







première édition du TRADITOUR s'est construite dans un contexte particulièrement difficile. Tel un équipage qui fait face à tous les vents contraires notamment aux éléments climatiques que nous avons dû braver lors du passage de l'ouragan « Béryl » durant la première étape à Terre de Bas, nous avons

tenu la barre...

La volonté des héritiers et des gardiens de la voile traditionnelle s'est ainsi affirmée avec vigueur et authenticité quand il s'est agit de défendre le patrimoine commun.

Cette année, les ambitions sont grandes. Il faut être à la hauteur des espoirs nourris par les « pères » de la voile traditionnelle Guadeloupéenne. Le temps est venu pour marquer un grand coup, pour frapper les esprits afin d'imposer la griffe TRADITOUR de manière définitive.

D'autant que, la Route du Rhum qui a célébré son 40e anniversaire en grande pompe, vient d'éteindre ses derniers projecteurs démontrant avec panache le potentiel énorme que renferme le sport nautique, la voile et la destination Guadeloupe. La route est donc dégagée, le terrain a été déblayé, des fondations saines sont posées, il est l'heure d'ériger l'édifice.

Le TRADITOUR 2019 assume ces trois axes majeurs :

- La valorisation d'un pan du patrimoine nautique guadeloupéen
- La séduction des différentes tranches du public par des actions de communication dédiées
- La construction d'un vrai pôle d'animation sur plusieurs axes avec la Parade d'ouverture, la Caravane du TRADITOUR et la scène Internationale.



De la même manière que tout semble s'arrêter lors du Tour Cycliste de Guadeloupe, l'attente de cette année est d'attirer les Guadeloupéens sur leurs littoraux et de les intéresser aux choses de la mer. La tradition seule, aussi forte soit-elle, ne peut arriver à atteindre ces objectifs, il fallait nous inspirer des événements nautiques internationaux pour proposer un spectacle capable d'attirer la cible la plus large possible.

Cette nouvelle édition du TRADITOUR sera un autre challenge qui correspondra désormais la mobilisation sans faille des marins et des professionnels de la mer de Guadeloupe. Ils portent la voile traditionnelle depuis de longues années en la sauvant, parfois la sauvegardant d'elle-même. souvent à contre-courant. En relevant le défi de la restructuration l'an passé, les efforts consentis doivent permettre d'envisager enfin l'événement rigoureux et abouti qui avait été pensé dès le départ.

Imaginer un concept upgradé eu égard à tout ce qui s'est fait jusqu'alors autour de la voile et viser une nouvelle dimension par le biais de la mobilisation digitale est sans aucun doute une véritable gageure que nous prenons. L'objectif est tant d'initier une démarche de séduction et de confiance à l'égard de tous nos partenaires actuels et futurs. Nous souhaitons leur offrir une visibilité maximale afin de consolider les liens établis dans les conditions complexes de la première édition.



terme de plusieurs mois de travail et de négociations acharnés, mais fructueux, le 7 juillet 2018, la première édition du TRADITOUR démarrait à Terre-de-Bas, dans des conditions météorologiques compliquées. Dès la semaine suivante, le TRADITOUR et son cortège de couleurs animaient cinq littoraux de Guadeloupe. Capesterre-Belle-Eau, Sainte-Anne, Saint-François, Sainte-Rose, et enfin un final en apothéose à Port-Louis, lors des festivités de la quinzaine du littoral. La voile traditionnelle a surmonté ses problèmes, et a su convaincre les Guadeloupéens de son attractivité et de sa place dans les traditions locales.

Pour autant, les efforts consentis doivent se poursuivre et s'installer dans le temps. C'est pour cela que nous préparons un TRADITOUR nouveau, différent, ambitieux. Nouveau, car nous proposons un événement à plusieurs niveaux où la compétition est entourée de multiples animations. Différent, car nous n'hésiterons pas à oser surprendre le public qui fera le déplacement vers les littoraux de l'île. Ambitieux, car nous toucherons plusieurs cibles en utilisant des supports innovants qui allient de manière efficace tradition et modernité.



C'est pour réaliser l'événement d'envergure que nous imaginons, que tous les risques ont été pris l'année dernière. Le premier TRADITOUR était celui de la redéfinition, la second sera sans aucun doute celui de l'ancrage de la discipline dans le paysage sportif et festif de la Guadeloupe. Pour y arriver, il faudra continuer à travailler sur les acquis de l'année dernière, tout en approfondissant les projets qui ont été suggérés par l'ensemble des équipes tout au long de l'année.

