

# Madin Mag

By

**EW'AG**

NOV 2024 N° 105

**BONFILON.INFO**

Bien anticiper les entretiens annuels

**CFE**

Zoom sur un impôt mal connu

**EMPLOI ET HANDICAP**

Des actions pour le territoire

**Mylène Plantin**

Directrice de M'Repair et Mag Center Pro

**UNE PASSION  
TRANSFORMÉE EN  
SUCCESS STORY !**

**DOSSIER**

**AU DÉFI DE  
L'ÉCONOMIE  
LOCALE**

**RENCONTRE  
DES RÉSEAUX ET  
DE 13 ENTREPRISES**



L'Auto GFA

# 2 MOIS D'ASSURANCE OFFERTS À VIE !\*



gfacaraibes.fr



*Asiré nou la !*

Pour toute nouvelle souscription d'une assurance auto GFA, profitez de deux mois de cotisations offerts à vie !

Offre valable du 18/11/2024 au 31/01/2025.



**GFA  
CARAÏBES**

IDocument non-contractuel à caractère publicitaire. Les garanties peuvent donner lieu à exclusions, limitations et franchises. Pour connaître le détail, l'étendue et les conditions de garantie, reportez-vous aux dispositions générales et particulières du contrat. La souscription d'un contrat ou de certaines garanties demeure soumise à nos règles d'acceptation des risques.

\*Pour toute nouvelle souscription d'un contrat auto GFA Caraïbes, en tacite reconduction et par prélèvement mensuel. Cet avantage est acquis à vie (tant que ce contrat souscrit dans le cadre de cette opération restera en vigueur). Offre valable du 18/11/2024 au 31/01/2025.

# Une affaire collective

Si “Le pire n’est même pas certain” comme titrait avec finesse et sagesse le dessinateur Voutch, c’est qu’il reste une chance, un espoir et un espace pour le meilleur. Le meilleur ça serait quoi dans ce cas ? Sans doute nos avis individuels divergent-ils, conditionnés par nos objectifs immédiats, nos contraintes quotidiennes et nos désirs impatients.

À l’aune des mobilisations des dernières semaines, en Martinique, contre la vie (trop) chère et le poids assommant de 40 % de surcoût par rapport aux prix pratiqués dans l’Hexagone, un scénario se dessine pour l’ensemble des Antilles-Guyane et les Outre-mer. Celui d’une production locale mieux développée, plus solide et davantage valorisée.

Jouer cette carte, collectivement, représente un véritable levier pour bâtir ici un avenir plus solidaire et plus durable. Produire plus encore sur place permet de réduire notre dépendance aux importations, de maîtriser les coûts et de créer des emplois et des sources de revenus. Chaque produit fabriqué ici soutient notre économie et préserve notre environnement. Qui dit mieux ?

Le bonheur serait-il donc collectif ? Le chemin doit l’être en tout cas pour permettre que la production locale s’impose et amplifie la création de richesses. Pour démarrer sur cette voie, dans ce numéro, EWAG est allé à la rencontre de 13 entreprises des Antilles-Guyane. Leur existence et leurs réalités reposent les termes de l’essor de notre économie locale, tracent les atouts et les limites de la plus essentielle des aventures collectives.

Mathieu Rached  
Rédacteur en chef  
Guadeloupe Martinique Guyane

# édito



Les magazines **KaruMag**, **GuyaMag**, **MadinMag** et **SoualiMag**  
sont édités par le groupe EWAG.

Consultez tous nos  
magazines sur [www.ewag.fr](http://www.ewag.fr)  
Pour nous envoyer un mail :  
[prenomnom@ewag.fr](mailto:prenomnom@ewag.fr)

**Directeur de publication**  
Laurent Nesty

**Directrice du digital**  
Audrey Barty

**Directrice de la stratégie commerciale**  
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)

**Directeur du développement**  
Luciano Sainte-Rose (0696 07 62 64)

**Directeur Guyane**  
Mathieu Delmer (0694 26 55 61)

**RÉDACTION**

**Rédacteur en chef**  
Mathieu Rached

**Coordination**  
Amandine Sauvage (0690 68 34 49)

**Rédacteurs**  
Adeline Louault - Alix Delmas - Colette  
Coursaget - Floriane Jean-Gilles  
Laetitia Juraver - Laurie-Anne Antoine  
Maë Poyel - Marie Ozier-Lafontaine  
Sarah Balay - Sandrine Chopot  
Thomas Thurar

**Secrétaire de rédaction**  
Chantal Bigay

**Photographes**  
Jean-Albert Coopmann - Jody Amiet  
Lou Denim - Mathieu Delmer

**Photo couverture**  
Jean-Albert Coopmann

**Design graphique**  
Gwénaél Tilly (0690 65 23 97)  
Jessica Schwaller (0696 74 00 22)  
Orane Phedon

**RÉGIES**

**Martinique**  
Élodie Losada (0696 19 31 98)  
Luciano Sainte-Rose (0696 07 62 64)

**Guadeloupe**  
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)  
Mathilde De Denaro (0691 24 28 92)

**Assistante commerciale**  
Christiana Fidelin (0691 28 12 40)

**Guyane**  
Mathieu Delmer (0694 26 55 61)

**DIGITAL**

**JRI**  
Alice Colmerauer (0690 30 84 30)

**Motion design - JRI**  
Sariatha Boulard  
Noémie Marlet (alternance)

**Rédaction web**  
Mathilde Claverie

**DISTRIBUTION**

**Guyamag** : Iguanacom (0694 26 55 61)  
**Karumag** : Colibri Agency (0690 53 72 30)  
**Madinmag** : M.C.P. (0696 78 36 58)

© EWAG - La reproduction, même partielle, des  
articles et illustrations publiés dans ce magazine est  
interdite. EWAG décline toute responsabilité pour les  
documents remis.



Ce magazine est imprimé aux Antilles-Guyane,  
imprimeur certifié PEFC, sur papier issu de  
forêts gérées durablement. Ouvrage imprimé  
à 100% avec des encres respectueuses de  
l'environnement et conforme à la norme  
imprim'vert.



**EWAG GUADELOUPE - SIÈGE**  
Rue H.Becquerel - BP2174  
97195 Jarry Cedex  
0590 41 91 33

**EWAG GUYANE**  
5 Chemin Grant  
Lotissement Montjoyeux  
97300 Cayenne  
0694 26 55 61

**EWAG MARTINIQUE**  
Immeuble Périé Médical, 22 Rue Ernest  
Hemingway, ZAC Etang Z'abricot,  
97200 Fort-de-France  
0596 30 14 14

**Ils et elles ont contribué  
à ce numéro**



**Amandine Sauvage**  
Coordnatrice des magazines

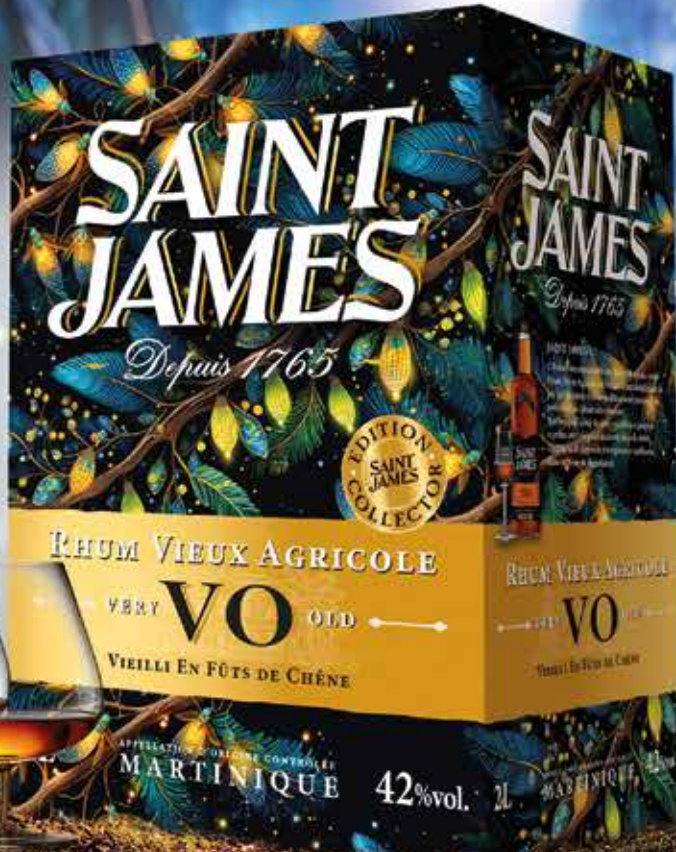


**Luciano Sainte-Rose**  
Directeur de développement



**Alix Delmas**  
Rédactrice





# Limyè Nwèl



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.





52



56



58

## À LA UNE

**8/ M'Repair et Mag Center Pro.** Une passion transformée en success story

## TERRITOIRES

- 12/** Nouveau tour de table pour les start-ups ultramarines
- 14/ Paris pour l'emploi.** Un capital pour l'avenir
- 16/** Image du mois
- 18/** Brèves
- 20/ GIP PROM.** Briser les tabous sur la santé masculine
- 22/** Transition des territoires : passage au vert
- 24/ SEMAG.** Construire et aménager les villes de demain
- 26/ "Que cherchez-vous ?"** "Quels sont les liens entre les chants et l'identité"

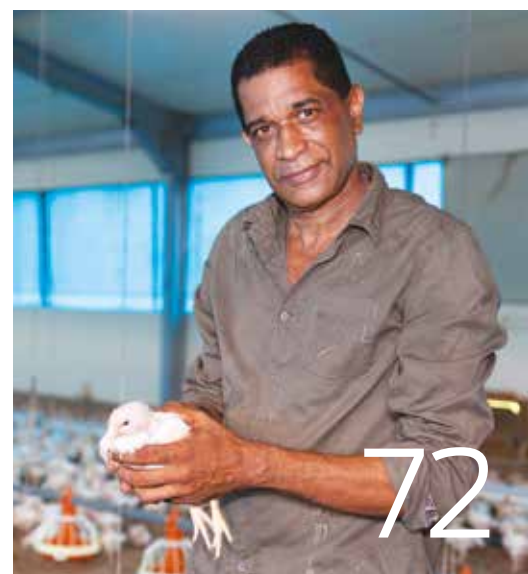
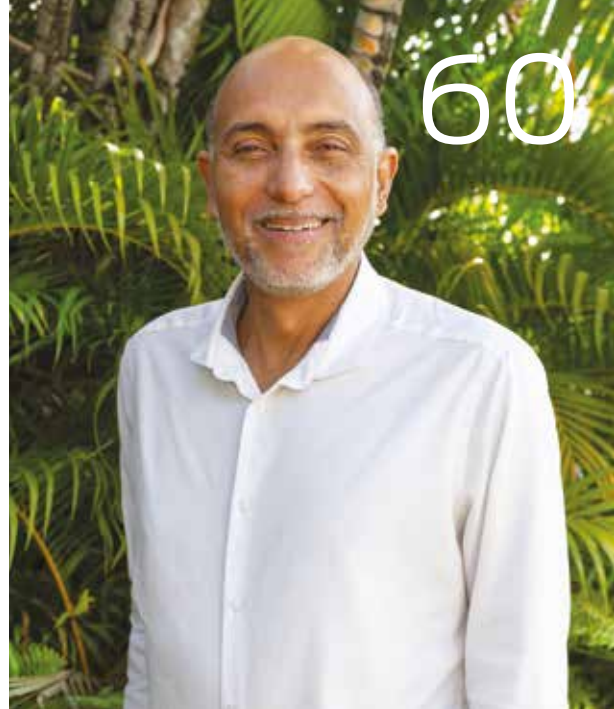
## ENTREPRISES

- 28/ Carrière d'Ultramarin.** Yes man : le « oui » comme plan de carrière
- 30/** En chiffres
- 32/ France Travail.** Pour un marché de l'emploi plus inclusif
- 34/** Mobilisation pour le handicap
- 36/ DEETS.** La différence c'est un plus pour l'entreprise
- 38/ GBH.** "Priorité Au Recrutement Local"
- 40/** Dans le bureau de Tony Allaguy Salachy
- 41/ Tendances au travail.** Un Noël en équipe, durable et solidaire

## EXPERTISE

- 42/ Cotisation foncière des entreprises.** Un impôt encore mal connu





**44/ Bonfilon.info.** C'est l'heure de l'entretien annuel !

**46/ 5 choses à savoir sur le boom des métiers de la mort**

## DOSSIER

### // Au défi de l'économie locale

**50/ DAAF.** Vers une production locale durable

**52/ CTM.** L'agriculture en Martinique défis et perspectives

**54/ CCIM.** Vie chère : des conséquences désastreuses pour l'emploi

**56/ Coeur Martinique.** La production locale veut une place de choix

**58/ MEDEF Martinique.** "La Martinique a besoin de chacun d'entre nous"

**60/ AMPI.** Cap sur la souveraineté industrielle en Martinique

**62/ Contact Entreprises.** « Nous devons maintenir l'esprit d'entreprendre et l'envie d'entreprendre »

**66/ Réseau Entreprendre® Martinique.** La solidarité entrepreneuriale en action

**70/ CODEM.** La viande locale attire de plus en plus

**72/ Madivial.** Une coopérative au service de l'autonomie alimentaire

**74/ Snack Elizés.** Le pari réussi des glaces locales

**76/ Cap Créole.** Une marque vitrine pour les produits de la mer

**78/ Dossier de la rédaction**

## PAUSE CAFÉ

**90/ Coup de cœur**

**92/ Sélection Culture**

**94/ Instant déco avec Chloé Lasserre**

**96/ Ce qu'il ne fallait pas loupier**

Sommaire

# UNE PASSION TRANSFORMÉE EN SUCCESS STORY

Une femme entrepreneure audacieuse, indépendante et passionnée, **Mylène Plantin** incarne la résilience et la détermination. Fondatrice des entreprises **M'Repair** et **Mag Center Pro**, au François, la commune qui l'a vue grandir, cette entrepreneure martiniquaise a su imposer son modèle dans un secteur traditionnellement dominé par les hommes. De la création de son projet à la reconnaissance de ses clients, en 4 ans, son parcours est devenu une success story qui force l'admiration.

*Texte Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann*

C'est l'histoire d'une femme qui a défié les conventions et transformé sa passion pour l'électronique en une carrière florissante, en construisant une entreprise de réparation de téléphones qui a pignon sur rue et dont la seconde entité, Mag Center Pro, destinée à la clientèle professionnelle, suit la même trajectoire. Mylène Plantin n'est pas seulement une cheffe d'entreprise alerte, elle est avant tout une pionnière dans un secteur où les femmes sont rares. La réparation de téléphones est un univers largement dominé par les hommes, mais elle a su s'imposer grâce à sa passion, son expertise et sa détermination. Elle est aujourd'hui la seule femme en Martinique à diriger une entreprise spécialisée dans ce domaine.

Elle a toujours travaillé et été autonome, et après 8 ans comme responsable d'atelier en téléphonie, en 2020, « en plein cœur du premier confinement du COVID-19 », elle décide de franchir un cap décisif : créer sa propre entreprise de réparation de téléphones, consoles, tablettes, télévisions. Le contexte Covid 19 est difficile mais propice aux prises de risques.

Les premiers obstacles n'ont pas tardé : frileuses vis-à-vis de son projet, les banques lui ont d'abord fermé les portes se réfugiant derrière des préjugés de genre. « À chaque rendez-vous, les interlocuteurs ne comprenaient pas que la réparation de téléphones, un secteur vu comme technique et masculin, puisse être un projet

viable porté par une femme », se rappelle-t-elle. C'est finalement une conseillère du Crédit Mutuel, sensible à son projet et convaincue par sa détermination, qui lui a accordé sa confiance. « Je me souviens encore des premières discussions. Les autres banques n'y croyaient pas, mais cette conseillère m'a écoutée et a compris la portée de ce que je voulais faire », raconte Mylène. Grâce à son business plan solide, elle obtient le financement nécessaire, et à peine trois mois plus tard, M'Repair voit le jour au François. Et Mylène devient la première femme en Martinique à ouvrir une boutique de réparation d'électronique.

## **Créer, recruter, persévérer**

Seule à la tête de son entreprise, Mylène a dû tout faire. Créer la marque, réaliser les réparations, trouver les fournisseurs, gérer les stocks, tenir les comptes. Son engagement et sa rigueur ont rapidement payé. En l'espace de quelques mois, M'Repair a acquis une solide réputation grâce à un service de qualité, une attention particulière aux détails, et la capacité à réparer ce que d'autres considéraient comme irréparable ! Les clients ont rapidement adopté la démarche de Mylène, qui offrait non seulement des services de réparation rapide et efficace, mais aussi une véritable écoute et un suivi personnalisé de chaque appareil. « Nos clients savent qu'ils peuvent compter sur nous, même lorsque leurs



« Trouver la solution,  
réussir la réparation  
qui résiste à d'autres  
par exemple. C'est une  
passion »



téléphones sont en mauvais état, ou que leurs données sont en danger », explique-t-elle. Elle a ainsi gagné la confiance d'une clientèle fidèle, désireuse de réparer plutôt que de remplacer.

Une recette gagnante qui depuis quelques mois s'est étoffée avec une seconde entité dédiée aux clients professionnels. « Mag Center Pro s'adresse aux entreprises qui ont besoin de réparer et de maintenir plusieurs appareils électroniques (smartphones, tablettes, ordinateurs, etc.). Le service a pour but de gérer des flottes d'appareils en apportant des solutions de maintenance et de réparation dans les temps, maîtrisées et adaptées », décrit-elle avec enthousiasme.



En 2020, sur Instagram, Mylène Plantin poste ses premières réparations. Charles Kurt bidouille de son côté, il commente ses posts, envoie des remarques pertinentes et se fait remarquer. Il intégrera M'Repair en stage pour 6 mois. Il est aujourd'hui responsable de l'atelier de la boutique.

## Une équipe solide et passionnée

Si elle a débuté seule, elle a toujours été encouragée par sa cousine, Magali, à qui elle est unie par des liens très forts. Celle-ci l'a conseillée, l'a soutenue et l'a poussée à vivre cette aventure entrepreneuriale. « Elle a beaucoup compté dans mon parcours, et aujourd'hui elle est notre directrice financière de M'Repair et Mag Center Pro », décrit avec fierté Mylène. La jeune cheffe d'entreprise a aussi assez rapidement recruté Charles Kurt, un jeune passionné de réparation qu'elle a repéré sur les réseaux sociaux. « Quand j'ai vu ses commentaires à propos de mes propres réparations sur Instagram, je savais qu'il avait le talent et la passion nécessaires pour travailler chez M'Repair. » Aujourd'hui, à 22 ans à peine, Charles est responsable de la réparation, et sa curiosité et son talent sont un atout précieux pour l'entreprise.

Pour recruter, Mylène a toujours privilégié l'envie. Elle recrute des personnes qui partagent sa passion pour la réparation et son désir d'apprendre. « L'envie de bien faire, de se dépasser, c'est ce qui fait toute la différence », assure-t-elle.

## Un modèle de confiance pour les particuliers et les professionnels

Au fil des mois, la réputation de la petite enseigne installée dans le bourg du François s'est établie. La clientèle de particuliers lui a fait confiance, convaincue par la qualité de ses réparations et la prise en charge sur mesure de leurs appareils défectueux. Mais c'est avec la création de Mag Center Pro, son service dédié aux professionnels, que Mylène a franchi un nouveau cap. Aujourd'hui, ce sont les entreprises qui découvrent son approche innovante, le sérieux de son équipe, et sa qualité de service. Mag Center Pro s'occupe des flottes d'appareils des entreprises, de leur maintenance à leur réparation, avec la même rigueur et le même savoir-faire qui ont fait la renommée de M'Repair. La qualité des services et l'attention portée aux besoins des clients professionnels ont permis à l'entreprise de se faire un nom dans un secteur compétitif.

## Résilience et croissance

Mylène Plantin est aujourd'hui une figure incontournable dans le paysage entrepreneurial martiniquais. Elle a su s'imposer dans un domaine où sa présence semblait improbable, et son entreprise continue de croître. Son parcours est un modèle de persévérance et d'ambition. Elle a prouvé qu'il est possible de réussir, même dans un environnement difficile, à condition de croire en soi, de ne jamais renoncer « et d'apprendre de chaque expérience, de chaque emploi », décrit-elle.

Sa démarche est empreinte de réalisme, de passion et d'humilité. Quand elle parle de son entreprise et de ses employés, il est évident que son leadership va bien au-delà de la simple gestion et privilégie l'humain et la passion. « Ce n'est pas juste une question de compétences techniques, c'est l'envie de bien faire, l'envie de réparer,





*Magali Plantin, associée DRH - Mylène Plantin, gérante*

qui fait toute la différence », affirme-t-elle. Pourtant, depuis 4 ans, le parcours de la jeune cheffe d'entreprise Mylène n'a pas été un long fleuve tranquille. Elle a traversé des moments difficiles, où l'incertitude, la fatigue, les difficultés personnelles l'ont mise à très rude épreuve. Il y a eu des passages à vide, des moments où l'isolement de l'entrepreneuriat a été pesant. Mais plutôt que de se laisser abattre, elle a su remonter la pente. Le tatouage de lotus rouge qu'elle porte discrètement à son poignet symbolise la patience et le renouveau. Ce tatouage n'est pas seulement un ornement, il représente un chemin parcouru, celui d'une femme qui a osé se lancer, qui a su dépasser les obstacles et qui aujourd'hui, se dresse fièrement à la tête de deux entreprises en plein essor. Sa détermination à

réparer ce qui est cassé, qu'il s'agisse de smartphones ou d'un parcours entrepreneurial semé d'embûches, fait d'elle un modèle inspirant.

