700 ha. C'est dans ce village qu'a lieu la manifestation folklorique la plus réputée en Slovaquie, qui se tient lors du première week-end de juillet.

Le plus ancien écrit concernant ce village date de 1 269. L'activité économique principale du village par le passé était l'agriculture – production de blé, de choux, de pommes de terre et l'élevage de bovins et de moutons. La tradition d'élevage de moutons se perpétue (le mouton est aussi dans le blason de village). La commune est relativement isolée des autres villes (de 12 à 24 km des communes voisines). Les domaines d'activité de la population sont les suivants : prestations de services (40% de la population), industrie (35%), agriculture (15%), forêt (10 %).

Le village est connu en Slovaquie (aussi à l'étranger) pour son architecture populaire très bien entretenue – châlets en bois, « fenils » (grenier à foin), entrepôts à blé et pour le folklore toujours vivant – les costumes traditionnels, les broderies, les métiers d'artisanat traditionnel.

Le festival est né en 1955 ; le groupe folklorique du village a effectué, pour la première fois la présentation de son programme de danse et de chansons populaires. Les spectateurs étaient principalement des habitants du village même et des villes et villages voisins. Ce sont les membres du groupe qui ont préparé la représentation – le lieu, le programme, les costumes, le podium, inspiré par le programme vu à Strážnica en Bohême (aujourd'hui République Tchèque, à l'époque la Tchécoslovaquie était l'état commun des Tchèques et des Slovaques). La seconde édition du festival eut déjà une dimension régionale et à partir de 1960 le festival prit une dimension nationale. Un amphithéâtre fut construit (1971 – 1975) pour le festival : c'était une construction exceptionnelle, toute en bois, en harmonie avec l'endroit et les montagnes, qui intégrait des statues en bois, créées tous les ans par les artistes populaires une semaine avant le festival et qui restaient exposées pendant toute l'année. L'amphithéâtre, prévu pour accueillir le festival pendant quelques années, l'a finalement hébergé pendant presque 30 ans.

Le festival constitue une occasion de mettre en valeur la culture traditionnelle populaire. Il allie musique populaire, danse, jeux, art oratoire, poésie populaire, costumes traditionnels, broderie et autres produits de l'art traditionnel. Il associe à la fois des ensembles folkloriques amateurs et des groupes professionnels. L'authenticité des répertoires de musique régionale et de danse est assurée par des ensembles folkloriques ruraux. Il s'appuie sur et reflète les valeurs de la culture populaire : respect de l'homme, respect de l'amour, de la liberté, de la justice et du droit.

Le festival vise à présenter tout ce qui existe de meilleur dans l'art folklorique. Il fonctionne sur la base de présentations scéniques collectives. Plusieurs ensembles préparent et présentent les danses, les chansons, les jeux sur un thème particulier (noce, Noël.....) sous l'oeil de directeurs artistiques et de metteurs en scène. Il dépasse le simple cadre de représentations de programmes artistiques. L'ensemble des représentations sont articulées entre elles, présentent un enchaînement élaboré. Il s'agit souvent de programmes de 200

personnes, soit 6 à 8 ensembles folkloriques différents, représentatifs de trois grandes régions de la Slovaquie (orientale, centrale et occidentale). Les ensembles participant au festival sont souvent ceux qui se sont démarqués au niveau national (qui ont obtenu une récompense dans le cadre de «compétitions nationales»). On peut apprécier des ensembles slovaques, mais aussi d'excellents groupes Tziganes, des Ruthènes ou des Tchèques, qui vivent en Slovaquie.

Des compétitions nationales sont organisées tous les 2 à 3 ans. Des directeurs artistiques et metteurs en scène (du Centre national de culture, essentiellement) assistent aux compétitions locales, régionales et nationales, observent et recherchent les ensembles intéressants pour les mettre ensemble dans le programme scénique défini par le conseil du programme du festival de Východná.

Le festival « Východná » est très apprécié par les artistes amateurs, qui sont nombreux à venir y participer, en finançant les déplacements et le séjour par leurs propres moyens. Východná correspond à la fois le nom du village et du festival.