Si on veut que les Guadeloupéens embarquent dans l'aventure, les clubs et l'ensemble des amoureux et passionnés de voile et de la mer doivent aller les chercher, les séduire et démarrer le processus de fidélisation. C'est un public exigeant. Et, pour réussir à l'intéresser, cela nécessite un concept novateur en lien avec son environnement culturel et social.

Ainsi, la tradition restera au cœur de toutes les actions. Les nouveaux axes de travail ne peuvent effacer le fait que la discipline existe encore grâce au dévouement de tous les marins unis pour la transmettre et de la faire vivre depuis plus de trente ans. Les évolutions qui seront proposées ne le seront pas au détriment du cœur de la voile traditionnelle. Elles viendront, au contraire, le sublimer afin de le présenter à l'ensemble des Guadeloupéens et mettre enfin la terre et la mer à armes égales.





L'A.NA.SA POURSUIT SES OBJECTIFS

année l'ANASA prend le pari de réussir la seconde édition du TRADITOUR. L'année dernière, le travail abattu par l'ensemble de l'association fut colossal. Nous avons pris l'engagement d'être à la proue de la reconstruction de la voile traditionnelle selon des modalités validées par l'ensemble des clubs nautiques de Guadeloupe, et le chantier a été difficile. Mais grâce à la bonne volonté de l'ensemble de l'équipe du club épaulé par tous les acteurs de la voile et d'un réseau de professionnels, nous avons pu proposer un événement redéfini et qui répondait aux critères que nous nous étions fixés.

Nous avons tenu toutes nos promesses notamment celle de faire rayonner la voile traditionnelle au-delà de nos côtes. C'est donc avec majesté que nos cannots saintois ont paradé à Saint-Malo à l'occasion de l'animation qui précédait le grand départ de la Route du Rhum. Certes, le Trophées des Saintoises a été remporté par nos hôtes, cependant nos naviguants ont répliqué avec doigté et maîtrise. L'important était d'exporter nos traditions et exhorter le public à venir partager notre culture la mer.

Pour y arriver, nous avons conscience qu'il faut continuer de proposer des choses nouvelles. Et nous n'avons pas peur de cela car nous sommes sûrs de nos bases. Si le cœur de la manifestation reste le même, nous voulons l'entourer de propositions innovantes, de happening, de célébrations, de jeux aptes à toucher plusieurs publics tout en leur démontrant la pertinence de la discipline. Il ne s'agit pas de s'enliser dans des méthodes d'un autre temps, mais de mettre notre passion à la hauteur de nos exigences.





TRADITOUR 2019 se tiendra du 5 au 14 juillet 2019. Sept jours pour sept littoraux incroyables à découvrir ou à redécouvrir. Si nous espérons couvrir différentes communes de Guadeloupe, nous espérons aussi installer des rendez-vous. D'abord Les Saintes, là où tout a commencé, le berceau de la tradition, et au passage l'un des plus beaux plans d'eau de l'archipel. Et puis Sainte-Anne, base de l'A.NA.SA qui porte, cette année encore le projet du TRADITOUR.

VOILÀ LES SEPT LITTORAUX DU TRADITOUR 2019



	NOM DU CANOT	PATRON	CLUB
01	RAFALE 2	THELIER HUGO	CATARAIBES
02	XERIA	PERRIET NICOLAS	ANASA
03	GMA	FORBIN MARC	CSBF
04	YASALA	VIGOUREUX OLIVIER	CNST FRANCOIS
05	ARAWAK MANIOUKANI MARIE-GALANTE	CITADELLE JULIEN	ANASA
06	REGION GUADELOUPE	FORBIN JEAN	ANASA
07	SOPIMAT	THELIER CLAUDE	CATARAIBES
08	EL LOCO	CHIPOTEL CARL	ANASA
09	PEARL	ROSEY FRANCIS	ANASA
10	SABLE' YO	SAMUEL LOIC	CGVT
11	TIBIJOU	CRUCES OFELIA	CNVL 44
12	GUADELOUPE PORT CARAIBES	FORBIN MATHIEU	ANASA
13	NOU LA OSI 3	RONEL MAXIME	ANASA
14	IM16	FISTON PHILLIPE	ANASA
15	BODE APIYE	CHIPOTEL HUGO	ANASA
16	DEHE VWAL	MATHIASIN FRITZ	CGVT
17	GROUPE GADDARKHAN	FLANDRINA DIMITRI	CGVT
18	CARREFOUR MARKET-ERPEG	VINCENT CHARLY	CSBF
19	VOLAN LA	BERDIER ROBERT	CSBF
20	TI SOGETRA	VALMOND NICK	ANASA



