



*CPEL - SEGOU  
REPUBLIQUE  
DU MALI*



L'Office Malien du Tourisme et de  
l'Hôtellerie de Ségou

## ETUDE D'IMPACT

---

REALISEE PAR LE CABINET ACROSE



# Impact socio-économique du Festival sur le Niger (2005-2008)

ETUDE D'IMPACT

# Impact socio-économique du Festival sur le Niger (2005-2008)

---

© Les informations contenues dans la présente publication ne reflètent pas nécessairement l'avis ou le point de vue du Festival sur le Niger ou des commanditaires de l'étude.



Cabinet ACROSE  
Rue 552 Porte 419 Commune V Bamako Mali  
Tel: 279 01 05 / 607 65 58

---

# Sigles et acronymes

ACROSE :	Cabinet, Agence pour la Communication, la Recherche d'Opinion, le Sondage et les Etudes Socio-économiques
AHRTS :	Association des Hôteliers et Restaurateurs de Ségou
AJIC :	Association de la jeunesse pour l'initiative culturelle
APEJ :	Agence pour la promotion de l'emploi de jeune
CAN :	Coupe d'Afrique des Nations
CERFITEX :	Centre de formations en industrie textile a Ségou
CFA :	Monnaie des états de l'Afrique de l'Ouest
CPEL :	Conseil pour la Promotion de l'Economie Locale
CSLP	Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté
FSN :	Festival sur le Niger
GIE :	Groupement à Intérêt Economique
HCNLS :	Haut Conseil National de lutte contre le Sida
IGLAM :	Institut de Gestion et des langues appliquées aux métiers
NDomo :	Atelier de teinture Bogolan
OMATHO :	Office malien du Tourisme et de l'hôtellerie
ONG :	Organisation non gouvernementale
ONT :	Office national des transports
TVA :	Taxe à valeur ajoutée
USAID:	united States agency for International development

---

# Table des matières

<b>PRESENTATION DE L'ETUDE</b>	3
Le Festival sur le Niger	3
Etude d'impact du Festival sur le Niger	3
Contexte de l'étude	3
Objectifs et résultats attendus de l'étude	4
Méthodologie	4
<b>CHAPITRE 1 : PRINCIPAUX RESULTATS STATISTIQUES</b>	5
1.1. Statistiques propres de l'étude	5
1.2. Les retombées économiques directes	7
1.2.1 Répartition géographique des entreprises	7
1.3. Les retombées économiques indirectes	8
1.4. Les retombées sociales	9
<b>CHAPITRE 2 ANALYSE DE L'IMPACT DU FESTIVAL</b>	11
2.1 Impact économique	11
2.2 Impact social	14
2.2.1 Création d'emplois	14
2.2.2 Socialisation : des relations fraternelles et amicales	15
2.2.3 Estime de soi de la population	15
2.2.4 Développement du tourisme solidaire	16
2.2.5 Les effets négatifs sont d'ordre social	17
2.3 Impact culturel et touristique	17
2.3.1 L'image de Ségou	17
2.3.2 Du transit à la destination touristique	18
2.3.3 Renaissance de la culture Bambara	19
Développement de la culture	19
Résistance de la culture	20
Promotion de la culture	20
La renaissance du banco rouge	20
Promotion du bogolan	21
2.4. Impact environnemental	22
2.5 Incompréhensions	22
2.6 Recommandations	24
<b>CONCLUSIONS</b>	26
Référence d'articles et ouvrages	27
<b>ANNEXES</b>	28
Echantillonnage	28
Outils	29

---

# Présentation de l'Etude

0

## ***Le Festival sur le Niger***

Le Festival sur le Niger est né d'une initiative longuement réfléchie et du rêve des entreprises touristiques et culturelles de Ségou de créer un événement unique, mettant en valeur toute l'activité attractive de leur belle ville et sa région.

Soucieux de faire vivre leur ville, les habitants et les acteurs de la vie sociale et économique de Ségou s'unissent alors vers un même but : ouvrir une perspective radieuse au développement durable fondé sur un tourisme culturel, où la rencontre et l'ouverture au monde priment sur la consommation. C'est dans le cadre de cette mouvance que le Festival sur le Niger est organisé chaque mois de février, depuis 2005, avec des objectifs précis comme l'appui à l'économie locale, création d'une plateforme internationale d'échanges, faire de Ségou la capitale des arts visuels et du Festival un point de rencontre incontournable pour les professionnels du spectacle et une référence dans les domaines artistique.

## ***Etude d'impact du Festival sur le Niger***

*S'interroger sur l'impact économique d'un Festival est une préoccupation à la fois ancienne et récurrente. La première étude de ce type, qui date de 1969-1970, concernait un événement emblématique, le Festival d'Avignon. Au fil du temps, les préoccupations économiques se sont déplacées pour se rapprocher des aspects comme l'emploi. Actuellement, les principes qui fondent les méthodes d'études d'impact sont ceux issus des études et de la réflexion récente sur la pratique développée dans les pays Anglo-Saxons – essentiellement en Amérique du Nord.*

**E**n été 2008, le Conseil pour la Promotion de l'Economie Locale (CPEL) a souhaité engager une étude sur les impacts du Festival sur le Niger. Aidée en cela par son partenaire, l'Office malien du Tourisme et de l'hôtellerie (OMATHO), à travers sa branche de Ségou, les deux structures ont confié la réalisation de ce travail à un Cabinet, Agence pour la Communication, la Recherche d'Opinion, le Sondage et les Etudes Socio-économiques (ACROSE), établi à Bamako.

## ***Contexte de l'étude***

**S**elon l'évaluation du Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté (CSLP), la culture, en tant que facteur de développement économique, a contribué à la lutte contre la pauvreté en termes d'emplois et de richesse à travers l'organisation des manifestations culturelles et de développement des industries et des entreprises culturelles. La présente étude s'inscrit dans le cadre du CSLP2 et du PDES qui prévoient le développement des manifestations culturelles, la valorisation du patrimoine culturel et artistique national, et la promotion de la culture comme facteur de développement économique de paix et de stabilité. Il répond à la mission ministérielle du département du tourisme et de la culture sur la promotion touristique et le développement d'une culture ancrée dans les valeurs de la société malienne et de la civilisation universelle. L'étude s'inscrit également dans le cadre des objectifs du CPEL notamment la création de bases d'une économie compétitive et durable et de soutien à la promotion de l'économie.

---

### ***Objectifs et résultats attendus de l'étude***

L'objectif général de l'étude est d'évaluer, par une analyse quantitative et qualitative, les retombées économiques et sociales du Festival sur le Niger. L'étude doit déboucher sur :

- La mesure de la richesse générée sur l'économie locale par l'évaluation des flux monétaires ;
- La mesure des effets positifs et négatifs entraînés par le Festival ;
- La mesure des effets de redistribution dans l'économie locale ;
- La mesure de l'impact social et du bénéfice sociétal ;
- La mesure d'image et de notoriété ;
- La compilation d'un tableau de recommandations pour une meilleure réussite du Festival ;
- La livraison d'un rapport d'étude complet, comprenant une analyse pointue.

### ***Méthodologie de l'étude***

Cette analyse économique accorde l'importance à deux types d'effets : directs et indirects. Les effets directs sont les effets de premier tour des dépenses des spectateurs ou visiteurs non locaux en billetterie, restauration, hébergement et commerce de détail (dépenses des établissements concernés). Les effets indirects correspondent à la répercussion des tours additionnels de recirculation des sommes initiales par le biais des dépenses des entreprises locales et des autorités locales. Les effets induits qui n'ont pas été pris en compte dans cette étude pour manque de données, sont les répercussions produites ultérieurement par les effets directs et indirects et causées par les salariés d'entreprises locales bénéficiaires dépensant une partie de leurs rémunérations dans d'autres entreprises locales. L'impact social évalue les liens entre les festivaliers et la population locale et aussi les emplois locaux supplémentaires créés.

Sur la base des principes énoncés précédemment pour l'étude, la méthodologie suivante a été adoptée : dans un premier temps, une revue de la documentation existante a été effectuée. Tous les documents clefs, y compris ceux de l'OMATHO, du Festival, des collectivités, de l'administration et surtout de la direction régionale du plan et aussi les articles locaux, nationaux et internationaux, ont été exploités. L'approche qualitative a été privilégiée comme méthodologie afin de réduire les coûts et délais de l'étude.

Les instruments de collecte des données (questionnaires et guides d'entretien) ont été conçus et évalués par les commanditaires. Les guides d'entretien ont été adressés aux principaux acteurs du développement économique, social et culturel de la région. Quatre enquêteurs ont été engagés pour le travail de terrain. Un échantillon a été retenu pour administrer et valider les questionnaires. Après la collecte, les données ont été rassemblées et analysées avec le logiciel SPSS pour mesurer les résultats et les changements au niveau des effets sur la région.

L'échantillonnage a été fait tenant compte de la composition de la société, des couches socioprofessionnelles et de la représentativité des deux sexes. L'échantillon concerné par les questionnaires est de 150 personnes choisies.

# Principaux Résultats statistiques

## Chapitre

# 1

## 1.1 Statistiques propres de l'étude

Dans le chapitre précédent est décrit comment nous avons obtenu les données. Dans le chapitre suivant nous analyserons les données. Les données suivantes sont issues du traitement des questionnaires administrés auprès des 150 personnes enquêtées et de 20 interviews avec le guide d'entretien.

