



Histoire et Analyses des Relations Internationales et Stratégiques

Revue de l'Association des Spécialistes des Relations Internationales et des Etudes Stratégiques Africaines (ASRIESA)



Editée par le Laboratoire d'Histoire des Relations Internationales, des Études Stratégiques et Politiques (LAHRIESPO)

Université Alassane OUATTARA

e.ISSN 2709-5053

i.ISSN 3106-4914

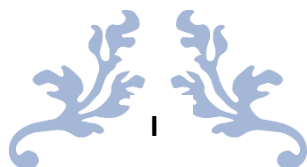
Histoire et Analyses des Relations  
Internationales et Stratégiques  
(HARIS)

N°020 Mars 2026

Revue de l'Association des Spécialistes des Relations  
Internationales et des Études Stratégiques Africaines (ASRIESA)

**e.ISSN 2709-5053**

**i.ISSN 3106-4914**



## **Indexations internationales**



<https://reseau-mirabel.info/revue/19498/Haris>

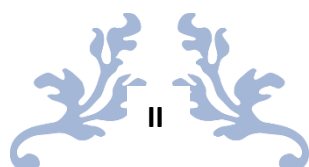


**TOGETHER WE REACH THE GOAL**

<https://sjifactor.com/passport.php?id=23388>

**auréHAL**  
accès aux données  
de référence de HAL

<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/224412>



## Administration de la Revue

**Directeur Scientifique :**

Professeur M'BRA EKANZA  
Simon-Pierre (Professeur  
Emérite du CAMES,  
Université Félix Houphouët-  
Boigny)

**Directeur de Publication :**

CAMARA Moritié (Professeur  
Titulaire d'Histoire des  
Relations Internationales,  
Université Alassane Ouattara,  
Côte d'Ivoire)

**Directeur de Rédaction :**

KOUAKOU N'DRI Laurent  
(Maître de Conférences  
d'Histoire des Relations  
Internationales, Université  
Alassane Ouattara, Côte  
d'Ivoire)

**Coordonnateur de**

**Publication :** SILUE Nahoua  
Karim (Maitre-assistant  
d'Histoire des Relations  
Internationales, Université  
Alassane Ouattara, Côte  
d'Ivoire)

**Trésorière :** YAO Elisabeth  
(Maître-assistante en Histoire  
économique, Université  
Alassane Ouattara, Côte  
d'Ivoire)

**Chargés de diffusion :** KEWO

Zana (Maitre-Assistant  
d'Histoire des Relations  
Internationales, Université  
Péleforo Gon Coulibaly, Côte  
d'Ivoire),

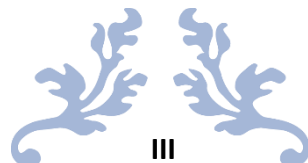
KPALE Boris Claver (Maitre-  
Assistant d'Histoire des  
Relations Internationales,  
Université Alassane Ouattara,  
Côte d'Ivoire)

**Webmaster :** Kouakou  
Kouadio Sanguen (Assistant  
Département de  
Mathématique et  
Informatique, Université  
Alassane OUATTARA)

**Éditeur :** Laboratoire  
d'Histoire des Relations  
Internationales, des Études  
Stratégiques et Politiques  
(LAHRIESPO), Université  
Alassane OUATTARA)

**Website :** <http://www.revue-haris.org>

**Courriels :** [cerriua01@gmail.com](mailto:cerriua01@gmail.com) / [asriesa2012@gmail.com](mailto:asriesa2012@gmail.com)



## Comité Scientifique

**-M'BRA EKANZA Simon-Pierre**, Professeur Titulaire d'Histoire, Professeur Emérites du Cames (Université Félix Houphouët-Boigny - Côte d'Ivoire)

**-KOULIBALY Mamadou**, Professeur agrégé d'Economie, (Université Félix Houphouët-Boigny - Côte d'Ivoire)

**-Abdoulaye BATHILY**, Professeur Titulaire d'Histoire (Université Cheick Anta Diop-Sénégal)

**-Jean-Noël LOUCOU**, Professeur d'Histoire Contemporaine (Université Félix Houphouët-Boigny Côte d'Ivoire)

**-KOUI Théophile**, Professeur Titulaire Etudes Ibériques et Civilisations Latino-Américaines (Université Félix Houphouët-Boigny Côte d'Ivoire)

**-Francis AKINDES**, Professeur Titulaire de Sociologie (Université Alassane Ouattara - Côte d'Ivoire)

**-ALLADAYE Comlan Jérôme**, Professeur Titulaire d'Histoire (Université d'Abomey-Calavi - Benin)

**-SAADAOUI Ibrahim Muhammed**, Professeur d'Histoire Moderne et Contemporaine, Université de Tunisie. President de la Tunisian World Center for Studies, Research, and Development et de la Tunisian-Mediterranean Association for Historical, Social and Economic Studies -Tunisie)

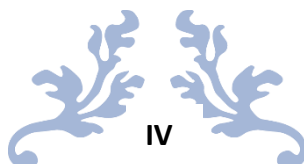
**-Ousseynou Faye**, Professeur Titulaire d'Histoire (Université Cheick Anta Diop-Sénégal)