MAILLOT CLASSEMENT GÉNÉRAL

Leader du Général 2 ème du général 3 ème du général Meilleur Jeune Meilleur équipage Mixte Classement Point chaud

MAILLOT CLASSEMENT ÉTAPE

Vainqueur du jour Second du Jour Troisième du Jour 1er jeune du jour 1er équipage mixte du jour Point chaud du jour

« NAMING » DES MAILLOTS

début de la compétition, les équipages qui font la course recevront leurs maillots. Dès lors, ils continuent de le porter et de le défendre jusqu'à ce que la compétition en décide autrement. Ils deviennent donc une manière d'identifier les équipages qui font les enjeux de la course.

première édition du TRADITOUR a bénéficié d'une couverture média exceptionnelle. Plusieurs heures de direct par jour en télé et en radio, deux émissions quotidiennes, plusieurs articles de presse, soutenus par une stratégie digitale optimisée sur Facebook qui a atteint près de 15 800 personnes avec des moyennes de 600 vues par contenu posté.

Le sponsoring ou le naming des maillots du TRADITOUR permet aux entreprises privées ou locales de rejoindre une compétition solide, à destination profondément populaire. Aposer le nom de son enseigne sur un des maillots de la compétition est l'assurance de lui offrir une belle exposition médiatique.

C'est aussi s'inscrire ensemble dans une discipline entièrement Guadeloupéenne qui prône les valeurs de la tradition marine de l'archipel ainsi que celles de tous ceux qui l'ont fait vivre.

Plusieurs packs seront proposés aux partenaires afin qu'ils trouvent une offre adaptée à leur stratégie de communication et leurs objectifs d'impacts de cible.



LA MESSE : PLACE À LA TRADITION!

Notre culture est empreinte de croyances multiples notamment, religieuses mais aussi de légendes.

foison d'émotions partagées entre la superstition et la religion explique en partie les rituels qui accompagnent certains événements culturels tels les veillées mortuaires, les lewoz, les « Maliémin », le Carnaval pour ne citer que ceux-là. Elles sont la conséquence de baptêmes, de remerciements et de bénédictions.

La voile quant à elle renferme aussi ses rites, croyances et coutumes. Dans le processus d'appropriation et de préservation culturelle, nous devons aussi faire **revivre la tradition**.

Avant les usages de la cérémonie d'ouverture, il faut faire place aux héros les marins et leurs canots.

Ainsi, la messe, les chants marins sont des ferments qui parlent aux anciens marins et à toute une « communauté » de personnes qui partagent l'appartenance à la mer. C'est pour honorer leur mémoire dans la vision de transmission, que les organisateurs du deuxième Traditour renouent avec les rites ancestraux et la coutume. La messe dédiée aux marins, et aux navigants sera programmée en tout début de la période de la manifestation.



Après l'office, les marins et les invités se rendraient en procession vers la mer afin de mettre en lumière « les saintoises », ces canots de pêche à voile, sans lesquels rien ne serait possible. Les marins qui accompagneront la procession à l'issue de la messe entonneront les chants marins, qui font aussi l'objet d'études pour leur inscription au patrimoine mondiale de l'UNESCO.

Nous prendrons la précaution de placer une « vierge » dans un canot décoré de couronnes de fleurs porté par des navigants jusqu'à la mer pour ensuite procéder à la bénédiction des canots et jeter les fleurs à la mer en guise d'offrande pour les disparus en mer de tous horizons.

Une commémoration religieuse pourrait symboliquement rendre hommage au courage et à la solidarité des marins. Chants marins et cantiques religieux se mêleraient dans un moment solennel pour remercier, quérir protection et rappeler à la mémoire les disparus, bâtiments et occupants.