### 1.1.1 Effets positifs du Festival

Huit (08) éléments ont été cités ; chaque élément cité au moins par 10% des répondants :

◆ Gain et augmentation de chiffres d'affaires	(51%)
◆ Image de la région	(51%)
◆ Valorisation de la culture locale	(42%)
◆ Développement de l'économie locale	(37%)
◆ Création d'emploi	(33%)
◆ Promotion des relations sociales et brassage culturel	(33%)
◆ Progrès dans l'environnemental et assainissement	(15%)
◆ Investissement dans la région	(10%)
◆ Animation / Distraction	(09%)

**COMMENTAIRE** Plus de la moitié des enquêtées ont cité l'augmentation des chiffres d'affaire, l'image de la région de Ségou, la valorisation de la culture locale.

### 1.1.2 Effets négatifs du Festival

Six (07) éléments ont été cités ; chaque élément cité au moins par 5% des répondants :

◆ Diffusion des maladies sexuelles	36
◆ Prostitution & débauche	26
◆ Vol	11
◆ Alcoolisme	11
◆ Toxicomanie	08
◆ Insécurité	08
◆ Aucun effet négatif	24

**COMMENTAIRE** 73% des personnes interrogées ont répondu à la question. 18% trouvent qu'il n'y a pas d'impacts négatifs. 60% des répondants craignent les maladies sexuelles et la débauche ; 12% à l'alcoolisme et la drogue.

### 1.1.3. Recommandations

◆ Amélioration de la Communication		60
Sensibilisation	37	
Information	23	
◆ Large implication des locaux		44
◆ Renforcer la sécurité		33
◆ Appui financier et logistique de l'état au Festival et acteurs		29
◆ Réformes dans la programmation		27
◆ Diminution du prix élevé des billets		14
◆ Amélioration des conditions d'hébergement		23
◆ Formation de personnel		14
◆ Diminution du prix des produits et services		14
◆ Faire appel aux artistes locaux		14
◆ Investir dans le développement local		13

**COMMENTAIRE** Toutes les personnes approchées n'ont pas fait de recommandations. Sur les 184 interventions regroupées en 11 catégories, l'amélioration de la communication vient en tête (40%), suivie de l'implication large des locaux (29%) et la sécurité (22%).

## 1.2 Les retombées économiques directes

Le budget pour l'organisation du festival des quatre éditions est estimé à **592 000 000** millions F CFA dont **201 678 925** FCFA pour l'édition 2008.

Plus de 150 entreprises différentes ont été sollicitées. Les achats ont été réalisés selon la politique définie et appliquée par les organisateurs du festival, à savoir la stratégie dite de « l'escargot ». Le centre d'approvisionnement est la ville de Ségou. Pour chaque besoin, on interroge d'abord les fournisseurs installés dans cette ville. En cas d'impossibilité de répondre aux besoins du festival, on élargit progressivement le cercle géographique des recherches.

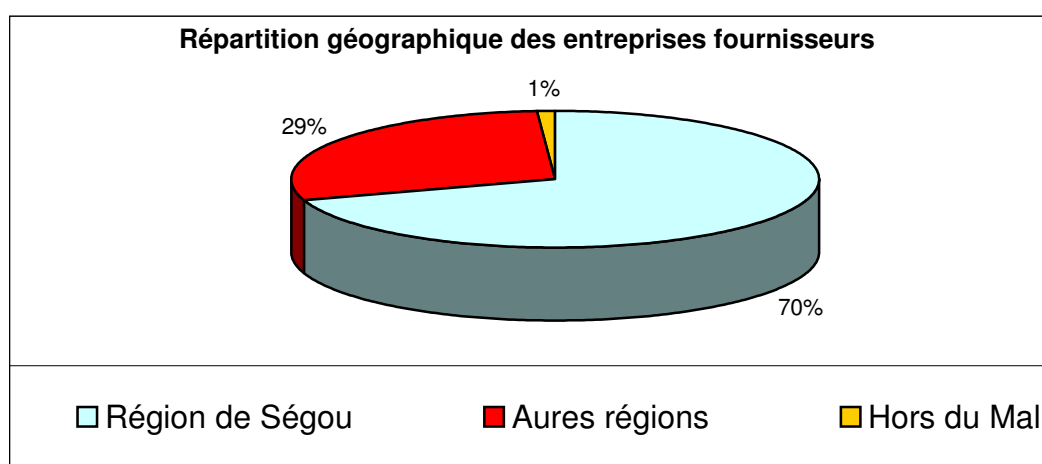
### 1.2.1. Répartition géographique des entreprises

Les documents administratifs du Festival indiquent que l'équipe d'organisation travaille avec plus de 50 entreprises, ONG et GIE (Sakirou, GIE Inacoco, Yelen, le collectif des artistes plasticiens de Ségou, ESEF, SEDONI, Blonba, Wale, Intervida, Somatra, Bittar Trans, AIGS, etc.) permettant à ces entreprises de faire des revenus avant, durant et après le Festival. Ces entreprises se trouvent à Ségou, dans les autres régions du Mali et à l'étranger.

<i>Territoire</i>	<i>% d'entreprises</i>
Région de Ségou	70
Autres régions du Mali	29
Hors du Mali	1

Source : documents administratifs du Festival

#### GRAPHIQUE



#### COMMENTAIRE

La grande majorité des entreprises sollicitées se situe dans la région de Ségou (70%), la ville de Ségou en tête. Les achats effectués par la commission d'organisation dans la région de Ségou représentent 70% du montant total. 29% des dépenses sont effectuées auprès d'entreprises nationales et 1% à l'étranger.

## 1.3 Les retombées économiques indirectes

Devant l'impossibilité de recenser l'ensemble des retombées financières sur tous les commerces profitant de près ou de loin au Festival, mais aussi face aux réticences des personnes à communiquer leurs données financières et comptables, nous avons dégagé quelques chiffres significatifs.

### 1.3.1. Les retraits d'argent

Les agents des banques et des caisses d'épargne reportent une grande affluence et la hausse des opérations sans donner de chiffres.

### 1.3.2. Les dépenses des festivaliers

Selon les données de l'OMATHO le nombre total de festivaliers pour la dernière édition est estimé à 15 000 parmi lesquels 5 000 sont non résidents.

	Nombre festivalier	Coût moyen	Montant total
Hébergement	5 000	9 000	45 000 000
Restauration	5 000	6 000	30 000 000
TOTAL/Jour			75 000 000
Total 4 jours			<b>300 000 000</b>
<hr/>			
Transport	5 000	3 600	18 000 000
Autres	5 000	5 000	25 500 000
Totaux			<b>343 000 000</b>

Sources : Poste contrôle, Somatra et OMATHO Ségou

**COMMENTAIRE** Cette moyenne basse (9 000 F) s'explique par la très forte proportion de personnes logées en camping gratuit, à leur domicile, chez des amis ou de la famille. Ces dépenses sont réparties entre les différents stands de restauration sur le site du festival, les marchands ambulants, les vendeurs de café, les restaurants, gargotières, la grande distribution et les commerces ségoviens (et alentours). Tenant compte qu'une bonne partie (1 000) mange dans les familles et chez les parents et qu'ils ne paient pas, nous avons retenu le tiers des festivaliers (5 000) comme ceux qui participent aux dépenses alimentaires. Une moyenne de 6 000 F CFA pour la nourriture et la boisson a été obtenue par simple calcul : 2000 festivaliers nationaux à 6 000 F, 2000 festivaliers étrangers à 7 500 F et 1 000 personnes qui vont gratuitement dans les familles.

Pour le transport, une moyenne de cinq cents (500) véhicules arrivent au Festival selon les registres des deux postes de contrôle donnant accès à Ségou. Ces véhicules amènent 1 000 personnes. Les autres (4 000 festivaliers) utilisent le transport en commun ; et les prix des billets retour (3 000 F CFA) restent à Ségou.

Les autres dépenses sont constituées de cartes téléphoniques, de cadeaux et autres.

Les dépenses des festivaliers sont évaluées à 343 000 000 F CFA pour l'édition 2008 soit 68 600 F CFA par festivalier. Nous pouvons donc évaluer les dépenses des festivaliers pour l'ensemble des quatre éditions.

Périodes	Nombre festivaliers	Coût moyen par festivalier	Montant total
2005	500	68 600 F	34 300 000
2006	1 500		102 900 000
2007	3 000		205 800 000
2008	5 000		343 300 000
Totaux			<b>686 000 000</b>

Sources : Commission billetterie du Festival

Les dépenses des festivaliers sont évaluées à **686 000 000 F CFA** pour les quatre éditions.