**-Samba Diakité**, Professeur Titulaire de Philosophie (Université Alassane Ouattara- Côte d'Ivoire)

**-Esambu Matenda -A- Baluba Jean - Bosco Germain**, Professeur en Relations Internationales. (Université de Lubumbashi-République Démocratique du Congo)

**-ASSI-KHAUJIS Joseph Pierre**, Professeur Titulaire de Géographie (Université Alassane Ouattara - Côte d'Ivoire)

**-GBODJE Sékré Alphonse**, Professeur Titulaire d'Histoire Politique (Université Alassane Ouattara - Côte d'Ivoire)



## Comité de Lecture

**-BATCHANA E**ssohanam, Professeur Titulaire d'Histoire contemporaine (Université de Lomé - Togo)

**-AKROBOU A**gba Ezéquier, Professeur Titulaire d'Etudes Ibériques et Civilisations Latino-Américaines (Université Félix Houphouët-Boigny-Côte d'Ivoire)

**-CAMARA M**oritié, Professeur Titulaire d'Histoire des Relations Internationales. (Université Alassane Ouattara- Côte d'Ivoire)

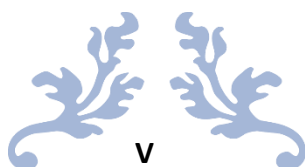
**-GUESSAN B**enoit, Professeur Titulaire d'Histoire des Relations Internationales (Université Félix Houphouët-Boigny -Côte d'Ivoire)

**-N'Guessan M**ohamed, Professeur Titulaire d'Histoire Politique (Université Félix Houphouët-Boigny -Côte d'Ivoire)

**-Ernest YAOBI**, Maître de Conférences d'Histoire des Religions (Université Félix Houphouët-Boigny-Côte d'Ivoire)

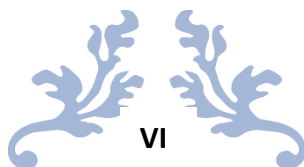
**-GOLE A**ntoine, Professeur Titulaire d'Histoire économique (Université Alassane OUATTARA- Côte d'Ivoire)

**-BAMBA A**bdoulaye, Maître de Conférences d'Histoire des Relations Internationales (Université Félix Houphouët-Boigny -Côte d'Ivoire)



## **Adresse aux auteurs**

La Revue HARIS paraît 4 fois dans l'Année : Mars, Juin, Septembre et Décembre. Les publications de Juin, Septembre et de Décembre sont libres en termes de thématiques des articles et autres contributions et celle de Mars portera à chaque fois sur un thème précis qui est communiqué six mois à l'avance. La revue ne publie que des contributions inédites et de fonds sur tous les champs de recherches des Relations Internationales et des Études stratégiques. La doxa de la revue porte sur la vision africaine des Relations Internationales mais reste ouverte à toutes les visions et points de vue venant de tous les continents. Les normes de présentation des manuscrits sont celles du CAMES (à consulter sur le site de la revue <http://www.revue-haris.org>). Le manuscrit doit comprendre entre 5000 et 8000 mots et porter les noms et prénoms du ou des auteurs, le nom de l'Institution de rattachement, le mail, et une photo format identité du ou des auteurs.



# Sommaire

## **DERLEM DEOUNANG**

L'obligation des Etats au respect des traités internationaux : Acte de volonté ou versus contractuel .....9-27

## **Mlan Kouakou Pierre ANZIAN**

La militarisation de l'espace : Vers une nouvelle frontière stratégique des Relations Internationales.....28-43

## **Parfait Kouadio AMANI**

La politique étrangère américaine face à la Cour Pénale Internationale à l'aube de la Guerre d'Irak (2001 – 2003).....44-59

## **Kouadio Casimir ABO**

Les Relations Internationales à travers les perspectives interculturelles, postcoloniales et géopolitiques dans les œuvres d'Iona Maria Hilliges et de Regina Yaou.....60-71

## **Arnaud Noël VOULA EMVOUTOU**

Epistémologie de la théorie du complot dans la géopolitique de la santé en Afrique subsaharienne : Leçon sur les pandémies à virus émergents.....72-87

## **DACOSTA Florent**

Résilience cubaine dans le contexte du blocus de 1962 A 2025.....88-102

## **Soumaïla MARE**

Le FESPACO dans la fabrique touristique au Burkina Faso : Analyse de la « Touristification » d'un événement culturel .....103-112

## **Kossia Blandine KRA & Yao Serge YOBOUE**

Le Fort Hollandais de Mori et de la violation du monopole portugais sur la côte de l'Or (1610-1612).....113-123

## **Amon Guy Serge ATCHIE**

Aménagement et mise en valeur du littoral ouest-africain pendant le commerce portugais au XV<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècles.....124-137

## **Kouadio Adolphe N'GORAN**

Réseaux d'affaires des immigrés libanais et construction de l'intégration économique en Afrique Occidentale (1972-2014) .....138-150

## **Dabla TOURÉ**

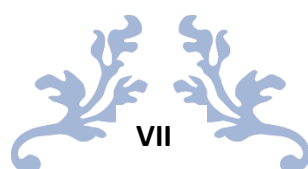
'*Culture de la rencontre* ' : Implications paradigmatiques et pédagogiques pour l'éducation à la paix en Afrique.....151-162