La 50ième édition du festival, qui fait l'objet de notre analyse a eu lieu en 2004. C'est le Président de la République Slovaque, Monsieur Ivan Gašparovič, qui a présidé cette édition. On a pu y voir 17 ensembles folkloriques, 14 groupes folkloriques, 7 ensembles folkloriques d'enfants, 4 groupes folkloriques étrangers et les ensembles semi-professionnels slovaques comme SLUK (Slovenský ľudovo-umelecký kolektív = Ensemble slovaque populaire artistique), LÚČNICA (un autre ensemble semi-professionnel), l'orchestre des jeunes de Ľudovít Rajner, au total 1 600 personnes.

Les spectateurs peuvent également participer. Les ateliers appelés « Ecole de danse » et « Talents » donnent la possibilité au public d'essayer quelques pas de danse populaire ou d'entonner des chansons populaires, tout cela dans une scène dédiée au public. 40 000 personnes ont assisté, en tant que public, aux 3 jours du festival et de ses activités annexes (marché de vieux métiers, concerts à l'église, ..). Cette fréquentation varie d'une année sur l'autre au regard des conditions météorologiques.

Le festival est organisé par le Centre culturel national, la mairie du village, l'Association des amateurs du festival de Východná, le Centre départemental de la culture de Liptov (l'organisme dépendant du Conseil régional de Žilina) et l'Association Union folklorique en Slovaquie.

C'est le C.I.O.F.F. (Conseil International des organisations de Festival d'arts traditionnels, qui regroupe 85 pays) qui dirige ce festival, de même que l'I.O.V. (International Organization of Folkart regroupant 183 pays du monde). Madame Mária Sampelayo, vice-présidente de C.I.O.F., a considéré le festival de Východná comme un modèle de présentation de l'art populaire, lors de sa visite en 1982.

B. Évaluation de l'impact de la manifestation sur la destination d'accueil, en référence aux indicateurs clefs

B.1 Niveau d'intégration de la manifestation dans une stratégie de développement global du territoire

Les premières éditions ont été préparées par les membres de l'ensemble folklorique. L'équipe de mise en oeuvre du festival représente aujourd'hui 300 personnes, dont à peu près 20 % sont des professionnels des différents organismes et 80 % des bénévoles du village, du département et de la région de Liptov. Les honoraires sont symboliques. Les motivations des personnes qui participent à la manifestation sont les suivantes : intérêt voire passion pour l'art folklorique, fierté de participer à une manifestation de renommée importante. Ces personnes travaillent pendant une semaine, quinze jours, ou un mois, selon la nécessité. Leurs tâches consistent notamment à mettre en l'état de l'amphithéâtre, arranger les espaces verts. Ce sont aussi bien des professionnels (appareils techniques, sonores, services médicaux), que des personnes de bas niveaux de formation (nettoyage, de la vaisselle à la cuisine). La parité hommes femmes est vérifiée.

Le contenu du programme est élaboré par plusieurs directeurs artistiques professionnels, issus du Centre national de la culture, principalement. Dans l'équipe en charge de la mise en oeuvre de la manifestation figurent des bénévoles expérimentés, en charge de : la vente des tickets d'entrée, la restauration des membres des ensembles folkloriques, du public, services médicaux, transport, techniciens pour le podium, propreté de l'amphithéâtre, les infos services, etc...

L'équipe d'organiseurs a déterminé des critères de réussite de la manifestation, parmi lesquels : qualité de composition du programme scénique, qualité de présentation du programme, nombre de visiteurs (public) et propreté de l'amphithéâtre et de son environnement.

La composition du programme scénique est décidée par le conseil de programme du festival, un an avant sa réalisation. Ce critère est toujours rempli.

La qualité des entrées en scène est évaluée «à chaud», quelques minutes après la représentation, et puis encore une fois, avec un recul de 3 mois lors d'un séminaire d'évaluation du festival en présence des principaux acteurs. Les évaluations sont internes (faites par les directeurs artistiques et les metteurs en scène eux-mêmes) et externes, effectuées par les experts de l'art folklorique et populaire, soit slovaques, soit tchèques.

Le niveau de propreté de l'amphithéâtre (et surtout des installations sanitaires) a été critiqué à plusieurs reprises dans le passé par le public. Les organisateurs font, depuis, plus attention à cette question et embauchent 30 jeunes de maisons d'enfants. Les participants de l'édition jubilaire ont été satisfaits de leur travail.