LA PARADE DU TRADITOUR

parade serait la seconde partie du moment solennel avec plus d'apparat sous la thématique du Tradivillage. Faisant suite à la messe et à la bénédiction des canots, elle donnera le « LA » sur la vitalité et la dynamique qui rythmeront la semaine du Traditour. Cette parade d'ouverture se présenterait comme un déboulé multicolore, avec des groupes de musique de Ka, caisse claire, et des chanteurs et des danseurs de groupes de carnaval, mais aussi les équipages en tenues, feront le show en compagnie de partenaires, d'institutionnels, de membres des différentes organisations...

Avec cette parade d'ouverture, le TRADITOUR se parera de ses plus beaux atours animant les rues de la ville de départ de la première étape.





SOIRÉE DE LANCEMENT OFFICIELLE DU TRADITOUR 2019

Au cours de cette soirée, un animateur présenterait le dispositif de ce nouveau TRADITOUR. Les parcours, les équipages et, les nouveautés. C'est aussi le moment de mettre en avant les partenaires et lancer le jeu officiel « Apiyé Ekip'Aw » (Présentation ci-après).

Idéalement, cette soirée aurait lieu trois semaines avant le début de la compétition. Elle sera suivie d'une conférence de presse durant laquelle, les journalistes recevront les différents documents de communication et réaliseront les premiers rendus presse de l'édition.

Il s'agira d'appuyer sur l'importance du voting, une des clés majeures de notre stratégie de communication pour créer du lien entre les équipages et le public.

LA CARAVANE DU TRADITOUR

De la terre à la mer...

Le TRADITOUR est un rendez-vous conçu pour la mer. Son aura se doit de dépasser les littoraux des villes-étapes et pénétrer l'intérieur des terres. Trop souvent, les podiums des villes-étapes galvanisent un public de conquis : celui du cercle du nautisme de Guadeloupe.

Pourtant, par essence, c'est le rendez-vous de la proximité avec son convoi de valeurs : la transmission du patrimoine culturel, la valorisation des ressources, les principes sportifs...

La présence sur les routes de Guadeloupe, selon le tracé du TRADITOUR peut se matérialiser avec un autre convoi : celle d'une caravane publicitaire.

Avec cette caravane, c'est assurément faire coup double : être à bâbord et à tribord.

En effet, la caravane est un argument marketing de taille que le TRADITOUR offre à ses partenaires en assurant par ce biais la promotion de leurs marques.

Mais bien au-delà, par une approche festive et conviviale, la caravane allie promotion de la voile traditionnelle et conquête hors normes d'un autre public.

De par sa coïncidence avec le début des vacances scolaires, il peut devenir LE spectacle gratuit et familial au bord de la route de Guadeloupe de ce début de mois de juillet.

A long terme, en franchissant les frontières terrestres, la caravane, véritable levier de motivation pour faire venir le public, va ancrer le TRADITOUR au plus près de la population et peut se hisser comme une véritable attraction.

Cette liaison entre terre et mer sera possible par l'association de médias locaux qui tous les jours, se faisant le relai de la course, tiendrait le public en haleine jusqu'à l'arrivée.



DAY-OFF / TI KANPO

Ti Kanpo est une respiration dans la compétition. Les marins ont tenu à présenter un format nouveau, différent des régates. C'est un moment de détente ou la compétition prend une autre forme. L'idée est de la rapprocher de la terre avec de petites courses rapides baptisées « RIPAJ A KANNOT » qui mettent en valeur les manœuvres spectaculaires des équipages. Les meilleurs gagneront des gratifications qui relanceront certainement les enjeux des régates.

Ailleurs à l'eau, le public est appelé à rejoindre de multiples activités nautiques. La planche à voile, le kayak, le standing paddle, des initiations au surf le tout animé par l'ensemble des moniteurs des clubs impliqués dans le TRADITOUR.

Il sera important que le public puisse avoir l'opportunité de participer à des baptêmes de Voile Traditionnelle. C'est l'une des pierres angulaires de l'œuvre de transmission menée depuis plusieurs années par les patrons de la discipline. Le public pourra donc intégrer un équipage temporaire afin d'apprendre la structuration d'un canot saintois, ainsi que les principales manœuvres de course.

APIYÉ ÉKIP'AW

par un engouement pour ceux qui la font vivre.
Ces hommes et ces femmes, peu de gens connaissent leurs histoires et leur embarcation. L'action « Apiyé Ekip aw' » entend y remédier. Elle a deux angles.