## 1.4 Les retombées sociales

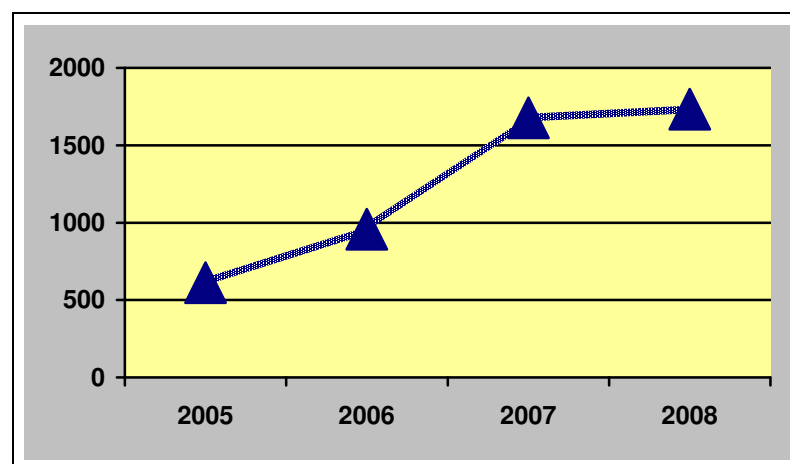
### 1.4.1 Emplois créés par le Festival

L'impact social direct, en terme d'emplois, est l'ensemble des emplois créés par le Festival. L'impact social indirect fait référence aux emplois liés aux dépenses des festivaliers en dehors du site. Le nombre d'emplois créés par le Festival est impressionnant comme le montre le tableau suivant :

	Emplois permanents	Emplois temporaires	Total
2005	26	586	<b>612</b>
2006	44	914	<b>958</b>
2007	54	1624	<b>1 678</b>
2008	73	1660	<b>1 734</b>

Source : Etude OMT 2005 (mise à jour par extrapolation)

#### GRAPHIQUE



La courbe d'évolution des emplois créés

**COMMENTAIRE** Les emplois directs et indirects créés par le Festival s'élève à **4 982** pour les quatre éditions. Les emplois indirects dépassent de loin les emplois directs.

Les emplois créés sont : GIE d'assainissement, piroguiers, vigiles et gardiens, décorateurs, potières, teinturières, chauffeurs, menuisiers, hôtesse, barman, serveurs, informaticiens, électriciens, guides, interprètes, l'équipe du Festival, etc.

#### **1.4.2 Revenu chez l'habitant**

L'estimation du revenu des habitants pour l'hébergement est fournie dans les dépenses des festivaliers *(Deux millions quatre cent mille de franc CFA)*.

# Analyse de l'impact du Festival

Cette analyse a pris en compte :

- L'exclusion des dépenses des résidents locaux et/ou des visiteurs occasionnels ;
- Pour aboutir aux jugements, les critères de l'analyse ont été appliqués à partir des constatations ; les conclusions sont déterminées à partir des jugements
- La prise en compte de l'emploi comme impact social et non économique.

## 2.1. IMPACT ECONOMIQUE

Dans ce chapitre, nous nous intéressons précisément à la hausse nette de l'activité économique due aux injections externes ou nettes de nouvelles dépenses dans la zone comme résultat direct de l'existence du Festival. Les dépenses sont celles des festivaliers non locaux qu'on peut attribuer au Festival, c'est-à-dire les dépenses nettes faites à Ségou et dans sa région. Les festivaliers non locaux doivent être compris au sens large car ils peuvent aussi inclure, de l'extérieur de la zone, des artistes, des techniciens artistiques, des journalistes, des vendeurs, des commanditaires, des investisseurs, etc.

Avant de fournir les résultats de l'étude, quelques observations faites sur la confrontation des constats et des données peuvent être faites :

- ◆ Une augmentation de la nuitée marchande à Ségou de 5 000 avant le festival de 2005 à 13 333 en 2007 soit une augmentation de **266%**;
- ◆ Une dépense quotidienne de 68 600 F CFA plus importante que la moyenne des touristes étrangers qui ne dépensent que 30 000 /personne/jour d'après les sources de l'OMATHO;
- ◆ Des retombées économiques directes de 592 000 000 F CFA en quatre éditions (budget cumulé du festival en quatre ans) ;
- ◆ Des retombées économiques indirectes et induites de 686 000 000 F CFA en quatre éditions ;
- ◆ Une contribution des touristes nationaux ;
- ◆ Un achat direct aux entreprises locales sur le budget du Festival ;
- ◆ Une collaboration directe ou indirecte avec 30 entreprises locales ;
- ◆ Un flux monétaire (non estimé) est constaté dans les banques et Western Union.

*Par cumul des effets directs et indirects, sur le plan économique, les quatre éditions du Festival sur le Niger ont contribué à hauteur d'un milliard deux cents quatre vingt six millions (1 286 000 000 F CFA) au développement économique de la région.*

### 2.1.1. Des activités déclineront sans le Festival.

Le tourisme, qui joue une part importante parmi les sources de revenus des jeunes de 21 à 40 ans et des entreprises ségoviennes, déclinerait dans la région si le Festival mettait fin à son existence. Selon les données de l'OMATHO, le nombre de touristes a augmenté de 300% dans la région depuis la première édition (de 1 500 en 2005 à 8 000 en 2007).

<b>Festival sur le Niger</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008 (1<sup>er</sup> semestre)</b>
Nombre d'arrivées	1 500	4 500	8 000	<b>6 700</b>

Source : OMATHO

Le déclin du tourisme entraîne avec lui le déclin de la vente des objets d'art, une baisse nette des revenus et chiffres d'affaires des guides, des hôtels, des restaurants, de la location de véhicules, des taxes, etc. Certaines affaires sont des produits directs du Festival. Soumaila Traoré, commerçant à Médine crie haut et fort : « *C'est grâce au Festival que je suis commerçant et je continue à gagner ma vie. Dieu merci* ». Selon Mr Fofana, gérant de l'hôtel Delta, « *l'arrêt du Festival entrainera le ralentissement de l'activité d'hôtellerie et de restauration et même la fermeture de certains hôtels* ». Comme conséquence, une partie importante de la population serait affectée au chômage et elle replongerait dans la pauvreté qui est le thème central dans la préoccupation des autorités et des citoyens.

### 2.1.2. Des injections nettes importantes dans les recettes annuelles.

Le Festival est une opportunité de gain et d'augmentation du chiffre d'affaires. 51% de la population reconnaît qu'elle tire profit du Festival. Yaya Traoré, réparateur de moto à Hamdalaye témoigne : « *Nous réparateurs, nous recevons beaucoup de motos en pannes malgré que cela n'est pas notre souhait. Je souhaite encore d'autres initiatives de ce genre pour la ville de Ségou* ». Mariam Coulibaly, vendeuse de pots à Sokalakono ajoute : « *Le festival est très important pour nous les potières parce qu'au moment du Festival, nous vendons beaucoup et nous gagnons de l'argent surtout avec les étrangers* »

La part des injections nettes dans les recettes annuelle est importante. Les témoignages montrent que les affaires concernées directement par le Festival y font au moins le tiers de leurs recettes annuelles. Madame Mamy Chou promotrice de restaurant avoue : « *les recettes du Festival, chez les hôteliers, sont égales à 4 mois de recettes en temps ordinaire* ». Le Manager du restaurant Soleil de Minuit confirme ce témoignage : « *nous multiplions par 5 nos revenus au cours du Festival. Du 25 janvier au 05 février, nous faisons 60 à 65% de nos recettes annuelles* ».

Il faut souligner que les touristes maliens qui sont estimés à 3 000 contribuent à hauteur de 15% à ces entrées. Les injections se répercutent également sur le budget de l'état. Les recettes fiscales engendrées par le Festival proviennent des taxes et TVA. Sachant que le Festival rapporte, la direction des impôts réclame, immédiatement dans la semaine qui suit le Festival, les contributions en impôts et taxes auprès des hôteliers et restaurateurs. Les services téléphoniques et d'énergie réclament à la même période le paiement des factures.

### 2.1.3 Des investissements pour accroître les recettes

- ◆ L'augmentation du nombre de festivaliers et de touristes est un signe de confiance. Selon Michel Bamia de l'Espace culturel Badjidala, « avec la confiance et du fait que Ségou soit devenue une destination touristique et un lieu fréquenté toute l'année, les opérateurs investissent beaucoup ». Le gérant de l'Hôtel Résidence n'hésite pas à partager ses investissements : « notre établissement a investi pour préparer le Festival : 10 nouveaux climatiseurs ont pris la place des monoblocs, les chambres ont été peintes, un minibar a été créé au niveau de la réception et l'enceinte de l'autel a connu une décoration florale ». Des hôtels comme Djoliba, Savane ont élaboré et exécuté un plan d'extension pour couvrir les besoins d'hébergement qui se font sentir dans la ville.



Le chantier de l'hôtel Yeleni à Sébougou

Les opérateurs investissent énormément dans la ville et cette tendance se renforce avec l'augmentation annoncée et attendue du nombre de festivaliers pour 2009. Les opérateurs économiques spécifiquement les hôteliers de la ville de Ségou ne sont pas restés en marge des initiatives d'investissement :

- ◆ Construction de nouveaux hôtels : Al Mounia, Sikoro, Dounanké, Badala, le Faro, etc.
- ◆ Extension du restaurant Soleil de Minuit et des hôtels Delta, Djoliba, Savane, Mivera ;
- ◆ Ouverture d'espaces culturels (Ariane, Café des arts et Siphinso), de bar resto (« Gafouland » à Pelengana), Alphabet et boîte de nuit Mobaso.

Les investissements ne concernent pas seulement les opérateurs mais les familles qui hébergent, surtout pour ce qui concerne l'équipement et la peinture des chambres d'accueil.

### 2.1.4 Une partie importante des injections reste dans la région.

Le Festival laisse une part importante des ressources générées dans la région de Ségou. Selon son administration, 70% des effets directs restent dans la région soit 420 000 000 F CFA. Les effets indirects des éditions (686 000 000 F CFA) sont des fonds qui sont intégralement dépensés à Ségou par les festivaliers.