Le critère le plus ambigu est celui de la fréquentation de l'événement, dans la mesure où celle-ci ne révèle pas nécessairement la qualité de la programmation, de la manifestation plus généralement, mais dépend bien souvent des conditions météorologiques. La fréquentation du festival est ainsi très fluctuante, de niveau très élevé pour certaines éditions et de niveau médiocre, insuffisant pour d'autres. Malgré cela, l'équipe d'organiseurs a toujours réussi à

financer le festival en faisant appel à des sponsors notamment. La fréquentation a été très satisfaisante ces 5 dernières années, hormis en 2005.

Parallèlement à ce festival, une dizaine d'autres manifestations folkloriques très connues sont organisées en Slovaquie (Terchová, Myjava, Detva, Heľpa, Gombasek, Červený Kláštor, Hrušov,), mais aucune n'a la même ancienneté, réputation, dimension, ni le même dynamisme. Le festival folklorique de danse et des traditions populaires est bien profondément ancré dans cette région paisible (le cadre n'y est sans doute pas étranger).

B.2 Les impacts réels de la manifestation sur le territoire

Lors du festival (les habitants du village appellent le festival « la fête ») tout le village est mobilisé – les gens participent à l'organisation, assurent des prestations. Les textes de chansons populaires, des proverbes et des locutions proverbiales brodés ou peintes sur du tissu, sont pendus sur les murs, les maisons et sur les palissades. Les membres des familles se retrouvent dans le village et font la fête.

Les habitants sont fiers de leur festival, car en 736 ans de vie de la commune, ils n'ont jamais connu un tel événement. Grâce au festival, le village se maintient, sa population conserve les traditions anciennes. Plusieurs métiers auraient disparu, si la manifestation n'avait pas eu lieu. Les villageois commencent à rénover leurs châlets en bois et les entrepôts de blé (en chambres d'hôtes) pour les touristes et les visiteurs de la région. Ils cuisinent des spécialités locales (différents sortes de soupes épaisses) et parlent le dialecte.

Les enfants de l'école locale apprennent les traditions populaires lors de formation régionale. Les ateliers de métiers anciens mis en place dans le cadre du festival ont une vocation pédagogique : initiation à la confection de sifflets, de tissus, conformément au programme du gouvernement slovaque pour conserver les anciens métiers. L'événement annexé au festival intitulé «Le compositeur et la chanson populaire» qui se tient dans l'église protestante du village prend également la forme d'une formation informelle pour ses participants. Il consiste à fournir des informations sur la vie du compositeur, de son oeuvre influencé par la chanson populaire ; en 2004, il s'agissait du compositeur hongrois Béla Barók.

La création de l'Association des amateurs du festival de Východná a un impact direct sur la manifestation. Même si elle n'embauche personne, son objectif est de contribuer à la communication et rechercher des sponsors pour le festival.

Il y a plusieurs dizaines de milliers de participants à la manifestation (en cas de beau temps, comme en 2004 a peu près 40 000 participants), dont 5 mille sont des participants réguliers : ce sont les anciens danseurs, danseuses, chanteurs et chanteuses des ensembles folkloriques, qui sont le plus fidèle public du festival. Le festival attire, en outre, des participants qui s'intéressent à la culture populaire autant qu'aux autres domaines liés à la culture. Le nombre d'hommes et de femmes participant est presque égal. Jusqu'en 2003, il y avait plus d'hommes, en 2004 51 % de visiteurs étaient des femmes. En ce qui concerne l'âge, la tranche la plus représentée au festival est celle des jeunes de 18 au 29 ans (42 %), puis 30 – 44 ans (32 %), les 45 – 59 ans représentent 18 % des participants. Au-delà, on ne compte que 5,5 % des participants. Pour ce qui est du niveau de formation, 50 % des personnes ont un niveau secondaire, 25% sont des apprentis. Les diplômés sont également présents (20 %).

Quelque 15 % de participants viennent de l'étranger (République Tchèque, Pays Bas, Pologne, Hongrie, Canada, Japon, ..) et 85 % des participants du pays. De nombreuses familles tchèques passent leurs congés en Basse ou Haute Tatra et viennent régulièrement voir la manifestation. Les plus nombreux sont les habitants des petites villes et de villages slovaques de moins de 5000 habitants (32 %). Le festival attire, de manière équilibrée, des habitants de zone rurale comme de milieu urbain. 27 % des visiteurs fréquentent la manifestation régulièrement tous les ans, 36 % souvent, mais irrégulièrement. En 2004, 15 % des participants sont venus voir le programme pour la première fois. Les personnes à mobilité réduite ont aussi accès à l'amphithéâtre, et les handicapés bénéficient d'une réduction du prix d'entrée.

