

Lorient (56)

Le Festival interceltique de Lorient : moteur économique de la ville. Lorient, "capitale culturelle des Nations Celtes".

Chaque été, début août, l'histoire se répète, la ville abandonne le drapeau tricolore pour les étendards semés d'hermines, de croix de Saint-André ou encore de dragons rouges.

Et si le festival interceltique de Lorient (FIL) est avant tout une formidable vitrine de la culture celte à travers le monde, il est aussi un moteur économique de la ville.

Du 1er au 10 août, le Pays de Galles est à l'honneur au Festival interceltique de Lorient. En 38 éditions, le "FIL" est devenu le premier festival français en terme de fréquentation : près de 700.000 spectateurs. Cette énorme machine n'est pourtant pas un employeur majeur de la ville. Le comité d'organisation du festival n'emploie que dix permanents à plein temps, que viennent renforcer 250 personnes mi-juillet, principalement des techniciens.

Le vrai impact économique est à chercher du côté des commerces. Dès le premier week-end d'août, une marée humaine se presse dans le centre-ville et la foule a faim. Quai des Indes, au coeur du village du festival, les baraques à frites et les stands de bonbons pullulent. Difficile de quantifier ces activités, souvent, il s'agit de familles qui arrondissent leurs fins de mois avec cette activité temporaire.

Mais pour les cafés et les restaurants, l'enjeu est aussi de taille. Dans le centre-ville, les terrasses ne désemplissent pas et le service est continu. Mais l'impact économique du FIL varie en fonction de l'emplacement des commerces. Au Caffé Leffe, situé un peu en retrait du coeur des festivités, "le festival est un plus dont on a besoin", mais l'affluence n'augmente pas beaucoup plus que dans le reste de la période estivale.

En revanche, à La Route Gourmande, un restaurant à quelques encablures du Palais des Congrès, on réalise environ l'équivalent de trois mois de chiffre d'affaires durant les quinze jours que dure l'événement. Pour certains, les ventes réalisées durant le festival représenteraient jusqu'à 40% de leur chiffre d'affaires annuel.

Quant aux hôtels, mieux vaut avoir réservé une chambre si l'on débarque en ville pendant le FIL. Une étude réalisée par l'Insee en 2006 révèle que pendant le festival, le taux d'occupation dépasse les 90% dans le pays de Lorient, contre 74% en moyenne en août. Dans les campings de la périphérie, l'impact du rendez-vous interceltique est également notable : ils sont en moyenne aux trois-quarts plein pendant les quinze jours du festival. Le reste du mois, seules 50% des places sont occupées en moyenne.

Mais sortis des "besoins primaires" (logement et nourriture), les festivaliers ne sont pas de grands consommateurs. Les boutiques de vêtements, de décoration, les librairies... ne constatent pas d'augmentation notable de leur chiffre d'affaires sur la période.

Pour Lisardo Lombardia, directeur de l'événement pour la deuxième année, le festival a un impact économique de long terme sur la ville, qu'il ne faut pas négliger. "La ville est connue grâce au FIL. En Argentine, en Australie, des gens connaissent Lorient grâce à la notoriété du festival". Certainement la carte de visite la plus efficace de la ville.

La Tribune.fr - 01/08/08 à 15:39document.write(TRBshowDate('01/08/2008'))