## 2.1.5 Promotion de la production locale, nationale et africaine

Le Conseil pour la Promotion de l'Economie Locale (CPEL) est solidement appuyé par le Festival depuis sa création, et fait depuis trois ans le management de l'économie de Ségou. Grâce à cette structure, la production, la transformation et la commercialisation sont aujourd'hui mutualisées à Ségou. Les opérateurs économiques et culturels travaillent en synergie et essaient de voir ce que sera leur région dans les cinq ou les dix ans à venir. Le CPEL organise chaque année en partenariat avec le festival une foire artisanale et agricole sur le site du Festival avec quatre-vingt-neuf stands occupés par des exposants venant du Mali mais aussi du Bénin, du Burkina Faso, de la Mauritanie, du Niger et d'autres pays. La foire agricole permet aux producteurs et transformateurs de la région de faire la promotion de leurs produits, et aux visiteurs de découvrir nos gourmandises. A titre d'exemple, le Centre *Siminyesigi* a noué un partenariat fécond en Espagne, où elle écoule ses produits. Astan Boly qui fait nourrir une partie importante des festivaliers a remarqué un engouement des blancs pour la consommation du fonio ségovien.

Nadié Diarra, promotrice de Bogolan à la galerie Soroblen, apprécie les activités de promotion du Bogolan (deux ateliers manuels sur le Bogolan sont inscrits au programme du FSN chaque année), qui leur permettent de doubler leurs ventes les mois avant, pendant et après le Festival.

## 2.2. IMPACT SOCIAL

### 2.2.1 Création d'emplois

L'impact social le plus remarquable est la création d'emplois citée par 33% des répondants. La dernière édition du Festival a créé 1 734 emplois dont 73 directs et en quatre ans, le Festival sur le Niger a généré 4 982 emplois et du coup il devient le premier employeur de la région. Des témoignages confirment ces chiffres livrés par l'OMATHO et le FSN. Sada Samaké, réceptionniste de 34 ans, affirme que le « Festival crée plus de 5 000 emplois pour la population dont lui-même ».

Tout le monde fait appel à la main d'œuvre supplémentaire. Hubert Koucou, gérant de l'hôtel Résidence affirme qu'il embauche 4 personnes pour le Festival : un agent de sécurité, un serveur et un réceptionniste tous payés à 5 000 F (7,6 Euros) par jour ; un cuisinier payé à 10 000 F CFA (15,2Euros) par jour. La gargotière située sur le site qui n'emploie que deux personnes en temps ordinaire, engage 10 personnes supplémentaires pour le Festival. Souvent, la famille vient en appui. La galerie *An ka an filè*, selon Souleymane Dembélé, engage le personnel familial qui est payé à la fin du Festival. Drissa Keita, hôtelier avoue qu'il emploie 8 personnes en plus de ses 2 femmes et son fils pour son restaurant. Dans certains établissements, Auberge par exemple, le personnel bénéficie des heures supplémentaires malgré l'engagement du personnel d'appui.

Les emplois directs issus du Festival concernent surtout l'administration, la restauration, l'aménagement, l'accueil, l'hébergement, la régie, la logistique et autres. Mais ces emplois étant très peu significatifs (73 pour l'année 2008), il y a lieu de valoriser les emplois indirects (1 660) et induits liés aux excursions touristiques comme les emplois indirects liés à la restauration et autres (maçons, menuisiers, architecte, guides, etc.). Il ne faut pas aussi négliger les emplois indirects et induits liés aux retombées des touristes « amateurs d'art contemporain » qui n'ont pas été estimés.

Une partie des répondants (11%) exigent une implication large des jeunes du quartier, des autorités locales et de l'administration. Par implication, ils citent l'enroulement dans la commission d'organisation, la représentation de chaque association ou groupe de jeunes, l'engagement sur contrat, etc. En fait, ces personnes ne sont pas informées de la création des 73 emplois directs et 1 660 emplois indirects. Aussi, le Festival collabore avec toutes les autorités municipales et administratives et une dizaine d'associations locales notamment : le Ndomo, le collectif des artistes plasticiens, l'association Yelen, l'association des hôteliers, l'association Sinignesigi, Inacoco, GIE NOKO KELE, la Jeune Chambre Internationale, la Coordination des jeunes de Ségou.

### **2.2.2. Socialisation : des relations fraternelles et amicales, un espace d'échange**

Le Festival a permis le regroupement familial temporaire au niveau de la région. Des expatriés ségoviens reviennent désormais chaque année rendre visite aux parents, rencontrer leurs amis, s'imprégner dans leur culture et faire des nouvelles amitiés. On peut citer le cas de l'expatrié, Awa Cheick Traoré, qui vit en Amérique depuis 20 ans et qui ne venait pratiquement pas dans sa ville natale mais qui vient désormais chaque année à la période du Festival.

Les ressortissants de Ségou programment leurs congés pour la semaine du Festival. Il viennent pour les rencontres et les récits des aventures de jeunesse pour éjecter la nostalgie. Ousmane Diallo, un ressortissant travaillant à Bamako, rapporte : *« le Festival est l'occasion de voir des amis qu'on ne rencontre pas ici à Bamako. Nous nous téléphonons seulement ici et on se donne rendez-vous au Festival. Ma famille sait désormais que je viens au début du mois de février ; mes frères et sœurs se programment pour la période. Ce sont les retrouvailles, la joie et le Festival »*. Le Festival est aussi l'opportunité de tisser des relations avec les maliens des autres régions et les africains venus des pays voisins. Par exemple, Mme Traoré Korotimi, présidente de l'Association Sinignesigi, confie : *« Pour moi, le Festival sur le Niger est une opportunité ... de se faire connaître et de tisser des relations avec les maliens et les étrangers. Si Dieu me prête longue vie, l'association sera présente à toutes les éditions »*.

Le Festival a créé beaucoup de liens entre les ressortissants de Ségou et les expatriés internationaux selon 31% des personnes demandées. La vie dans les familles a permis d'échanger, de se connaître et de faire des plans pour l'avenir. Certaines relations deviennent intimes aboutissant souvent au mariage. Daouda Dembélé, artiste à Ségou, raconte qu'il a rencontré au cours du Festival la femme de sa vie et il passe désormais sa vie entre Ségou, sa ville natale, et l'Europe le continent de sa nouvelle épouse.

### **2.2.3 L'Estime de soi**

Le Festival est devenu une fierté communautaire pour les habitants de la région de Ségou. Après quatre éditions, 100% des ségoviens connaissent le Festival, son site et sa période. Il y a également un pas très important vers l'appropriation lorsque les ségoviens pensent que le Festival est le leur et, comme le signale Aguibou Tall, menuisier de 40 ans, « toute la population de Ségou peut se glorifier du nom de ségovien ».

Le Festival sur le Niger a apporté l'auto - évaluation au sein de la population en faisant naître l'estime de soi chez le ségovien qui est désormais conscient de la valeur que peut créer sa ville eu égard à cette grande attraction du monde entier.

Le ségovien a pu mesurer son niveau de vie en concordance avec ses valeurs. Cette appréciation positive est inscrite en mémoire et s'attache au concept de soi chez les natifs de la région. Dramane Traoré, originaire de Ségou et résidant à Bamako témoigne : « *Nous ségoviens, depuis le lancement du Festival, nous parlons à nous même différemment, nous nous voyons d'une autre manière, nous sentons que nous sommes autres que les ségoviens pauvres retranchés dans un coin perdu du Mali. Tout cela à cause de notre Festival* ».

L'appropriation du Festival est devenue une réalité car on entend maintenant les habitants de la ville dire « **Notre Festival !** » et cette image mentale du Festival contribue grandement au degré d'estime des ségoviens. L'importance particulière de l'estime de soi des ségoviens repose sur sa place cruciale dans leur identité : l'identité ségovienne. Cette bonne estime de soi facilite l'actualisation du potentiel comme être humain et en s'estimant le ségovien tend à mettre ses aspirations de l'avant et à se développer.

Le Festival est perçu comme une fierté dans le contexte de développement ; les ségoviens citent le Festival parmi les événements progressistes de la région. Mamoudou Djiré, pêcheur sur le fleuve Niger souligne : « *Biton a créé le royaume de Ségou ; Da Monzon a fait étendre le Royaume de Ségou ; Modibo Keita a donné l'indépendance et le Festival de Ségou a fait renaitre notre nom en attirant les étrangers pour leur montrer notre culture et en nous donnant l'opportunité de vivre mieux en travaillant et en vendant notre culture* ».

#### **2.2.4 Développement du tourisme solidaire - Hébergement chez l'habitant**

Par souci de rencontres et d'échanges optimisés entre les populations et les festivaliers, le festival a mis en place un système de *logement chez l'habitant* permettant l'hébergement des centaines de festivaliers chez des ségoviens. Le système de logement chez l'habitant, qui est un indicateur de partage d'expérience et de participation de la communauté, a permis de tisser des liens. Kassoum Diabaté, Directeur régional du développement social et de l'économie solidaire à Ségou, avoue que personnellement le Festival lui a permis d'avoir des relations d'amitié avec des américains qui profitent à sa famille, à lui-même et à son service.