« Les épreuves m'ont appris la patience et la résilience. J'ai compris qu'il faut toujours garder l'esprit ouvert, continuer à apprendre et à évoluer. » Une capacité à se relever après chaque épreuve qui a été déterminante pour la croissance de M'Repair et Mag Center Pro. Aujourd'hui, les deux structures sont reconnues pour la qualité de leurs services et la fiabilité de leurs interventions. Mylène a réussi à imposer ses structures, à la fois sur le marché local et auprès des professionnels et s'est transformée, sans l'avoir prémédité, en un modèle inspirant pour toutes celles et ceux qui aspirent à transformer leur passion en succès.



**M'REPAIR**  
46 Rue Lubin  
97240 Le François



**MAG CENTER PRO**  
29 rue François Arago  
97240 Le François

0696 04 62 88

Networking

# NOUVEAU TOUR DE TABLE POUR **LES START-UPS** **ULTRAMARINES**

Le plus grand concours de start-ups ultramarines tiendra sa 9<sup>e</sup> édition du 18 au 22 novembre à Paris. Un rendez-vous décisif pour des centaines d'entrepreneurs et d'investisseurs. Texte Mathieu Rached

On ne change pas une recette gagnante. Au programme de cette 9<sup>e</sup> édition d'Innovation Outremer : une semaine d'immersion au cœur de l'écosystème FrenchTech hexagonale et aussi un grand concours qui récompense les start-ups les plus prometteuses, en partenariat avec le ministère des Outre-Mer, des grandes entreprises et une dizaine de fonds d'investissement. Depuis la 1<sup>re</sup> édition en 2015, ce sont 43 millions d'euros qui ont été levés pour des start-ups ultramarines ! De quoi faire de cet évènement « LE rendez-vous incontournable des start-ups et des investisseurs sur les sujets d'innovation en Outre-Mer », tel que le décrit Paul-François Fournier, directeur exécutif innovation de BPI France.

Fondé par Daniel Hierso, le concours vient offrir de la visibilité, des fonds, des partenariats et l'émulation nécessaire au succès des nombreux projets présentés à Paris. Il vise aussi à corriger une réalité qui veut que « moins de 1 % des levées de fonds sont réalisées par des entrepreneurs issus de la diversité ». La mise en mouvement d'un écosystème complet sur une semaine à la Station F, « le plus grand campus de start-ups au monde », fait de ce rendez-vous un concours aussi atypique qu'efficace.

La semaine de cette 9<sup>e</sup> édition débutera avec les IOM Days, journées business qui concentrent les opportunités de networking avec les acteurs clés de l'écosystème French Tech hexagonale, au rythme de workshops thématiques, learning expeditions et présentations aux décideurs à Paris et en province. La semaine se clôturera le 22 Novembre 2024 avec la

French Tech Night Outre-Mer, qui rassemblera à la Station F les leaders de la Tech ultramarines et de la French Tech hexagonale. Les lauréats du concours Innovation Outre-Mer dans les 8 catégories récompensées y seront annoncés, sous le haut parrainage du ministère des Outre-Mer. À cette occasion, Innovation Outre-Mer accueillera également une délégation de start-ups du Sénégal pour inciter à poursuivre les coopérations économiques avec les pays africains qui ont pu être initiées ces dernières années.

Une start-up est bien une entreprise à très fort potentiel de croissance économique, qui doit pouvoir trouver rapidement les relais, partenaires et marchés nécessaires à son développement. C'est ce à quoi œuvre Outremer network toute l'année en accompagnant les start-upers, et ce que cristallise Innovation Outremer en réunissant tout le monde sur une semaine, inventant à Paris la marketplace des start-ups ultramarines à la conquête de leur avenir.

## Bilan 2015 - 2024

**43** millions d'euros : levées de fonds en 8 ans, dont 10 m€ sur 12 derniers mois

**123** lauréats du concours Innovation Outre-Mer

**700** finalistes depuis 2015

**1 200** entrepreneurs formés avec HEC Business School Les Jeudis de la Stratégie

**+12 000** salariés & entrepreneurs mis en réseau physiquement

**6 300** emplois pérennisés avec l'ensemble des acteurs de la French Tech

**900** porteurs de projets conseillés



## Un palmarès en 8 catégories

Le concours Innovation Outre-Mer évolue et récompensera les start-ups à haut potentiel parmi les finalistes présélectionnés dans 8 catégories :

- > **Or Bleu** : Innovations issues de l'océan et de la mer
- > **Or Vert** : Innovations issues du monde végétal
- > **AgriTech, FoodTech** : autonomie alimentaire
- > **Transition écologique** : recyclage, gestion et transformation des déchets
- > **Santé et Innovations médicales**
- > **Tourisme & loisirs durables, Artisanat & Culture**
- > **Digital inclusif, services et distribution responsables**
- > **Start** : catégorie dédiée aux pépites early-stage à fort potentiel de croissance



Créée en 2015 à l'initiative de l'incubateur Outre-Mer Network, avec le soutien de BPI France et en partenariat avec le ministère des Outre-Mer, Innovation Outre-Mer (IOM) est une association qui a pour mission de promouvoir les innovations à impact environnemental et social, développées au cœur des régions et territoires d'Outre-Mer, d'Afrique, des Quartiers Prioritaires de la Politique de la Ville par des entrepreneurs de la diversité.

Ewag vous donne rendez-vous le sur les réseaux sociaux où seront diffusées des capsules vidéos créées pour Innovation Outremer qui mettent à l'honneur plus de 35 start-ups ultramarines. La French Tech en force dans les Outre-mer !

Salon

# UN CAPITAL POUR L'AVENIR

Le rendez-vous francilien de l'emploi et de la formation **Paris pour l'emploi** aura lieu les 21 et 22 novembre sur la place de la Concorde. Pour la 7e année consécutive, le salon accueillera un espace dédié à l'Outre-Mer.

Texte Sarah Balay



Théâtre des plus grands succès olympiques il y a encore quelques semaines, la place de la Concorde change de décor les 21 et 22 novembre pour accueillir la 21e édition du principal salon de recrutement français : Paris pour l'emploi. Au programme : des centaines d'employeurs/centres de formation réunis ainsi que des milliers d'emplois à saisir.

Organisé par la Ville de Paris, aux côtés de Carrefours pour l'emploi, cet événement, libre et gratuit, est destiné à tous, quels que soient l'âge et le niveau d'expérience. Gestion, ressources humaines, grande distribution, transport, santé,

logistique... toutes les catégories de métiers sont représentées. « Ce salon ne sert pas qu'à trouver un travail », confie le directeur Michel Lefèvre. « Il est utile pour toutes celles et ceux qui cherchent leurs voies, une orientation, une formation ou encore un domaine de transition professionnelle ». Ses atouts ? Son emplacement stratégique en plein cœur de la capitale, mais aussi et surtout sa plateforme numérique (oui-emploi.fr) qui permet à chaque candidat de déposer son CV et de consulter les offres des entreprises en amont afin de se préparer efficacement.

## **ENCOURAGER LE RETOUR AU PAYS**

Incontournable pour les acteurs économiques de l'Hexagone, ce salon l'est tout autant pour les Outre-Mer. Cette année, des représentants d'une vingtaine d'institutions et d'entreprises locales des Antilles, de la Guyane, de Mayotte et de la Réunion ont répondu présentes. « Il s'agit avant tout d'encourager le retour au pays », poursuit le directeur. « Les candidats peuvent rencontrer ces employeurs ultramarins, mais pas seulement. La logique de mobilité, grâce à certaines collectivités ou associations, s'impose également pour un départ et une prise de poste réussis ».

Différents temps forts pour l'Outre-Mer seront aussi proposés : une web-conférence, portée par de nombreux experts, le 19 novembre, intitulée « Face aux enjeux démographiques cruciaux en Outre-mer, la mobilité n'est pas une fatalité » ; un after-work le 21 novembre afin de consolider les partenariats entre les associations ultra-marines de l'Hexagone et les entreprises et institutions présentes sur le salon et enfin, le 23 novembre, une matinale KréOl parrainée par la délégation de Mayotte à Paris qui permettra de poursuivre les échanges et les rencontres entre candidats, associations et exposants.

## **En chiffres**

- **10 000 m<sup>2</sup>** d'exposition
  - **400** employeurs/centres de formation
  - **2 000** chargés de recrutement
  - **+25 000** candidats attendus
  - **+350** métiers
- Une offre d'emploi sur 10 est pourvue à l'issue du salon



# PARIS

# POUR L'EMPLOI

# DES OUTRE-MER

**JEUDI 21 & VENDREDI 22 NOVEMBRE 2024  
PLACE DE LA CONCORDE - PARIS 8<sup>E</sup>**



MARTINIQUE



GUYANE



LA RÉUNION



GUADELOUPE



MAYOTTE

**OUTREMER-EMPLOI.FR**

**ICI, ON RECRUTE !**

**Votre espace Emploi EN OUTRE-MER**







# L'ATOUT INDUSTRIE PÉYI

Éparpillés sur les territoires, leurs sites font tellement partie du paysage qu'on en oublie leur dimension technique, les sommes qui y sont régulièrement investies, leur impact tout à la fois économique et sociétal. Ces espaces de production généralement bruyants, non autorisés et étroitement contrôlés sont des lieux de production de richesse sur nos territoires, un "patrimoine économique" qui évolue en toute discrétion, se transforme à la faveur des mutations de marché et des exigences environnementales... tout en assurant la continuité de l'activité, la production, concrète de matériaux, de fusées, d'électricité, de carburant etc. La semaine de l'industrie avec des événements programmés sur les 3 territoires donne l'occasion de regarder de plus près nos chaînes de production, de mieux connaître certaines activités et les nombreux métiers qui en découlent. Au total, pour ne citer qu'un chiffre, l'industrie aux Antilles-Guyane comprend 12400 emplois directs (et autant d'emplois indirects), autant d'hommes et de femmes, avec casque, chasuble et chaussures de sécurité, directement impliqués dans une certaine souveraineté industrielle et énergétique locale.

*Texte Mathieu Rached - Légende photo : Sur le site de SARA en Martinique*





Guadeloupe

# AÉRODROME MARYSE CONDÉ

C'est officiel depuis le 26 septembre 2024. Le gouvernement a fait un choix symbolique en renommant l'aéroport du Raizet en l'honneur de l'écrivaine guadeloupéenne disparue il y a six mois : Maryse Condé. L'appellation commerciale reste Guadeloupe Pôle Caraïbe, seul le nom administratif change. Il s'agirait « du premier aéroport portant le nom d'une femme noire en France et peut-être même le premier du monde », rapportent certains médias.

## LA MICRO-ENTREPRISE SOUFFLE SES 15 BOUGIES

C'est la loi de modernisation de l'économie qui est à l'origine de la création du régime de l'auto-entrepreneur en 2009. Ce nouveau régime est une aubaine pour l'entrepreneuriat, tant il simplifie les démarches administratives et fiscales des entrepreneurs individuels. Preuve en est : 15 ans plus tard, la majorité des entrepreneurs sont des micro-entrepreneurs. Une réalité qui se vérifie en Guadeloupe. Sur 8 000 entreprises créées en 2023, 4 328 sont des micro-entreprises, donc, plus de la moitié. C'est un peu moins flagrant en Martinique avec 1/3 des créations en 2023 sous le régime de la micro-entreprise.

# 90,7

## MILLIONS D'EUROS

COÛT TOTAL PROGRAMMÉ POUR  
LE PROJET D'EXTENSION DU TCSP  
(TRANSPORT COLLECTIF EN  
SITE PROPRE) EN MARTINIQUE  
QUI PRÉVOIT 5,1 KM DE LIGNE  
SUPPLÉMENTAIRE.



## LA CARAVANE DES Droits

Guadeloupe

# Caravane des Droits

Labellisée territoire expérimental « zéro non-recours », la Guadeloupe a lancé le concept de Caravane des Droits. Le principe : faire circuler des bus équipés de guichets dédiés aux services publics. Prochain rendez-vous : 22 novembre à Sainte-Anne.





Guyane

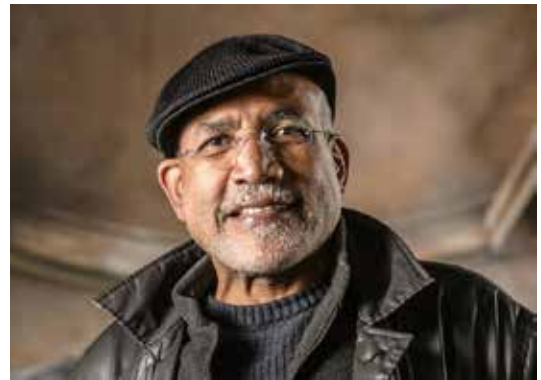
## Rendez-nous nos morts

Des Amérindiens de Guyane et du Surinam se sont rendus, en septembre, au musée de l'Homme à Paris. Non pas pour y contempler ses collections... mais pour réclamer le rapatriement des dépouilles de six personnes décédées en France à la fin du XIXe siècle, conservées dans les collections du musée. Ils souhaitent pouvoir les inhumer selon les rites des populations du Maroni. A suivre.

Réunion

## Adieu à l'hôtel Concorde Bellepierre

Il avait été inauguré en grande pompe en 2004 par le footballeur Zinédine Zidane... L'hôtel le Concorde Bellepierre, situé à Saint-Denis de la Réunion, faisait rêver avec ses 54 chambres et une suite panoramique. En 2011, il passe même 85 chambres dont cinq suites après la construction d'une annexe. Le 29 novembre, il fermera pourtant ses portes aux touristes. Depuis la crise sanitaire, 54 de ses chambres étaient louées au CHU pour son personnel. Les chambres restantes seront vraisemblablement rachetées par la Région qui compte y installer ses locaux pour les élèves infirmiers.



## Ils ont dit

« Le système-outremer génère une invivabilité qui, malgré des convulsions fréquentes, ne cesse de perdurer (...). Sa fatalité est intériorisée par tous : depuis les décideurs français (des plus réactionnaires aux meilleurs « insoumis »), en passant par nos militants décoloniaux les plus exaspérés, jusqu'à ceux qui, à présent, érigent la « vie chère » en grand soleil carré de cette affaire ».

Patrick Chamoiseau, écrivain,  
dans une tribune au Monde le 28 septembre 2024

Polynésie

## L'UNESCO, ENFIN...

Les îles Marquises (Polynésie) ont été inscrites, en août, au patrimoine mondial de l'Unesco. Une inscription qui célèbre « l'extraordinaire richesse biologique et culturelle de la France ultramarine et l'histoire des peuples insulaires du Pacifique ».

# BRISER LES TABOUS SUR LA SANTÉ MASCULINE

Avec **#Mois sans Tabac et Movember**, le mois de novembre est placé sous le signe de la mobilisation autour des cancers masculins et des méfaits du tabac. Le point avec Guy-Albert Rufin Duhamel, directeur de la plateforme régionale d'oncologie de Martinique.

Texte Sandrine Chopot - Photo Jean-Albert Coopmann



*Audrey Pomier Flobinus, secrétaire générale, Rubens Marolany, agent administratif, Jean José Julien, président de Cyparis, Dr. Miguelle Marous, conseiller médical du directeur, Guy-Albert Rufin Duhamel, directeur, Vanina Reine Dit Reinette, présidente de AMP SA KAY, Aurélie Tomasi, gestionnaire médico administrative, Géraldine Picouly, gestionnaire médico administrative.*



### **Movember surfe sur le succès d'Octobre Rose ?**

**Guy-Albert Rufin Duhamel** : Oui, Octobre Rose pour les femmes, Movember pour les hommes. Ces campagnes de prévention sont complémentaires et essentielles, surtout en Martinique, où elles aident vraiment à sensibiliser la population à l'importance de la santé. Movember, est un mois dédié à la santé masculine, centré sur des cancers comme ceux de la prostate, du côlon, des testicules, ainsi que sur les problèmes liés au tabac.

### **Un sujet tabou chez les Antillais ?**

En Martinique, parler de santé masculine, surtout quand il s'agit de cancers, reste encore assez tabou. Ce sont souvent les femmes qui poussent les hommes à consulter. Beaucoup n'osent pas aborder ces sujets ni demander de l'aide, de peur de passer pour faibles.

### **Quelles retombées attendez-vous de Movember ?**

L'idée est d'ouvrir le dialogue sur la santé des hommes. À travers les différentes actions de prévention et de sensibilisation menées par les associations, professionnels de santé, collectivités locales... nous espérons dédramatiser cette maladie, encourager les hommes à prendre soin d'eux, à sortir de l'isolement, à consulter plus régulièrement un professionnel de santé, à se faire dépister et à intégrer la prévention dans leur routine. Ils ne doivent pas hésiter à se rapprocher de la « Maison du Parcours » qui propose une prise en charge globale des malades du cancer.

### **Vos objectifs à 5 ans ?**

Nous souhaitons booster la participation des hommes aux dépistages organisés pour le cancer colorectal avec l'objectif de les doubler. Ensuite, il est crucial de rendre l'information et les soins plus accessibles, surtout pour ceux qui sont souvent laissés de côté, soit par manque de moyens, soit par isolement social.

Nous souhaitons renforcer notre présence auprès des collectivités locales, des associations comme Cyparis et AMP Sa Kay.

Enfin, nous allons continuer à mettre en avant les initiatives locales en faveur de la santé masculine. Dans 5 ans, peut-être que le dépistage sera devenu une simple visite de routine, un réflexe masculin parfaitement intégré dans le quotidien de chacun. Nous y croyons ! (sourire)

« Ce mois de sensibilisation sur les cancers masculins concerne tous les hommes y compris ceux en situation de vulnérabilité et de grande précarité sociale. Personne n'est laissé pour compte. On constate aujourd'hui que le tabac est un facteur de risque prépondérant dans le développement de nombreux cancers : cancer du poumon, de l'œsophage, du larynx, de l'estomac... Notre message est le suivant : il ne faut pas attendre Movember pour se faire dépister. Le corps est une maison. Une maison ça s'entretient. Plus on prend soin de son corps et plus la vie sera belle ! »

**Vanina Reine Dit Reinette, présidente de AMP SA KAY dont les missions s'articulent autour de l'accompagnement, l'insertion, l'innovation dans le médicosocial, le soutien des usagers dans tous les types d'addiction.**

0696 09 80 63 / 0696 92 00 65  
FB @ampsakay  
amp.sakay972@gmail.com

« Le principal défi est d'inciter les hommes à se faire dépister. Plus un cancer est décelé tôt, plus on a de chance d'être guéri, et plus les conséquences de la maladie sont réduites. Les campagnes de dépistage organisées ne proposent aux hommes que le dépistage du cancer colorectal, contrairement aux femmes qui ont des contrôles réguliers pour le dépistage du cancer du sein, de l'utérus. La Martinique est une population à risque du cancer de la prostate. À partir de 50 ans, nous invitons les hommes à demander à leur médecin un dosage du PSA qui, via une prise de sang, permet d'envisager une recherche plus approfondie. S'il y a des antécédents familiaux, il est préconisé de le faire dès 40 ans. »

**Jean-José Julien, président de l'association CYPARIS, une association créée pour faire de la prévention santé, soutenir, aider et accompagner les hommes atteints de cancer.**

cyparis.martinique@gmail.com  
06 96 45 95 95  
Instagram @cyparismtq

*Transition des territoires*

# PASSAGE AU VERT

Les subventions d'État réussiront-elles à donner le coup d'accélérateur suffisant au verdissement de nos territoires et de nos économies ? Enquête auprès des lauréats du Fonds vert 2023. (4/6)

Texte Floriane Jean-Gilles



## Étude du trait de côte soumis à érosion du littoral

**Porteur du projet :** Commune de Macouria/Commune d'Awala-Yalimapo

**Subventions Fonds vert :** 95 600 €/40 000 €

Les deux communes guyanaises ont noué un partenariat avec le BRGM (Bureau de recherches géologiques et minières) dans le cadre de leur projet d'étude du trait de côte soumis à érosion du littoral. Guillaume Brunier, ingénieur-chercheur risque littoral, nous explique que, dans ce cadre, sa mission est double : « Il s'agit de réaliser la cartographie des littoraux en adaptant la méthode nationale au contexte très singulier de la Guyane. Ces deux réalisations serviront ensuite de base à l'édition d'un document qui sera une note de cadrage à la réalisation d'autres cartes dans le contexte guyanais. Nous avons donc noué une convention de recherche appliquée pour développer une méthodologie adaptée ».