## **N'founoum Parfait Sidoine KOUAME**

La gestion multilatérale des migrants de retour en Côte d'Ivoire (2012-2025).....163-179

## **Moussa KONATÉ**

La problématique de la famine dans la Corne de l'Afrique :1973-2011.....180-195



**GUEU Paul**

Les instituteurs français précurseurs du syndicalisme enseignant en Côte d'Ivoire (1920-1945).....196-211

**Djimet Seli & Abdarazak Brahim Rias**

Perception locale de l'Aide au Développement : Cas du projet Pamelot à Mani (Tchad).....212-227

**Valy BAMBA**

Impacts de la médecine chinoise dans les régions Centre-Nord-Ouest de la Côte d'Ivoire de 2002 A 2011..... 228-242

**SOPOUDE Makélé Laetitia Gertrude & KOUAKOU Konan Jérôme**

Crise de confiance population-Police à Bouaké : Diagnostic d'un phénomène freinant l'exercice légal de l'action policière .....243-255

**Sabougnouman KONÉ**

AGRIPAC dans la commercialisation des produits vivriers en Côte d'Ivoire : Entre régulation des prix et déficit d'approvisionnement (1972-1980)..... 256-276

**SORO Nonhontan & FOFANA Abel-Romeo**

La contribution du Programme National d'Investissement Agricole (PNIA 1) à la couverture des besoins alimentaires en Côte d'Ivoire (2012-2017) .....277-290

**YAO Kouamé Jidichael**

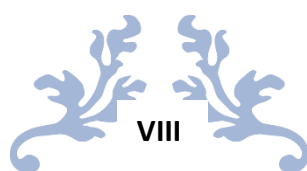
Les politiques agricoles nigériennes face au défi alimentaire du changement climatique de 1960 A 2023.....291-302

**Ibra FAYE & El Hadji Balla DIEYE & François Ngor SENE & Henri Marcel SECK & Djiby YADE**

Dynamique des systèmes productifs agricoles dans les Niayes du Sénégal : Entre contraintes environnementales, innovations adaptatives et continuités socio-territoriales..... 303-324

**Dossongou Drissa SORO & Mamadi Noumtchè OUATTARA**

Historiser les Alliances à Plaisanterie des Sénoufo : Réseaux interethniques à partir du Pays Senoufo (Côte d'Ivoire), XVIII<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles) ..... 325-340





## **LE FESPACO DANS LA FABRIQUE TOURISTIQUE AU BURKINA FASO : ANALYSE DE LA « TOURISTIFICATION » D'UN EVENEMENT CULTUREL**

**Soumaïla MARE**

Centre universitaire de Gaoua / Université Nazi Boni (Burkina Faso)  
[soumailamare@gmail.com](mailto:soumailamare@gmail.com)

### **Résumé**

Les événements culturels constituent de plus en plus des leviers stratégiques de diversification touristique et de construction d'images des destinations. Au Burkina Faso, le Festival Panafricain du Cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO), s'inscrit progressivement dans cette dynamique. Cet article interroge le niveau de maturité du processus de touristification de ce festival FESPACO et sa capacité à s'affirmer comme un produit touristique structuré au sein de la fabrique touristique nationale. L'objectif de ce travail a été d'appréhender le niveau d'achèvement du processus de transformation du FESPACO en un véritable produit touristique qui façonne l'image de la destination du territoire de célébration. S'appuyant sur les apports théoriques de la patrimonialisation et de la « touristification », l'étude a révélé que le FESPACO procède d'une « touristification » inachevée, appelant à une meilleure articulation entre scénarisation, stratégie de destination et dispositifs de commercialisation afin d'en faire un produit touristique abouti et durable.

**Mots clefs** : FESPACO, touristification, produit, image, Burkina Faso

### **FESPACO IN THE TOURISM INDUSTRY IN BURKINA FASO: ANALYSIS OF THE « TOURISTIFICATION » OF A CULTURAL EVENT**

#### **Abstract**

Cultural events are increasingly regarded as strategic levers for tourism diversification and destination image-building. In Burkina Faso, the Pan-African Film and Television Festival of Ouagadougou (FESPACO) has gradually become part of this dynamic. This article examines the level of maturity of the « touristification » process of FESPACO and its capacity to assert itself as a structured tourism product within the national tourism system. The objective of this study is to assess the degree of completion of the process through which FESPACO is transformed into a genuine tourism product shaping the destination image of its host territory. Drawing on the theoretical frameworks of *patrimonialisation* and « touristification », the analysis reveals that FESPACO is characterised by an incomplete « touristification » process. This situation calls for a stronger articulation between cultural staging, destination strategy, and marketing and distribution mechanisms in order to consolidate FESPACO as a fully developed and sustainable tourism product.

**Keywords:** FESPACO, touristification, tourism product, destination image, Burkina Faso

## INTRODUCTION

Au cours des dernières décennies, les événements culturels se sont progressivement imposés comme des instruments majeurs des politiques de développement territorial et de diversification touristique, tant dans les pays du Nord que dans les pays du Sud. Festivals, biennales, expositions et manifestations artistiques ne sont plus seulement envisagés comme des espaces d'expression culturelle ou de reconnaissance symbolique, mais comme des ressources stratégiques susceptibles de produire de l'attractivité, de structurer des flux de visiteurs et de contribuer à la construction d'images de destination.