- Une stratégie digitale qui se structure par une présentation, par le biais de modules très courts et attractifs, conçus pour l'internet, de tous les équipages du TRADITOUR.
- Les viewers (internautes) sont appelés à les soutenir par une plateforme de voting. Un numéro sera attribué à chaque équipage et fera partie intégrante de son storytelling, grâce à une diffusion multi-plateforme (WhatsApp).

On escompte une émulation, un mouvement pour que chacun s'attribue l'équipage dans lequel il se reconnaît le plus. A la clôture du voting, le prix de l'équipage 2.0 sera décerné à ceux qui ont reçu le plus de votes.





JEU « TRADITOUR ANNOU » OU « SÉ TRADITOUR ANNOU »

Nous continuons, par cette nouvelle déclinaison, de mettre en œuvre les moyens d'atteindre notre objectif : créer une communauté, une appartenance au TRADITOUR par le jeu.

A la clé, cette fois un gain. Cela implique aussi une mise en œuvre sur une période suffisamment longue pour créer un engouement de la population.

Ainsi nous recommandons une validité sur la période de mai à juillet 2019.

MOYENS

Cette action doit s'appuyer sur la mise en place d'un partenariat avec RCI, notamment par l'émission de Michel Moesta et Patrick Soulez. Pour l'aspect logistique, un partenariat avec le réseau TOTAL Guadeloupe.

Les participants seront récompensés par des lots et des cadeaux attractifs sur toute la période du jeu.

MODALITÉS

L'2COM' propose l'impression et la mise à disposition d'autocollants TRADITOUR dans toutes les stations TOTAL Guadeloupe. Pour participer à ce jeu, il faudra récupérer un autocollant et l'apposer de manière bien visible sur le pare-brise arrière de son véhicule.

Patrick Soulez sillonnera les routes de Guadeloupe et arrêtera 2 ou 4 fois par jour un véhicule muni de l'autocollant, durant son émission matinale en direct avec Michel Moesta sur RCI. Une question sera posée aux participants, celui qui aura la bonne réponse pourra tirer au sort un cadeau.



AQUAMAN EFFECT

ludique et le divertissement. Il propose une mise en scène facile d'un représentant de chaque équipage. L'élu participera à une séance photo. Son image sera diffusée sur les réseaux sociaux sous le hashtag #C'estBeauLaMer. Cette opération qui prend le nom du célèbre héros de l'univers Marvel dont le blockbuster sortira quelques mois avant le TRADITOUR, veut surfer sur la tendance et personnaliser un peu la compétition. Elle met en valeur sa ressource humaine et vise une cible jeune et très connectée aux réseaux sociaux. C'est une solution pour rapprocher la mer des Guadeloupéens quitte à piquer leur intérêt par des voies indirectes.

MISS TRADITOUR (VI)

A l'image du concours « Miss Tour » du Tour Cycliste de la Guadeloupe qui était un temps fort très attendu par la population, venue parfois spécialement pour ce moment, Miss TRADITOUR 2019 sera d'abord un moment de convivialité. L'idée est d'offrir à une cible jeune (enfant, adolescents, jeunes adultes) un moment de réel divertissement qui l'implique directement.

L'idée première est de rassembler le public autour du podium situé au cœur du Tradivillage grâce à une très belle ambiance.

L'animateur annoncera les différentes candidates qui effectueront un passage en maillot de bain, puis prendront la parole afin de se présenter au public.

L'animateur leur demandera d'effectuer une prestation de danse, tout en interagissant avec le public. Le choix de la Miss se fera uniquement par le public à l'applaudimètre.

La gagnante du concours de chaque ville étape décrochera son ticket pour participer ensuite à la finale lors de la dernière étape. Les inscriptions pour recruter les filles se tiendront en amont de l'événement

A chaque ville-arrivée, élection de la miss TRADITOUR de la commune. Une finale avec toutes les miss villes étapes, lors de la dernière étape pour l'élection de Miss TRADITOUR 2019. Les élections par ville vont se dérouler en un passage en maillot de bain, et à l'applaudimètre. L'élection finale aura deux passages :

Un premier en maillot

Un second avec une tenue qui représente le thème du Tradivillage 2019.

La gagnante sera élue à l'applaudimètre.

Les gagnantes des villes-étapes gagneront des goodies de nos partenaires et du TRADITOUR.