Le littoral guyanais est l'un des plus dynamiques du monde, l'apport massif de sédiments, par l'Amazone, transforment considérablement la morphologie des côtes, qui sont

principalement de deux types : les côtes à mangrove et les côtes sableuses. « Les sédiments de l'Amazone parviennent en Guyane de manière indirecte. Ils dérivent vers le nord pour former des super structures côtières : des bancs de vase. Ces entités font l'essentiel de la dynamique côtière guyanaise, développe Guillaume Brunier. Dans le cas des côtes à mangrove, quand le banc de vase se déplace, la côte réexposée aux vagues va reculer autant que ce qu'elle avait avancé, cela se compte en plusieurs centaines de mètres par an, et touche 80 % du littoral guyanais. C'est le cas de Macouria dont le bourg de Tonate est une ancienne plage piégée derrière des mangroves pendant des décennies qui se sont fortement érodées depuis 2015. Certains secteurs sont à érosion chronique, comme Awala-Yalimapo, on enregistre un recul de 1 à 5 mètres par ces 10 dernières années. »

Guillaume Brunier poursuit : « Aujourd'hui, 2 à 3 personnes travaillent sur ces dossiers. Nous avons compilé les données du secteur de Macouria et nous sommes en train de finaliser les analyses complémentaires sur ces données (chronologie des arrivées et départs des bancs de vase, prise en compte du changement climatique). L'étape suivante va consister à définir les vitesses de recul, en fonction des types de sols (banc de vase ou ancienne plage sableuse). Pour l'étude qui concerne Awala-Yalimapo, la convention sera proposée prochainement. Dans ce cas, il s'agit d'actualiser un document existant en introduisant les notions de changement climatique et en appliquant certains outils utilisés pour Macouria. Dans les deux cas, nous prévoyons un rendu l'année prochaine ».





## Pour l'épargne comme pour le sport, mieux vaut avoir un bon coach.

Assurance vie, Plan Epargne Retraite, Diversification financière, prenez rendez-vous avec votre conseiller.

Investir vous expose à un risque de perte en capital.



**CAISSE  
D'EPARGNE**

*Vous être utile.*

Banque & Assurances

Document à caractère publicitaire et sans valeur contractuelle.

BPCE - Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 197 856 880 euros - Siège social : 7, promenade Germaine Sablon 75013 PARIS - RCS Paris N°493 455 042, intermédiaire d'assurance immatriculé à l'Orias sous le N° 08 045 100 [www.orias.fr](http://www.orias.fr) - Contrat d'assurance distribué par votre Caisse d'Epargne - ALTMANN + PARTNERS - Crédit photo : Getty Images.

Développement territorial

# CONSTRUIRE ET AMÉNAGER LES VILLES DE DEMAIN

Créée en 1987, la **SEMAG**, acteur historique de l'aménagement du territoire en Guadeloupe, déploie depuis presque 10 ans son expertise en Martinique à travers son agence locale. Présentation.

Texte Laëtitia Juraver - Photo Jean-Albert Coopmann



Anyssia Louis Mondesir, Lutece Zameo, Mayelhi Gros Desormeaux, Anne Marie Potevins, Frédéric Barbe, Leslie Lanista et Marlène Maugee

La SEMAG, pour Société d'économie mixte d'aménagement de la Guadeloupe, œuvre en faveur du développement des îles de Guadeloupe et de Martinique. Si la SEMAG est avant tout un bailleur social, elle est aussi un aménageur, un constructeur et un gestionnaire de sites touristiques majeurs comme le Jardin botanique de Deshaies en Guadeloupe. Au quotidien, la SEMAG collabore étroitement avec les collectivités territoriales et les EPCI\* au titre d'assistant à maîtrise d'ouvrage, dans l'optique de construire les villes de demain et d'améliorer de façon continue la qualité de vie de leurs habitants. Le propre de la SEMAG ? Développer des projets de construction qui tiennent compte des spécificités sociales, économiques et environnementales de nos îles, en faveur d'un développement durable, équilibré et inclusif.

## **UN ANCRAGE LOCAL FORT**

Créée en 2013, « la SEMAG Martinique représente aujourd'hui un patrimoine de 885 logements », précise Marlène Maugee, responsable d'agence depuis bientôt 3 ans. Forte de son expertise et de ses ressources, la SEMAG s'attache à répondre aux besoins locaux, en matière de logements sociaux notamment. « En 10 ans, ce sont plus de 25 résidences qui ont été construites sur les communes de Fort-de-France, Saint-Joseph, Sainte-Marie, Schoelcher, mais aussi au Lamentin, au Robert et au Marin. 30 logements à Sainte-Luce, 52 à Ducos et deux autres en cours de validation devraient bientôt sortir de terre. Notre approche collaborative, laquelle nous amène à travailler main dans la main avec les acteurs locaux, nous permet d'optimiser la conception et la gestion de ces projets et de leur financement, mais aussi de mutualiser les compétences au sein de la Société, pour nous assurer de répondre au mieux aux enjeux et contraintes endogènes », souligne Marlène Maugee.

## **UN IMPACT DURABLE SUR LE TERRITOIRE**

« Notre force repose sur une approche terrain et des profils spécialisés pour une gestion efficace de nos résidences et de la relation client. Nos collaborateurs jouent un rôle essentiel dans le maintien du lien de proximité que nous entretenons avec les habitants et nos partenaires », indique la responsable d'agence.

En tant qu'aménageur mandaté par les communes et les collectivités, la SEMAG contribue également à la mise en œuvre de projets à fort impact pour le territoire. On peut par exemple citer les chantiers de reconstruction des écoles de la commune du Marin, dont l'objectif est d'accroître la sécurité des établissements dans cette région fortement exposée aux risques sismiques, ou encore le projet de réhabilitation du cinéma des Anses d'Arlet qui témoigne d'une volonté de préservation du patrimoine local.

\* EPCI : Établissements publics de coopération intercommunales



## Une équipe de proximité engagée

La SEMAG Martinique, c'est une équipe engagée dans l'amélioration du cadre de vie des martiniquais.

« Notre force repose sur une approche terrain et des profils spécialisés pour une gestion efficace de nos résidences et de la relation client. Nos collaborateurs jouent un rôle essentiel dans le maintien du lien de proximité que nous entretenons avec les habitants et nos partenaires », indique la responsable d'agence.

- **Yoanne Yuikety**, gardienne volante, qui assure la surveillance et le contrôle des 25 résidences de la SEMAG en Martinique. Elle veille au bien-être des résidents, au respect des règles de vie et au maintien

de la qualité des espaces communs.

- **Patrick Losat et Lutèce Zaméo**, gestionnaires de maintenance, en charge de l'entretien des résidences.

- **Leslie Lanista et Anyssia Louis Mondesir**, chargées de clientèle et contentieux. Elles suivent les dossiers des locataires de l'entrée à la sortie de sorte à ce qu'ils n'aient qu'un seul interlocuteur tout au long de leur vie au sein de la résidence.

- **Anne-Marie Potevins**, secrétaire. Elle assure le suivi quotidien des dossiers et facilite les échanges entre les différents services en tant que premier point de contact.

- **Mayelhi Gros Desormeaux**, chargée d'opérations. Elle supervise la planification, la coordination et l'aboutissement des travaux du fait de sa connaissance approfondie des contraintes locales.



“ La SEMAG Martinique représente aujourd'hui un patrimoine de 885 logements ”

Résidence les jardins du Calebassier - Sainte-Marie - livrée en 2022

# “Que **cherchez**-vous ?”

Réponses courtes et précises des jeunes chercheurs et docteurs de l'université des Antilles-Guyane.

Texte Sarah Balay

**Esther Eloidin**

## “Quels sont les liens entre les chants et l'identité”

### Quel est l'intitulé de votre thèse ?

“Regard anthropo-musicologique sur l'évolution de la société martiniquaise à travers les chansons antillaises du XIXe au XXIe siècle.”

### Où et quand l'avez-vous soutenue ?

Le 6 octobre 2023 à l'université des Antilles - Pôle Martinique.

### Pouvez-vous résumer vos travaux en une phrase ?

Comment les chansons coquines antillaises aident à mieux comprendre les problèmes de nos sociétés.

### Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?

- 1 - La reconnaissance de la fonction sociale du «canteur\*» coquin, paillard, obscène et pornographique au sein de la société antillaise ;
- 2 - La valorisation du statut de musicien professionnel ainsi que la mise en lumière des grands orchestres comme Les Léopards de Saint-Pierre qui ont permis de faire rayonner le «kanman» martiniquais ;
- 3 - La nuance entre chansons coquines et chansons paillardes, ainsi que la gradation entre les chansons obscènes ou pornographiques, sans oublier les chansons grivoises ;
- 4 - Les chansons du répertoire coquin et paillard, notamment du XIXe siècle, mettent en évidence un pan de l'histoire martiniquaise longtemps occulté : le devenir des anciens esclavagisés. Trop souvent, l'image du « nègre fainéant » est dépeinte.



D'où l'importance de mes travaux : rappeler qu'ils étaient prêts pour cette libération. Comment se sont-ils organisés ? Que sont-ils devenus ? Toutes ces réponses contribuent à replacer les héros historiques martiniquais à leur vraie place et à redonner au peuple fierté et volonté d'aller de l'avant ;

- 5 - L'évolution des chansons coquines et paillardes vers des formes plus vulgaires, voire obscènes, nous pousse à réfléchir sur notre identité. Au-delà des concepts de Négritude, de Créolité ou d'Antillanité, la question centrale de mes recherches est : qui sommes-nous et comment nous définir au XXIe siècle ?

### Quels sont vos projets après votre thèse ?

Je souhaite partager mes travaux à travers différents formats (colloques, conférences, articles, formations...) et développer des projets pour préserver le patrimoine artistique et culturel martiniquais, en collaboration avec les institutions. J'aimerais aussi faire connaître Chanté malélivé, une série d'entretiens filmés, réalisée avec le cinéaste martiniquais Christian Foret.

\*Le mot «canteur» vient de cantologie une discipline initiée par Stéphane Hirschi, spécialiste de la chanson française dans les années 1980 qui permet d'aborder la chanson sous tous ses aspects socioesthétiques et culturels mais également de façon transversale avec les autres disciplines des sciences humaines.



# FONDATION CLÉMENT

**Diferentes miradas**  
Différents regards

**8 NOVEMBRE 2024**  
**12 JANVIER 2025**  
**À LA PINACOTHÈQUE**



[www.fondation-clement.org](http://www.fondation-clement.org)



**ACCÈS GRATUIT**  
Ouvert tous les jours  
de 9h à 18h30  
Habitation Clément  
Le François - Martinique

José Almonte, *Acumulación II*, 2024 (détail)  
Conception graphique : Yvana'Arts/Photographie R. Charlotte



# YES MAN : LE « OUI » COMME PLAN DE CARRIÈRE

Au lycée, Yannick Myrtil se projetait comme professeur de mathématiques. Aujourd'hui, entre le monde du web et celui des jeux vidéo, l'expert digital explique sa réussite par sa capacité à dire "oui" aux opportunités. Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Vincent Macher

## Était-ce un rêve d'enfant de travailler dans le domaine des jeux vidéo ?

Non, pas vraiment. Je suis de la génération « gameboy » mais je n'imaginai pas à l'époque pouvoir en faire un métier ! Après une première année d'études en mathématiques, j'ai découvert l'univers du web. J'ai créé un blog sur le cinéma et j'ai été fasciné par le fait que mes articles puissent être lus à l'autre bout de la planète ! Je me suis orienté vers des études de design et de développement web, encore rares dans les années 2000. Pour me rendre en cours, je passais tous les jours devant Ubisoft. J'y ai naturellement postulé après avoir obtenu mon diplôme. J'ai d'abord décroché un stage, puis, j'y ai travaillé quelques années plus tard en tant que Digital Marketing Manager, puis responsable de l'activité Influence pour l'Europe. J'ai pu me rendre à des événements comme l'E3 à Los Angeles, le graal pour un passionné de jeux vidéo ! J'ai ensuite effectué des allers-retours entre le monde du web et celui des jeux vidéo. Aujourd'hui, je suis associé chez Levelup, une entreprise spécialisée dans l'analyse des résultats marketing des jeux vidéo.

## Vous avez participé à plusieurs lancements de produits, avez-vous déjà pensé à créer votre propre structure ?

J'ai un état d'esprit entrepreneurial, j'aime l'idée de partir d'une feuille blanche pour créer quelque chose. C'est extrêmement gratifiant de voir des projets prendre vie, se concrétiser. C'est ce que j'ai fait chez Ubisoft, en déployant le nouveau segment des influenceurs ; chez Complay, en développant l'offre de formation ; chez Digicel, en lançant Wizzee, et aujourd'hui chez Levelup, en participant à la montée en puissance d'une plateforme innovante. Si l'entrepreneuriat me

tente, j'apprécie pour l'instant de travailler au sein de structures qui me donnent l'opportunité d'être créatif et de toucher à tout.

## Vous dites que vous avez eu de la chance dans votre parcours, pourquoi ?

Je parle de chance parce que j'ai souvent fait des choix risqués, qui se sont finalement révélés être les bons. J'ai par exemple refusé un CDI chez SQLI pour un stage chez Ubisoft, je suis parti en Australie apprendre l'anglais pour prétendre à des postes intéressants chez Ubisoft ; alors qu'ils me proposaient un emploi, j'ai quitté LinkedIn pour venir travailler en Martinique... Ces décisions auraient pu être perçues comme irrationnelles, mais elles ont fait toute la différence dans ma carrière. Comme le dit le professeur de psychologie et de management Philippe Gabilliet : « La meilleure façon d'avoir des opportunités, c'est d'en devenir une soi-même ». C'est exactement ce que j'ai essayé de faire.

## BIO EXPRESS

Né en Martinique en 1985, Yannick Myrtil commence ses études en mathématiques avant de se tourner vers le web. Il obtient un diplôme en infographie et webdesign à l'ETPA de Toulouse, puis poursuit à HETIC, une école pionnière du web à Paris. Il rejoint Ubisoft, puis enchaîne les postes chez LinkedIn, Complay, Digicel, GameAnalytics, Skillshare. Il est aujourd'hui associé et directeur du développement chez Levelup.





- ENTREPRISES

# 80%

des handicaps sont des "handicaps invisibles"

# 55% DES DEBOE\* SONT EN CHÔMAGE DE LONGUE DURÉE

(-2 points en un an)  
\* demandeurs d'emploi bénéficiaires de l'obligation d'emploi

En chiffres

# Travailler EN SITUATION DE handicap

« Handicap et parcours professionnel : comment assurer une vraie égalité des chances ? », la thématique de la 28e semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), du 18 au 24 novembre, est l'occasion de se pencher sur quelques chiffres. Texte Floriane Jean-Gilles

# 45% :

TAUX D'ACTIVITÉ des travailleurs handicapés en 2023 (en hausse par rapport à 2022)

# 1 205 000

personnes handicapées en emploi, soit 4,3% de l'ensemble des personnes en emploi. (chiffre national, 2023)

La part des BOE dans les retours à l'emploi :

**1,7%** en Martinique  
**1,9%** en Guadeloupe  
**2%** en Guyane

# 6% DE TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

minimum, pour toute structure employant plus de 20 personnes, publique ou privée.

# 12%

c'est le TAUX DE CHÔMAGE des travailleurs handicapés en 2023 (stable par rapport à 2022), soit 1,7 fois plus que la moyenne nationale.

# 800 ENTREPRISES ADAPTÉES

emploient 40 500 salariés handicapés. (source UNEA, 2023)

# 3,1 MILLIONS DE BÉNÉFICIAIRES DE L'OBLIGATION D'EMPLOI

(BOE), en 2023, dont **50% DES FEMMES.**



# FONDATION CLÉMENT

8 NOVEMBRE 2024 - 12 JANVIER 2025



## RONDA INFINITA

Roberto Fabelo



[www.fondation-clement.org](http://www.fondation-clement.org)



**ACCÈS GRATUIT**  
Ouvert tous les jours  
de 9h à 18h30  
Habitation Clément  
Le François - Martinique

Ressources humaines

# POUR UN MARCHÉ DE L'EMPLOI **PLUS INCLUSIF**

Le mois de novembre est l'occasion de rappeler que le travail est un droit et que les personnes en situation de handicap y ont droit comme tout le monde. **France Travail** et ses partenaires s'impliquent au quotidien pour que l'emploi de ce public soit un engagement de tous pour une société plus inclusive.

Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann



Dominique Allanet délégué régional AGEFIPH Antilles-Guyane, Stéphane Bailly directeur régional de France Travail Martinique, Jean-Claude AZUR directeur Cap Emploi

**Quelle politique défend France Travail pour l'emploi des personnes en situation de handicap ?**  
**Stéphane Bailly, directeur régional France Travail :**  
La politique pour l'emploi des personnes en situation

de handicap s'est traduite par des mesures fortes telles que l'application de la loi « Choisir son avenir professionnel », la réforme de l'obligation d'emploi, l'instauration d'un référent handicap dans les



entreprises de plus de 250 salariés. Cette politique s'accompagne du déploiement de l'apprentissage avec la majoration du coût contrat de l'apprenti TH (travailleur handicapé). Pour améliorer l'efficacité de ces mesures, Pôle emploi devenu France Travail et Cap Emploi se sont rapprochés et sont désormais présents dans un lieu unique d'accompagnement, permettant ainsi aux demandeurs d'emploi TH et aux employeurs de bénéficier de l'offre de service intégrée au sein des agences de France travail.

### **Quelle est la situation des travailleurs en situation de handicap ?**

Avec l'engagement réaffirmé par la Conférence nationale pour le handicap du 26 avril 2023, de nouvelles étapes doivent être franchies pour placer sous la responsabilité de France Travail/Cap Emploi toute personne en situation de handicap à la recherche d'un emploi tout en déterminant l'environnement professionnel le plus adapté à sa mission. Cela passera aussi par la nécessité de favoriser l'accès à la formation de droit commun pour les demandeurs d'emploi en situation de handicap. Nous avons comme projet de tester un outil favorisant la mise en relation entre employeurs handi-engagés et demandeurs d'emploi. Nous prévoyons de tester la création d'une offre/parcours dédié(e) pour les travailleurs licenciés pour inaptitude.

Pour mener à bien ce chantier, le travail en réseau avec l'ensemble des acteurs qui interviennent sur le champ du handicap est primordial. L'engagement des employeurs est une priorité, c'est pourquoi France Travail et Cap Emploi s'attachent à développer et à promouvoir le recrutement inclusif, en élargissant le ciblage des candidats et en adaptant les processus de recrutement tout en faisant la promotion des services d'accompagnement au maintien dans l'emploi.

*\*Fond d'insertion des personnes handicapées dans la fonction publique*

## **3 questions à**

**Jean-Claude Azur, directeur Cap Emploi Martinique**

*Cap Emploi est un organisme de placement spécialisé qui a pour mission l'accompagnement vers l'emploi et dans l'emploi des personnes en situation de handicap.*

### **Comment accompagnez-vous les personnes en situation de handicap ?**

Nous œuvrons aux côtés de France Travail. Les conseillers Cap emploi et de France Travail accompagnent vers l'emploi les demandeurs d'emploi bénéficiaires de l'obligation d'emploi ainsi que les employeurs qui souhaitent les recruter. Pour les personnes en poste, Cap emploi les accompagne afin de trouver des solutions de maintien dans l'emploi, lorsque qu'un risque de désinsertion professionnelle est identifié ou lorsque le handicap intervient au cours de la vie professionnelle.

### **Quelle est la règle en matière d'embauche de personne en situation de handicap ?**

Toute entreprise avec plus de 20 salariés est assujettie à l'obligation d'emploi des personnes en situation de handicap. En cas de non-respect, l'employeur paie une contribution qui alimente les budgets de l'AGEFIPH et du FIPHFP.

### **Quelle est la particularité du contexte martiniquais ?**

En Martinique nous ne sommes pas de bons élèves. Dans le secteur privé nous sommes proches des 3 % alors que l'objectif est de 6 %. Dans le secteur privé dans l'Hexagone, ils sont à un peu moins de 4 % de personnes en situation de handicap au sein de l'effectif.

## **Quand intervient l'AGEFIPH ?**

L'AGEFIPH, pour le secteur privé, et le FIPHFP\*, pour le public, reçoivent les contributions versées par les entreprises et administrations qui ne remplissent pas leur obligation d'emploi de personnes en situation de handicap. Ces contributions vont servir à déployer des politiques pour l'emploi et donc convaincre tous les partenaires de recruter ou de maintenir en poste les personnes en situation de handicap. L'AGEFIPH a un rôle d'influenceur auprès de la Direction du travail, de la Préfecture, de France Travail auprès de tous les acteurs qui s'occupent de la question de l'insertion professionnelle des personnes, de la formation et du maintien. « Nous accompagnons les entreprises pour les informer, les sensibiliser dans toutes ces démarches de recrutement ou de maintien. On essaye de leur apporter des solutions pour qu'ils puissent répondre à l'obligation de la loi. Enfin, nous avons en gestion toutes les demandes financières que peuvent faire un demandeur d'emploi, un salarié ou une entreprise pour soutenir leur démarche. On reçoit à peu près 800 demandes par an sur les Antilles-Guyane », explique Dominique Allonet, délégué régional de l'AGEFIPH.