Les frais liés à la mise en oeuvre de la manifestation représentent 4,5 millions Sk (à peu près 125 000 €), dont les fonds d'état représentent 45 %, les fonds régionaux 10 %. Environ 30 % des frais sont couverts par les recettes des tickets et 15 % par des sponsors. Les sponsors financent également les affiches, les bulletins, le logement pour certains ensembles, ils offrent des produits régionaux gastronomiques, etc.

Une grande partie du financement, surtout au cours des dernières années, a été investie dans les frais liés au fonctionnement de l'amphithéâtre, en mauvais état (environ 22 %). Le podium a servi uniquement pour le festival.

Grâce à la renommée de cette manifestation, la mairie a pu obtenir le financement du projet de construction d'un nouvel amphithéâtre, en 2004. Il s'agit d'un investissement de 100 millions de Sk (2,7 millions d'€). Cette somme est composée d'un apport de l'Etat (45 %), des fonds européens (50 %) et de la commune (5 %). Le nouvel amphithéâtre sera complètement achevé en 2009, mais en 2007 le podium sera terminé pour le festival. Le projet prévoit la construction d'un hôtel de 45 lits, d'un restaurant, d'un centre de congrès et d'informations. Tout cela devrait générer de l'emploi pour au minimum 12 personnes (jusqu'à maintenant une personne à temps partiel a été embauchée pour s'occuper de la manifestation – un homme diplômé, travaillant au centre national culturel à Bratislava). Il s'agira des postes pour des personnes ayant un haut niveau de qualification, des techniciens, des artisans, des hommes (1/3) et des femmes.

Ce complexe sera utilisé, au-delà du festival folklorique, pour d'autres manifestations culturelles se déroulant l'été (au minimum 7 grands événements) et en hiver pour les manifestations sportives. Les frais de fonctionnement du complexe s'élèveront à 3 millions Sk. Le nouveau chantier respecte les normes de protection de l'environnement. Son architecture est en harmonie avec le lieu (uniquement des matériaux naturels sont utilisés – bois et pierre). La route, qui relie le village à l'autoroute a été construite cette année. Le village s'embellit aussi – il y a des trottoirs, une place et deux églises (catholique et protestante) rénovées.

Le week-end du festival, les trains rapides s'arrêtent au village, en raison d'un accord passé entre les organisateurs et les Chemins de fer slovaques. Les visiteurs du festival obtiennent une réduction sur le prix du ticket de 25 % pour les adultes et les enfants. La correspondance de la gare au centre du village est assurée par les bus (3,5 km), et elle est gratuite. Les frais sont pris en charge par l'organisation du festival.

Les organisateurs font publier des affiches et des bulletins bien avant le festival, en mille exemplaires. Les affiches sont utilisées pour la promotion du festival dans les autres villes accueillant des manifestations culturelles ; elles sont également collées sur les trains allant de Bratislava à Košice (longueur du pays). Une conférence de presse est programmée avant la

manifestation. Les journalistes (quelques dizaines de slovaques et une dizaine d'étrangers) y participent chaque année.

Plusieurs chaînes de télévision couvrent l'évènement, lors des émissions matinales. Les entretiens avec les organisateurs et les participants de l'édition précédente font partie des programmes de la radio. Le programme principal – galaprogramme – dimanche après midi est donné en direct par la télé (publique ou privée).

B.3 Les impacts potentiels non atteints, facteurs explicatifs et axe de progrès

Ce festival a un grand point faible : sa dépendance aux conditions climatiques. S'il fait beau, il y a des milliers de touristes à Východá ; s'il pleut, seuls les «fidèles» amateurs de folklore font le déplacement. Dans un amphithéâtre naturel, ce problème peut difficilement être résolu.