Cette évolution s'inscrit dans un contexte marqué par la montée en puissance de l'économie de l'expérience, par la concurrence accrue entre territoires et par la recherche de formes alternatives de valorisation touristique fondées sur la culture, la créativité et l'événementiel. En Afrique, cette dynamique prend une dimension particulière.

Face à la fragilité de certaines destinations touristiques classiques et aux contraintes structurelles pesant sur le développement du tourisme de masse, de nombreux États et collectivités territoriales investissent les événements culturels comme leviers de visibilité internationale et de requalification symbolique des territoires.

Ces manifestations apparaissent alors comme des opportunités de repositionnement, permettant de produire des récits territoriaux renouvelés, de valoriser le patrimoine matériel et immatériel, et d'inscrire les destinations africaines dans des circuits de mobilité culturelle et touristique.

Toutefois, si l'essor des festivals et événements culturels sur le continent est largement documenté,

leur transformation effective en produits touristiques structurés demeure un processus complexe, inégal et souvent inachevé.

C'est dans ce contexte que s'inscrit le Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou (FESPACO). Créé à la fin des années 1960, le FESPACO s'est imposé au fil du temps comme l'un des événements culturels les plus emblématiques du continent africain, jouant un rôle central dans la promotion du cinéma africain et dans l'affirmation d'une identité culturelle panafricaine.

Sa notoriété dépasse largement les frontières du Burkina Faso et confère à Ouagadougou une visibilité internationale singulière, souvent associée à l'image de « capitale du cinéma africain ».

Cependant, la reconnaissance culturelle et symbolique d'un événement ne suffit pas à garantir sa transformation en un produit touristique à part entière. En effet, la littérature scientifique souligne que la « touristification » ne se réduit ni à la fréquentation, ni aux retombées économiques immédiates générées par un événement.

Elle renvoie à un processus multidimensionnel, impliquant des transformations symboliques, fonctionnelles et sociales, ainsi qu'une mise en marché articulée à des stratégies territoriales plus larges. De nombreux travaux montrent ainsi que certains événements, bien que fortement investis sur le plan symbolique, peinent à franchir les étapes nécessaires à leur consolidation touristique, notamment en raison de l'absence de scénarisation cohérente, de dispositifs de médiation adaptés ou de stratégies de commercialisation formalisées.

À ce titre, le FESPACO constitue un cas particulièrement pertinent pour interroger les conditions et les limites

de la transformation d'un événement culturel majeur en ressource touristique durable dans un contexte ouest-africain.

Bien que le FESPACO attire à chaque édition des milliers de festivaliers, de professionnels du cinéma, de journalistes et de visiteurs internationaux, la question demeure néanmoins de savoir si cette attractivité se traduit par un processus abouti de mise en tourisme. Autrement dit, le festival peut-il être considéré comme un élément pleinement intégré à la fabrique touristique du Burkina Faso, au-delà de sa fonction événementielle et culturelle ?

Cette interrogation renvoie à une problématique plus large, celle de la « touristification » des événements culturels, entendue comme le processus par lequel une manifestation acquiert une valeur touristique, se structure comme un produit, s'inscrit dans des circuits de commercialisation et participe durablement à la construction de l'image d'une destination.

La question centrale qui guide l'analyse est la suivante : quel est le niveau de maturité du processus de « touristification » du FESPACO ? L'objectif de ce travail est d'appréhender le processus par lequel le FESPACO est progressivement investi d'une valeur touristique, en analysant les formes, les modalités et les limites de cette transformation.

Il s'agit plus précisément d'évaluer le degré d'articulation entre la dimension symbolique du festival, sa traduction fonctionnelle dans l'espace urbain, ses effets sociaux et les dispositifs de mise en marché qui conditionnent son inscription dans les circuits touristiques. A travers cette approche, l'article vise à contribuer aux débats scientifiques sur la « touristification » des événements culturels.

L'hypothèse principale qui sous-tend cette étude est que le FESPACO se caractérise par une « touristification » fortement aboutie sur le plan symbolique mais encore insuffisamment consolidée sur les plans sociaux et marchand.

Autrement dit, si le festival participe de manière significative à la construction de l'image culturelle et touristique du Burkina Faso, il peine encore à s'affirmer comme un produit touristique pleinement structuré, capable de générer des effets durables au-delà de la temporalité événementielle.

L'analyse mobilise les apports théoriques de la patrimonialisation et de la « touristification », en considérant le FESPACO comme un objet socialement construit, investi de significations multiples et approprié par une diversité d'acteurs.

La méthodologie repose sur une revue de littérature complétée par des entretiens qualitatifs menés auprès d'acteurs institutionnels, d'opérateurs culturels et touristiques, et de professionnels impliqués dans l'organisation et la valorisation du festival. Cette approche permet de croiser les discours, les pratiques et les stratégies, afin de saisir les logiques à l'œuvre dans la fabrique touristique du FESPACO.

L'article explore les fondements théoriques du processus de transformation des événements culturels en attractions touristiques, en mettant en évidence les différentes dimensions de la « touristification » (1) avant de se pencher sur le cas spécifique du FESPACO, en analysant les formes de sa mise en tourisme, ses acquis et ses limites (2).