Insertion

# MOBILISATION POUR LE HANDICAP

*Martine Ledieu (cheffe de projet PRITH Guyane), Erwan Leastic (délégué régional Uniformation Antilles-Guyane), Aurélie Charton (coordinatrice PRITH Guyane), Frédérique Madelaine (déléguée COORACE Guyane), Mehdi Khodjet El Khil (conseiller emploi formation Uniformation Guyane)*

Le 22 novembre à Cayenne, les partenaires de la cohésion sociale proposent une journée de rencontre entre les structures d'insertion par l'activité économique (SIAE) et les chercheurs d'emploi en situation de handicap pour améliorer l'inclusion de ce public fragile.

Texte Adeline Louault – Photo Ronan Liétar

Dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap (SEEPH), du 18 au 24 novembre, L'Accordeur accueille un événement multi-partenarial inédit. « Née de la volonté conjointe d'Uniformation, l'opérateur de compétences de la cohésion sociale, de Coorace Guyane, la délégation régionale du réseau national de l'IAE et de l'économie sociale et solidaire, et de la coordination du PRITH (Plan régional d'insertion des travailleurs handicapés), cette journée de rencontre a pour but de favoriser les liens entre les structures d'insertion par l'activité économique et l'ensemble des acteurs intervenant dans l'accompagnement des personnes en situation de handicap », précise Mehdi Khodjet El Khil, conseiller emploi formation chez

Uniformation Guyane. Deux actions phares sont prévues : la présentation d'une offre de professionnalisation pour les salariés des structures IAE et un job dating spécial IAE pour les travailleurs handicapés.

## **UNIFORMATION OPCO DE LA COHÉSION SOCIALE, ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT LOCAL**

Grâce à un travail de proximité, Uniformation apporte réponses et solutions au plus près des intérêts et de la réalité des entreprises de la cohésion sociale, employeurs et salariés. Il les oriente dans les financements de la formation professionnelle et les accompagne sur des aspects d'emplois, d'ingénierie pédagogique, de parcours RH : recrutement par l'alternance, insertion, gestion

prévisionnelle des emplois et des compétences. 315 entreprises principalement associatives bénéficient de l'offre de services déployée sur tout le territoire y compris en communes éloignées dont celles du Parc amazonien de Guyane.

L'Opco agit également sur l'emploi et la formation par la recherche de solutions innovantes permettant de renforcer l'offre de formation locale qu'elle soit certifiante (enregistrée au Répertoire national des certifications professionnelles) ou sur des enjeux majeurs (transition écologique, formations juridiques, métiers, etc.).

Grâce aux cofinancements et partenariats divers, Uniformation déploie le plan d'investissement dans les compétences pour l'insertion par l'activité économique





(PIC IAE) pour faire face aux problématiques locales d'illettrisme, d'accès à l'emploi sur des métiers en tension et de parcours de formation pour l'accès à la certification des compétences et des métiers. « Uniformation participe au développement des compétences des entreprises locales et donc facilite leur pérennité », assure Mehdi Khodjet El Khil. « Nous avons engagé près de 4,2 millions d'euros en 2023 — dont près de la moitié au titre du PIC IAE ».

#### **COORACE ACCOMPAGNE L'IAE EN GUYANE**

Coorace Guyane, délégation régionale du réseau national de l'économie sociale et solidaire, accompagne les acteurs de l'IAE dans leur professionnalisation et leur structuration. « On sait que c'est notamment par la formation des salariés permanents qu'on va réussir à développer et à consolider les associations et entreprises du secteur », explique Frédérique Madelaine, déléguée Guyane. Pour Coorace Guyane, l'événement du 22 novembre est capital : « Il met en valeur l'utilité sociale de nos

structures, souvent méconnue ; il permet à l'ensemble des acteurs de la cohésion sociale d'échanger ; enfin, il répond à deux de nos objectifs : aller vers les publics éloignés de l'emploi, ici les personnes en situation de handicap, mais aussi sensibiliser les salariés permanents de nos structures au monde du handicap en vue de proposer à ceux qui sont intéressés un cycle de professionnalisation leur permettant d'avoir les bases pour accueillir et accompagner vers l'emploi des travailleurs handicapés et de savoir vers quel organisme spécialisé ils peuvent s'orienter en fonction de leurs besoins ».

#### **LE PRITH RENFORCE LA COORDINATION ENTRE LES ACTEURS DE L'EMPLOI-FORMATION-HANDICAP**

Outil d'appui de la gouvernance territoriale des politiques de l'emploi des personnes en situation de handicap, le PRITH est un collectif de partenaires qui s'engage pour l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. En Guyane, il est financé par la DETCC/

DGCOPOP, l'AGEFIPH Antilles-Guyane et le FIPHFP. « Le 22 novembre, le PRITH intervient en tant que facilitateur. Notre rôle est de coordonner les actions et de favoriser la mise en relation des différents acteurs », précise Martine Ledieu, cheffe de projet du PRITH. « L'entrée en emploi des PSH est parfois compliquée (illettrisme, peu de qualification), le secteur de l'IAE propose un accompagnement psycho-social, des horaires adaptés, permet d'évoluer dans un métier. Cette flexibilité et cette attention portée aux publics fragiles en font une porte d'entrée idéale dans le monde du travail, une sorte de starter pour augmenter l'accessibilité à l'emploi des PSH ». Afin d'assurer l'efficacité du job dating, l'équipe du PRITH est allée à la rencontre des prescripteurs et des SIAE. « Nous leur avons adressé un questionnaire pour sonder leur connaissance du handicap et leur souhait de collaborer avec les acteurs du handicap. Les retours sont très positifs, on ressent une vraie volonté de prendre en compte ce public », ajoute Aurélie Charton, coordinatrice du PRITH.

Emploi

# LA DIFFÉRENCE

## C'EST UN PLUS POUR L'ENTREPRISE

La Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), du 18 au 24 novembre, est l'occasion pour la **DEETS**, le FIPHFP et l'AGEFIPH de faire le point sur les enjeux de l'emploi des travailleurs handicapés en Martinique.

Texte Adeline Louault – Photo Jean-Albert Coopmann



*Isabelle Paul Parvenu, cheffe du service des politiques d'accès et de maintien en emploi et en formation des personnes en situation de handicap au sein de la DEETS et Dominique Allanet, délégué régional Antilles Guyane de l'AGEFIPH montrant le tableau de Jean-Michel Loutoby, réalisé pour souligner la solidarité institutionnelle et sociale autour de la personne en situation de handicap*



En Martinique, les personnes en situation de handicap représentent 4 % des demandeurs d'emploi de catégorie A\*. Malgré tout, le recrutement en entreprise progresse et les mentalités évoluent. Aujourd'hui, le handicap au travail n'est plus un sujet tabou. Isabelle Paul Parvenu, cheffe du service des politiques d'accès et de maintien en emploi et en formation des personnes en situation de handicap au sein de la DEETS et Dominique Allanet, délégué régional Antilles Guyane de l'AGEFIPH évoquent la mobilisation des acteurs engagés pour l'emploi des personnes en situation de handicap et nous expliquent pourquoi la politique handicap est une opportunité pour les entreprises.

### Quels sont les messages que vous souhaitez faire passer à l'occasion de la SEEPH ?

**Dominique Allanet :** Tous les acteurs qui œuvrent pour l'emploi des personnes en situation de handicap travaillent au sein du Plan régional d'insertion des travailleurs handicapés (PRITH), un dispositif piloté par la DEETS, cofinancé par l'AGEFIPH et le FIPHFP. Le PRITH Martinique anime cette semaine dédiée à l'égalité des chances à travers des conférences, des jobs dating, des actions de sensibilisation organisés par des partenaires engagés tels que Cap emploi, Aarpha, Akto, l'Aract, l'AMEIS, Transitions pro, la CGSS et d'autres encore. C'est l'occasion de valoriser le travail de tous et de mettre en évidence les outils qui existent.

**Isabelle Paul Parvenu :** Cela permet aussi d'introduire la notion de politique du handicap en entreprise comme une réalité et surtout comme une opportunité. Nous avons une population vieillissante, impactée par l'usure professionnelle. L'emploi des personnes en situation de handicap constitue un véritable enjeu RH. La mise en œuvre d'une politique handicap en entreprise passe aussi par le maintien dans l'emploi notamment grâce à une mobilisation adaptée et anticipée de la cellule de prévention de la désinsertion professionnelle, par la conception et l'aménagement de postes de travail et les réseaux de production adaptés au sein de la structure. Il est également essentiel d'identifier les axes de prévention primaire, secondaire et tertiaire avec un accompagnement d'experts de la compensation et de la maîtrise des

risques professionnels. Enfin, il faut travailler avec les entreprises adaptées – il y en a 5 sur le territoire – et les Esat (Établissement et service d'accompagnement par le travail) comme levier pour rationaliser au mieux la redevance URSSAF.

### Quels sont les temps forts de la semaine ?

**D.A. :** Organisée en partenariat avec le MEDEF, la deuxième édition des Trophées des administrations et des entreprises inclusives (le 18/11) met en lumière les employeurs engagés dans des actions inclusives. On l'a bien vu avec le succès des Jeux paralympiques : pour réussir, il suffit d'avoir des compétences et de la motivation. La différence n'est plus un sujet, c'est même un plus pour l'entreprise.

**I.P.P. :** En permettant aux personnes en situation de handicap de découvrir un métier et une entreprise pendant une journée, le Duoday (21/11) contribue à balayer les idées reçues qui gangrènent le secteur de l'emploi et limitent l'accès au recrutement. Enfin, Cap emploi organise un petit-déjeuner (22/11) pour sensibiliser à la nécessité d'anticiper les démarches d'obtention de la déclaration

de reconnaissance de la qualité de travailleur en situation de handicap (RQTH). Ce sésame permet à la personne handicapée ainsi qu'à son employeur de bénéficier des aides et adaptations liées à ce statut.

### Comment évolue la situation du handicap au travail en Martinique ?

**D.A. :** On note une mobilisation exceptionnelle de tous les acteurs sur les Antilles-Guyane, que ce soit les politiques, les opérationnels, les financeurs, etc. Ils ont envie de travailler ensemble. L'organisation d'un webinaire interterritorial le mardi 19 novembre sur les outils de la CGSS pour répondre aux besoins de la reconversion professionnelle en est une preuve.

**I.P.P. :** L'évolution du cadre réglementaire avec les réformes des ESAT et des entreprises adaptées, du réseau des services de santé au travail, de l'obligation d'emploi dans les entreprises, indique également que nous sommes en effet sur une vague très positive.

*\* catégorie A : personnes sans emploi à la recherche active d'un emploi quel que soit le type de contrat (sources SESE- DEETS Martinique)*

**“ Cap emploi organise un petit-déjeuner le 22 novembre pour sensibiliser à la déclaration de reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH), qui permet à la personne en situation de handicap ainsi qu'à son employeur de bénéficier des aides et adaptations liées à ce statut ”**

Emploi

# “ PRIORITÉ AU RECRUTEMENT LOCAL ”

**GBH** crée des dispositifs innovants pour promouvoir le recrutement local. Formations diplômantes, insertion des jeunes éloignés de l'emploi et retour des talents ultramarins : focus sur les actions du groupe en faveur de l'emploi.

Texte Marie Ozier-Lafontaine



*Pascal Chavignat, directeur des ressources humaines du groupe GBH*

partenariat avec SKILLFOR Campus et l'université de Rouen. Cette formation diplômante, d'une durée d'un an, permet de former les apprenants au poste de manager de rayon dans la grande distribution. « C'est une opportunité unique pour les participants d'évoluer dans leur entreprise », explique Pascal Chavignat. À l'issue de cette formation en alternance, les collaborateurs accèdent à des postes à responsabilités. « Le but est qu'à terme, ils puissent continuer à progresser vers des postes de chefs de département, puis de directeurs de magasin. » La formation est ouverte à tous les acteurs de la grande distribution. Depuis son lancement, sept promotions ont vu le jour aux Antilles-Guyane et

à la Réunion, permettant chaque année à une vingtaine de salariés de bénéficier de ce levier d'évolution professionnelle.

## **INSÉRER LES JEUNES ÉLOIGNÉS DE L'EMPLOI**

GBH s'implique aussi en faveur des jeunes éloignés de l'emploi, en leur proposant un parcours de professionnalisation, notamment dans des secteurs en tension, comme celui de la mécanique automobile. Le dispositif « Tremplin pour l'emploi », créé en partenariat avec des acteurs locaux tels que France travail, les Missions locales et le RSMA, vise à intégrer ces jeunes dans un parcours d'insertion en deux phases : une première phase de 6 mois au RSMA, consacrés à

Pascal Chavignat, directeur des ressources humaines du groupe GBH, supervise la mise en œuvre de plusieurs dispositifs favorisant l'emploi local. Le groupe, qui emploie plus de 75 % de collaborateurs recrutés sur les territoires ultramarins, affiche son engagement à prioriser le recrutement local, tout en luttant contre la fuite des talents.

## **FORMER À DES POSTES D'ENCADREMENT**

Le groupe a lancé, pour la première fois aux Antilles, la licence professionnelle Commerce et distribution DISTRISUP en



*GBH organise un job dating pour les jeunes étudiants et jeunes actifs désireux de travailler dans leur territoire. Avril 2023*



l'acquisition des bases du savoir-être en entreprise, suivie de 9 à 15 mois réalisés en alternance entre un CFA et des entreprises du groupe GBH. « Si le jeune réussit ce parcours, il est assuré d'obtenir un diplôme et un CDI. » Ce programme, lancé en Guyane en 2018, puis décliné en Guadeloupe, à la Martinique et à la Réunion, a déjà formé près d'une centaine de jeunes.

### **LA PREMIÈRE ÉCOLE DES MÉTIERS DE L'AUTOMOBILE DE LA CARAÏBE**

Face à la pénurie de mécaniciens formés aux Antilles-Guyane, GBH a créé la première École des métiers de l'automobile de la région, basée en Guyane. Ce CFA, ouvert il y a un an, propose des formations en mécanique pour des jeunes en apprentissage. Les cinq premiers apprentis de la promotion ont obtenu un titre professionnel de niveau CAP mécanique. Une seconde promotion prépare actuellement un diplôme de niveau bac professionnel. « Nous répondons à un besoin important en main-d'œuvre qualifiée dans ce secteur, tout en offrant des perspectives aux jeunes du territoire », souligne M. Chavignat. À terme, l'école envisage de former des jeunes pour toutes les entreprises du secteur automobile, renforçant ainsi son rôle de contributeur au marché de l'emploi.

**MARTINIQUE** **18 - 25 ANS**

**PARTICIPE AU**  
**TREMPLIN**  
**POUR L'EMPLOI**

**GBH** **RSMA**  
FORMÉS POUR RÉUSSIR

**NOUS TE FORMONS POUR DEVENIR**  
**TECHNICIEN.NE**  
**ÉLECTROMÉCANICIEN.NE**  
**AUTOMOBILE**

AVEC UN EMPLOI EN CDI  
EN FIN DE FORMATION VALIDÉE.

**POSE VITE TA CANDIDATURE**

SCANNE-MOI POUR  
+ D'INFOS ET INSCRIPTION

[www.rsma-martinique.com/rejoindre-le-rsma/formulaire-d-inscription](http://www.rsma-martinique.com/rejoindre-le-rsma/formulaire-d-inscription)

OU PAR TÉLÉPHONE : 0596 42 01 42

ET SUIS-NOUS SUR  
tremplinpourl'emploi



## **Faire revenir les talents**

Avec le label « Avenir Outremer By GBH », le groupe souhaite inciter les ultramarins ayant quitté leur région pour leurs études ou leur carrière à revenir au pays. Chaque année, des événements comme des afterworks ou des interventions dans les écoles de commerce sont organisés dans l'Hexagone pour présenter aux jeunes talents, notamment ultramarins, les opportunités de carrière au sein du groupe. Le dernier afterwork à Paris a réuni 130 participants. Une vingtaine d'entre eux ont été recrutés par GBH à la suite de cette opération. Des campagnes de recrutement digital ont également été lancées pour toucher ces profils hyperconnectés. L'enjeu : montrer à ces jeunes que des carrières enrichissantes les attendent ici, avec de belles perspectives d'évolution.

**GBH**  
Acajou BP 423  
97292 LE LAMENTIN  
0596 50 37 56

Dans le bureau de...

# TONY ALLAGUY SALACHY

Chefs d'entreprise, directeurs du secteur privé ou public, présidents d'association, leaders nés ou révélés, comment conduisent-ils équipes et projets ? Ce mois-ci, plongée dans la vie professionnelle du président de l'association Alternative Espoir.

Texte Alix Delmas - Photo Jean-Albert Coopmann

## **Votre heure de réveil ?**

5 heures du matin et je suis rarement couché avant 23 heures !

## **Quelle est la première chose que vous faites en arrivant au bureau le matin ?**

J'ai trois bureaux (sourire). Comme psychologue, je suis salarié d'une institution et exerce également en libéral. Mon cabinet se situe juste à côté

du siège de l'association que j'ai co-fondé en 2014.

Tous les jours, mon premier réflexe est de faire le point avec l'assistante de gestion et le coordinateur des services. Je consulte mes mails en continu et appelle mes collaborateurs, il ne faut pas passer à côté des urgences.

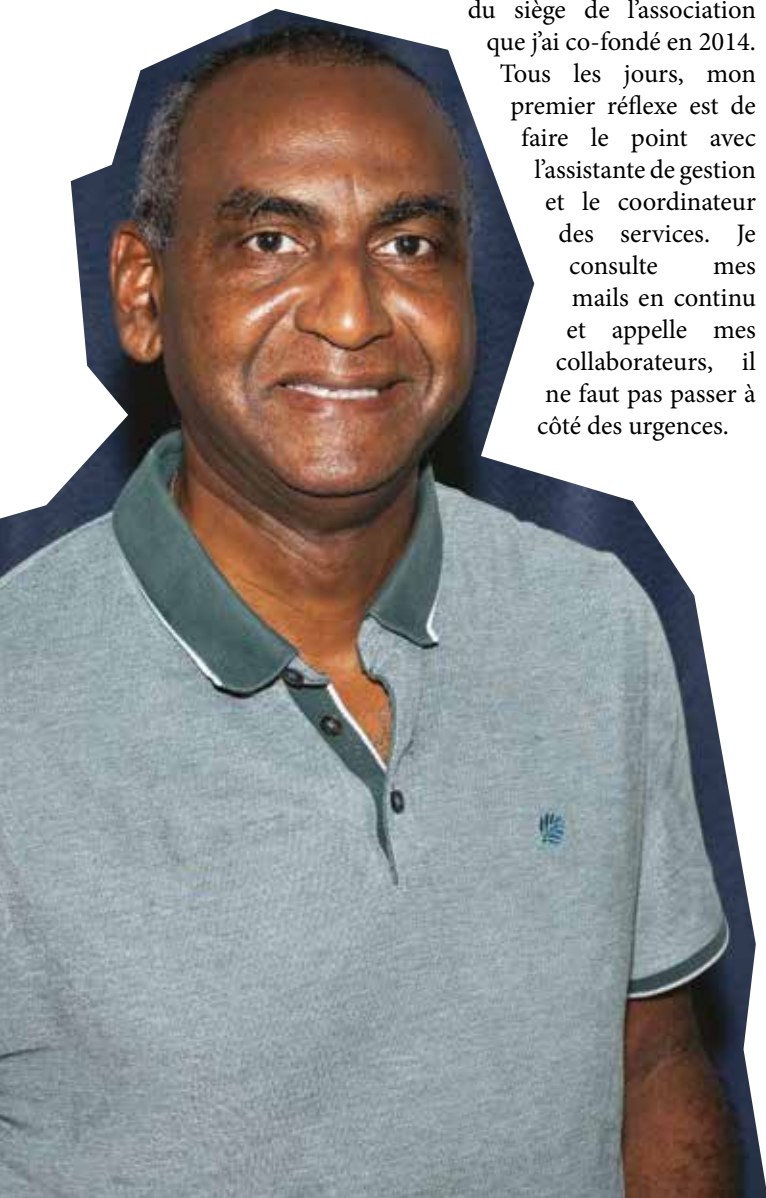
## **Qu'avez-vous appris en étant sur le terrain ?**

J'ai appris le management d'une entreprise et au quotidien, ma formation me sert dans la gestion des ressources humaines. Nous sommes passés d'un salarié en 2014 à 8 aujourd'hui en CDI sans compter les vacataires et prestataires. Surtout, on peut dire que j'ai appris l'auto-financement, pour ne pas dépendre que de subventions. Et d'ici 2026, nous espérons pouvoir atteindre notre objectif. Nous avons la chance d'avoir des mécènes, pour nous soutenir dans nos actions.

## **Que voudriez-vous transmettre ?**

Le goût du militantisme (sourire). C'est beaucoup de travail, certains jours sont difficiles, mais je ne conçois pas ma vie autrement. Ma foi est aussi un moteur. J'aurais pu me satisfaire de ma vie professionnelle et de ma vie de famille, un emploi du temps déjà bien rempli mais notre association répond à un réel besoin sur le territoire. Aujourd'hui nous avons un plateau technique qui rassemble une équipe pluridisciplinaire au service des enfants et de leurs parents, un centre de formation en Martinique avec des contenus qui, jusqu'alors n'étaient disponibles que dans l'Hexagone. C'est une joie pour moi.