Certains touristes partent loger dans les familles par simple plaisir de connaître nos communautés et de promouvoir la coopération nord-sud débouchant sur des gestes caritatives de la part des touristes nantis dont nous citerons quelques exemples : des touristes ont donné des fonds de lancement d'entreprise à de jeunes chômeurs, certains ont eu la somme de se construire une maison. Fyfa Dembéle avoue avoir reçu la somme de trente millions de FCFA pour l'achat d'une maison domiciliée à Médine - Ségou tandis que d'autres ont eu les frais de soins sanitaires. Tidiane N'Daou, artiste, témoigne qu'il a été aidé par des européens par une somme de 850 000 FCFA, ce qui lui a permis d'aller faire des prestations dans plusieurs pays européens dont la France et le Luxembourg.

Les fonds initiaux reçus par les familles d'hébergement constituent des revenus directs des ménages. Ces fonds ne sont pas mesurables dans la mesure où le nombre d'accueil n'est pas connu. Le festival a recensé 200 personnes, sur la base des réservations, payant 3 000 F CFA par jour, et apportant par simple calcul 2 400 000 F CFA aux ménages ségoviens. Selon un guide, seulement le quart des personnes logées dans les familles sont enregistrés, un nombre important se trouve des logeurs par correspondance ou dès leur arrivée à Ségou.

Les revenus acquis par les familles sont dépensés dans le réapprovisionnement du stock pour les ventes futures, dans les frais d'entretien (bâtiments, installations et équipements), dans l'investissement, les frais d'école des enfants ou les soins médicaux, etc.

L'engagement des fonds en prévision des investissements et d'entretien permet ainsi d'instaurer une relation d'interdépendance et de partenariat entre les entreprises locales. Une dynamique économique locale est créée avec la mise en relation des acteurs économiques entre eux et/ou avec des acteurs non économiques favorisant la diversification de l'activité économique et la structuration de l'offre d'hébergement chez l'habitant.

Les ressources générées sont aussi engagées pour payer les salariés et actionnaires, les impôts locaux, les taxes foncières, et, enfin, pour servir de bénéficiaires. Le Festival contribue également à l'économie malienne dans la mesure où 29% de ses dépenses sont faites à l'échelle nationale à travers les autres régions. Pour le Maire de Ségou, Bréhima Thiéro, « *les retombés du Festival sur le Niger sont sans doute incontestables aujourd'hui pour le Mali en général et la ville de Ségou en particulier* ».

### **2.2.5 Les effets négatifs sont d'ordre social**

Le Mali est un pays où l'éducation familiale et sociétale a une grande influence sur le comportement individuel, en plein air comme en salle fermée. Les effets négatifs cités par les répondants sont : la diffusion des maladies sexuelles (24% des effets négatifs), l'alcoolisme et la toxicomanie (13%) et l'insécurité (13%). Pour le moment, le Festival peut se glorifier, selon Rémy Dembélé qui se fonde sur les rapports des services sanitaires et des forces de sécurité et de la protection civile, qu'en quatre éditions il n'y a pas eu un cas grave de report de toxicomanie, de blessure, d'agression, de vol ou de viol.

Dans la perspective de la lutte contre les maladies sexuellement transmissibles, des efforts ont été déployés dans le cadre de la lutte contre le Sida et les maladies sexuellement transmissibles. L'administration du Festival continue de mettre un accent sur la prévention et le dépistage volontaire. Le Haut Conseil National de lutte contre le Sida appuie le Festival pour réduire la vulnérabilité des populations et des festivaliers au Sida. Les hôtels sont engagés dans la distribution du condom et les ONG locales agissent dans le sens de la sensibilisation et l'information. Voici par exemple un extrait du message de l'ONG WALE, en partenariat avec le HCNLS et l'USAID : « *Chers amis jeunes, populations de Ségou, avec toutes ces ambiances offertes par le festival, soyons prudents, soyons responsables ! Nous sommes en fête mais le virus est en quête* ».

## **23 IMPACT CULTUREL & TOURISTIQUE**

### **23.1. L'image de Ségou**

Sur le fleuve Niger et ses berges, le Festival apporte un nouveau souffle à Ségou et lui donne l'image d'une ville riche de son passé et ouverte sur le monde. Les hôteliers et restaurateurs sont mieux placés pour attester que le Festival, selon les mots d'un employé de l'hôtel le plus proche du site (Auberge), a donné « *une bonne image touristique pour la ville et la connaissance du fleuve* ». Le gérant de l'hôtel Indépendance nous informe que ses chambres sont déjà toutes réservées pour la prochaine édition.

Le journal local, *Le Ségovien*, dans sa parution du 7 mai 2008 informait les touristes : « *Depuis le 30 janvier, il n'y a plus de chambres libres à Ségou. D'ailleurs, tous les hôtels affichent complet à au moins six mois de l'événement.... De 2002 à 2006, les arrivées de touristes qui n'étaient que de 767 visiteurs ont dépassé les 20 000* ».

Les ségoviens reconnaissent que le Festival a permis de faire reconnaître leur ville à travers le monde. Pour Antoine Macalou, enseignant à Angoulême, le Festival draine plus de touristes et offre une clientèle étrangère à la ville. Selon Ibrahima Diabaté, professeur au lycée Cabral, « *comme le festival a ouvert la région au monde, Ségou est devenu une destination touristique au lieu d'un passage. Certains viennent pour voir le site du Festival même en période ordinaire* ».

Les étrangers confirment l'image que l'événement a donnée à la ville et la région. Moussa Coulibaly, vacancier à Ségou Médine, témoigne : « *Le Festival a donné une autre image à la ville de Ségou. Les ségoviens doivent être fiers de cette initiative. Aujourd'hui, le Festival sur le Niger a eu une ampleur extraordinaire* ». Selon Daouda Sidibé, informaticien bamakois en mission dans la région ajoute : « *le fait que tout le monde à l'œil et l'oreille tournés sur la région est un atout certain pour sa culture et sa réputation* ».

### **2.3.2 Du transit à la destination touristique**

#### ***- Ségou est devenu une destination touristique***

Depuis 2002, Ségou a connu un boom au niveau du développement touristique. Grâce à la CAN (Coupe d'Afrique des Nations) en 2002 et surtout au succès de la première édition du Festival sur le Niger en 2005, Ségou est devenue une des premières destinations touristiques du Mali. Cela a poussé le Ministère de la Culture à choisir en 2005 la ville pour la Biennale Artistique et Culturelle, une rencontre de grand monde, délocalisée de la Capitale pour la première fois. Avec le Festival, Ségou a battu les records nationaux : si les arrivées des touristes étrangers ont augmenté de plus de 100 % (de 94.000 à plus de 200.000 visiteurs) entre 2002 et 2007 au niveau national, Ségou a fait dix fois mieux soit 600% (de 1 500 en 2005 à 8 000 en 2007).

Pour encourager l'arrivée, trois circuits ont été organisés pendant le festival pour les festivaliers près de la ville, notamment : Sekoro, Mbepa et Kalabougou. Ces sites sont largement visités par plus de 200 visiteurs pendant le Festival (chiffres sous-estimés parce qu'ils ne concernent que les visiteurs recensés par Savane Tours alors qu'il y a une dizaine formellement en activité pendant la période) et la qualité du guidage a été jugée très satisfaisante par les visiteurs.

#### ***- Promotion du tourisme***

Par ailleurs, l'Association des Hôteliers et Restaurateurs de Ségou (AHRTS) a créé un centre d'informations pour le tourisme, équipé par le Festival et proposant par téléphone et Internet des informations sur le festival et le tourisme à Ségou aux personnes intéressées. Cela s'est traduit par le traitement de plus de 100 appels par mois, par la réponse à 500 courriers électroniques et l'envoi d'affiches et de brochures.



Centre d'information sur le tourisme – Quai des Arts

De plus, une information sur les possibilités d'hébergement dans la région et les autres régions touristiques du Mali (Djenné, Tombouctou et Pays Dogon), relayée par le site Internet du festival [www.festivalsegou.org](http://www.festivalsegou.org) a permis d'augmenter très nettement le taux de remplissage des structures : hôtels, chambres d'hôtes, campings, etc. Le CPEL, qui est un résultat tangible du festival a mis en place un site [www.tourisme-segou.com](http://www.tourisme-segou.com) qui donne des informations sur le tourisme à Ségou.

### **2.3.3 Renaissance de la culture Bambara**

#### **- Développement de la Culture**

Dans le temps, la distraction dans la région se limitait à la semaine culturelle et de l'organisation de concours Miss Ségou. Dans les années 90, ces activités ont décliné et heureusement le Festival est venu prendre le drapeau de la renaissance culturelle. 39% des répondants ont fait mention de la promotion culturelle comme effet positif du Festival sur le Niger. Moussa Ballo, journaliste à Soninkoura, trouve que le Festival permet de sauvegarder certains pans de la civilisation malienne qui avaient tendance à disparaître.

Pour Sira Bagayoko, ménagère à Missira, c'est grâce au Festival que Ségou est en train de retrouver la valeur culturelle et artistique qu'il avait. Enfin, le savant Cheick Modibo Diarra a confessé au gérant de l'hôtel Delta qu'il vient au Festival pour les contes et légendes comme la légende de *Kalabougou jalaba* qui l'a impressionné.