La Miss TRADITOUR gagnera des goodies et des cadeaux. Elle aura l'honneur de remettre les prix aux gagnants du TRADITOUR lors de la soirée de clôture.

MISS TRADITOUR (V2)

Les concours de beauté sous nos latitudes sont très appréciés du grand public.

En effet, la population guadeloupéenne regorge de beautés locales, que l'on peut mettre en valeur. MISS TRADITOUR 2019, à l'image des concours de beauté les plus prestigieux, célèbrera et mettra en avant la beauté guadeloupéenne mais également l'intelligence et le charisme des femmes de Guadeloupe.

Un casting sera lancé dans les communes accueillant les étapes du TRADITOUR, l'objectif est d'avoir une représentante de chaque ville étape.

La présentation officielle des finalistes se fera lors de la soirée de lancement du TRADITOUR.

Durant toute la semaine, les candidates s'affronteront dans plusieurs épreuves et défis qui se dérouleront à l'arrivée de chaque étape.

Tout au long de la semaine, elles accumuleront des points, et le public pourra voter pour elles via le voting SMS.

Il leur incombera de mobiliser autour d'elles, leurs familles, leur team ou leurs communes pour que l'on vote pour elles, car la Miss TRADITOUR sera élue à 50 % grâce au voting SMS.

La gagnante aura des cadeaux, mais sera également le visage du TRADITOUR 2020.

De plus, elle sera automatiquement parmi les dix finalistes des candidates à l'élection de Miss Guadeloupe 2020 et ne passera pas donc par la case pré-sélection.



LA BOISSON OFFICIELLE DU TRADITOUR

Une boisson officielle du TRADITOUR pour plus de proximité avec notre public.

Déjà lancée lors de la 1ère édition du TRADITOUR, le rôle de la boisson officielle est de rassembler le public autour d'une marque ayant des valeurs communes à notre sport.

2018 marqua les prémices de ce type de partenariat sportif qui a permis de nourrir le discours du TRADITOUR, celui de vouloir s'ancrer dans la vie guadeloupéenne, pour plus de proximité et de complicité avec ses cibles.

La boisson du TRADITOUR 2019 permettra de consolider la notoriété de l'événement de crédibiliser le positionnement du tour de la Guadeloupe de voile traditionnelle, en s'associant à une marque guadeloupéenne ayant des valeurs de rassemblement.



BIEN-ÊTRE, SPORT ET MER

Pest un espace au cœur de chaque ville arrivée qui proposera aux visiteurs des exposants, et de l'information, autour d'un axe principal. Pour cette nouvelle édition, l'agence K2COM' propose « Sport, Mer et Bien-être, » comme thématique.

Nous rééditons la formule de la première édition en proposant une division en quatre espaces.

Un espace d'exposants dans le domaine de l'artisanat afin de pérenniser le rendez vous pris l'an passé avec les professionnels qui nous ont fait confiance... avec un petit changement, les places seront payantes.

Un espace Bien-être, dans lequel les professionnels pourront faire des démonstrations de « bichonage » sur la plage comme on peut le voir dans les hôtels de la caraïbes.

Un espace sport, fera l'animation le temps de l'arrivée des canots avec des animateurs comme ceux du « Fitness park ».

Un espace Mer, offrira aux professionnels la possibilité de faire une communication sur les bienfaits de la mer sur la santé et sur l'environnement. Sur cet espace on pourrait allier l'environnement au travers des institutionnels (DEAL, Conservatoire du Littoral, Le Parc National...)

Et pour finir, un grand espace dédié aux sponsors, et partenaires selon le descriptif :

- Un espace informatif sur le thème général du Tradivillage, avec des institutions, associations, professionnels œuvrant dans ce milieu. Cet espace se voudra informatif, ludique et interactif. Avec des rencontres, des ateliers, des jeux de pistes...
- Un espace partenaire où les sponsors du TRADITOUR pourront mettre en avant leur savoirfaire au plus près des visiteurs. A travers un espace dédié tout au long de la manifestation.
- Le Tradivillage édition 2019 sera le point névralgique de la manifestation. Une grille tarifaire sera mise en place afin de commercialiser les espaces.

TRADITOUR AFTER BOAT

Son objectif est de :

Douvoir cibler cette jeunesse guadeloupéenne qui n'est certes pas intéressée par la voile traditionnelle, mais aime la mer et la côtoie autrement.