Alternative Espoir est une association loi 1901 fondée en 2014, agréée par l'ARS et l'Éducation nationale. Elle soutient et accompagne les enfants (et leurs parents) qui présentent des troubles spécifiques des apprentissages (Dys). L'association coordonne également les PAEJ (Point accueil écoute jeune) du secteur sud de la Martinique. Pour en savoir plus : <https://www.alternative-espoir.com>





*Tendance au travail*

# Un Noël en équipe, durable et solidaire

Pourquoi ne pas profiter de la période de Noël pour réinventer le team building ? Entre engagement écologique et partage, voici quelques idées pour offrir à ses équipes des moments de cohésion qui ont du

**SENS.** Texte Sarah Balay

## **RANDONNER UTILE !**

En cette fin d'année festive, on troque bureaux et claviers contre une paire de baskets et une immersion en pleine nature ! De quoi revigorer l'équipe et renforcer la cohésion. Noël oblige, « un petit plus » s'impose. En contribuant à la régénération de l'écosystème, chaque collaborateur pourrait, par exemple, planter un arbre, ou un arbuste symbolique, tout en se sensibilisant à la déforestation.

## **COLLECTE ET DON SOLIDAIRE.**

Nous avons tous dans nos placards quelque chose à donner : vêtements, sacs, chaussures, jouets, ustensiles, nourriture... Profitons de cette période pour faire le tri et penser aux personnes dans le besoin. L'entreprise peut organiser une collecte de ces dons et se rapprocher des associations locales (banque alimentaire, Croix Rouge, Secours catholique, épicerie solidaire, etc.) pour en assurer la distribution. Une belle occasion de renforcer l'esprit de

solidarité tout en apportant une aide concrète à l'approche des fêtes.

## **UN PIQUE-NIQUE, ÇA SE MÉRITE.**

En partenariat avec une association environnementale ou non, une opération nettoyage sur un site naturel (plage, parc, rivière...) est une excellente idée de cohésion d'équipe. Cette activité peut être suivie d'un pique-nique éco-responsable. Pour adopter une démarche zéro-plastique et zéro-déchet, prévoyez des serviettes et nappes en tissu, des plats faits maison (sandwichs, salades, tartes, fruits, gâteaux...), des contenants réutilisables (en verre, inox...), l'usage de gourdes personnelles, paniers, tote-bags et sacs isothermes.

## **CUISINER POUR LES PLUS DÉMUNIS**

Le temps d'une matinée, les collaborateurs s'improvisent « restaurateurs du cœur ». Le principe : cuisiner en équipe un menu de Noël qui sera redistribué ensuite à

des personnes dans le besoin ou en difficultés via une association ou la Banque alimentaire.

## **S'ENGAGER ENSEMBLE**

Noël rime avec entraide et partage. Une entreprise peut concrètement s'engager en dédiant quelques heures, voire une journée entière, à une bonne cause. Par petits groupes, les collaborateurs peuvent offrir leur soutien là où il est le plus nécessaire : dans un refuge pour animaux, par exemple, ou en organisant des activités pour des enfants défavorisés ou des personnes âgées.

## **LA FIN DU SECRET SANTA JETABLE**

À la place du traditionnel échange de cadeaux entre collègues, pourquoi ne pas opter pour faire un don à une association ou acheter uniquement des produits issus du commerce équitable ou des cadeaux fabriqués par des artisans locaux. Objectif : encourager une consommation plus éthique et soutenir des initiatives locales.



Cotisation foncière des entreprises

# Un impôt encore mal connu

La cotisation foncière des entreprises est un impôt local essentiel pour le financement des collectivités territoriales. Elle représente toutefois une charge importante pour de nombreuses entreprises qui, pour la plupart, maîtrisent mal le mécanisme et les évolutions. Texte Sarah Balay



## EN CHIFFRES

**227€ à 7046€.** Il s'agit de la fourchette de la cotisation minimale due en 2022 par l'entreprise selon son chiffre d'affaires et sa localité.

**7,6 milliards.** C'est le montant en euros de la CFE versé en 2023 en France contre 7,1 milliards en 2022.

**243€** C'est le montant minimum (variable chaque année) de la CFE en 2024.



## Qu'est-ce que la cotisation foncière des entreprises (CFE) ?

La CFE est un impôt local obligatoire (variable chaque année) qui s'applique à toutes les entreprises françaises, y compris les micro-entreprises. Depuis 2010, elle remplace la taxe professionnelle. Elle est donc l'équivalent de la taxe foncière des particuliers, sauf qu'elle s'adresse aux professionnels (entreprise ou personne physique exerçant une activité régulière non salariée en France, même celle qui exerce depuis leur domicile ou chez leurs clients). L'entreprise ou l'entrepreneur est donc redevable de la CFE dans chaque commune où elle/il dispose de locaux (bureaux, lieu de vente, de stockage, magasin...) et de terrains. Le chiffre d'affaires doit, cependant, être supérieur à 5 000 euros.

## À quoi ça sert ?

La CFE est, depuis 2010, l'une des deux composantes de la contribution économique territoriale (CET), perçue par les communes et de leurs groupements, représentant un quart de leurs recettes locales. L'autre composante, la CVAE (cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises) est répartie entre les communes (25 %), les régions (25 %) et les départements (50 %). Le taux de la CVAE est fixé selon un barème progressif en fonction du chiffre d'affaires. Cette taxe concerne les entreprises qui exercent une activité imposable

à la CFE et qui réalisent plus de 500 000 euros de chiffre d'affaires. La suppression de la CVAE serait annoncée pour 2027.

La CFE est, quant à elle, majorée d'une taxe additionnelle pour permettre le financement des chambres de commerces (CCI) et des chambres de métiers et de l'artisanat (CMA) pour les entreprises qui dépendent de ces réseaux.

## Comment est-elle calculée ?

Le taux de CFE est voté librement par les assemblées délibérantes des communes ou des EPCI (établissement public de coopération intercommunale).

Le montant de l'impôt est ensuite calculé différemment selon que l'entreprise dispose d'un local ou non. Si c'est le cas, la base d'imposition dépend de la valeur locative des biens immobiliers (loyer) au cours de l'année N-2 (valeur locative cadastrale X taux CFE). La note finale varie donc beaucoup d'une commune à l'autre.

Si l'on ne dispose pas de local, la valeur locative est remplacée par la base d'imposition fixée par la commune dans laquelle l'entreprise est domiciliée (base d'imposition X taux CFE). Celle-ci est déterminée selon le chiffre d'affaires réalisé.

## Peut-on y échapper ?

Certaines professions ne sont pas concernées par cet impôt comme les artisans, les chauffeurs de taxis ou d'ambulance, les vendeurs à domicile indépendants, les coopératives d'artisans, les ports maritimes et autonomes, certains pêcheurs, exploitants et coopératives agricoles, établissements privés d'enseignement, professeurs à domicile, peintres, sculpteurs, photographes, auteurs compositeurs, activités de presse, sage-femme, jeunes avocats, sportifs, etc.

Des exonérations temporaires de CFE peuvent être accordées aux entreprises en raison de leur lieu d'implantation (ZUS, zones urbaines sensibles, par exemple). La loi de finances (2021) a créé une exonération facultative de CFE de 3

ans en faveur des entreprises qui procèdent à la création ou à l'extension d'établissements.

## Comment et quand la payer ?

Une déclaration initiale de CFE doit être déposée avant le 1er janvier de l'année suivant la création d'entreprise (formulaire sur le site [impots.gouv.fr](http://impots.gouv.fr)). L'entreprise reçoit ensuite annuellement un avis d'imposition dématérialisé sur son compte fiscal en ligne.

Pour un montant inférieur à 3 000 euros, le paiement doit être effectué intégralement avant le 15 décembre. Dans les autres cas, un premier acompte (50 %) est attendu avant le 15 juin et un versement du solde avant le 15 décembre.

## BON À SAVOIR

Une entreprise est automatiquement exonérée de CFE l'année de sa création (jusqu'au 31 décembre de l'année en cours). Sa base d'imposition est ensuite réduite de moitié l'année suivante.

Sources : [economie.gouv.fr](http://economie.gouv.fr) ; [mon-autoentreprise.fr](http://mon-autoentreprise.fr) ; [service-public.fr](http://service-public.fr) ; [impots.gouv.fr](http://impots.gouv.fr)

Carte blanche à [bonfilon.info](https://bonfilon.info)

# C'EST L'HEURE DE **L'ENTRETIEN** **ANNUEL !**



Si le début d'année est synonyme de bonnes résolutions et qu'on met souvent les bouchées doubles à la rentrée de septembre pour finir l'exercice en beauté, novembre et décembre sont l'occasion de faire le bilan et d'organiser les entretiens annuels. Découvrez notre FAQ dédiée.

Texte Axelle Dorville, rédactrice chez [bonfilon.info](https://bonfilon.info)





# QU'EST-CE QUE L'ENTRETIEN ANNUEL ?

L'entretien annuel, aussi dit d'évaluation, est un rendez-vous entre un collaborateur et son manager destiné à réaliser un bilan de l'année écoulée et à préparer les 12 prochains mois.

## POURQUOI ORGANISER DES ENTRETIENS ANNUELS ?

Pris dans les urgences du quotidien, on peut délaissier les points réguliers qui permettent de s'assurer des performances et du bien-être de ses collaborateurs. L'entretien annuel permet de connaître le niveau de motivation, d'engagement et d'alignement des employés avec leurs missions et la stratégie d'entreprise, et de mettre en place les mesures d'amélioration nécessaires.

Il s'agit donc d'un rendez-vous important en termes de gestion RH axé sur un sujet fort : comment accompagner le collaborateur pour qu'il puisse continuer à donner le meilleur de lui-même et contribuer à l'évolution de la boîte ?

## QUELS SONT LES POINTS ABORDÉS DURANT L'ENTRETIEN ANNUEL ?

### 1-Les performances

L'entretien annuel permet de faire une revue des objectifs préalablement fixés et poursuivis par l'employé. C'est l'occasion d'aborder les réussites de l'employé, de valoriser les comportements appréciables, de montrer votre reconnaissance face au travail accompli ! Il s'agit également d'échanger sur les difficultés rencontrées afin d'améliorer les performances et de revoir les objectifs.

### 2-Le développement professionnel

Si l'évaluation est nécessaire, elle n'est que le support d'une discussion essentielle sur le plan de développement du collaborateur. Comment se projette-t-il, quelles formations lui sont nécessaires

pour développer ses compétences, souhaite-t-il changer de poste, faire évoluer ses missions ou les rééquilibrer pour gagner en efficacité ?

### 3-La qualité de vie et des conditions de travail

Les questions liées aux conditions de travail ne doivent pas être négligées afin de prévenir les problématiques de bien-être de votre collaborateur. L'entretien permet d'identifier et de discuter des soucis relationnels, besoins matériels et pratiques organisationnelles à optimiser et mettre en place.

### 4-L'évolution salariale et les objectifs futurs

Il s'agit enfin de définir conjointement les objectifs pour l'année à venir ; des objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporellement définis (retenez l'acronyme SMART), connectés à la stratégie de l'organisation et adaptés au collaborateur. N'hésitez pas à anticiper le sujet de l'évolution de la rémunération (salaire + avantages) et à préparer une proposition.

## QUELLE PRÉPARATION PRÉ-ENTRETIEN ANNUEL ?

Pour que l'exercice soit fructueux, prenez le temps de préparer votre bilan, vos retours et vos propositions. Une trame peut être fournie aux collaborateurs pour qu'ils se préparent et que l'échange se fasse sur les mêmes sujets : performances chiffrées et analysées, récapitulatif des principaux projets, liste des ressentis et besoins, détail des ambitions, retour sur le management (ce qui fonctionne, ce qu'il faut limiter, ce qui gagnerait à être mis en place). Un feedback 360° peut être demandé aux collaborateurs de l'employé pour compléter les retours.

### Et après l'entretien annuel ?

Deux choses doivent suivre l'entretien annuel : l'accord entre l'employé et le manager sur un plan d'action, ainsi que la planification de points de suivi d'avancement pour développer une culture du feedback, soit du bilan et du retour, en continu !

RETROUVEZ PLUS DE  
CONTENUS SUR L'EMPLOI  
SUR BONFILON.INFO



# 5 CHOSES À SAVOIR SUR LE BOOM DES MÉTIERS DE LA MORT

L'innovation stimule tous les secteurs d'activités... Pourquoi celui de la mort ferait-il exception ? Évolution de la société oblige, de nouveaux acteurs entrent en scène pour offrir des services inédits. Tour d'horizon. Texte Sarah Balay

**1. Bienvenue aux doulas « fin de vie »**  
« Doula » signifie, serviteur ou aide en grec. On connaissait surtout les doulas de naissance, formées pour accompagner les femmes enceintes; les doulas de fin de vie (ou thanadoula) font la même chose, mais auprès des personnes mourantes et de leurs proches. Ce métier, qui nous vient des anglo-saxons, peut regrouper des compétences variées : thérapies douces (yoga, méditation...), aide administrative, accompagnement au deuil avec expertise en soins palliatifs, organisation des funérailles, rédaction des mémoires, etc. À ce jour, en France, il n'existe pas de certification ou de diplômes, mais certaines associations ou instituts proposent des formations.

**2. Des funérailles écolos !**  
Un geste pour la planète pour son dernier souffle ? C'est désormais plus facile en ayant recours à des consultants ou conseillers funéraires écologiques. Ces professionnels aident ainsi à planifier des funérailles plus durables en proposant diverses solutions et orientations comme des cercueils biodégradables, l'inhumation en pleine terre, des

soins de conservation moins toxiques (sans formol par exemple), le choix de cercueils en carton, en osier, lin, coton ou chanvre, des urnes biodégradables en sel, en sable ou en terre, un corbillard électrique, etc.

**3. L'art funéraire numérique**  
Avec l'essor des nouvelles technologies, de plus en plus de familles choisissent de commémorer leurs défunts en ligne, via des sites spécifiques, des vidéos, des albums photo ou des mémoriaux interactifs. Certains professionnels proposent même des sculptures et des monuments funéraires numériques en 3D, sans oublier des expériences dédiées à la mémoire du défunt grâce aux technologies de réalité virtuelle (paysages, objets interactifs, scénarios à partir de souvenirs et d'histoires partagées...).

**4. Des écrivains publics de fin de vie**  
L'écriture comme outil de transmission... Pour les personnes en fin de vie, raconter son histoire, ses mémoires peut apporter un apaisement profond et un grand réconfort. C'est aussi une manière de laisser une trace, d'éviter l'oubli après le départ. Le métier d'écrivain fin de vie ou plus précisément « d'accompagnant-biographe » émerge doucement avec des formations qui lui sont désormais

dédiées. Le principe est simple : recueillir et retranscrire l'histoire d'une personne en fin de vie afin de laisser un souvenir à ses proches.

**5. Customisation finale**  
La « customisation » de cercueil est encore peu répandue, mais elle gagne en popularité. L'essence de bois classique n'est, en effet, plus la seule option. Entre couleurs, matières (habillage de tissu, cercueil en ardoise pour accueillir les messages..) et décoration (dessins, peintures, poignets et cache-vis originaux...), il est possible aujourd'hui de personnaliser jusqu'à son ultime demeure. À quand du live painting pendant un enterrement ?

## CHIFFRE

# 638 000

Nombre de décès enregistrés en 2023 en France, soit 4 % de plus qu'en 2019. Les projections de l'INSEE font part d'une progression constante jusqu'en 2050 avec une moyenne de 800 000 morts par an.



# TPRM

/// **IMPORT-EXPORT**



Quelle que soit la taille de vos colis  
nous avons toujours la solution !



TRANSPORT EXPRESS  
DÉMÉNAGEMENT  
TRANSPORT DE VÉHICULES  
STOCKAGE, EMBALLAGE...

TRANSPORTS PUBLICS | ROUTIERS | MARITIMES | GUADELOUPE | MARTINIQUE | ST MARTIN | ST BARTH | DOMINIQUE

**0590 411 287 / 0690 808 808**

3-4 Impasse Jean-Marie Jacquard - BP 2043 - 97192 jarry cedex - [contact@tprm-transports.com](mailto:contact@tprm-transports.com)







# ENSEMBLE, FAISONS DE LA PRODUCTION LOCALE UN LEVIER POUR L'AVENIR

La période difficile que traverse la Martinique, marquée par une vie chère qui pèse sur le quotidien de nombreux foyers, peut nous inviter tous au sursaut. Un sursaut d'égo, d'ambition et de planification. Nos terres ne sont pas arides et nos esprits sont déterminés à essayer, inventer et réussir. Donc tout est là. Et pour installer des sociétés pacifiées, saines économiquement, inspirantes socialement, le chemin à emprunter est simple et à portée de main : développer la production locale.

Loin d'être une simple option, c'est un véritable levier pour bâtir un avenir plus solidaire et plus durable pour nos territoires. En produisant davantage sur place, nous pouvons réduire notre dépendance aux importations, maîtriser les coûts et créer des emplois locaux. Chaque produit fabriqué ici soutient l'économie martiniquaise et préserve notre environnement.

Mais pour que ce modèle fonctionne, il faut que nous soyons tous ensemble dans cette démarche : les politiques doivent soutenir les initiatives locales avec des politiques publiques ambitieuses ; les entreprises doivent continuer d'investir dans la production et la transformation locale ; les associations doivent promouvoir la solidarité et les circuits courts ; et nous, consommateurs, avons un rôle clé à jouer en choisissant de consommer localement et en soutenant ceux qui produisent en Martinique.

C'est en unissant nos forces que nous pourrons transformer notre société et notre modèle. Cette transition ne se fera pas du jour au lendemain, mais elle est à notre portée si chacun prend sa part de responsabilité. La production locale doit demeurer un projet collectif, porteur d'espoir. Dans ce numéro, EWAG a souhaité mettre en scène cet espoir, nos équipes sont parties à la rencontre des acteurs du changement, chefs d'entreprise, associations, interprofessions, collectivités, services de l'État... De quoi reposer les termes de notre économie locale, jauger les atouts et les limites de la plus essentielle des aventures collectives. Texte Mathieu Rached

— DOSSIER

# VERS UNE PRODUCTION LOCALE DURABLE

Entre freins et opportunités, la production locale martiniquaise reste un élément clé pour la structuration de l'économie.

Entretien avec Jean-Rémi Duprat, directeur de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DAAF).

Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Jean-Albert Coopmann

## **Pouvez-vous nous donner un aperçu de l'état actuel de la production locale en Martinique ?**

**Jean-Rémi Duprat :** En Martinique, la production agricole et industrielle locale reste fragile. Avec 2 679 exploitations agricoles en 2020, nous notons une baisse de 19 % par rapport à 2010, accompagnée d'une réduction de la surface agricole utile (SAU) de 12 %. La population agricole vieillit également, 30 % des exploitants ayant plus de 60 ans. En termes d'industries agroalimentaires, 200 entreprises emploient 2 400 salariés, représentant 24 % de l'emploi manufacturier régional, pour un chiffre d'affaires de 440,8 millions d'euros. Malgré ces derniers chiffres encourageants, la production agricole locale ne répond qu'à 20 % des besoins alimentaires de l'île.

## **Quelles filières se développent et quelles initiatives soutiennent cette croissance ?**

La production de rhum AOP et d'œufs progresse notablement : la production d'œufs couvre aujourd'hui près de 100 % des besoins locaux, tandis que le rhum, avec 80 millions d'euros en 2021, constitue la deuxième exportation de la Martinique après les produits pétroliers. Les filières de volaille et d'œufs bénéficient d'une organisation collective solide, répondant ainsi aux attentes des consommateurs pour des produits locaux. De plus, des filières de niche, comme le cacao et le café, sont également en pleine expansion. Leur développement est soutenu par des aides Programme d'options spécifiques à l'éloignement et à l'insularité (POSEI), qui allouent des financements spécifiques pour chaque tonne produite, et des aides en fonction de la surface agricole utilisée.

## **Quels freins empêchent encore le développement d'une production locale plus robuste ?**

L'accès au foncier agricole reste un obstacle majeur. Bien que des terres en friche aient été recensées sur des communes telles que Morne-Rouge et Rivière-Salée, leur remise en exploitation est lente. Le nombre d'agriculteurs a également drastiquement chuté, pour atteindre 2 400 aujourd'hui, un tiers de ce qu'il était il y

a 20 ans. Cette tendance s'explique par le vieillissement des exploitants et des coûts de production élevés, aggravés par les aléas climatiques et des pressions sanitaires. Le coût des intrants agricoles, dépendant des fluctuations mondiales, ajoute un poids significatif, rendant la production à grande échelle difficilement rentable.

## **Quelles actions menez-vous en collaboration avec les collectivités pour stimuler la production locale ?**

Nous avons, par exemple, mis en place une procédure de remise en valeur des terres en friche, en collaboration avec la Collectivité territoriale de Martinique (CTM) et la Société d'aménagement foncier et d'établissement rural (SAFER). Ce projet concerne des terres identifiées comme sous-exploitées ou en friche dans trois communes, et vise à faciliter leur réattribution aux jeunes agriculteurs. L'État soutient aussi financièrement ces initiatives : en 2023, 125 millions d'euros ont été investis pour les filières locales. Le POSEI alloue également des fonds pour compenser les coûts d'importation des intrants et assurer une plus grande compétitivité des produits locaux.