Les expositions d'art et les 4 ateliers manuels de Bogolan permettent la rencontre d'une dizaine d'artistes plasticiens nationaux, régionaux et internationaux. La Foire Artisanale rassemble les différents arts et techniques de la région sur le site du Festival. Pendant trois jours se côtoient l'imagination et la créativité des artisans qui peuvent ainsi exposer leurs travaux et disposer d'un bon cadre d'échanges commerciaux. En 2008, il y avait 200 stands et une dizaine de pays de la sous région étaient représentés.

Le Festival investit physiquement dans la promotion de la culture locale mais en l'absence d'une large diffusion à l'échelle locale, les réalisations ne sont pas connues d'où les suggestions par une partie des répondants (environ 9%) pour un engagement dans les initiatives locales. Parmi les réalisations, on peut citer la construction d'une galerie d'art « *Korè* » en partenariat avec le ministère de la culture et le Centre NDomu où le Collectif des artistes plasticiens organise régulièrement des expositions d'arts et encadre les jeunes artistes plasticiens.



Galerie Korè

Le festival sur le Niger à travers son partenariat avec l'APEJ (Agence pour la promotion de l'emploi de jeune) a financé trois projets des jeunes en début 2008, notamment la création d'un espace culturel « *Sinfiso* », le financement d'une boutique de vente des instruments de musique et le financement d'un projet de restauration pendant la période de festival.

Aussi, le festival appuie des initiatives culturelles telles que le Concours de poésie scolaire au centre Meruba, la Soirée culturelle de l'AJIC et la Soirée culturelle de l'association « Jekafo ». Toutes ces activités et ces investissements ont fait de Ségou une ville de référence en matière de culture au Mali.

#### **- *Découverte de jeunes talents.***

Depuis la première édition, le site du Festival a créé une scène « découverte jeunes talents » où une dizaine de jeunes talents sont sélectionnés et se produisent chaque année. Des groupes comme Bassekou Kouyaté, Maya Maya, Labouzou, Alima, Balanzan et autres se sont produits sur cette scène. Selon Daouda Dembélé, jeune artiste qui doit son ascension à cette scène, « *Il n'y a pas d'artiste à Ségou qui n'a pas prospéré à cause de ce Festival. Beaucoup d'artistes existaient dans la région mais ils n'étaient pas connus au plan national. Le Festival est venu propulser les jeunes artistes. J'ai acheté une parcelle, j'ai eu des partenaires à l'extérieur et j'ai été invité en France trois fois, au Luxembourg et d'autres pays grâce au Festival* ». Des groupes qui étaient moins connus ont pu, enfin, trouver des partenaires. Tel est le cas des Koreduga, les marionnettes de Markala, etc.

#### **- *Résistance de la culture***

A travers sa composante *résistance de la culture*, le festival organise deux grands concours, et des conférences sur les savoirs locaux à valoriser afin d'éduquer les enfants dans l'art, et de développer de façon durable la culture, notamment : le Concours d'art et celui de la tresse à envergure nationale. Le lauréat du concours d'art 2007, Mr Thierno Diallo, expose aujourd'hui en occident.

#### **- *Promotion de la culture & Partenariat***

Le Festival sur le Niger a permis d'élargir les perspectives culturelles. L'événement des ségoiens a conclu un partenariat sur les échanges interculturels avec le festival international 'Ollinkan' au Mexique en vue de promouvoir la culture malienne au Mexique, à travers les conférenciers, et les artistes musiciens et plasticiens qui vont y faire chaque année des prestations à Mexico city comme Cheik Tidiane Seck et Fatoumata Diawara en mai 2008.

#### **- *La renaissance du banco rouge***

A travers sa composante 'Forum scientifique', le Festival a beaucoup contribué au développement et à la renaissance de la construction en banco rouge à Ségou. Le thème central de la quatrième édition du festival était : « **Ségou, ville d'architecture** » et le thème des expositions d'arts était « **La Terre** ». Plusieurs experts ont eu à débattre sur le thème, dont vous trouverez la synthèse sur le lien suivant : <http://www.festivalsegou.org/forum.htm>

Aussi, le festival a contribué à la vulgarisation des constructions en terre rouge à Ségou, en l'ayant comme emblème, mais aussi en construisant ses portails et murs en terre rouge. La direction du festival a communiqué toute une année entière sur le banco rouge et ses vertus.



Porte d'entrée du festival

Enfin, le Directeur du festival a animé une conférence sur le thème « *Identité culturelle & Globalisation* » au Mexique en mai 2008, où la construction en banco rouge était présentée comme un savoir local de Ségou. Les supports de communication comme les 5 000 affiches et flyers de l'édition 2007 revêtaient une belle architecture en banco rouge ; ces supports ont été distribués à travers les agences de communication et de voyages, les ambassades et les espaces culturels à travers le monde permettant la large diffusion de cette pratique architecturale ancestrale.

#### **- La promotion du Bogolan**

Aussi, le festival sur le Niger a contribué à la promotion du bogolan en l'ayant comme thème central, « *Bogolan hier, et bogolan aujourd'hui* », lors de sa troisième édition en 2007, où Mr Doumbia Boubacar, promoteur du centre Ndomo, a tenu une grande conférence sur le thème : « *Patrimoine culturel de Ségou* ».

Aussi, la direction du festival a communiqué, toute une année entière, sur le bogolan et ses vertus.

Le centre Signyesigi qui travaille sur le bogolan, affirme avoir noué un partenariat fécond avec les espagnols à travers la composante 'Foire artisanale' du festival. En sus de cela, le festival organise chaque année, en collaboration avec le Ndomo, des ateliers manuels de teinture de bogolan qui attirent des centaines de festivaliers.

Le CPEL, commanditaire de cette étude, est entrain de travailler activement avec ses partenaires du Ndomo et du CERFITEX pour l'augmentation de la production du tissu de base qui sert pour la confection du bogolan : preuve que le Bogolan de Ségou se vend bien aujourd'hui.

## 2.4 IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Depuis les temps colons jusqu'au lancement du Festival sur le Niger, l'entretien du fleuve et de ses berges n'avait jamais attiré l'attention des ségoviens. Le fleuve servait pour ses richesses (pêche, irrigation), l'usage quotidien (lessive, ménage, bain) et les sacrifices. Le Festival a aménagé une berge de 300 mètres qui est la plus visitée par les touristes sur les 1 700 Km de parcours du fleuve Niger au Mali. Pour cette raison, le Directeur régionale de l'ONT et même le président de l'Assemblée régionale demandent une extension de cette belle berge le long du fleuve Niger.

Le Festival a instauré une culture de l'environnement et les mentalités ont changé pour ce qui concerne l'environnement et l'assainissement. Selon Tidiane N'Daou, « *dans nos mœurs, le fleuve est un dépotoir, et de sacrifice. Aujourd'hui, les ségoviens sont conscients que l'aménagement du fleuve et de sa berge peut faire développer une commune ou une communauté. Il y a maintenant des communes qui veulent entretenir leur portion de berges* ». Les groupes de jeunes des quartiers viennent vers l'équipe d'organisation du Festival pour contribuer aux travaux d'assainissement.

Ces travaux ne s'arrêtent pas au site mais toutes ses rues d'accès qui sont aussi entretenues. En outre, le Festival a initié des travaux de curage des caniveaux sur 2 Km tout au long de la route nationale RN 6 pour permettre l'écoulement des eaux de ruissellement, évitant la stagnation et les moustiques, et pour empêcher la descente des débris dans le fleuve. Depuis, d'autres acteurs locaux ont suivi le pas : Intervida, l'Immeuble Niakaté et Malicom qui ont souhaité continuer cette campagne tandis que d'autres acteurs veulent adhérer ce mouvement de salubrité.

## 2.5 INCOMPREHENSIONS

Parmi les principales recommandations, deux propositions (le prix des tickets et la représentativité des ségoviens) méritent une analyse critique du fait qu'il y a des incompréhensions.

### ***- De la réduction du prix des tickets ou bracelets.***

Madame Touré Mariétou Sangaré, Comptable domicilié à Pelengana sud, propose une réduction de prix du bracelet à la somme de 3 000 F CFA pour les trois nuits de concert. L'inquiétude de la dame de 37 ans s'exprime dans le fait qu'un chef de famille qui a neuf (09) personnes en charge ne peut pas payer 2 000 FCFA par concert pour chaque personne.

Il faut, cependant, souligner que la somme de 2 000 F CFA par nuit n'est nullement exorbitante si l'on tient compte du prix de 3 000 F CFA pour une nuit de concert d'une cantatrice malienne dans la même ville en période ordinaire. Or, pour un seul concert du Festival, plusieurs artistes de renommée (Salif, Keita, Sekouba Bambino, Djeneba Seck, Amadou & Mariam) se succèdent la même nuit sur l'arène contrairement aux concerts ordinaires consacrés à la performance d'un seul ou une seule artiste. En outre, le désir d'appropriation du Festival et la volonté des ségoviens de faire de leur ville une référence dans le domaine de la culture et des arts imposent à chaque résident de faire un sacrifice – économiser 6 000 F CFA par an pour la contribution au Festival – pour ne pas rester dans l'assistanat. L'institution de la gratuité ne permet pas au ségovien de s'approprier du Festival sur le Niger.