Les organisateurs doivent aussi surveiller le complexe et le village. On déplore une fréquence assez importante de petits vols

Le comité d'organisation s'occupait peu de l'impact économique du festival. Les critères économiques ont été consciemment négligés. Les organisateurs ont concentré leur attention sur la qualité des programmes – la manifestation devant regrouper les meilleurs ensembles et groupes folkloriques. Le lien entre la culture et l'économie est négligé. Les organisateurs prennent en compte en premier lieu les attentes du public en matière de qualité du programme. Nombreux sont les autres festivals, folkloriques y compris, qui attachent moins d'importance à la programmation. Le programme du festival pourrait peut-être être élargi à d'autres « écoles chorégraphiques », ouverts à d'autres metteurs en scène et directeurs artistiques et ainsi diversifié.

Les critères économiques vont certainement jouer un rôle considérable dans le nouveau complexe. La stratégie commerciale doit être aussi adaptée aux nouvelles réalités. Il faudra absolument réorienter la promotion de la manifestation vers les régions voisines (la capitale est à 300 km et en cas de pluie, les visiteurs ne se risquent pas sur la route, tandis que de Spiš ou de Šariš il est plus facile de venir).

Les négociations des représentants de conseil d'organisation et de la chaîne publique de télévision et des chaînes régionales devront impérativement favoriser la promotion du festival. Une autre question à régler est la responsabilité et la mise à jour des informations sur le site Internet. Le festival est mentionné sur le site Internet de la commune, du Centre culturel de Liptov et du Centre national de la culture, mais les informations sont peu actualisées.

Dans les années à venir, le conseil d'organisation devra redéfinir les responsabilités de ses membres. La commune pourrait avoir plus de responsabilité, en tant qu'investisseur. Elle pourrait éventuellement mettre en place des innovations. Toutes les réunions du conseil d'organisation se sont déroulées à la mairie et ont été longues, difficiles, mais les décisions ont été prises en consensus, au profit de festival.

C/ Évaluation de l'impact de la manifestation sur le développement des PME axées sur le tourisme

C.1 Niveau d'intégration des PME axées sur le tourisme dans l'organisation de la manifestation

Il y a entre 1600 et 1800 participants au programme du festival. C'est le comité d'organisation qui s'occupe des réservations d'hôtels et de la restauration. Deux restaurants et quelques châlets en bois existent dans le village, mais aucun hôtel. Une partie des participants est logée dans les châlets, certains sont logés dans l'auberge de coopératives agricoles, les autres dans les 17 hôtels, auberges ou chambres d'hôtes dans la région.

L'école maternelle assure la restauration pour les ensembles d'enfants participant et la coopérative agricole pour les ensembles d'adultes. L'hygiéniste du district a ordonné la restauration séparée pour les ensembles participants (enfants – adultes). La coopérative agricole joue aussi un rôle de sponsor du festival et apporte surtout des produits agricoles pour le rafraîchissement.

Le logement pour les participants – visiteurs de festival pose toujours problème. Les hôtels et les auberges qui se trouvent à proximité, sont réservés depuis l'hiver. Il faut donc, se contenter d'un logement dans les hôtels plus éloignés. Le festival est fréquenté par les habitants de 57 districts slovaques (de 89 existantes).

Deux restaurants proposent leurs services aux participants (dans le village et dans l'amphithéâtre) et quelques 40 kiosques d'entrepreneurs locaux ou ceux qui viennent de toutes les régions de la Slovaquie. Les organisateurs veillent à ce qu'il y ait un grand choix d'assortiments. Les installations techniques ne permettent pas de disposer de plus de kiosques.

L'intérêt des entrepreneurs est d'exploiter au maximum la surface disponible. C'est la raison pour laquelle la mairie obtient des propositions des entrepreneurs déjà en janvier. Les organisateurs font une sélection selon la qualité, le choix, le rapport qualité prix, mais aussi selon leurs expériences des années précédentes. Il y a aussi des kiosques avec des produits régionaux et des souvenirs. Au total on dénombre 120 kiosques.

Le service de sécurité, assuré dans le passé, par la police, l'est actuellement par un organisme privé. Le maintien de la propreté est assurée par les bénévoles de la maison d'enfants. La société anonyme Tesla assure depuis nombreuses années, en tant que sponsor, le circuit interne de téléphone.

C. 2 Impacts réels de la manifestation sur les PME axées sur le tourisme

Outre son apport en termes culturels, le festival a des effets économiques. Les entrepreneurs spécialisés dans la gastronomie gagnent autour de 2,8 – 3,2 millions Sk (75.600 – 86.500 €). La vente des autres produits rapporte 1,8 million Sk (48.600 €). Il s'agit d'estimations faites par les organisateurs, basées sur leurs observations. Jamais aucune étude économique du festival n'a été effectuée.