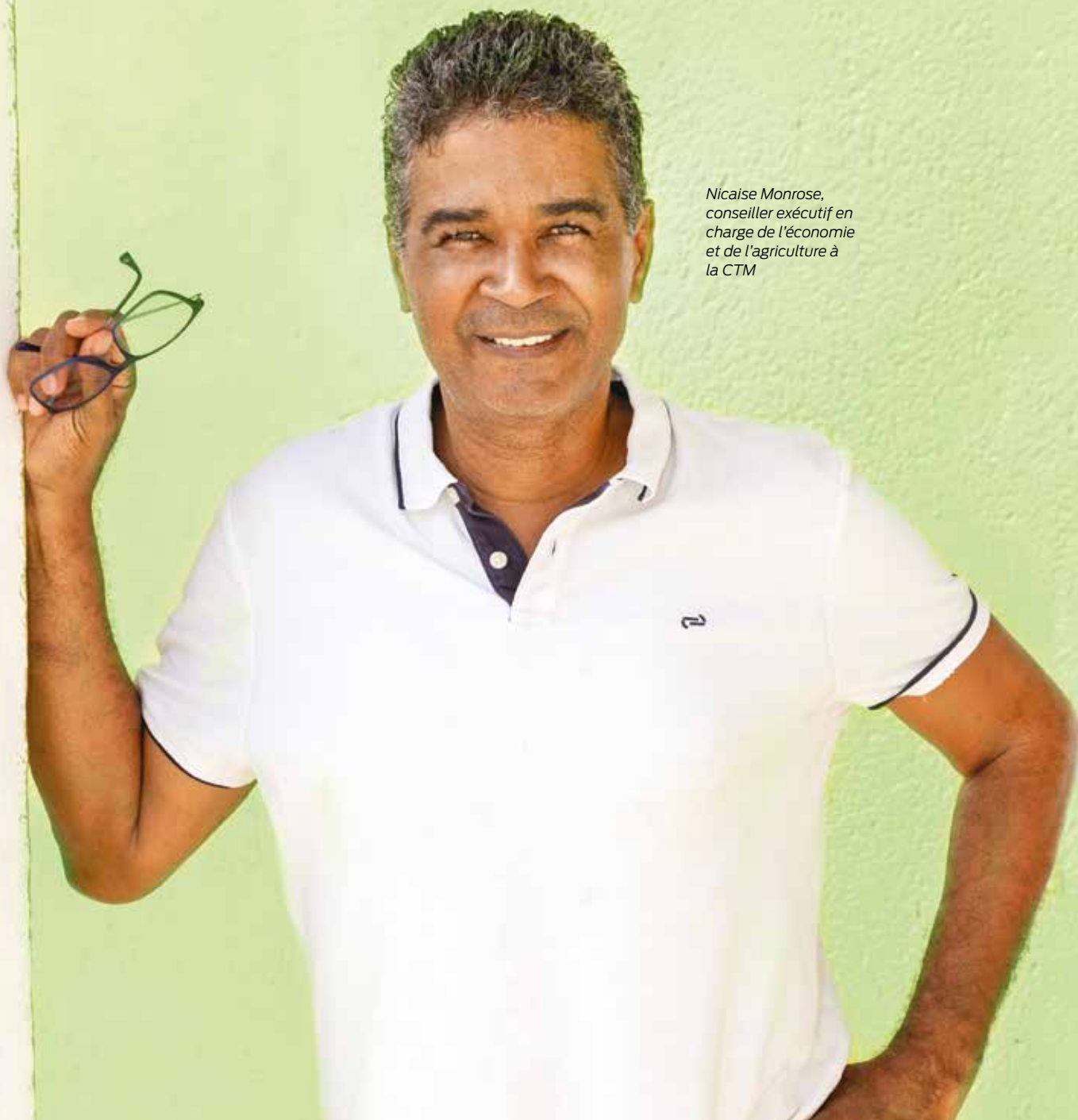
## **Existe-t-il des initiatives exemplaires en Martinique qui pourraient servir de modèle ?**

La filière bovine en Martinique, bien qu'en perte de vitesse, fait preuve de résilience. Grâce à la coopérative Comité départemental de l'exploitation martiniquaise (CODEM), de nouveaux projets voient le jour, comme la création d'une association foncière pastorale et d'un groupement d'employeurs. L'objectif est de faciliter l'accès aux terres pour le pâturage et de sécuriser les emplois grâce à une mutualisation des ressources. Cette organisation apporte flexibilité et stabilité pour les exploitants et les employés agricoles. Ces initiatives, ainsi que les Projets alimentaires territoriaux, comme celui de Ducos, visent à reconnecter les producteurs avec le marché local, en particulier dans les écoles, pour renforcer la consommation de produits locaux et sensibiliser les jeunes sur le sujet.



Jean-Rémi Duprat,  
directeur de  
l'alimentation, de  
l'agriculture et de la  
forêt (DAAF)





*Nicaise Monroe,  
conseiller exécutif en  
charge de l'économie  
et de l'agriculture à  
la CTM*

## L'AGRICULTURE EN MARTINIQUE **DÉFIS ET PERSPECTIVES**

Face aux défis actuels, Nicaise Monroe, conseiller exécutif en charge de l'économie et de l'agriculture à la **Collectivité Territoriale de Martinique (CTM)**, dresse un état des lieux de l'agriculture en Martinique et dévoile les initiatives pour la soutenir.

Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Jean-Albert Coopmann



## **UNE AGRICULTURE EN DIFFICULTÉ**

En Martinique, l'agriculture contribue à seulement 2,5 % de la valeur ajoutée locale, malgré son rôle structurant dans l'économie. « La production est en déclin, notamment celle de la banane, qui reste notre principale exportation », souligne Nicaise Monrose. Les productions agricoles végétales et animales destinées au marché local peinent à satisfaire la demande, atteignant à peine 35 % pour la production de fruits et légumes et 17 % pour la production animale. La superficie agricole a chuté de manière significative, se stabilisant autour de 22 000 hectares. Par ailleurs, le nombre d'exploitations a baissé de 20 % entre 2010 et 2020. Enfin, l'âge moyen des agriculteurs est de 56 ans, ce qui rend le renouvellement des générations essentiel.

## **REVOIR LES DISPOSITIFS D'AIDE**

Les défis auxquels fait face l'agriculture martiniquaise nécessitent des soutiens publics adaptés. « Bien que les financements n'aient pas faibli, il est clair que leur efficacité doit être réévaluée. Par exemple, l'aide au revenu du Programme d'options spécifiques à l'éloignement et à l'insularité (POSEI) ne profite qu'à 20 % des producteurs. Il faut élargir la portée de cette aide. Nous souhaitons proposer une aide forfaitaire, plus accessible pour les agriculteurs dans une démarche de diversification. C'est pourquoi nous avons introduit auprès de l'État une demande de réforme du POSEI, en cours d'instruction par la

commission européenne », explique Nicaise Monrose. La diversification des cultures apparaît en effet comme la solution face à la dépendance aux importations. « Notre objectif est de satisfaire 50 % de la demande en productions végétales et 30 % en productions animales. » D'autres dispositifs européens, comme le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER) ou le programme Jeunes agriculteurs

**“ L'aide au revenu du programme d'options spécifiques à l'éloignement et à l'insalubrité (POSEI), ne profite qu'à 20% des producteurs. Il faut élargir la portée de cette aide ”**

(JA), ne sont pas toujours adaptés aux spécificités de nos territoires. « Nous introduirons certaines innovations au FEADER pour faciliter l'installation en agriculture, en augmentant notamment la dotation d'installation de 35 000 à 50 000 euros », précise M. Monrose.

## **CRÉER LES CONDITIONS D'UNE AGRICULTURE DURABLE**

Le programme alimentaire

territorial (PAT) est en cours de développement pour valoriser des actions en matière d'autonomie alimentaire, de lutte contre le gaspillage et de développement d'une alimentation durable et locale, tout en encourageant la production biologique et l'économie circulaire. La CTM prévoit aussi la mise en place d'un marché d'intérêt territorial, une plateforme logistique destinée à centraliser et faciliter l'écoulement des produits agricoles locaux. Enfin, pour faciliter l'accès à la terre, la CTM met à disposition sa banque de terres, un réservoir foncier de 470 hectares déjà largement cédé à des agriculteurs. Cette action s'accompagne de mesures incitatives pour encourager la mise en culture des terres en friche.

## **PROMOUVOIR LA CONSOMMATION LOCALE**

Pour parvenir à ses objectifs, la CTM soutient des initiatives telles que la marque « Cœur Martinique », créée en collaboration avec la Chambre d'agriculture, l'AMPI et les distributeurs, pour valoriser les produits locaux. « Nous devons redonner aux consommateurs le goût et l'habitude des produits locaux. Si produire en Martinique implique des coûts élevés et le respect de réglementations strictes, nos produits se distinguent par leur fraîcheur, leur qualité et leur impact environnemental réduit. Ce sont des atouts indéniables face à l'importation », insiste-t-il.

# VIE CHÈRE : DES CONSÉQUENCES DÉSASTREUSES POUR L'EMPLOI

Les semaines de troubles qui ont durement frappé les entreprises n'ont pas fait que des dégâts matériels, cette crise va peser sur les emplois et donc sur le quotidien de nombreuses familles martiniquaises. Selon Philippe Jock, le président de la **CCIM**, des centaines d'emplois sont perdus ou menacés depuis le début du mouvement. L'inquiétude est grande ! Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann

## **Quel bilan faites-vous des mobilisations sociales et des violences qui ont émaillé le territoire au cours du mois d'octobre ?**

**Philippe Jock :** La CCIM fait le distinguo entre les entreprises qui ont été victimes de cambriolage, d'exactions et d'incendies, et celles qui connaissent des baisses d'activités significatives en raison des blocages et du climat social.

Nous avons identifié environ 140 entreprises qui ont été vandalisées. Nous estimons le montant des dégâts et pertes de stocks et des bâtiments aux alentours de 75 à 80 millions d'euros. C'est un chiffre qui risque d'évoluer car nous ne savons pas si certains bâtiments devront être reconstruits ou simplement réparés. Par ailleurs, il faut prendre en compte les entreprises qui, à cause de faits variés tels que les blocages de routes et les conséquences des tensions sociales, ont connu des baisses d'activités importantes. Pour nous aider à affiner ce volet-là, nous avons analysé les informations recueillies grâce au questionnaire que la CCI Martinique a envoyé aux entreprises. 300 d'entre elles y ont répondu. Il ressort de ce questionnaire que la plupart d'entre elles ont subi des baisses de fréquentation, des baisses de chiffres d'affaires de 50 à 80 % selon les communes et les secteurs d'activités. Les secteurs les plus impactés sont le commerce de détail, l'alimentaire et la restauration. Géographiquement, les communes les plus affectées sont Fort-de-France, le Lamentin, le François et Rivière Salée. Une des particularités de ce mouvement, c'est qu'il a eu des répercussions sur l'ensemble de l'île. Basse-Pointe, le Lorrain ont été touchés par ce conflit. Traditionnellement, c'est essentiellement le centre qui est concerné par les troubles.

## **Avez-vous des craintes pour l'emploi ?**

À côté des dommages matériels, il me paraît important d'insister sur les pertes d'emplois. L'élément qui nous préoccupe particulièrement à la Chambre, ce sont les emplois déjà perdus et les emplois menacés. Cela concerne 300 familles qui vont connaître des moments

difficiles. Cette situation nous inquiète beaucoup. À côté de ces emplois perdus, il faut prendre en compte les mises en activité partielle de certains salariés, qui, elles aussi, vont amputer le pouvoir d'achat des foyers. Il faut rappeler que la compensation perçue lors de l'activité partielle est inférieure au salaire habituel.

Nos nombreux échanges avec les chefs d'entreprises nous ont aussi fait remonter que bon nombre d'entre eux se posent la question de la reconstruction ou de la cessation d'activité. Clairement, les plus de 60 ans se demandent s'ils vont trouver les ressources pour relancer leur activité.

Parmi les dommages collatéraux on retrouve les jeunes en formation. Ces apprentis ont des difficultés pour trouver des maîtres d'apprentissage. Certaines promesses d'embauche qui avaient été formulées sont désormais rompues. Certaines sociétés qui s'étaient engagées ont perdu leur commerce ou la baisse d'activité est telle qu'elles ne peuvent plus assumer l'accueil des étudiants. Par rapport aux années précédentes, nous sommes en recul significatif du nombre de jeunes, à date, titulaires d'un contrat d'apprentissage.

## **À quoi doit-on s'attendre si la situation devait perdurer ?**

Certaines entreprises ont des difficultés de trésorerie qui sont énormes, donc, il faut s'attendre à une cascade de liquidations judiciaires ou de redressements judiciaires puisqu'elles sont dans l'incapacité de faire face à leurs engagements immédiats et notamment au versement des salaires. Il y a urgence à trouver des solutions globales. Pour mémoire, nous comptabilisons 310 défaillances à mi-octobre alors que pour toute l'année 2023, il y en avait 343. Cette tendance va malheureusement s'accélérer sur les prochaines semaines.

## **Qu'avez-vous mis en place pour accompagner les entreprises ?**

Hormis le questionnaire, les collaborateurs de la Chambre sont à disposition des entrepreneurs

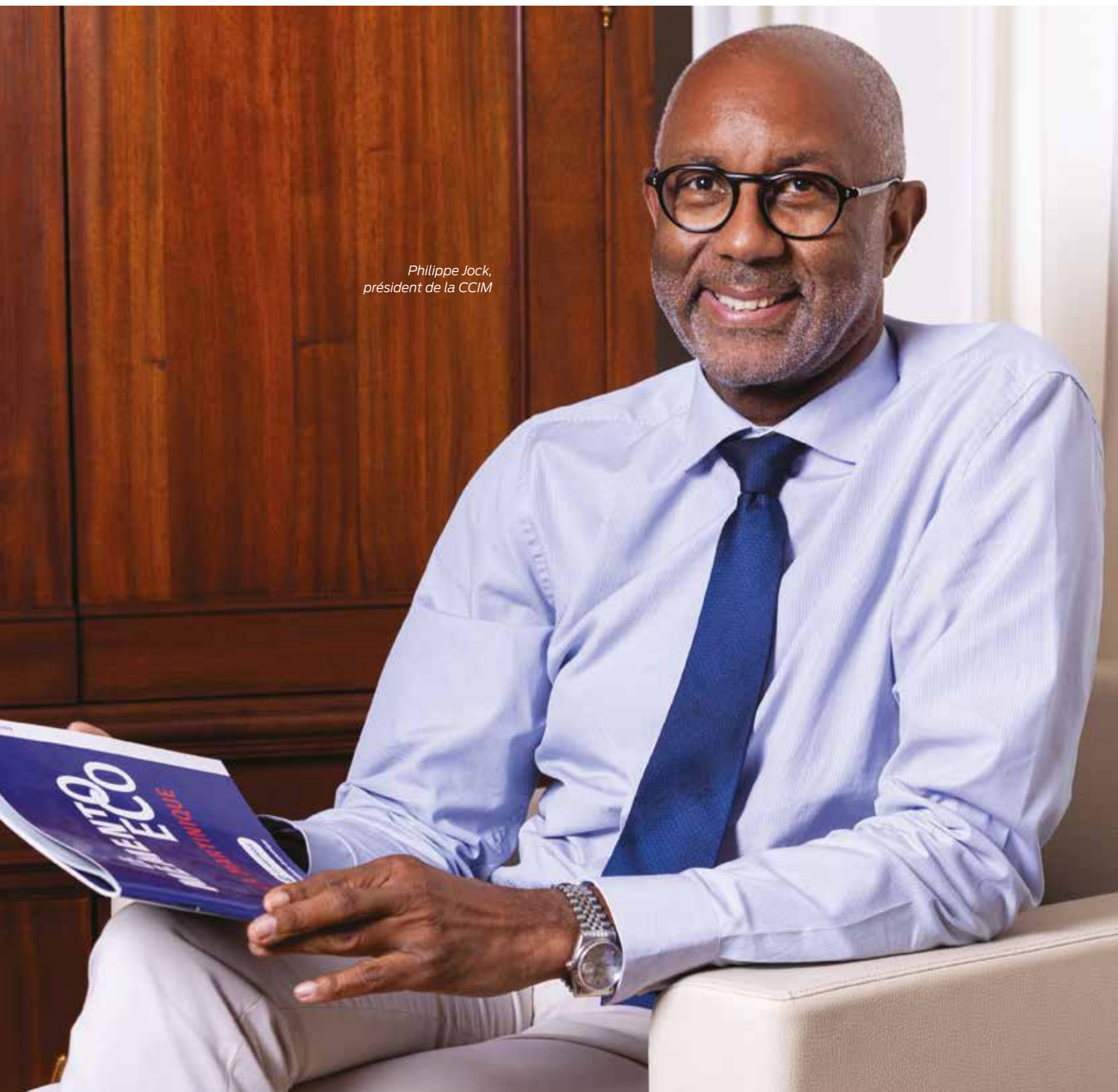


pour les accompagner dans leurs démarches via un numéro vert le « 0800 281 028 » avec pour but, un accompagnement sur mesure.

**Quel pourrait être le rôle de l'État ?**

L'État a été sollicité à la fois par les chambres

consulaires et les syndicats professionnels pour des mesures d'accompagnement auprès des organisme fiscaux et sociaux avec des moratoires permettant le report des charges sociales et fiscales et aussi la mise en place d'un fonds de secours. Nous espérons une réponse rapidement concernant ce fonds d'urgence.



*Philippe Jock,  
président de la CCIM*

# LA PRODUCTION LOCALE VEUT **UNE PLACE DE CHOIX**

Bien avant les tables rondes contre la vie chère, les acteurs de la production locale et de la distribution avaient déjà dessiné les contours d'un des outils susceptibles de développer l'achat patriotique. En créant la marque **Cœur Martinique**, la production locale a posé les jalons pour jouer les premiers rôles dans la consommation « péyi ».

Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann



Jennifer Vitelius (Coeur Martinique), Roselyne Joachim (chambre d'agriculture), Marie-Annick Apocale (agricultrice), Henri Salomon (président Coeur Martinique), Sarah Edward (artisane la conserverie Créole) et Antoine Omere (Cap Creole AMPI)



La naissance de Cœur Martinique découle d'un constat, d'une vision. Pour faire écho à la problématique de la vie chère en Martinique, une des solutions évidentes, selon le président de la marque locale, Henri Salomon, c'est de développer la production made in Martinique : « Cœur Martinique, c'est une marque qui prouve l'origine, l'authenticité et la qualité d'un produit. Notre objectif, c'est de développer la production locale en lui donnant plus de visibilité ». Cœur Martinique regroupe sous une seule et même marque, les labels et autres identifications existants dans les secteurs d'activités sous l'égide de la Chambre des métiers et de l'artisanat, la Chambre de l'agriculture, Chambre de commerce et l'Ampi pour l'industrie, la grande distribution et celle de proximité. La première prouesse est d'avoir réussi à convaincre ces acteurs économiques de travailler ensemble sur ce projet d'identification unique. « C'était complexe de travailler tous ensemble car c'était la première fois que l'agriculture, l'industrie, l'artisanat et la grande distribution se rassemblaient autour d'un projet collectif. Je suis très fier que tout ce monde se soit uni autour du projet et que cela fonctionne. » Preuve que l'engouement est bien présent, les secteurs de la pêche et de la culture vont rejoindre le projet. Créé en 2022, Cœur Martinique jette les bases d'une autonomie à plusieurs niveaux. La crise de la Covid a illustré la nécessité pour l'île de ne pas compter que sur les importations mais davantage sur l'ingénierie locale que représente l'industrie, l'artisanat et l'agriculture. Durant cette période, les Martiniquais ont pu continuer à se nourrir, les industriels ont fabriqué du gel hydro-alcoolique, les artisans des masques et surblouses pour

l'hôpital, rappelle Henri Salomon. « Nous avons la volonté de structurer les filières de production. Je suis intimement persuadé que plus on va développer la production locale, plus on va développer notre environnement économique et social. Les bienfaits seront nombreux pour la Martinique : l'opportunité d'avoir plus de revenus pour les Martiniquais, la possibilité pour ceux qui le souhaitent de créer leur entreprise avec comme conséquence d'éviter que les jeunes ne se tournent automatiquement vers l'Hexagone. Plus on va créer des richesses par le travail des Martiniquais, mieux ils se porteront, car baisser les prix, c'est une chose, mais si vous n'avez pas de revenus, vous allez toujours trouver la vie trop chère. » Cœur Martinique au-delà de l'identification du produit local dans les rayons des commerces c'est aussi un appel patriotique à consommer différemment, à soutenir le voisin agriculteur, le fils responsable de production, tous ceux qui œuvrent à l'essor de la production locale.