*- De l'exigence de la représentativité des ségoviens dans le Comité d'organisation.*

Certains interlocuteurs ont posé la nécessité d'inclure beaucoup de ségoviens dans la Commissions d'organisation et pourtant ce processus est presque achevé. Une commission se juge non pas par son nombre mais par sa qualité et sa compétence dans la production de résultats. Dans les commissions, il y a des ressortissants de Ségou, de Bamako, des autres régions du Mali mais aussi des pays de la sous-région. Le décorateur de la scène Da Monzon, togolais d'origine, est connu pour son œuvre à la Tour d'Afrique de Bamako ; l'administrateur de la scène 'Jeunes talents' est un artiste Burkinabé connu sur le plan international tandis que la restauration des officiels est assurée par un sénégalais qui a servi dans les grands hôtels de Bamako. La diversité est nécessaire pour la qualité et l'image du Festival.

Il est vrai que la première édition a été dominée par le personnel composé des ressortissants de Bamako justement à cause de leur expérience en matière d'organisation de Festival. A la deuxième édition, certains éléments locaux ont eu des promotions pour travailler à côté des experts et acquérir des expériences en vue d'un transfert des compétences. Dès la troisième édition, le personnel ségovien occupait la moitié des postes hiérarchiques. Depuis la quatrième édition, ceux qui ont vu l'organigramme peuvent attester que sur les 15 commissions mises en place, seules quatre (04) sont dirigées par des personnes externes : le Protocole, la sécurité et la communication nationale. Il y a des commissions qui se composent entièrement de résidents locaux comme l'hébergement, l'administration, la direction, la foire agricole, l'aménagement, l'exposition & ateliers manuels, l'assainissement & la santé.

Le personnel externe retenu ou sollicité est techniquement justifié. Par exemple, au niveau de la commission des troupes traditionnelles, sur les dix (10) personnes retenues, seules deux (02) personnes soit 20% viennent de Bamako et cela à cause de leur professionnalisme. Il s'agit de Kari Dembéle connu au plan national par les sketches et Kardjigué Laico Traoré qui est, quant à lui, connu au plan international. La commission protocole exige un personnel qui a l'habitude de travailler avec les ministres et autres éminentes personnalités ; dans cette optique, le président de commission vient du milieu protocolaire de Bamako avec ses deux principales assistantes, mais huit (08) autres assistantes (70% des membres) toutes de Ségou entrent dans cette commission en vue de les préparer pour le remplacement.

Pour la commission sécurité, seule la présidente ne réside pas à Ségou ; huit (08) sur douze membres de la commission des ventes (billetterie) sont de Ségou. En régie, le personnel est ségovien à part la section 'son et lumière' qui exige l'application technologique et qui est contractée à une entreprise internationale hautement qualifiée. Enfin, dans la restauration, à part le Maître d'hôtel chargé de la restauration des officiels, tout le personnel d'appui, les hôtes et les serveurs sont de la ville de Ségou. Cependant, au cours de l'édition 2007, des hôtes sont venus gratuitement en stage, dans le cadre du partenariat avec l'IGLAM, et ont été considérés à tort de Bamakoises. En somme, 80% du personnel du Festival sont locaux.

## 2.6 RECOMMANDATIONS DES REpondANTS

### 1. Communication.

La communication vient en tête des revendications avec 40%. Certes, des efforts ont été déployés mais un travail important reste à faire dans le domaine de l'information et de la communication. Il y a lieu de faire la différence entre l'information, sur laquelle le Festival s'est beaucoup investi, et la sensibilisation qui vise un changement de comportement. Les chiffres témoignent que 37% des personnes qui recommandent une amélioration de la communication visent l'information tandis que la majorité (63%) demande des efforts de sensibilisation au niveau local.

Les répondants rapportent que le travail de sensibilisation doit s'orienter vers le changement de comportement (sur le VIH, la délinquance, la débauche) afin que les gens aient une image positive du Festival. La mission d'information doit œuvrer dans le sens de la diffusion des buts, objectifs, des réalisations et des dernières nouvelles du Festival. Les outils et canaux de communication doivent minutieusement être explorés et sélectionnés puisque la presse et les radios qui ont été les canaux préférés ne suffisent pas. Il faut descendre dans le peuple et ressortir avec des messages et des communicateurs plus sûrs.

Pour palier à ce problème de communication, une stratégie de communication locale, comme celle qui existe dans les grandes entreprises, les projets, les programmes de développement et les départements ministériels doit être élaborée par le Festival. Cette stratégie doit commencer par une analyse de situation pour déboucher sur une stratégie élaborée et validée dans un document avec un cadre stratégique et un volet opérationnel de la stratégie. Le plan de communication qui accompagne cette stratégie doit comporter le changement à planifier, les grandes composantes (objectifs, publics cibles, contenus ou messages à transmettre, modes de communication, calendrier des activités, personnes responsables, ressources matérielles et budgétaires requises).

L'augmentation des prix des denrées pendant le Festival est aussi une inquiétude puisque cette hausse affecte les populations locales bien qu'initialement elle est destinée à faire le maximum de bénéfices au détriment des touristes nantis. Des personnes (10%) qui craignent que l'affluence touristique ne diminue suite à la cherté de la vie pendant la semaine du Festival suggèrent de fournir des efforts afin que les commerçants et vendeurs changent de comportement. Balely Agne, restauratrice au Bougoufiè s'inquiète de l'augmentation des prix des produits et des services : « *les chambres ont doublé ou triplé ; les menus des restaurants, le prix de la banane ont également triplé et si des mesures ne sont pas prises, les étrangers ne viendront plus et le festival disparaîtra* ». Un travail de sensibilisation est plus approprié pour résoudre ce problème.

### 2. Hébergement

Face à l'arrivée massive et aux prévisions dépassant les chiffres de l'édition précédente, certains répondants (13%) s'inquiètent du problème de logements. D'autres craignent les mauvaises conditions dans lesquelles les étrangers pourraient se retrouver. Ainsi, les suggestions portent sur une coordination du problème de logement afin de sécuriser les festivaliers étrangers surtout. Un appui est également sollicité de la part des services de l'état, des collectivités, ONG et d'autres organisations de la société civile pour offrir des logements décents.

### 3. La Sécurité

La sécurité et le confort des festivaliers est une préoccupation des ségoviens qui veulent jouer leur rôle traditionnel de *Jatigni* (hôte). L'accueil des festivaliers dans les normes sécuritaires doit être amélioré. Marouane, gérant de l'hôtel Indépendance, évoque la nécessité de deux portes d'accès au site dont une porte pour nos étrangers qui paient en devises étrangères.

En outre, la sécurité des festivaliers serait mieux assurée hors site avec la provision des conditions décentes d'hébergement. 20% de répondants s'inquiètent du logement des étrangers et auraient souhaité une organisation plus structurée des hébergements quelque soit leur nature. L'inquiétude de la population témoigne de sa préoccupation de pérennisation du Festival.

Le renforcement de la sécurité implique une collaboration étroite avec les services de l'état chargés de la protection civile. Parmi les 25% qui plaident pour un appui financier et logistique, nombreux sont ceux qui proposent l'implication des forces de l'ordre avec un accent mis sur la vigilance et l'honnêteté. Enfin, la formation du personnel local recruté est demandée par 15% des répondants qui ont remarqué des lacunes au niveau des compétences.

### 4. Environnement

Le Festival a fait des améliorations surtout au niveau de la sensibilisation, des curages, des caniveaux, etc. Cependant la grande quantité de déchet et la grande consommation de l'eau et d'énergie durant ces trois jours demeurent un problème environnemental de taille. Comme tout grand festival, le Festival sur le Niger est confronté à ce problème et on ne peut pas l'éviter. Toutefois, des dispositions doivent être prises et le festival doit réfléchir davantage sur la manière de réduire les déchets pendant les 3 jours. Le travail doit être fait en collaboration avec la mairie pour organiser l'évacuation des déchets solides, pour interdire les sacs en plastiques sur le site, l'utilisation massive des poubelles, etc.

Enfin, un nombre important (20%) demande un appui financier de l'Etat. Les ségoviens sont conscients que le Festival sur le Niger joue un rôle de levier du développement et d'instrument de lutte contre la pauvreté et pour ces raisons l'Etat doit s'investir en appuyant :

- ◆ Dans la sécurité ;
- ◆ Financement des grosses infrastructures telles que la tribune ou autres.
- ◆ Dans l'appui pour la promotion de la destination Mali ;
- ◆ Dans le développement des métiers de l'art à Ségou.

## Conclusion

Avec une injection nette de **1 278 000 000 F CFA** pour les quatre éditions, le Festival a apporté comme on le dit dans le dialecte ségovien « le bonheur en poudre et non en grains à Ségou » pour reprendre un artiste renommé de la ville. Pour cela, le Festival sur le Niger mérite une place dans le programme de développement du cercle ou de la région et du Pays.

D'une initiative des acteurs du tourisme à une fierté de l'ensemble des habitants de la région, avec un parcours difficile tombant dans l'oubli, les initiateurs ne doivent que se réjouir du désir d'appropriation du Festival par les ségoviens. La participation et l'engouement d'y participer sont une célébration de la réussite du Festival sur le Niger. Toutefois, l'implication des locaux ne doit nullement signifier l'incorporation massive des jeunes de Ségou sur la base de contrat ou l'incorporation d'un grand nombre de ségoviens dans la commission d'organisation qui réellement nécessite des hommes et femmes de talent et professionnels. Il serait intéressant de mettre en place un registre de volontaires qui seront évalués en fonction de leur engagement et de leurs compétences.