Depuis quelques années les Boat Party déclarées ou non se multiplient aux Antilles et rassemblent tous les week-ends un public de plus en plus important, toutes catégories socio-professionnelles confondues. Ce public aime la mer et est friand de propositions alliant fête et mer. C'est la raison pour laquelle le TRADITOUR 2019 proposera la première

édition du TRADITOUR AFTER BOAT. Une boat party réglementée qui aura lieu le jour du TI KANPO.

Cette fête de la mer se fera en journée de 13h00 à 18h00.

Avec un bateau sur lequel il y aura un DJ et une sonorisation.

Des pass seront disponibles à la vente dans les réseaux de vente habituels à ce genre d'événement. Une communication digitale et radio se fera en amont de la manifestation.

SOIRÉE INTERNATIONALE

Taisant suite à la cérémonie d'ouverture, la soirée internationale se doit d'être un évènement fédérateur.

Il faut y voir l'occasion de retrouvailles, de nouvelles rencontres scellant définitivement les ambitions de la voile traditionnelle.

Loin des classiques cérémonies d'ouverture instaurant un climat protocolaire, la quintessence de cette soirée est d'être festive, conviviale et populaire.

Autrement dit, rassembler le grand public et la communauté du TRADITOUR autour d'une soirée exceptionnelle.

Pour marquer durablement les esprits, les convives devront être comblés par la présence d'un invité prestigieux. Un Di embrasant la foule dans un grand moment de partage, abolissant les étiquettes.

Cette soirée c'est saisir la chance de faire naître auprès du grand public l'impression d'entrer dans ce cercle de privilégiés. C'est aussi lui permettre de créer un attachement aux équipages.

L'alliance de la proximité avec les équipages, des émotions fortes et du plaisir vont provoquer le sentiment d'engagement pour cette nouvelle édition.

Une soirée comme un grand moment de partage décomplexé avant que les équipages ne se lancent à la conquête de la mer.





Chaque ville-étape est l'occasion de mettre en avant la terre d'accueil. Elle s'opère déjà avec le Tradivillage qui offre aux forces vives du territoire l'occasion de se donner en spectacle par leurs savoir-être et leurs savoir-faire (artisans, exposants,...).

Le podium d'arrivée est également à considérer comme une vitrine éphémère de cette mise en valeur en trois volets : les partenaires, le protocole d'arrivée et les artistes.



Un animateur sera l'acteur de cette mise en scène. Il sera sélectionné sur sa capacité à dynamiser le village et la course. Il fera le lien avec les spectateurs en interagissant avec eux par le jeu. A son initiative et dans l'optique de faire connaître les partenaires du Traditour, il fera gagner des goodies. Les partenaires auront également la possibilité d'organiser une animation pour leur marque. Il lui appartiendra aussi de faire l'animation autour du Tradivillage : passer dans les stands, parler des exposants

Il y a évidemment la phase protocolaire de l'arrivée avec la remise des maillots aux gagnants, le déroulé du classement général et les diverses interventions des élus.

Même si cette étape est indispensable, elle se doit d'être digeste pour le public. D'où la nécessaire animation culturelle et son lot d'artistes.

Le Traditour coïncidant avec le début des grandes vacances, il permettra de proposer un ou deux artistes locaux du moment, dernier levier de conquête du public.



ACTIONS	RELAIS/MEDIAS
Affiche 40x60 (cm)	Partenaires et lieux stratégiques
Affiche 50x70 (cm)	Partenaires et lieux stratégiques
Flyer 15 x 21 (cm)	
Programme 20 x 18 (cm)	
Banderole 2 x 1 (m)	Karulis + Compagnies NGT
Roll-up 150 x 200	PLV
Oriflamme	PLV
Bannière web	Partenaires et lieux stratégiques (NGT)
850 x 315 (Facebook)	Réactivation du site internet
730 x 225 (Guadeloupe 1ère)	(présentation des temps forts en forme de frise)
730 x 225 (Guadeloupe 1ère)	Mise à disposition des éléments de communication dans l'espace presse
Achat d'espace	Création page FB (avec les visuels)
Diffusion SPOT Radio	France-Antilles / Nouvelles Semaines/ Le Courrier de Guadeloupe
Diffusion SPOT TV	RCI (Une semaine avant l'événement)
Carte d'invitation 210 x 100 (web)	Guadeloupe 1ère
Panneau publicitaire	PLV
320 x 240 (8 m2)	Grands Axes
Tee-Shirts	PLV