Il examine en outre, les perspectives pour le renforcement de sa valeur touristique et de son inscription durable dans la stratégie de destination du Burkina Faso (3).

## 1. DU PATRIMOINE À LA MISE EN SCÈNE TOURISTIQUE

La transformation d'un bien, matériel ou immatériel, ou d'un lieu en une attraction touristique relève d'un processus qui, à terme, fait rentrer le bien ou le lieu dans une représentation chez le visiteur et même chez les populations locales, en lui donnant une image, une valeur, un sens tout autre que ce qu'il avait originellement. Il devient un produit touristique et le territoire qui l'abrite, une destination touristique : c'est la « touristification ».

Autrement dit, le concept de « touristification » renvoie à un processus par lequel un bien, un espace ou une pratique est progressivement intégré dans la sphère du tourisme et transformé en ressource touristique. Pour R. Knafou (1992, p. 12) la « touristification » est « l'ensemble des processus qui transforment un lieu, une pratique ou un objet en une ressource mise en circulation dans l'économie du tourisme ».

Ce processus relève le plus souvent d'une action volontariste et consciente de reconstruction symbolique et d'une narration identitaire qui font du patrimoine et des manifestations culturelles des produits porteurs de sens (J. Urry, 2002, p. 15). Il engage des dynamiques multiples : économiques, politiques, communicationnelles et culturelles.

C'est d'abord une dynamique de patrimonialisation qui sera suivie d'une interprétation à des fins touristiques. La « touristification » apparaît alors comme un processus de fabrique de sens touristique et d'attribution de valeur touristique à un bien ou un lieu. Plusieurs étapes peuvent être observées dans le processus de « touristification » :

- l'identification et ou l'objectivation de la pratique, du bien ou de l'événement en élément porteur de sens pour la communauté et les autres acteurs. Ce processus reste

- volontariste et requiert une décision concertée ou co-portée. C'est la considération que le bien, la manifestation ou le savoir-faire possède une singularité qui puisse être valorisée dans le cadre du tourisme. Cette reconnaissance passe le plus souvent par une décision politique et/ou administrative de préserver, perpétuer et de faire découvrir ;
- la scénarisation. La fabrique de sens touristique consiste en une véritable mise en scène autour du bien ou de l'événement, à lui donner une identité touristique, c'est-à-dire à en faire un véritable vecteur d'expérience pour un visiteur. Il s'agit d'une scénarisation destinée à produire un sens et qui rend le lieu ou l'événement lisible pour le touriste (M. Stock, 2010, p. 22). Elle va au-delà de la participation à un événementiel ou de la visite d'un monument pour établir une relation véritable entre le territoire et le visiteur (M. Gravari-Barbas et P. Violier, 2018, p. 41). La consécration de cette scénarisation fait appel aux trois fonctions de la « touristification » définies par R. Knafou (1992, p. 15) : la transformation fonctionnelle de l'espace qui change de vocation pour devenir une destination ; la transformation symbolique qui introduit un nouveau sens et reconfigure les représentations sociales de l'événement autour de son image touristique ; la transformation sociale à travers laquelle les modes de vie, de fonctionnement, les pratiques et les valeurs locales s'adaptent à la présence des visiteurs. La « touristification » ne se réduit donc pas à l'augmentation de la fréquentation sur un site, mais renvoie à un processus de fabrication du sens touristique, au cours duquel un événement acquiert une fonction d'attractivité, une signification symbolique partagée et une inscription sociale durable dans les pratiques de mobilité et de consommation.
- la mise en marché. C'est une phase essentielle à travers laquelle le bien

scénarisé regagne le marché et devient accessible à travers des réseaux de distribution. Les acteurs définissent une cible de façon claire et se positionnent sur ce segment. Le bien est un produit qui a sa clientèle et il devient ainsi un catalyseur de flux (M. Stock, 2010, p. 34). L'absence ou la faiblesse de cette mise en marché peut limiter la portée touristique d'un événement, même lorsque celui-ci bénéficie d'une reconnaissance symbolique élevée.

## 2. LA FABRIQUE TOURISTIQUE DU FESPACO

Créé en 1969 avant de s'institutionnaliser en 1972, le Festival Panafricain du Cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO) est un événementiel culturel majeur du cinéma en Afrique. Il regroupe chaque deux ans des centaines de professionnels du cinéma et de l'audiovisuel ainsi que des milliers de festivaliers. Depuis 1985, un volet festif est intégré au festival avec l'organisation d'une rue marchande.

En 2025, plus de 13 500 festivaliers de 53 pays ont participé au FESPACO dont environ 3 500 professionnels du cinéma et de l'audiovisuel, 2000 journalistes, 95 directeurs de festivals<sup>1</sup>.

En 2023, au total 22 200 visiteurs ont été recensés, incluant 2 413 professionnels du cinéma, 1 328 professionnels des médias et 95 représentants de festivals (MCCAT, 2023, p. 21-24). L'analyse du FESPACO à travers le prisme de la « touristification » permet d'interroger la manière dont ce festival se transforme progressivement en produit touristique.