### **UN RÉFLEXE PATRIOTIQUE**

La proximité est un élément important de ce projet. Cœur Martinique a la volonté de rendre accessible la production locale dans tous les recoins de la Martinique, accompagner le petit producteur pour lui permettre d'être présent tant dans les grandes surfaces que sur les marchés et commerces de proximité. « Nous voulions toucher les Martiniquais au plus profond d'eux-mêmes, dans leur cœur. Nous avons fait une enquête qui a révélé que les Martiniquais sont attachés à la production locale et qu'ils veulent davantage de produits locaux. Ce sondage a révélé également que les clients ne parvenaient pas toujours à identifier la production locale au milieu des produits importés. »

### **UN PARTENARIAT GAGNANT-GAGNANT**

À l'instar de la Conserverie Créole, cette société artisanale, qui fabrique des pots à manger et autres sauces produites presque exclusivement avec de la matière première locale, les entreprises locales espèrent bénéficier de la visibilité que pourrait leur offrir Cœur Martinique, nous confie Sara Edward, co-gérante de la société : « Ce qu'on voit, c'est un réel engouement des Martiniquais et des Martiniquaises pour les produits locaux qui sont fabriqués chez nous. Les consommateurs veulent savoir ce qu'ils mangent. On espère que Cœur Martinique représente un vrai gage de la qualité et de la provenance des produits. On espère que ce sera synonyme de confiance pour les consommateurs ».

## **Un salon en 2025**

Cœur Martinique compte dans ses rangs près de 250 entreprises de toutes tailles. Avec comme enjeu de renforcer la communication autour de la marque, poursuivre l'accompagnement des nouveaux adhérents. Un grand rendez-vous sera prévu avec l'organisation du premier salon de la production locale Cœur Martinique.

*Catherine Rodap,  
présidente  
du MEDEF Martinique*



## “LA MARTINIQUE A BESOIN DE **CHACUN D’ENTRE NOUS**”

Les entreprises locales ont payé un lourd tribut durant les premières semaines de cette crise contre la vie chère. Le préjudice matériel s’élèverait pour l’instant à plus de 58 millions d’euros. Pour le **MEDEF Martinique**, l’économie de la Martinique sera durablement affectée.

Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann



## **Quel est votre sentiment à l'heure de cette crise sociale qui impacte les entreprises martiniquaises ?**

**Catherine Rodap, présidente du MEDEF Martinique :**

Notre économie repose sur des fondations précieuses : le savoir-faire, le savoir-être et la richesse culturelle de la Martinique. Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une véritable mise en péril de cet équilibre, avec une perte de confiance. Avec plus de 170 entreprises directement touchées et 1 500 emplois menacés, c'est l'avenir de familles entières qui se voit fragilisé.

Je ressens une profonde inquiétude, mais aussi une conviction inébranlable en notre capacité collective à reconstruire et à se relever. Nos entreprises, nos artisans, nos entrepreneurs font également la richesse de notre territoire et incarnent un savoir-être unique. Aujourd'hui, nous devons plus que jamais nous unir pour protéger notre économie et transmettre un message d'espoir à tous les acteurs qui font vivre notre Martinique et participent à son attractivité.

## **Qu'avez-vous envie de dire aux chefs d'entreprises et à ces salariés en ce moment difficile ?**

Je veux adresser un message d'espoir et de soutien à chacun d'eux. Malgré le découragement compréhensible, je les invite à croire en eux et en l'avenir de notre territoire. La Martinique a besoin de chacun d'entre vous, de votre force, de votre vision.

Le MEDEF Martinique, fidèle à ses valeurs de solidarité et de soutien entrepreneurial, reste aux côtés de toutes les entreprises, adhérentes ou non, car petites ou grandes, elles sont le cœur battant de notre territoire.

## **Comment se porte le moral des chefs d'entreprises ?**

Nos chefs d'entreprises font preuve d'un courage admirable. Ce moral d'acier, cette résilience inébranlable caractérisent les entrepreneurs de la Martinique. Cependant, nous savons que les démarches de soutien, comme l'activité partielle, ne se font pas automatiquement et nécessitent des efforts administratifs et financiers importants pour les employeurs, souvent en amont des aides. Il est donc essentiel que nous, en tant qu'organisation patronale, restions présents pour les soutenir et renforcer leur espoir.

## **Comment s'organise la solidarité envers les entreprises ?**

Le MEDEF Martinique travaille en étroite collaboration avec des partenaires financiers et institutionnels pour apporter un soutien concret. Des discussions avec les banques, les assureurs et les institutions publiques sont en cours, et nous faisons tout pour que les entreprises puissent surmonter cette période difficile. Car, en tant qu'entrepreneurs, nous savons qu'attendre n'est pas une option ; il est de notre devoir d'agir.

Nous faisons également le vœu que les assureurs ne

résilient pas les contrats d'assurance liés aux bâtis, et n'envisagent pas des clauses d'exonération de garantie en cas d'émeutes.

## **Quelles sont les solutions ?**

Face aux défis imposés, le MEDEF Martinique s'engage activement auprès de chaque entreprise impactée. Récemment, plus de 50 entreprises nous ont rejoints pour une réunion aux côtés de la DEETS (Direction de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités), qui a rappelé de manière pédagogique les critères d'éligibilité à l'activité partielle. Nous avons également sollicité la CGSS (Caisse générale de sécurité sociale) pour obtenir un moratoire sur les dettes contractées durant cette période, un geste indispensable pour alléger la charge qui pèse sur les entreprises.

En concertation avec BNP Paribas Antilles-Guyane, nous avons abordé des recommandations concrètes pour renforcer l'accompagnement bancaire des entreprises, en rappelant l'importance de consulter son conseiller financier afin d'explorer toutes les mesures d'aide disponibles. Les assureurs, de leur côté, ont étendu les délais de déclaration des sinistres de 5 à 30 jours, et se sont engagés à accélérer l'instruction des demandes d'indemnisation pour apporter un soutien rapide et efficace. Néanmoins, nous restons très inquiets face aux massives résiliations des polices d'assurance contenant la garantie émeutes/mouvements, avec effet à compter du 1er janvier 2025. Certes, nous ne pouvons prédire les décisions au niveau national, mais en tant que chefs d'entreprise, nous ne restons jamais dans l'attente. Nous savons agir avec pragmatisme et détermination.

## **Craignez-vous que le tissu économique porte de trop lourds séquences ?**

Je souhaite que la valeur travail retrouve toute sa place et son respect sur notre territoire. Il est inconcevable que des jeunes entrepreneurs, comme ce commerçant de Saint-Pierre et ce jeune pharmacien du Carbet, voient leurs efforts anéantis. Ils venaient d'investir financièrement lourdement pour mettre aux normes et ouvrir leurs entreprises : le commerce a été vandalisé et la pharmacie incendiée ! La perte matérielle est colossale ! Le traumatisme est important ! Au MEDEF, nous continuerons de défendre la valeur travail, essentielle au développement et à la dignité de notre territoire.

## **L'État doit-il être un acteur dans cette crise ?**

Le MEDEF Martinique attend un soutien fort de l'État pour rétablir le calme et l'ordre nécessaires indispensables à la reprise. Ce soutien est essentiel pour redonner confiance à nos entreprises, à nos investisseurs et à l'ensemble de la Martinique. C'est dans cette collaboration entre acteurs publics et privés que la Martinique pourra retrouver sa stabilité.

# CAP SUR LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE

Sous l'impulsion de l'**Association martiniquaise des producteurs industriels** (AMPI) et de son président Charles Larcher, la Martinique s'apprête à écrire un nouveau chapitre industriel. À la clé : emplois qualifiés, savoir-faire local et dynamisme économique.

Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Jean-Albert Coopmann

## **SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE : UN DÉFI CRUCIAL**

Face aux défis actuels, la souveraineté industrielle devient un enjeu de taille pour la Martinique. Pour Charles Larcher, président de l'AMPI, « il s'agit de choisir, avec les acteurs institutionnels et économiques de l'île, les secteurs stratégiques qui soutiendront notre économie locale ». Grâce à une vision partagée avec la Collectivité territoriale de Martinique (CTM), l'État et le secteur privé, l'AMPI souhaite bâtir une industrie forte où la production locale répond aux besoins du territoire et peut relever des challenges tels que l'autonomie alimentaire. « Transformer localement les produits agricoles locaux comme les matières premières importées nous permet de garantir sécurité alimentaire et création de valeur. »

## **UN LEVIER POUR DES EMPLOIS QUALIFIÉS ET UN SAVOIR-FAIRE LOCAL**

« Produire localement, c'est créer quatre fois plus d'emplois qu'en important des produits finis, avec un meilleur taux de rémunération », explique M. Larcher. Avec de nombreux postes qualifiés à la clé, le projet de souveraineté industrielle offrira aux Martiniquais, et en particulier à la jeunesse martiniquaise, des perspectives professionnelles solides. De

l'ingénierie aux forces commerciales en passant par le contrôle qualité, l'éventail de métiers ouverts vise à répondre aux besoins locaux, avec des salaires attractifs. Aujourd'hui, le salaire moyen dans le secteur est de 39 000 euros bruts, soit 11 % de plus que le revenu moyen du secteur privé. « Le savoir-faire local est un atout majeur ! » assure Charles Larcher, qui souligne l'importance de structurer une offre de formation à la hauteur des besoins, à l'image du partenariat entre le lycée Schoelcher et l'Institut national des sciences appliquées (INSA).

## **LE "TOURISTRIEL" : LE TOURISME INDUSTRIEL EN EXPANSION**

Le patrimoine industriel de la Martinique séduit de plus en plus de visiteurs, qui ne se limitent plus au tourisme balnéaire. Avec ce concept de touristriel, Charles Larcher ambitionne de promouvoir le tourisme industriel, à l'image du spiritourisme, qui attire déjà plus de 700 000 curieux chaque année autour des distilleries. L'idée est de faire découvrir aux visiteurs le savoir-faire martiniquais, comme le fait déjà l'entreprise DENEL, en proposant la visite de son usine de transformation de fruits locaux. « Nous avons là une richesse unique qui raconte notre histoire économique et industrielle », explique M. Larcher. « Le potentiel est immense, cette stratégie offre une

visibilité nouvelle aux entreprises locales tout en élargissant l'offre touristique martiniquaise ».

## **UNE STRATÉGIE INDUSTRIELLE POUR RENFORCER LE POUVOIR D'ACHAT**

L'objectif de l'AMPI est clair : produire davantage localement pour créer plus d'emplois sur le territoire et favoriser la consommation locale. « Actuellement, nos usines ne fonctionnent qu'à 15-20 % de leur capacité, contre 60 % en moyenne dans l'Hexagone. Redynamiser la production locale pourrait avoir un effet direct sur le coût des produits tout en améliorant le pouvoir d'achat. Plus nous produisons sur place, plus les produits locaux deviennent abordables pour l'ensemble des consommateurs martiniquais », explique Charles Larcher. À l'invitation de la CTM, l'AMPI travaillera dès début 2025 à bâtir un schéma de développement avec les acteurs industriels de l'île, pour créer un cadre stratégique apte à séduire les investisseurs locaux, français et européens. « Un tel projet est un signal positif pour les investisseurs, les jeunes en formation mais aussi pour les entreprises locales, car il est la preuve d'une Martinique dotée d'une vision claire, d'un plan d'actions solide pour construire l'avenir de l'industrie martiniquaise », conclut-il.

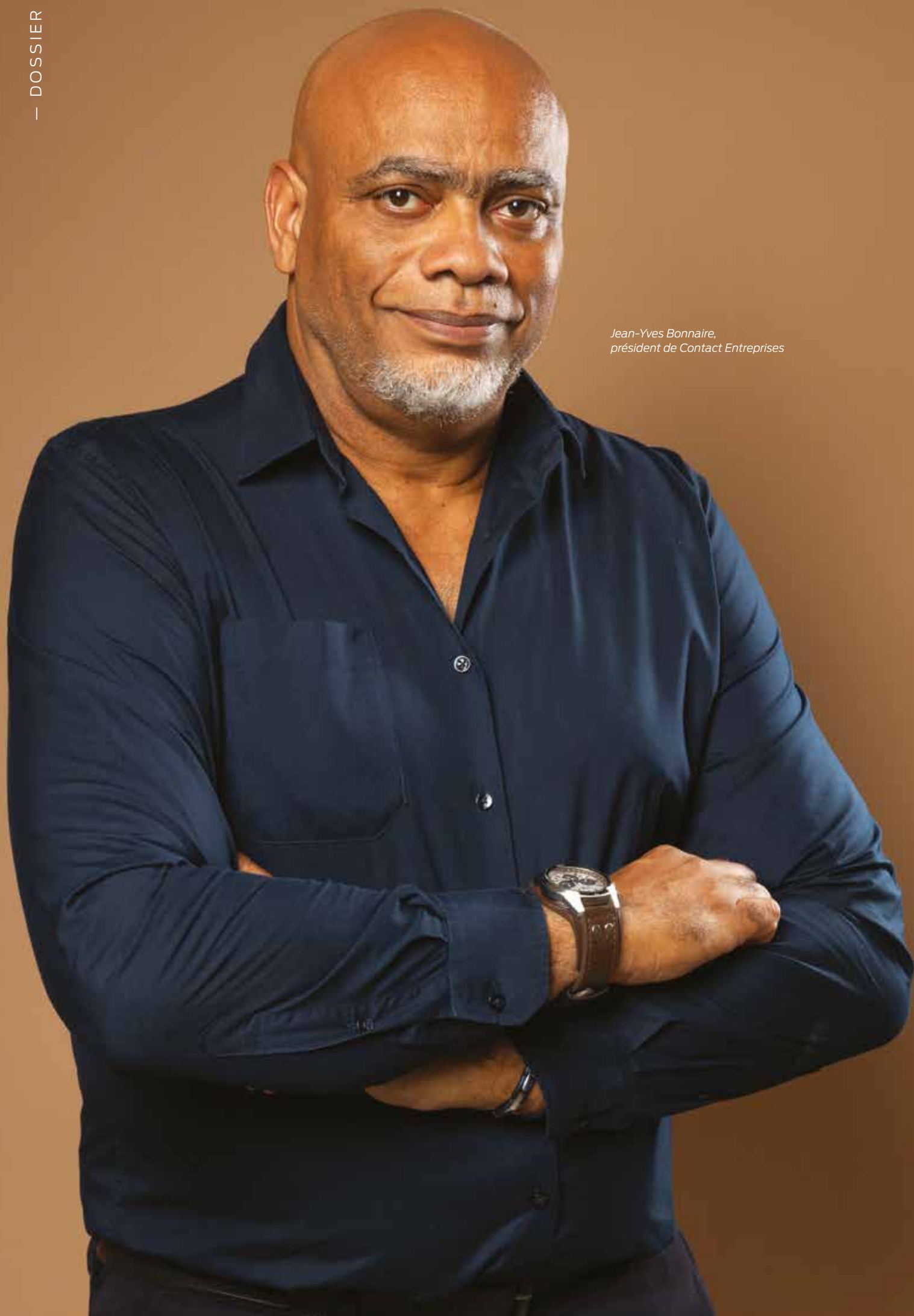




*Charles Larcher,  
président de l'AMPI*



**AMPI**  
Centre d'affaires Gouyer -  
Californie  
97 232 Le Lamentin  
[www.industrie.mq](http://www.industrie.mq)



*Jean-Yves Bonnaire,  
président de Contact Entreprises*



# « NOUS DEVONS MAINTENIR L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE ET L'ENVIE D'ENTREPRENDRE »

La crise sociale qui secoue la Martinique depuis plusieurs semaines a eu des répercussions désastreuses sur les entreprises locales. Plus de 150 entreprises ont été impactées. L'association **Contact Entreprises** tire la sonnette d'alarme et réclame un sursaut de conscience. Il y a urgence !

Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann

**Dans quel état d'esprit les entreprises sont-elles aujourd'hui ?**

**Jean-Yves Bonnaire, président de Contact Entreprises :** Il y a un profond sentiment d'injustice chez les chefs d'entreprise. Ce sentiment est assez général parce que les entreprises martiniquaises ont vraiment l'impression qu'elles sont les boucs-émissaires et le réceptacle d'une colère qui a été parfois instrumentalisée ou qui a aussi parfois été aveugle. Il y a désormais beaucoup d'inquiétude par rapport à la nature de cette énième crise qui va, de toutes les façons, laisser des traces importantes et durables pour une Martinique qui n'avait pas besoin de ça.

**Êtes-vous inquiet des conséquences de cette crise sur la Martinique dans son ensemble ?**

Il y a lieu d'être inquiet pour nos entreprises locales d'abord, pour les chefs d'entreprises qui les dirigent, leurs salariés. Mais nous sommes aussi inquiets pour les clients de ces entreprises qui doivent trouver des solutions alternatives quand ils n'ont pas été eux-mêmes des victimes collatérales d'actions totalement irresponsables. Les acteurs territoriaux que sont les entreprises sont très inquiets pour la Martinique dans son ensemble, parce qu'on comprend bien, par rapport aux arguments qui sont parfois donnés par les uns et les autres, que la problématique n'est pas exclusivement économique. Le pouvoir d'achat des Martiniquais et les prix de l'alimentation semblent être les paravents d'une crise plus profonde, plus insidieuse dont les racines vont chercher ce qui fait de nous le peuple martiniquais dans toute sa diversité. C'est donc compliqué pour les seuls acteurs économiques d'avoir toutes les réponses à des problématiques qui, quelque part, les dépassent.

**Qu'est-ce que les chefs d'entreprises vous ont rapporté ?**

La période actuelle a démultiplié ce besoin d'échanges entre membres des organes de gouvernance de l'association, mais aussi entre les adhérents et nos permanents ou les entrepreneurs bénévoles qui siègent au sein des instances de gouvernance. Nous essayons depuis le début de cette crise d'être la voix de certains entrepreneurs qui se sont retrouvés de manière soudaine et injuste dans des situations dramatiques. Ces situations dégradées perdurent parfois et, dans certains cas, les destructions sont irrémédiables et fatales aux entreprises impactées. Nous avons souhaité à la fois recevoir ces appels à l'aide, les faire connaître, puisque nous avons très clairement dans notre objet une mission de communication sur les réalités de l'entreprise martiniquaise, dans tous ses états. Nous avons cherché à comprendre ce que nous disaient les chefs d'entreprises sinistrés de façon à participer avec d'autres acteurs du monde patronal ou consulaire, à la recherche de solutions immédiates de continuité d'activité. La priorité reste aujourd'hui l'arrêt de ce véritable massacre de notre économie locale et des emplois salariés. Nous n'oublions cependant pas la recherche de solutions à plus long terme qui nous permettraient d'éviter de revivre ce genre de situations très violentes et particulièrement destructrices de valeur.

**Avez-vous un message à passer ?**

L'appel que nous pouvons faire est prioritairement destiné à l'ensemble des entreprises impactées par ces événements démarrés le 1er septembre dernier. Notre message est avant tout un message de solidarité et de soutien. Notre message s'adresse aussi à tous ceux dont

la mission est de ramener l'ordre, ils ont également notre total soutien. Sans retour à l'ordre, sans retour à la liberté de pouvoir circuler ou de commercer, il est illusoire de penser retrouver un niveau de confiance suffisant pour mettre en œuvre le protocole d'accord signé par les acteurs qui ont choisi de s'engager. Notre message est aussi un appel à la société martiniquaise pour que tous prennent conscience qu'il n'est pas aujourd'hui possible de rajouter de la souffrance à la souffrance. Il y a, en 2024, sur notre île, des situations qui sont humainement et socialement dramatiques, mais on n'a pas le droit, en disant vouloir résoudre ces situations, de créer de la souffrance à d'autres individus ou parfois même aux individus auxquels ces luttes étaient précisément destinées ; ce n'est pas tolérable. Il nous faut un sursaut, une prise de conscience, et ce, le plus vite possible, parce que plus on tarde et plus il y aura des dégâts. Nous avons déjà mis plusieurs années à nous remettre d'une autre crise, celle de 2009 basée sur la même question de la vie chère. C'était une crise éminemment plus populaire et plus structurée qui n'a pas laissé de ressentiment violent entre « protagonistes ». On a affaire, aujourd'hui, à une crise d'un genre nouveau qui semble combiner la crise de 2009 avec celle de novembre 2021. Elle n'a donc pas une structuration classique et elle introduit de nouveaux acteurs que certains ont choisi de légitimer.

#### **Quel rôle Contact Entreprises pourrait jouer dans cette crise ?**

Notre mission consiste aujourd'hui à essayer dans le chaos relatif ambiant de continuer à valoriser les entreprises martiniquaises pour tout ce qu'elles font de bien, et pour les services qu'elles rendent aux martiniquais, quelle que soit leur condition sociale. Nous essayons également, par tous les moyens, de maintenir l'esprit d'entreprendre et l'envie d'entreprendre parce qu'on comprend bien que de jeunes compatriotes qui voient ce qui se passe depuis le 1er septembre pourraient être tentés d'abandonner leur projet de création d'entreprise. Nous voulons bien entendu continuer à être proches des chefs d'entreprises qui vivent des moments compliqués, parfois dramatiques. Et nous croyons enfin en la nécessité d'affronter ces crises en « solidaires » avec d'autres acteurs des corps constitués ou des sphères

périphériques de l'écosystème entrepreneurial. Nous continuerons à construire des passerelles, c'est inscrit dans l'ADN de l'association.

