



# Cap Cœur GUADELOUPE

AIMEZ, BOUGEZ, PARTAGEZ!

Dossier de **Presse**

Juin 2023

PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE MARQUE TOURISTIQUE

<b>Communiqué de presse</b>	
Révélation de <b>la nouvelle marque</b> de destination du territoire .....	3
La création de la marque touristique : <b>une démarche partagée</b> .....	4
Cap Cœur Guadeloupe : <b>la plateforme de marque</b> .....	5
Les <b>valeurs</b> .....	6
Les <b>5 piliers</b> / 5 couleurs .....	7
Cap Cœur Guadeloupe : <b>une identité visuelle cohérente</b> .....	8

# Sommaire



# Communiqué de **Presse**

16 Juin 2023

## Révélation de **la nouvelle marque** de destination du territoire

Ce jeudi 15 juin 2023, la communauté d'agglomération CAP EXCELLENCE a dévoilé sa nouvelle marque de destination touristique sous l'égide du Président M.Eric JALTON et de la Vice-présidente déléguée au Tourisme Mme Marie Corine LACASCADE-CLOTILDE.

La création de cette marque (son nom et son identité visuelle) issue d'une démarche collaborative, a notamment pour objectif de valoriser l'attractivité et le rayonnement touristique de la destination mais également de renforcer la visibilité des forces vives du secteur.

Avec 50% d'espaces naturels et un important littoral, la destination Cap Excellence allie de nombreuses richesses naturelles à un fort héritage culturel et historique. Porte d'entrée de l'archipel, le territoire centre laisse entrevoir une diversité d'expériences et de rencontres à vivre.

Cette identité de marque touristique, construite autour des valeurs et des atouts majeurs du territoire, a été révélée le jeudi 15 juin 2023 au Restaurant l'Intemporelle, à 18h30 en présence d'élus et d'acteurs du tourisme.

**Contact Presse**

Catherine BIQUE **0690 08 39 16**  
catherine.bique@capexcellence.net



# La création de la marque touristique : **une démarche partagée**

La singularité de la destination touristique de Cap Excellence repose sur la force d'un territoire qui mêle des attraits touristiques naturels, culturels et historiques à une diversité d'animations, d'activités et de loisirs. Une destination pertinente qui est portée par :

- › **Une réalité identitaire**
- › **Une offre touristique diverse et identifiée**
- › **Une situation géographique stratégique, à la fois centrale et tournée vers le littoral.**
- › **Des valeurs partagées.**

Véritable levier de dynamisation et d'attractivité de la destination, la création de la marque touristique de Cap Excellence est issue d'une démarche co-construite associant élus et techniciens du secteur, et qui s'est déroulée en plusieurs étapes :



Ces échanges, rencontres et débats ont permis de construire une identité cohérente pour promouvoir l'attractivité touristique du territoire à travers la marque Cap Cœur Guadeloupe.





# Cap Cœur Guadeloupe : **la plateforme de marque**

## Des enjeux **stratégiques** :

- › **Révéler et promouvoir la singularité d'un territoire** aux richesses patrimoniales, naturelles et culturelles remarquables
- › **Valoriser une identité forte reconnue**, partagée par les âmes vives du territoire
- › **Renforcer** la visibilité et l'attractivité de la destination
- › **Susciter et garantir l'envie de vivre l'expérience Cap Cœur Guadeloupe**, en révélant le meilleur du territoire.