Le Festival est le premier employeur de la région – 5 000 emplois en quatre ans - et contribue significativement, en termes de chiffres, à l'atteinte des 2 000 emplois annuels à créer dans le cadre de la stratégie nationale de lutte contre la pauvreté. Les emplois visent les jeunes de 21 à 40 ans, ce qui correspond aux cibles permettant d'atteindre les objectifs du millénaire pour le développement. Au journal local de publier à sa une l'article « *Daffé avait raison !* ».

Le développement économique est indissociable des effets négatifs comme la déperdition scolaire, la débauche ou la délinquance. Une réponse locale doit être trouvée par le Comité d'organisation, les autorités locales et les organisations de la société civile. Le Haut Conseil National de Lutte contre le Sida doit s'investir davantage dans la sensibilisation car le Festival et les ONG sont à l'œuvre. En outre, les parents et les organisations doivent redoubler d'effort au niveau de l'éducation familiale et de réflexion avec la direction du Festival pour, ensemble, amoindrir les effets négatifs.

Des efforts notoires sont remarquables dans la communication mais il faut aujourd'hui au Festival sur le Niger une Stratégie de communication locale sur une durée déterminée, comportant un Plan de communication .

Aussi la prochaine étape du festival devrait se focaliser sur le développement des métiers des arts dans la région afin de mieux perfectionner cet art ancestral mais aussi pour que la culture nourrie d'avantage son homme.

Selon le Directeur Mamou Daffé, chaque année le Festival se rapproche un peu plus de la réalisation de sa mission. Cette étude s'inscrit dans cette progression vers l'atteinte des résultats ; en conséquence son contenu mérite d'être exploité pour que, d'après le Maire Bréhima Thiéro, « *Ségou, terre de culture et de tradition millénaire, s'ouvre une fois de plus à la communauté nationale et internationale à travers le Festival sur le Niger* ».

# Référence d'articles et ouvrages

- ◆ BILLE HANSEN Trine, “Measuring the Value of Culture”, *European Journal of Cultural Policy*, vol. 1, no. 2, 1995, pp. 309–322.
- ◆ CROMPTON John L. and MCCAY Stacey L., “Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemmas”, *Festival Management and Event Tourism*, vol. 2, 1994, pp. 33–43.
- ◆ MADDEN Christopher, “Using Economic Impacts in Arts and Cultural Advocacy: A Cautionary Note”, *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, vol. 98, no. 1, February 2001, pp. 161–178.
- ◆ MATHESON Victor A., “Economic Impact Analysis”, working paper, Williams College, Department of Economics, Fernald House, August 2003, 14 pages.
- ◆ PEACOCK Alan, “Welfare Economics and Public Subsidies to the Arts”, *Manchester School of Economic and Social Studies*, vol. 4, December 1969, pp. 323–335.
- ◆ PFLIEGER Sylvie, *L'impact économique du festival d'Avignon (Synthèse)*, Rapport du Bureau d'Informations et de Prévisions Economiques (BIPE), 1986, 20 pages
- ◆ SALMONA Jean, *Impact du festival d'Avignon sur l'économie de la ville*, tomes I et II, 1969-1970 + Note de présentation de l'étude « *L'impact économique du festival d'Avignon* », SOGREP, Marseille, 1970
- ◆ SEAMAN Bruce A., “Economic Impact of the Arts”, chapter 27 in R. Towse (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2003, pp. 224–231.
- ◆ STERNGOLD Arthur H., “Do Economic Impact Studies Misrepresent the Benefits of Arts and Cultural Organizations?”, *Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 34, no. 3, Fall 2004, 166–187.
- ◆ Une méthode ambiguë : l'analyse d'impact - *Impact économique et social du patrimoine en Région Provence - Alpes - Côte d'Azur*, Etude PACA, novembre 2005
- ◆ VAN PUFFELEN Frank, “The Economic Impact of the Arts in Amsterdam”, in William S. Hendon

# Annexes

## Echantillonnage

La répartition est ainsi faite :

### Par occupation

- ◆ **Salariés 75** : animateurs, entrepreneurs, ouvriers, photographes, comptables, enseignants, éducateurs, ingénieurs, assistants, agro - pastoralistes, informaticiens, militaires, douaniers, avocats, imprimeurs, banquiers, agents de santé, communicateurs, journalistes, directeurs régionaux, secrétaires, chauffeurs, consultants, administrateurs, juristes, comptables, maires, électriciens, technicien bâtiment, agent immobilier, topographe, personnel de salle de cinéma ;
- ◆ **Etudiants 21** : étudiants et élèves
- ◆ **Commerçants 20** : boutique d'alimentation, détaillants, grossistes, généralistes, pompiste, libraires,
- ◆ **Artistes et vendeurs de produits artisanaux 8** : artistes, vendeurs d'objet d'art, musicien
- ◆ **Hôtellerie et restauration** : 8
- ◆ **Autres 11** : vacanciers, menuisiers, réparateurs motos, chômeurs, ménagères
- ◆ **Non spécifié** 5

---

**COMMENTAIRE** Les travailleurs sont plus nombreux dans l'échantillonnage car ils constituent les chefs de famille, l'impact sur lesquels signifie une redistribution du même impact sur toute la famille.

### Par genre

- ◆ Hommes 89
- ◆ Femmes : 60
- ◆ Non spécifiés : 01

---

**COMMENTAIRE**

58% des personnes interrogées sont des hommes.

### Par âge

- ◆ De 15 à 20 ans : 8
- ◆ De 21 à 40 : 86
- ◆ 41 et plus : 28
- ◆ Non spécifié : 26

---

**COMMENTAIRE** Les jeunes qui constituent l'avenir de la région ont été ciblés : Les jeunes de 21 à 40 ans constituent 58%. Les moins de 40 ans constituent plus de 63% de l'ensemble des personnes interrogées. Il est à signaler que 17% n'ont pas donné leur âge.

Pour le guide d'entretien, 20 personnes ont été ciblées notamment dans la restauration, l'hôtellerie, l'assainissement, ONG et acteurs de développement.

## OUTILS DE COLLECTE D'INFORMATIONS

### 1. GUIDE D'ENTRETIEN

1. Quelles sont les activités économiques à court terme qui déclinaient ou disparaîtraient dans la région si le Festival n'existait pas ?  
Citez ces emplois et pourquoi !
2. Quelle est la part des recettes financières apportées par les festivaliers dans vos recettes annuelles ?  
Donnez les chiffres !  
Combien les européens dépensent ? Dans quoi ?  
Combien les africains de la sous-région dépensent ? Dans quoi ?
3. Quelle est la différence entre vos recettes et vos investissements pour le Festival ?  
Citez les investissements et les sommes engagées ! Vos recettes !
4. Combien d'emplois le Festival crée au sein de votre entreprise ?  
Citez les emplois, leur durée et la rémunération
5. Si le Festival n'existait pas, allez-vous payer moins de taxes ?  
Donnez la différence !
6. Recevez-vous un soutien matériel ou financier de la part de l'Etat sur les recettes fiscales générées par le Festival ?  
Si non, comment doivent être distribuées ces recettes fiscales ?
7. Quelle est la dépendance ou relation entre vous et les autres entreprises ?  
Expliquez la nature de la relation, les échanges et donnez les chiffres
8. Quelles sont vos régions partenaires commerciaux dans le cadre du Festival ?  
Qu'achetez-vous ou que vendez-vous ?
9. Quel est le taux des nationaux maliens sur l'ensemble des festivaliers dans vos recettes ?  
Combien de maliens viennent sur l'ensemble ?  
Combien le malien dépense ?
10. Que fait le Festival pour la culture ségovienne ?  
Citez un à un !
11. Que fait le Festival dans le domaine de l'environnement pour Ségou ?
12. Que savez-vous de l'hébergement sur l'habitant ?
13. Quel est le taux de vos gains qui reste dans la région ?
14. Quel est l'effet positif du Festival ?  
Pour la région, pour la ville et le pays
15. Quel est l'effet négatif du Festival ?
16. Que recommandez-vous pour la réussite du Festival ?

## 2. QUESTIONNAIRE GENERAL

### ENQUETE SUR L'IMPACT SOCIO ECONOMIQUE DU FESTIVAL SUR LE NIGER A SEGOU

**Messieurs, Mesdames,**

*Cette enquête est réalisée dans le cadre e l'évaluation de l'impact socio économique du festival sur le Niger à Ségou par le Conseil pour la Promotion de l'Economie Locale de Ségou (CPEL) en coopération avec l'Office Malien du Tourisme et de l'Hôtellerie (OMATHO).*

***Nous vous remercions de votre collaboration et pour le temps que vous allez consacrer à répondre ce questionnaire.***

<b>Nom et Prénom</b>		
<b>Profession et Résidence</b>		
<b>Genre</b>	Homme <input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/>	<b>Age :</b> <input style="width: 40px;" type="text"/>

1	Connaissez-vous le Festival sur le Niger ?
OUI <input style="width: 30px;" type="checkbox"/>	NON <input style="width: 30px;" type="checkbox"/>
<i>Si Oui, date et lieu :</i>	
2	Quels sont les effets positifs du Festival sur le Niger sur la région de Ségou, sa population et vous personnellement ?
3	Quels sont les effets négatifs du Festival sur le Niger sur la région de Ségou, sa population et vous personnellement ?
4	Que suggérez-vous pour une meilleure réussite du Festival sur le Niger ?

Date ...../...../2008

---

**Nous vous remercions de votre participation !**