C'est une micro entreprise (pas de salariés), qui s'occupe de la vente de produits gastronomiques pendant le festival, depuis 13 ans. Son chiffre d'affaires généré lors du

festival varie de 3,7 à 7,5 % selon les années. Un autre kiosque gagne régulièrement autour 75 mille Sk (2 000 €) sur trois jours, ce qui représente 4,2 % de son chiffre d'affaire. Cette petite entreprise embauche un salarié. En dehors de la période du festival, le propriétaire de ce kiosque tient un petit commerce dans le village. Une troisième petite entreprise, de 2 salariés vend des boissons et gagne lors du festival 6 – 8,5 % de son chiffre d'affaire annuel.

Le logement pour une partie des participants (à peu près 100 personnes) est payé par les sponsors. Ces prestations rapportent aux propriétaires à peu près 2,7 millions Sk (73.000 €). Il s'agit aussi d'une estimation. Nos statistiques montrent que 26 % des participants du festival ont besoin de logement, dont 39 % pour 2 nuits et 32 % pour une nuit. Presque 19 % des participants sont logés chez leur famille ou chez leurs amis, 17 % dorment dans une tente et 27 % des visiteurs reviennent chaque jour, parce qu'ils habitent dans le voisinage.

La location de chambres d'hôtes rapporte très peu d'argent pour les propriétaires, cela représente de 3 à 5 % des recettes annuelles. La rentabilité la plus importante revient au loueur de châlets en bois près du village. Son chiffre d'affaire augmente grâce aux clients du festival de 10 %.

Nous avons déjà parlé de centaines de familles tchèques, polonaises ou hollandaises, qui programment leurs vacances dans la Basse ou Haute Tatra pendant la première semaine de juillet. Ils fréquentent le festival régulièrement. Les ensembles folkloriques étrangers (surtout de pays tels que la Hongrie, Pologne, République Tchèque, mais aussi du Sénégal, du Mexique, de Nouvelle Zélande) viennent une semaine avant le festival et proposent des manifestations dans plusieurs hôtels des Tatras. Les organisateurs ont appelé ces actions « l'ouverture de saison d'été dans les Tatras ». Il s'agit d'une promotion du festival et en même temps d'une invitation.

Un groupe de 20 touristes japonais viennent régulièrement tous les ans. Ils sont amoureux des danses populaires slovaques et savent eux-mêmes les danser. Ils font la promotion du festival et de la Slovaquie au Japon, de même qu'un Canadien. Il s'agit d'une promotion efficace du pays comme une destination touristique intéressante.

Le festival ne dure que 3 jours (ce que regrettent beaucoup des villageois) ; il ne permet donc pas de créer des emplois stables pour la population locale. Dans le projet de création d'un nouvel amphithéâtre, on parle de postes de travail de longue durée au minimum pour 12 personnes (en réalité peut être plus), ce qui permettra de diminuer le taux de chômage dans le village de 10 %. Les opportunités de travail sont offertes également aux chômeurs et aux personnes de faible qualification.

Le maintien des métiers traditionnels est considéré comme un impact indirect du festival sur l'emploi dans le village. Quatre ou cinq métiers traditionnels sont présentés chaque année lors du festival, comme par exemple: la poterie, la dentellerie, la vannerie, la tisseranderie, la ferronnerie, la production de pain d'épice, la broderie, des ou la production d'instruments de musique en bois, y compris le chalumeau, instrument classé par l'UNESCO. Nombreux sont les artisans qui vivent toute l'année de leurs produits qu'ils vendent au marché et lors du festival, qui est, en outre, une occasion de montrer leur talents, pratiques aux visiteurs. Les touristes eux-mêmes peuvent essayer de réaliser des productions.

La retransmission en direct du festival a été effectuée par le passé dans plusieurs pays voisins. Actuellement il n'y a que «le Galaprogramme» transmis le dimanche après-midi en direct. Il y a autant de téléspectateurs pour le festival que pour le circuit de F1 qui est retransmis aussitôt après.