Depuis son institutionnalisation en 1972, le FESPACO semble avoir franchi l'étape de l'objectivation. En effet, la

volonté politique et administrative s'affirme par l'adoption du décret n°72/003/PM/INFO/ENC du 7 janvier 1972 portant création du Festival africain du cinéma de Ouagadougou.

Ce décret institutionnalise le festival et le met sous la tutelle technique du ministère en charge de la Culture. Il confirme ainsi l'option politique de faire du festival un élément porteur de sens et la reconnaissance de son rôle dans la promotion du cinéma et des identités africaines. Sur la question de la scénarisation touristique du FESPACO il convient de mobiliser les trois fonctions pour une objectivation de l'analyse :

### ❖ Sur le plan fonctionnel

La transformation fonctionnelle du FESPACO ne peut être pleinement comprise qu'en l'analysant à l'échelle de la ville de Ouagadougou, qui constitue à la fois le support spatial et le principal bénéficiaire potentiel du processus de « touristification ». La « touristification » d'un événement culturel implique en effet une requalification fonctionnelle du territoire hôte, appelé à passer du statut de simple lieu d'accueil à celui de destination touristique identifiable.

Durant le festival, Ouagadougou se transforme en un espace touristique spécifique, caractérisé par une intensification des flux, une visibilité internationale et une attractivité de la capitale pour les mobilités internes. C'est une reconfiguration temporaire des fonctions urbaines de Ouagadougou.

La ville devient un pôle d'attraction à l'échelle régionale et internationale, concentrant des flux importants de festivaliers, de professionnels du cinéma, de journalistes et de visiteurs.

<sup>1</sup> <https://www.aib.media/fespaco-2025-retour-sur-quelques-chiffres-de-la-29e-edition/>, consulté le 25 octobre 2025 à 11h36.

Cette concentration se traduit par une mobilisation accrue des fonctions touristiques classiques : hausse de la demande en hébergement, intensification de l'activité des restaurants, activation des transports urbains et interurbains, et occupation renforcée des équipements culturels (salles de projection, centres culturels, espaces publics).

Pendant le festival, Ouagadougou cesse partiellement d'être une capitale administrative pour devenir une ville-festival, caractérisée par une intensité événementielle et une visibilité internationale accrues. Cette dynamique constitue un indicateur fort de « touristification » fonctionnelle, dans la mesure où elle inscrit la ville et ses espaces dans les circuits de mobilité touristique, même de manière épisodique.

Cependant, cette transformation fonctionnelle présente des limites structurelles. D'abord, la fonction touristique de Ouagadougou reste fortement dépendante de l'événement et ne s'inscrit pas encore dans une continuité temporelle.

En dehors du FESPACO, la ville peine à capitaliser sur les infrastructures, les images et les flux générés, ce qui limite la consolidation d'une offre touristique permanente. Le festival agit ainsi comme un activateur ponctuel. Ensuite, la transformation fonctionnelle induite par le FESPACO n'est pas encore pleinement intégrée dans une stratégie urbaine de destination, capable de coordonner aménagement, accueil, signalétique, information touristique et promotion.

Cette lacune stratégique empêche Ouagadougou de s'affirmer durablement comme une destination culturelle structurée autour du cinéma africain. Enfin, la transformation fonctionnelle demeure insuffisamment organisée autour de dispositifs permanents d'interprétation du FESPACO, ce qui réduit la capacité de

la ville à transformer les visiteurs en touristes au sens plein.

La fréquentation liée au festival ne se traduit pas systématiquement par des séjours prolongés ni par une diversification des pratiques touristiques, ce qui limite l'effet d'entraînement sur l'économie urbaine.

#### ❖ Sur le plan symbolique

Le FESPACO a progressivement acquis le statut de référent symbolique panafricain, contribuant à la construction d'un imaginaire touristique singulier autour du Burkina Faso. À travers ses emblèmes, ses récits médiatiques, ses cérémonies et sa scénographie, le FESPACO ne se contente pas de diffuser des œuvres cinématographiques : il produit du sens, oriente les regards et inscrit le territoire dans un système de représentations valorisant la créativité, la résistance culturelle et l'africanité. Le pays bénéficie depuis de cette association représentative et symbolique de « capitale du cinéma africain ».

Dans cette logique, le FESPACO agit comme un dispositif de fabrique de sens, dans la mesure où il transforme une manifestation culturelle en un marqueur identitaire de destination. Il contribue à fixer des images et à construire une narration territoriale mobilisable par les politiques culturelles et touristiques. Cette capacité à produire un imaginaire partagé constitue un élément central de la « touristification », car elle précède et légitime la consommation touristique. Le festival a su devenir ainsi un symbole du tourisme culturel.

#### ❖ En termes d'appropriation sociale

La configuration du public du FESPACO connaît une diversification progressive et les usages sociaux de l'événement, une reconfiguration. Aux professionnels du cinéma et aux publics locaux s'ajoutent des visiteurs

extérieurs, des chercheurs, des journalistes et des touristes culturels, dont les attentes sont multiples et parfois hétérogènes.

Cette pluralité des profils contribue à redéfinir les pratiques de participation, les modes de consommation et les formes d'appropriation de l'espace urbain pendant le festival.

