

SUR LE NET



digital.union@sonapresse.com

Actu du Web...

Par GMNN

364 MILLIONS FCFA POUR BOIRE DU COGNAC



Photo: Dr

Les deux bouteilles sont historiques et contiennent un cognac de grand luxe. La maison Hennessy en met deux en vente au prix de 600 000 euros (394 millions de francs CFA) chacune. C'est une édition ultra-limitée. La marque de cognac Hennessy met en vente deux bouteilles traditionnelles, des dames-jeannes, c'est-à-dire de grosses bonbonnes de dix litres, originaires du Moyen-Âge, d'après Le Figaro.

LE PLUS GROS SAPHIR AU MONDE



Photo: Dr

Il s'agirait du plus gros saphir bleu au monde. Au Sri Lanka, les autorités ont présenté récemment dans la ville d'Horana un énorme diamant. Son poids : 310 kg. Le saphir a été découvert il y a trois mois dans une carrière située près de Rattnapura, " la ville des pierres précieuses ". Le plus grand gisement de saphir étoilé a notamment été mis au jour dans un jardin de cette cité, a relaté le site internet 20 minutes.fr.

DES CHAMEAUX ET DU BOTOX



Photo: Dr

Un concours de beauté pour chameaux, en Arabie Saoudite, a été au centre de la polémique la semaine dernière. Quarante-trois chameaux ont été disqualifiés pour tricherie. Ces camélidés avaient subi des injections de botox, rapporte 20 minutes.fr. Avec des prix allant jusqu'à 66 millions de dollars (38,3 milliards de francs), le festival du roi Abdalaziz, rendez-vous annuel ancré dans la tradition bédouine, accueille des éleveurs venant de tout le Golfe. La forme et la taille des lèvres, du cou et de la bosse sont les principaux critères de beauté pour départager les chameaux lors de l'événement, qui se tient jusqu'à la mi-janvier dans un désert au nord-est de Riyad.

LES COMMUNAUTÉS

Les Makina du Gabon au Festival du peuple Mabi

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

C'EST l'intérêt et la beauté du caractère transnational des peuples d'Afrique centrale. Les retrouvailles sont l'occasion d'une explosion de joie. Sur la page Facebook Nguma Mabi, sur le réseau social whatsapp de l'ONG RCK, les images qui défilent montrent qu'en ce moment le Festival Nguma Mabi prévu du 11 au 16 décembre 2021 s'achève dans l'apothéose.

Si en Guinée Equatoriale, on les appelle les Bisio, au Cameroun (Kribi), les Mabi et/ou Nguma, le peuple Mabi s'appelle au Gabon les Makina. Ils sont présents dans la province de l'Ogooué-Ivindo, dans la région de Booué. Le parler est le même, pas besoin d'intermédiaire entre Bisio, Mabi et Makina pour se se comprendre car ils partagent la même langue. Au Festival Nguma Mabi, on y découvre les " arts, l'histoire et la culture Mabi ". Notamment les origines, l'histoire riche et tragique des Mabi mais aussi leur culture et la fondation de la ville de Kribi dont le nom étymologiquement Mabi signifie " kilébi " (on ne capture plus), en lien avec la traite négrière qui sévissait ici jusqu'au XIXe siècle. On ne sait pas s'il en sera de



Photo: DR

Une phase de la parade culturelle au Festival Nguma Mabi 2021.

même cette année. Toujours est-il qu'à ce festival s'opère généralement une magie : une riche cérémonie au cours de laquelle le célèbre " homme poisson " ramène un reptile souvent une tortue vivante (en 2018) véhiculant un message

venu des profondeurs de l'océan et dont l'interprétation faite par les ritualistes indique la nécessité d'unité entre les fils et filles Mabi. Hier, c'est aux environs de 12 heures que l'Homme poisson a ramené le message. L'Association traditionnelle et culture de la

communauté Mabi de cette année a vu la participation de plusieurs artistes de grande renommée pour tenir en haleine le public, de longues heures durant. Une délégation du peuple Koh Zimé du Cameroun, dont font partie les Mabi, y a pris part.

FIDÉLISER UN FESTIVALIER : MODE D'EMPLOI

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

P OURQUOI les festivals sont-ils devenus si importants dans certains pays d'Afrique ? Comment fidéliser les festivaliers ?

Selon Thierry Cheron (photo), expert en organisation de festivals, " l'individu est en quête de reconnaissance, d'où l'émergence de stratégies telles que la personnalisation des offres ou le marketing one-to-one. Les festivaliers recherchent une expérience unique et personnalisée qui les change de leur quotidien. Il est indispensable de placer le participant au cœur de sa stra-

tégie afin de lui garantir une expérience inoubliable. Ainsi, il deviendra un fidèle ambassadeur de votre festival". Avant le lancement de l'événement, il faut impliquer les participants dans les décisions. Lancer des questionnaires, utiliser une application vous rapproche de vos participants. Mettre à leur disposition des informations essentielles comme la date, l'heure, le lieu, le planning..., avec des notifications push pour la mise à jour de certains éléments en temps réel. Pendant le festival, il existe une multitude de stratégies qui permettront de plonger vos participants au cœur de la manifestation, comme créer

un " photowall " en live pour les laisser partager leurs photos, les associer dans l'élaboration des playlists. Proposer la réalisation d'une œuvre collaborative : un totem pour la prochaine édition, un mur de messages, de la décoration. Ainsi, les participants repartiront chez eux avec un souvenir complètement personnalisé. À la fin, demandez un retour à vos festivaliers sur l'expérience qu'ils ont vécue à vos côtés ! En partageant leurs réalisations, vous affichez votre reconnaissance. Les festivaliers auront également tendance à partager leurs expériences sur leurs réseaux avec pour finalité de communiquer sur l'événement.

EXPRESSION DIRECTE



Photo: DR