C. 3 Impacts potentiels non atteints, facteurs explicatifs et axes de progrès

Les critères que les organisateurs ont défini comme prioritaires -composition du programme et qualité de sa présentation- ont été bien remplis. Quant à la fréquentation, ce critère était plus difficile à évaluer. Lorsqu'une édition n'a pas touché le public escompté, les organisateurs ont dû chercher des moyens supplémentaires auprès de sponsors. Ils ont cependant toujours réussi à trouver des sponsors.

Une des possibilités pour atténuer la dépendance aux conditions météorologiques peut être de prévoir la vente d'imperméables dans l'amphithéâtre, ou mieux encore, de les donner aux participants avec le ticket d'entrée, qui comprendrait le prix de l'imperméable. Le prix des imperméables pour trois jours n'augmente pas considérablement le prix du ticket, surtout si l'usine qui les fabrique se trouve dans la ville voisine. Les logos du festival, du village ou des sponsors pourraient être imprimés sur l'imperméable.

La renommée du festival n'est pas suffisamment soulignée dans la communication de l'administration régionale. Le conseil régional de Žilina mentionne Východná comme un lieu touristique de haute priorité, mais ce constat mis à part, il n'entreprend pas grand chose pour le soutenir.

Il semblerait également utile d'inciter les propriétaires des maisons en bois de village à accélérer leur reconstruction et la création d'un réseau de chambres d'hôtes. Il n'y a que 300 des 700 maisons de village qui proposent ces prestations. La capacité est double. Le village est réputé pour sa gastronomie, surtout les potages. Ils sont très peu proposés lors du festival dans les cours des maisons (partiellement à cause de dispositifs rigides de l'hygiéniste, mais aussi peu considérés par les entrepreneurs locaux).

La logistique et la mise en oeuvre du festival ont une bonne dynamique. Son évaluation est par contre limitée. Le contenu du programme est élaboré par écrit. Les enquêtes de satisfaction du public sont irrégulières et portent principalement sur le rapport de la population à la culture. Cela tient notamment du fait qu'elles sont effectuées par l'organisme culturel. Les informations portant sur les conséquences du festival en termes économiques et de services sont manquantes. Une évaluation économique sera la base pour la réussite du festival dans les nouvelles conditions.

Beaucoup d'éléments innovants peuvent être apportés par la mairie, surtout dans le domaine des comportements culturels des villageois, de la motivation des entrepreneurs locaux de créer un environnement plus ouvert, plus accueillant, plus dynamique.

D/ Préconisations

D.1 Le lien entre la manifestation et le développement des territoires

La loi de décentralisation est entrée en vigueur il y a 4 ans. Son application réelle date de 2004 (moyens financiers afférents disponibles). Les moyens humains ont tendance à progresser.

Le Conseil régional de Žilina, dans le territoire auquel le village appartient, soutient financièrement le festival. Les moyens sont versés au Centre de culture de Liptov, membre de

l'organisation du festival depuis longtemps. Une autre possibilité de soutien du festival réside dans sa promotion au niveau transnational. Les représentants du Conseil lors de leurs voyages font la promotion de la région, y compris pour le festival. La manifestation est mentionnée dans certains documents de la région.

Cet organisme régional peut aussi transmettre les informations concernant le financement du développement régional au niveau local. Pour une coopération efficace, il manque un partenaire adéquat- une association des acteurs locaux, intéressés par le développement culturel et économique de ce territoire. Il pourrait s'agir d'une association formelle d'entrepreneurs locaux, de propriétaires de maisons en bois, d'artisans, de protecteurs de la nature, etc.

L'interaction entre le ministère de la culture et le ministère de l'économie (qui gère le secteur du tourisme en Slovaquie) devrait favoriser l'intégration d'une dimension économique au festival, notamment en ce qui concerne les ventes de produits. L'agence nationale pour le tourisme fait la promotion des zones touristiques intéressantes et pour des monuments, mais pas des manifestations culturelles quoique intéressantes pour les touristes. Il serait sûrement efficace d'inviter des journalistes étrangers au festival (surtout de pays qui n'ont encore jamais participé – nord de l'Europe, par exemple) et permettre aux autres d'apprécier le niveau de qualité du festival. Les journalistes ont une capacité de promotion du festival indéniable.

D.2 Le lien entre manifestation et développement des PME axées sur le tourisme

L'évènement a, jusqu'à présent, peu intégré de dimension économique, même s'il a eu des retombées dans ce domaine.