Cependant, cette transformation sociale demeure partiellement stabilisée. La fréquentation touristique reste étroitement dépendante du calendrier du festival et n'entraîne pas encore une reconfiguration durable des pratiques locales en dehors de l'événement.

De plus, la « touristification » sociale est marquée par des tensions latentes : marchandisation ponctuelle des espaces, accès inégal aux retombées économiques, et coexistence de logiques culturelles, festives et commerciales. Ces éléments traduisent un processus de « touristification » encore en construction, où la transformation des rapports sociaux n'a pas atteint un niveau de maturité comparable à la transformation symbolique.

En ce qui concerne l'analyse de la mise en marché du festival, il est notoire que le FESPACO a acquis un prestige au fil des ans. Aujourd'hui, il se positionne comme un festival majeur en Afrique drainant des milliers de visiteurs à chaque édition.

Cependant, cette attractivité relève davantage d'une mise en marché implicite que d'une stratégie touristique formalisée. En effet, le FESPACO reste essentiellement commercialisé comme un événement culturel professionnel, et non comme un produit touristique intégré.

Les dispositifs de communication du festival mettent prioritairement

l'accent sur la programmation cinématographique, les compétitions et les enjeux artistiques, tandis que la dimension touristique reste marginale, souvent reléguée à des initiatives périphériques portées par des acteurs privés ou informels.

Il n'existe quasiment pas véritablement un package « FESPACO » combinant accès au festival, hébergement, visites culturelles et expériences urbaines. Cette insuffisance limite la lisibilité du FESPACO comme produit touristique et réduit son accessibilité pour des publics non-spécialistes du cinéma.

Depuis 2023, l'Office national du Tourisme Burkinabè<sup>2</sup> a développé le concept de « mise en tourisme du FESPACO » consistant à organiser des circuits touristiques à l'intérieur de Ouagadougou et dans ses alentours pour la découverte de sites et de monuments touristiques.

Cette opération, en dehors de sa dénomination, est un contraste fondamental avec la mise en tourisme du FESPACO et sa distribution en tant que produit touristique. En effet, il reste assez difficile d'établir un lien thématique entre les lieux visités et le festival, en dehors de l'étape d'une visite du site du siège du festival.

Également, cette activité consiste moins à mettre en place un circuit de distribution et un dispositif de marketing permettant d'attirer des visiteurs internationaux ou de l'intérieur du pays vers la ville hôte du festival. Il s'agit plutôt de se servir des flux de festivaliers déjà sur place pour les proposer d'autres circuits de découvertes touristiques.

Cette opération reste donc une initiative difficile à inscrire dans une stratégie de scénarisation et de sa mise en marché véritable du festival.

<sup>2</sup> En 2024, l'Office national a changé de dénomination pour devenir l'Agence nationale de promotion du Tourisme « Faso Tourisme ».

### **3. PERSPECTIVES POUR UNE « TOURISTIFICATION » ACCOMPLIE DU FESPACO**

Cette étude a permis de mettre en lumière une forme de « touristification » assez caractéristique du FESPACO : fortement investi sur le plan symbolique, partiellement opérationnel sur le plan fonctionnel, et encore fragile dans ses effets sociaux de long terme. Afin de consolider le processus de « touristification » du festival, plusieurs approches combinées pourraient permettre au FESPACO de passer du statut de catalyseur événementiel à celui de produit touristique structurant et pérenne.

Une première approche réside dans la prolongation temporelle de la mise en tourisme, car en l'état actuel, la transformation territoriale du FESPACO reste fortement concentrée sur la période de l'édition. Une fabrique touristique aboutie impliquerait de dépasser cette temporalité courte par la création de dispositifs permanents de valorisation : espaces muséographiques dédiés au cinéma africain, circuits urbains thématiques, centres d'interprétation ou archives accessibles au public.

Ces outils permettraient d'inscrire le FESPACO dans une continuité touristique, en transformant l'événement en ressource mobilisable tout au long de l'année et en ancrant durablement le cinéma africain dans l'expérience de la destination.

En outre, le FESPACO reste encore largement pensé comme un événement culturel autonome, alors qu'il gagnerait à être intégré dans une stratégie touristique urbaine et nationale plus cohérente. Une deuxième approche pourrait ainsi consister en l'élaboration d'une stratégie de marketing de destination avec un storytelling territorial adossée au FESPACO.

Cette approche permettrait de renforcer la cohérence entre l'identité culturelle du festival et l'image

touristique de la ville hôte, Ouagadougou.

Il s'agit, dans ce cas, non seulement de consolider les récits existants, mais aussi de renouveler les imaginaires associés au festival, en articulant patrimoine cinématographique, innovation culturelle et enjeux urbains contemporains.

Cette production renouvelée de sens contribuerait à maintenir l'attractivité du festival dans un contexte de concurrence accrue entre destinations culturelles.

Enfin, l'amélioration de la mise en marché du FESPACO constitue la troisième approche pour son affirmation comme produit touristique à part entière, susceptible d'être intégré et diffusé dans les réseaux professionnels de commercialisation.

Cette logique implique de penser simultanément la structuration de l'offre, les mécanismes de distribution et les partenariats avec les acteurs du voyage et du tourisme ainsi que la participation de la population locale. Il conviendrait donc de dépasser la juxtaposition actuelle de services (billetterie du festival, hébergement, restauration, transport) pour construire des produits combinés, lisibles et commercialisables.