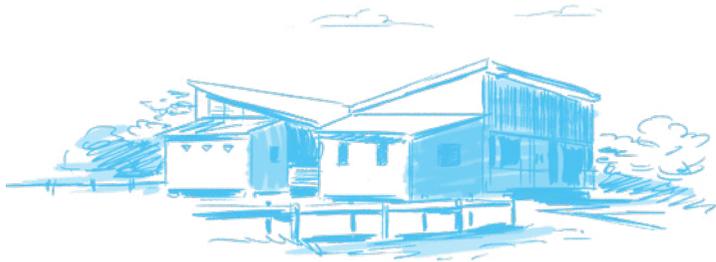
## Un positionnement : **l'adn du territoire**

- › **Une situation géographique centrale et incontournable**
- › **Un territoire surprenant alliant un important littoral, des sites chargés d'histoire et de riches espaces naturels**
- › **Des rencontres mêlant traditions, sensations, découvertes et partages**
- › **Un équilibre entre le ressourcement et la diversité des expériences.**  
( Slow tourisme /activités culturelles et sportives, ambiances festives... )



## AUTHENTICITÉ

un territoire entre traditions, identité, savoirs faire et passions



## PARTAGE

un esprit de proximité et de convivialité, qui place la rencontre au cœur de l'expérience touristique

# Les valeurs

Reflets de l'identité du territoire.



## SINGULARITÉ

l'alliance unique de lieux remarquables, sites touristiques majeurs et l'ouverture littoral/ville/nature



## DYNAMISME CRÉATIVITÉ

une destination aux multiples facettes, qui vibre aux rythmes des événements, loisirs et activités



# Les 5 piliers / 5 couleurs



Ce sont autant d'émotions, qui font vibrer au cœur de la destination :

**culture**

› Patrimoine matériel et immatériel, musées, arts, gastronomie, tourisme mémoriel...

C 0 / M 100 / J 100 / N 0  
R 194 / V 14 / B 26  
Pantone 1797 C  
#c20e1a

**nature**

› Littoral, rivières, plans d'eau, espaces naturels, circuits de randonnée, richesse de la biodiversité, excursions, mobilité douce...

C 100 / M 0 / J 100 / N 0  
R 40 / V 149 / B 72  
Pantone Hexachrome Green C  
#289548

**sports  
& loisirs**

› Bases de loisirs, sports en plein air, bases nautiques, Golf, manifestations sportives, Shopping, Bien-être,...

C 100 / M 25 / J 46 / N 0  
R 21 / V 130 / B 139  
Pantone 321 C  
#15818b

**events**

› Animations, festivals, concerts, bars & restaurants, vie nocturne,...

C 0 / M 35 / J 85 / N 0  
R 231 / V 177 / B 66  
Pantone 137 C  
#e7b041

**business**

› Conventions, congrès, meetings, séminaires, voyages incentives et événements d'entreprises

C 79 / M 100 / J 56 / N 0  
R 84 / V 48 / B 83  
Pantone 518 C  
#532f53



# Cap Cœur Guadeloupe : **une identité visuelle cohérente**



## **Les éléments** constitutifs :

Le Cœur : il représente le centre, Il est le signe identitaire de la marque.

La Rivière Salée, traverse le cœur, le territoire, et ses 3 villes.

Les couleurs symbolisent le foisonnement culturel, historique, naturel et évènementiel que l'on retrouve sur le territoire.

La marque intègre la Baseline « Aimez, Bougez, Partagez » comme une promesse, une invitation à la découverte, aux expériences,, aux rencontres, et à l'inattendu.

A comme Abymes, B comme Baie-Mahault, P comme Pointe-à-Pitre.

Une identité visuelle, lisible, impactante, qui a pour vocation de faire vibrer, d'affirmer la singularité de la destination.





## À suivre

CAP CŒUR GUADELOUPE s'inscrit dans la continuité du plan d'actions stratégiques de la communauté d'agglomération avec la création de l'Office de Tourisme Intercommunal. Un établissement public industriel et commercial (EPIC) qui aura vocation à :

- › **mettre en œuvre la politique touristique du territoire**
- › **développer la notoriété de la destination**
- › **élaborer et promouvoir l'offre touristique en cohérence avec le CTIG**
- › **coordonner et mettre en réseau les acteurs du développement touristique local.**



# Dossier de Presse

Juin 2023



Direction Promotion et Développement Touristique

ZAC de Moudong Sud,

97122 Baie-Mahault

05 90 47 73 01 – 05 90 47 73 02

[www.capexcellence.net](http://www.capexcellence.net)