Le potentiel offert par le cadre de déroulement de la manifestation (maisons en bois et entrepôts à blé) n'est pas pleinement exploité. L'initiative doit venir des acteurs de terrain. Les propriétaires des bâtiments qui proposent déjà des chambres d'hôtes ou autres prestations pourraient utilement s'associer pour multiplier les possibilités d'hébergement au sein du village.

Ces acteurs, montés en association, pourraient devenir des partenaires importants de la commune mais aussi de la Région ou d'organismes étrangers pour la mise en oeuvre de projets de développement régional. Ils pourraient, en outre, jouer un rôle de veille, s'intéresser aux nouvelles tendances du tourisme, se former, apprendre des langues. Ces différentes fonctions nécessitent l'acquisition de compétences (par exemple, apprentissage de langues notamment...).

Les agences de voyage de la région et des régions voisines pourraient proposer le festival comme partie intégrante du programme de séjour de leurs clients, dans la mesure où celui-ci constitue un évènement d'ampleur reconnu à l'échelle nationale, voire internationale.

Les organisateurs de la manifestation devront définir les objectifs et la stratégie à mettre en place au regard des nouvelles installations. Ils devront en informer leurs partenaires – fournisseurs et sponsors et coopérer avec ceux qui les acceptent et s'y adaptent.

D. 3 Le partenariat entre décideurs locaux et PME axées sur le tourisme

Le village manque de capacités de logement. La mairie peut, grâce à ses compétences, proposer des aides pour d'éventuels investisseurs dans ce domaine et proposer des mesures fiscales avantageuses pour inciter motiver à la reconversion de vieilles maisons en chambres d'hôtes.

Pour attirer les touristes en dehors de la période du festival, il serait utile de développer les chemins touristiques dans les montagnes et vallées environnantes du village. Cela nécessite l'accord du gérant du parc naturel.

Le développement de l'agro-tourisme (logement des touristes dans les fermes, le repos en faisant le foin, initiation au travail avec des bêtes) pourrait permettre de diversifier la clientèle.

E/ Conclusions – principaux facteurs clefs permettant de maximiser l'impact touristique de la manifestation

Les facteurs principaux permettant la réussite des manifestations et leur impact positif sur les entreprises axées sur le tourisme sont les suivants :

1. Connaissance des besoins et des attentes des groupes ciblés – la clientèle de la manifestation, en termes de contenu de manifestation et de conditions d'accès (tarifs);
2. Qualité du programme;
3. Communication adaptée aux participants potentiels – campagne publicitaire à travers des journaux, la télévision, la radio dans les régions ciblées ;
4. Emplacement et locaux adaptés à la manifestation, environnement attirant, sécurité ;
5. Démarche participative qui associe les visiteurs aux activités, leur donne l'occasion d'apprendre mais également de pratiquer les activités mises en lumière;
6. Confort même par mauvais temps ;
7. Définition des objectifs de la manifestation, suivi des objectifs et mise en place des dispositifs pour atteindre ces objectifs ;
8. Travail en équipe et intérêt commun pour aboutir aux résultats escomptés ;
9. Connaissances des autres manifestations et identification des éventuelles bonnes pratiques à transférer pour le festival.
10. Eléments innovants du programme, même si le festival reste axé sur la culture populaire.
11. Mise en valeur des traditions populaire et de leur importance pour l'homme moderne.

Les membres du comité d'organisation estiment que la mise en place d'un nouvel amphithéâtre devrait permettre de résoudre un certain nombre des problématiques rencontrées précédemment et faciliter ainsi la conformité de la manifestation aux exigences européennes. Plusieurs points seront précisés prochainement, parmi lesquels : la conception des manifestations dans le nouvel amphithéâtre, la stratégie de commercialisation, le personnel professionnel (souplesse, disponibilité, dynamique, compétences pluridisciplinaires, connaissances des langues, réussir par rapport à la concurrence forte – jusqu'à maintenant un événement, très prochainement au minimum 12 pour l'efficacité économique, etc.), bonne programmation des manifestations (dans de nombreuses villes slovaques sont organisées des manifestations culturelles et sportives sont organisées l'été; dans certaines villes il y a « l'été culturel » aux mois de juillet et d'août).

Une équipe qui associe des professionnels du folklore et des experts en marketing serait bienvenue pour optimiser l'impact de la manifestation, renforcer le lien entre exigence artistique et retombées économiques.