	//			
	Maillot	Partenaires		
	Bouée	Partenaires et lieux stratégiques		
	Carte d'invitation 210 x 100 (web)	PLV		
	Diffusion SPOT Radio	RCI, Guadeloupe 1ère, NRJ		
	Diffusion SPOT TV	Guadeloupe 1ère, Canal 10		
	Autocollant			
	Macaron			
	TEMPS	FORTS		
	1. La messe, pl <mark>ace à la traditio</mark> n	8. Soirée sponsor		
	2. La parade du TRADITOUR 2019	9. Aquaman Effect		
	3. Soirée de lancement officielle du TRADITOUR 2019	10. Miss TRADITOUR 2019		
	4. La caravane du TRADITOUR 2019	11. La boisson officielle du TRADITOUR 2019		
	5. DAY OFF / TI KANPO	12. TRADIVILLAGE : Bien-être, sport et mer		
ý	6. APIYÉ ÉKIP'AW	13. TRADITOUR After Boat		
	7. Jeu « TRADITOUR annou » ou « Sé TRADITOUR annou »	14. Soirée internationale		

TYPE DU SUPPORT	T RELAIS/MEDIAS	
Campagne télévisée	Guadeloupe 1ère, Canal 10, ETV, Alizés TV	
Campagne radio	RCI, Guadeloupe 1ère, Bel Radio, Zouk and News, Radio Haute Tension, Fun radio, Zouk and Newz, MFM, NRJ Antilles, Trace FM, Chérie FM, Radio Transat, C10 FM	
Presse-écrite	France Antilles, Fax Info, Courrier de Guadeloupe, Nouvelles semaines, Progrès social, l'Etincelle,	
Web	OutremerleMag, Dom Actu, News Antilles, CCN, Bondamanjak, OMAXIMUM, caraibes agricole, France-Antille.fr, la 1ere.fr, Outremer 360°, Coconews, mediaphore,	
Community management	Page Facebook (Région Guadeloupe, Outremerlemag, pages personnelles), agendas (kkfet, coconews,)	

MEDIAS	EMISSIONS	DATE	HEURE	CONTEXTE	
Télévision					
Canal 10	ZCL	Jeudi		Information de Guadeloupe	
Canal 10	CHALLENGE SPORT	Lundi		Présentation des événements en Gua- deloupe	
Guadeloupe 1ère	Tendacayou	Mardi	20h05	Mise en avant de la culture Guadeloupe	
Guadeloupe 1ère	L'agenda	Lundi au Vendredi	18h50	Présentation des événements en Guadeloupe	
Guadeloupe 1ère	Journal	Tous les jours	13h et 19h	Information de Guadeloupe	
Guadeloupe 1ère	La team	18h	20h05	Rendez-vous hebdomadaire du sport	
ATV	Journal	Tous les jours	19h	redactionatv@atv.gp Jacques Canneval	
ETV	L Interview ETV			Face à la presse	
ETV	Journal	Samedi et dimanche	18h et 19h00	JT ETV NEWS WEEK	
ETV	La feuille de Match	jeudi	20h	Actualités sport	

MEDIAS	EMISSIONS	DATE	HEURE	CONTEXTE
Radio				
Guadeloupe 1ère radio	Ça part en live	Tous les jours		Présentation de l'actualité en Guadeloupe de manière conviviale
Guadeloupe 1ère radio	Nannan à péyi la	Tous les jours		Présentation de produit et de tradition de la Guadeloupe
RCI	Communiqués			Information rapide sur des événements
RCI	Caraïbes		5h, 6h, 8h 13h	Information de la Guadeloupe
RCI	Journal			Information de la Guadeloupe
		Agenda		
Nouvelles semaines	L'agenda	Tous les jours		
France-Antilles	L'agenda	Tous les jours		
Coco News	L'agenda	Tous les jours		
KKfèt	L'agenda	Tous les jours		
Guide du routard	L'agenda	Tous les jours		
RHT	Nadéy du quotidien	Lundi au vendredi	9h à 12h	
		Chaîne You Tube		
Microtrotwa a kay passé	ean-Luc Hanany	Aléatoire Nord Basse-Terre		