Le FESPACO pourrait ainsi être décliné en séjours thématiques articulant participation aux projections et aux événements professionnels, découverte du patrimoine culturel de Ouagadougou, rencontres avec les acteurs du cinéma africain et expériences urbaines.

Cette structuration suppose en amont une segmentation des publics (professionnels du cinéma, amateurs de culture, touristes culturels, diaspora africaine, chercheurs, étudiants) et l'adaptation de l'offre à leurs attentes spécifiques.

## CONCLUSION

Cet article a interrogé le processus de « touristification » du FESPACO en s'attachant à dépasser une lecture strictement événementielle du festival pour l'appréhender comme un objet territorial, porteur de significations, de pratiques et de dynamiques touristiques différenciées.

En mobilisant les cadres théoriques de la patrimonialisation et de la « touristification », l'analyse a mis en évidence la complexité d'un processus qui ne se déploie ni de manière linéaire ni de façon homogène, mais selon des logiques contrastées entre production symbolique, transformation fonctionnelle, appropriation sociale et mise en marché.

Il en résulte, sur le plan symbolique, que le FESPACO apparaît comme un dispositif particulièrement puissant de production de sens touristique, contribuant à inscrire durablement le Burkina Faso dans un imaginaire culturel panafricain et à conférer à Ouagadougou une visibilité internationale singulière.

Cette dimension, largement stabilisée, confère au festival un statut de marque culturelle territoriale, mobilisable dans les récits de destination. À l'inverse, les dimensions fonctionnelle, sociale et marchande révèlent des formes de structuration plus fragiles, marquées par une forte dépendance à la temporalité événementielle, une intégration encore limitée dans les stratégies urbaines et touristiques de long terme, et une mise en marché peu formalisée.

Au-delà du cas étudié, ces résultats invitent à interroger certaines représentations dominantes de la « touristification » des événements culturels.

Ils mettent notamment en question la vision selon laquelle la reconnaissance symbolique d'un

événement conduirait mécaniquement à sa transformation en produit touristique structuré. L'analyse du FESPACO montre au contraire que la « touristification » peut demeurer partielle, sélective et inégalement distribuée selon les dimensions considérées.

Dans cette perspective, le FESPACO peut être appréhendé comme un cas révélateur de trajectoires de mise en tourisme caractéristiques de nombreux événements culturels dans les contextes africains et, plus largement, dans les destinations où les marchés touristiques restent faiblement structurés.

Il illustre une configuration dans laquelle l'événement fonctionne avant tout comme un catalyseur symbolique et médiatique, sans que cette dynamique ne se traduise nécessairement par une consolidation durable de l'offre touristique. Ce décalage met en lumière les limites des stratégies fondées exclusivement sur l'événementiel et invite à repenser les conditions d'une articulation plus étroite entre culture, tourisme et développement territorial.

Les perspectives ouvertes par cette recherche appellent également à prolonger la réflexion sur les modalités de gouvernance des événements culturels, sur les rapports entre patrimonialisation et marchandisation, ainsi que sur les formes de participation et d'appropriation sociale induites par la mise en tourisme.

Des travaux comparatifs, portant sur d'autres festivals culturels en Afrique ou dans des contextes similaires, permettraient notamment d'affiner la compréhension des trajectoires différenciées de « touristification » et d'en dégager des régularités ou des modèles alternatifs.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

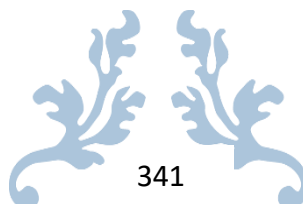
- Agence d'information du Burkina Faso (AIB), 2025, « FESPACO 2025 : Retour sur quelques chiffres de la 29<sup>e</sup> édition », <https://www.aib.media/fespaco-2025-retour-sur-quelques-chiffres-de-la-29e-edition/>, consulté le 25 octobre 2025 à 11h36
- GRAVARI-BARBAS Maria et VIOLIER Philippe (dir.), 2018, *Tourisme et patrimoine : tensions, dialogues et reconfigurations*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 312p.
- KNAFOU Rémy, 1992, *L'invention du tourisme*, Paris : Belin, 210 p.
- Ministère de la Communication, de la Culture, des Arts et du Tourisme (MCCAT), 2023, Rapport statistique de la 28<sup>ème</sup> édition du FESPACO, 48 p.
- STOCK Mathis, 2010, « Vers une théorisation de l'approche géographique du tourisme », *Mondes du Tourisme*, n°2, pp. 19-23, <https://journals.openedition.org/tourisme/271> consulté le 15 novembre 2025 à 11h39
- URRY John, 2002, *The Tourist Gaze*, 2<sup>e</sup> éd., Londres: Sage Publications, 184 p.

Numéro 020 Mars 2026  
Histoire et Analyses des Relations Internationales  
et Stratégiques (HARIS)

Revue de l'Association des Spécialistes des Relations  
Internationales et des Études Stratégiques Africaines (ASRIESA)

e.ISSN 2709-5053

i.ISSN 3106-4914





HARIS N°20 Mars 2026