#### **Pourquoi est-il important de rappeler le rôle d'une entreprise ?**

Il y a beaucoup de mythes à déconstruire à la Martinique à propos de l'entreprise. Il y a eu des entreprises pillées, détruites... et les gens disent que les assurances vont payer. Aujourd'hui, il y a des salariés dont on ne sait pas s'ils vont percevoir leur salaire... on dit : écoutez, il y a des dispositifs étatiques d'activité

**“ Il faudrait que le dialogue entre acteurs territoriaux (...) puisse désormais s'inscrire dans la régularité, dans la fréquence, et dans l'envie ”**

partielle. Nous estimons que c'est important que des entreprises soient là pour proposer des biens ou des services au prix qu'elles décident en leur âme et conscience et il est parfaitement normal que le consommateur ait le choix d'accepter ces prix ou les conditions de vente en ayant le choix des vendeurs. On a beaucoup parlé de monopoles, d'oligopoles

depuis quelques mois. Il y a en Martinique un nombre extrêmement limité de monopoles, et la distribution alimentaire n'est clairement pas dans cette situation. Il faut peut-être que tous se remettent en question à l'occasion de cette crise, les consommateurs, clients des entreprises, aussi. Les entreprises ne sont pas là pour dicter les comportements individuels des consommateurs, ces choix de consommation jouant un rôle-clé dès lors qu'on évoque la notion de pouvoir d'achat.

#### **Comment imaginer l'après ?**

Il faudrait que le dialogue entre acteurs territoriaux rendu obligatoire par la réalité de cette crise, puisse désormais s'inscrire dans la régularité, dans la fréquence, et dans l'envie. Parce qu'on y a tous intérêt, il faut (ré)apprendre à discuter sereinement entre parties-prenantes, y compris, et surtout, quand les solutions à imaginer sont complexes. La confiance se construit dans la pratique de la confrontation apaisée et dans le respect qui est un prérequis qu'il ne faut jamais sacrifier. La priorité sera donc de maintenir ce dialogue au-delà de la crise qui se terminera bien à un moment donné, le plus tôt possible nous l'espérons.

*L'association Contact Entreprises a été créée il y a 35 ans. Son objet principal : la promotion de l'image de l'entreprise et des entrepreneurs. Elle compte en son sein plus de 300 entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité.*



# bonfilon

by EW'AG

Vous  
recherchez  
un **talent** ?



Vous  
recherchez  
un **emploi** ?

Trouvez celui ou celle qui partage  
vos valeurs sur **bonfilon.info**

Inscrivez-vous

ANTILLES-GUYANE





# LA SOLIDARITÉ ENTREPRENEURIALE EN ACTION

Depuis 2011, **Réseau Entreprendre® Martinique (REM)** accompagne les créateurs, repreneurs et développeurs d'entreprises vers la réussite. Le 21 novembre, la soirée des lauréats révélera une vingtaine d'entrepreneurs en exercice, dont les activités ont été lancées grâce au soutien de l'association.

Texte Adeline Louault - Photo Jean-Albert Coopmann



*Audric Touchet (président de Méliité SAS), Doriane Jacqueray & Aurélie Littré, (gérantes associées de Waffle Factory Cluny), Christophe Priam (directeur associé de l'Entrepôt (restaurants Miza et Kay'Bô) et Miguel Radom (directeur de Réseau Entreprendre Martinique)*



Réseau Entreprendre® Martinique propose un accompagnement financier et humain aux créateurs, repreneurs et dirigeants d'entreprises en phase de forte croissance. Une quinzaine de projets sont sélectionnés chaque année. Il s'agit essentiellement de créateurs, à 71 %, mais aussi de dirigeants d'entreprises en développement (19 %) et de repreneurs. « Sur la reprise, nous avons un vrai enjeu. La CCI recense plus de 4 000 dirigeants en âge et en capacité de céder, et notre taux de repreneurs accompagnés était jusqu'à présent très faible par rapport

au national, où il est de 30 % », indique Miguel Radom, directeur de Réseau Entreprendre Martinique. « Mais 2024 s'annonce prometteuse : nous devrions terminer l'année à 16 Lauréats, dont 30 % de repreneurs. Dans un territoire vieillissant, l'objectif sera de poursuivre cette dynamique dans les années à venir ».

### **3 EMPLOIS EN 3 ANS**

Constituée de près de 170 membres et «lauréats», avec des représentants d'entreprises de toute taille et de tout secteur, la communauté de REM est résolument engagée dans

le développement de l'emploi. Pour intégrer Réseau Entreprendre et profiter de son accompagnement, le premier critère est donc de s'engager à créer au minimum 3 emplois en trois ans. Actionnaire majoritaire de sa structure, le candidat doit avoir un projet cohérent, un besoin en financement d'au moins 70 K€ et un apport d'au moins 20 % du besoin. « Enfin, il faut qu'il soit réceptif à l'accompagnement humain, c'est-à-dire à l'écoute des conseils, et capable de se remettre en question. » Si les critères d'éligibilité sont respectés, le candidat voit son dossier étudié de façon approfondie par des chefs d'entreprises membres qui préconisent des recommandations. Préparé par un chargé d'études, il vient ensuite présenter son projet en comité d'engagement devant un jury composé de membres de l'association. « C'est le point de bascule. Le porteur de projet doit recueillir l'unanimité des votes pour être désigné lauréat. »

### **DONNER POUR RECEVOIR**

Exigeant mais bienveillant, offrant une aide totalement gratuite, Réseau Entreprendre accorde une importance clé au candidat. « Nous croyons au principe de réciprocité : en donnant du temps et des ressources aux jeunes entrepreneurs lauréats, on tire tout le monde vers le haut, chacun y gagne. Notre objectif est d'ailleurs que l'accompagné devienne, à terme, membre du Réseau et accompagnateur à son tour. » Selon l'INSEE, la Martinique est le territoire français qui connaît le plus fort taux de création pour 1 000 habitants. « Nous sommes une population qui a la débrouille dans le sang », analyse Miguel Radom. « Avec un chômage important, la seule voie pour accéder à l'emploi et à la stabilité est bien souvent l'entrepreneuriat. À Réseau, notre mission est de donner les moyens à ceux qui s'engagent dans cette voie de créer non seulement leur propre emploi, mais aussi d'autres emplois ».



## Témoignages de Lauréats

### Christophe Priam

directeur associé, avec Grégory Anelka et Sébastien Jean-Joseph, de l'Entrepôt, complexe accueillant un restaurant gastronomique (Miza) et un bistrot caribéen (Kay'Bô) à Fort-de-France

« Le soutien financier du Réseau a constitué une garantie essentielle pour les banques. Aujourd'hui, nous avons créé 16 emplois en CDI, et notre objectif est d'ouvrir 9 postes supplémentaires. Lorsque le contexte social actuel a provoqué une sévère perte de chiffre d'affaires, REM nous a immédiatement accordé un report d'échéance pour le remboursement du prêt. Au-delà de ça, le soutien du réseau est à 360°, on se sent écouté et compris. Les rencontres avec notre accompagnateur, Grégoire Azais de Vergeron (Ecofip) mais aussi avec les autres lauréats, les petits-déjeuners thématiques permettent de faire face à l'isolement du chef d'entreprise et de maintenir notre santé mentale, souvent mise à rude épreuve. »

### Audric Touchet

co-gérant, avec Florian Dumas, de Mélité, la première ferme de spiruline en Martinique

« Notre produit n'étant pas encore connu des consommateurs martiniquais, je ressentais le besoin d'être appuyé par des entrepreneurs locaux, compétents et expérimentés. Nous avons obtenu un prêt de 50 000 euros qui nous a permis de démarrer l'investissement. Nos premiers lots de spiruline ont été commercialisés en juillet dernier. J'apprécie la réactivité du réseau et la fluidité de la communication via les groupes de discussions notamment. J'ai actuellement un problème de raccordement électrique qui m'empêche d'augmenter ma capacité de production. Réseau Entreprendre a pu faciliter le contact et notre dossier avance enfin ! »

### Doriane Jacquera

et Aurélie Littré  
gérantes de Waffle Factory, enseigne de restauration rapide spécialisée dans les gaufres, à Schœlcher

« Avant de passer en comité d'engagement, notre chargé d'étude nous a apporté une grande aide sur toute la partie montage du dossier, étude de financement, faisabilité, etc. Le challenge était grand car personne ou presque ne connaissait la franchise et le site que nous avons choisi divisait le jury. En 18 mois, nous avons créé 6 postes d'employés polyvalents de restauration mais nous subissons un turn over important. La gestion RH est compliquée et le soutien de notre accompagnatrice, Elise Fonchy (cabinet Fidal), s'avère précieux lors de nos périodes de fatigue et de doute. Elle nous voit comme de vraies cheffes d'entreprise, c'est stimulant. »

## Une aide en 2 volets

### ACCOMPAGNEMENT FINANCIER :

- Programme Start (pour les créateurs et les repreneurs) : prêt à taux zéro, sans garantie ni caution personnelle et remboursable sur 5 ans, de 15 000 à 75 000 euros avec un différé de 12 mois
- Programme Booster (pour les développeurs dont l'entreprise est en phase de croissance) : un prêt d'honneur à taux zéro jusqu'à 100 000 euros, sans garantie ni caution personnelle et remboursable sur 5 ans avec un différé de 6 mois

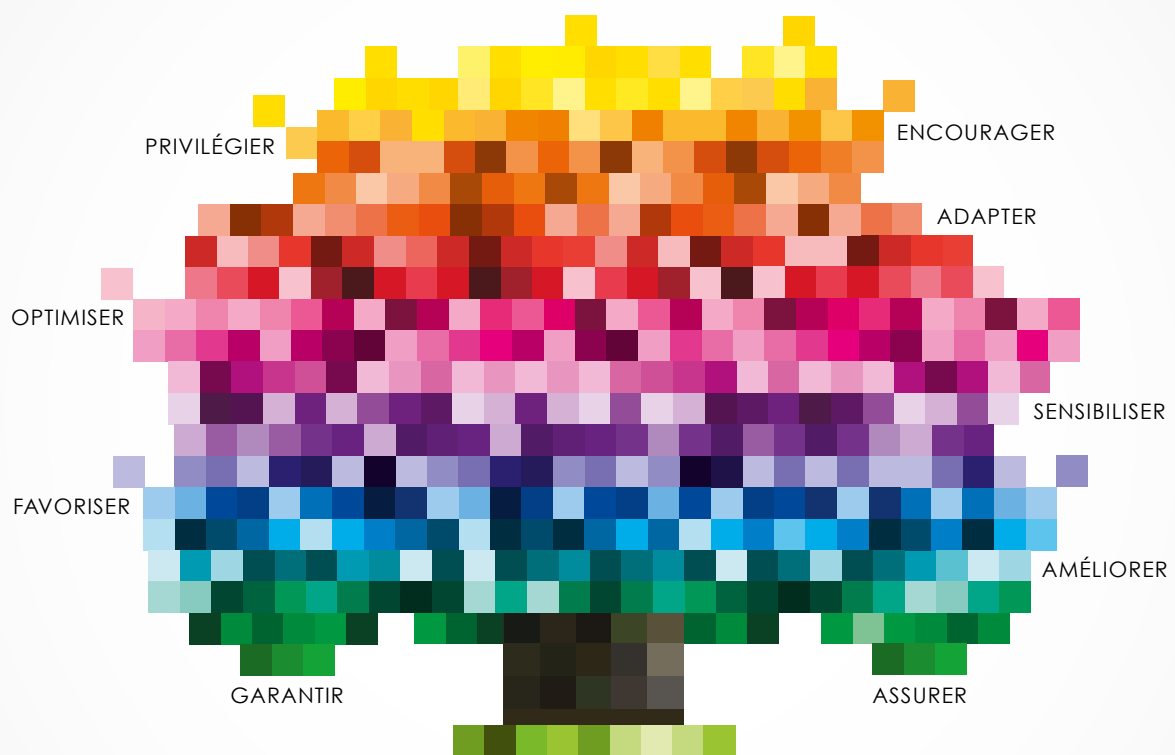
### ACCOMPAGNEMENT HUMAIN

Il consiste en un mentorat personnalisé et régulier de 2 ans réalisé par un entrepreneur bénévole. L'accompagnateur rencontre le lauréat une fois par mois minimum pendant deux heures. Mensuel, le club des lauréats permet aux jeunes entrepreneurs de partager leurs expériences. Membres et lauréats bénéficient en outre de la force d'un réseau local, national et international, qu'ils peuvent contacter, mobiliser et rencontrer à l'occasion d'une multitude d'événements — tables rondes, ateliers, afterworks, etc. — au quotidien.



# IMPRIMEUR ENGAGÉ

en faveur du **développement durable**



**P R I M**

947, rue Henri Becquerel - BP 2174 - 97195 Jarry cedex  
tél. **0590 26 72 40** - mail : [infos@primsas.com](mailto:infos@primsas.com)



# LA VIANDE LOCALE ATTIRE DE PLUS EN PLUS

La crise sociale qui se joue en Martinique fait écho à la nécessité de produire davantage en local. Ce constat n'a pas échappé à la **CODEM** (la Coopérative des éleveurs martiniquais) qui, après avoir restructuré la filière à son niveau, a mis en place les outils de son développement en améliorant notamment son image et en donnant les moyens à ses adhérents de relever les défis à venir.

Texte Thomas Thurar - Photo Jean-Albert Coopmann



Jean-Marc Ajanany, directeur général de la CODEM

## Comment la CODEM a-t-elle évolué au cours des dernières années ?

### Jean-Marc Ajanany, directeur général de la CODEM :

La Coopérative des éleveurs martiniquais a un peu plus de 40 ans d'existence. Ses missions sont, entre autres : l'accompagnement technique des éleveurs sur le terrain, la collecte des animaux, la découpe, la transformation et la commercialisation de la viande de bœuf, de mouton et de cabri au sein des grandes et moyennes surfaces, des boucheries artisanales, des cafés, hôtels et restaurants, de la restauration collective et enfin chez les particuliers.

Depuis 2024, nous travaillons également avec les éleveurs d'ovins et de caprins. C'est une opportunité pour nous car cela nous permet d'avoir un pôle ruminant au sein de la coopérative. Cette évolution est bénéfique pour la filière ovin, caprin qui était en déclin.

## Quels chiffres faut-il retenir pour la CODEM ?

La CODEM, c'est environ 320 tonnes (t) de viande bovine produite par an sur un total de 687 t produites en Martinique. Nous avons 109 adhérents qui élèvent un peu moins de 7 000 bovins. En Martinique, on consomme plus de 19 000 t de viandes toutes espèces confondues pour une couverture d'un peu moins de 20 % pour la production locale.

## Quelle est votre réflexion sur la vie chère en Martinique ?

Nous sommes bien sûr soucieux de cette problématique qu'est la vie chère. Il nous paraît crucial que la production locale soit soutenue en mettant en place des actions, des stratégies puisqu'on parle d'autonomie



alimentaire. Mais cela doit passer par la résolution de plusieurs problématiques que nous rencontrons. Vous avez d'abord la problématique du foncier puisqu'il faut organiser l'installation des jeunes ou les reprises d'activités. L'âge moyen des agriculteurs étant compris entre 55 et 60 ans, il faut leur permettre de céder leur activité dans de meilleures conditions. Nous sommes confrontés également à des délais relativement longs pour l'instruction des dossiers d'installation de jeunes agriculteurs. Nous néchappons pas à la problématique de la Chlordécone présente sur certains terrains, toutefois, aujourd'hui, nous avons les outils permettant la décontamination des animaux présents sur les terrains à risque. Nous avons également une problématique liée à l'attaque de chiens errants et divagants à l'encontre des cheptels. Sans oublier le coût des intrants, du matériel agricole, des consommables, de l'essence...

#### **Qu'avez-vous mis en place pour le développement de la filière ?**

Nous travaillons sur la création de l'association foncière pastorale (AFP), c'est un outil de gestion du foncier privé et public, c'est la possibilité de mettre à disposition des terres de propriétaires en faveur d'agriculteurs pour en avoir la jouissance pour le pâturage ou la fauche d'herbe pour l'alimentation des animaux. La première association devrait voir le jour au 1er trimestre 2025. Nous travaillons sur la formation des agriculteurs, la CODEM a créé son propre centre, le COFERM (Centre opérationnel de formation des éleveurs de la région Martinique) c'est un outil qui permet notamment aux agriculteurs et aux professionnels de l'agro-transformation d'augmenter

leur productivité et leur compétence. 11 bouchers ont été formés en Martinique en 2024 grâce à cette stratégie. Nous avons créé également un Groupement d'employeur agricole de Martinique (GEAM). Ce dispositif va nous permettre de mettre à disposition 12 ouvriers polyvalents d'élevage et par conséquent, de mutualiser de la main d'œuvre agricole qualifiée sur les exploitations du territoire. Les premiers recrutements vont démarrer en décembre.

#### **En 2017, vous aviez également ouvert le Comptoir des Viandes, une boucherie coopérative**

Oui, elle nous permet de valoriser le savoir-faire des bouchers traditionnels et les viandes locales. C'est du 100 % frais et 100 % « péyi ». On y trouve du bovin, du caprin, du porc, de la volaille et depuis peu de l'autruche élevée ici. Le Comptoir des Viandes a aussi un espace épicerie fine avec des produits alimentaires transformés qui illustrent le savoir-faire des producteurs locaux. La boutique est

située à Bois Carré au Lamentin. Depuis 2023, nous avons ouvert, via un partenariat avec le Chef Ducteil, un espace restauration pour les gourmands. Nous prévoyons d'ouvrir un autre Comptoir des Viandes au 1er semestre 2025.

Puis, tout au long de l'année, à travers les « Jeudis de l'élevage », la CODEM a multiplié aussi les journées techniques et les réunions d'information entre les adhérents et les partenaires afin de renforcer les réseaux, les connaissances et de créer de nouvelles opportunités de collaboration entre éleveurs et organismes.

**“ Nous avons  
109 adhérents  
qui élèvent  
un peu moins  
de 7 000 bovins ”**



# UNE COOPÉRATIVE AU SERVICE DE L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE

Avec **Madivial**, coopérative agricole de Martinique, la production locale de viande fraîche est assurée. Ange Milia, président et producteur engagé, nous explique comment cette coopérative soutient la souveraineté alimentaire de l'île.

Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Jean-Albert Coopmann

## **UN MODÈLE COOPÉRATIF POUR UNE PRODUCTION LOCALE RENFORCÉE**

Depuis 2010, la coopérative Madivial, dirigée par Ange Milia, œuvre pour une agriculture locale organisée et durable. Située au Lamentin, elle rassemble une centaine d'éleveurs et emploie 150 personnes. « Notre objectif est de produire une viande de qualité ultra fraîche garantie "Bôkay", provenant d'animaux nés, élevés, abattus et transformés en Martinique », souligne le président, lui-même producteur de poulets et de porcs. « Grâce au modèle coopératif, Madivial respecte les valeurs d'équité et de solidarité, avec un juste partage des risques, de l'information et des profits. La coopérative valorise aussi le territoire, avec la mise en avant de l'agriculture locale et le développement de l'économie martiniquaise, dans le respect de l'environnement. »

## **PRODUIRE 100 % LOCAL, UN DÉFI RELEVÉ**

La production locale est vitale pour l'île. Madivial se concentre sur la production de lait et l'élevage de poulets, dindes, pintades, lapins et porcs. Cette production permet de couvrir 20 % de la consommation globale et 100 % des besoins en viande fraîche du territoire. « La maîtrise de la chaîne, de l'élevage des animaux à la livraison de la viande aux clients, garantit une traçabilité sans faille », explique Ange Milia. Par exemple, les poussins, qui autrefois étaient importés de France, naissent désormais sur l'île grâce au couvoir des éleveurs. La coopérative

gère également ses propres outils d'abattage et de transformation, permettant ainsi la livraison directe des produits en barquette et en vrac dans toutes les grandes surfaces de l'île. En complément des produits frais, Madivial propose une large gamme de produits élaborés, tels que des wings, des pilons panés à la farine de manioc, des poulets à la sauce barbecue et un jambon sans sel nitrité, répondant ainsi aux attentes des consommateurs en matière de qualité et d'innovation.

## **DES ACTIONS POUR UNE AUTONOMIE RENFORCÉE**

Pour atteindre cet objectif ambitieux, Madivial a investi dans la formation de ses éleveurs et salariés, souvent en partenariat avec des coopératives hexagonales. « Nos éleveurs doivent être polyvalents, capables de maîtriser diverses compétences », précise M. Milia. Cette démarche de professionnalisation de la filière a permis à Madivial de maintenir un niveau de production conforme à la réglementation européenne et aux exigences du marché. La coopérative met à la disposition de ses producteurs un service technique et d'approvisionnement en aliments, poussins, matériel et autres équipements pour les accompagner au mieux et leur fournir la matière première correspondant à leurs besoins. Elle apporte également un soutien financier pour leur permettre de travailler sereinement. « Cet appui est indispensable pour permettre aux éleveurs de se concentrer sur l'essentiel : produire une viande de qualité. »





## **PERSPECTIVES ET DÉVELOPPEMENT FUTUR**

Actuellement, la production locale atteint plus de 3 000 tonnes par an, ce qui ne fait un taux de couverture que de 20 %, alors que l'importation de viande représente environ 20 000 tonnes annuelles, comprenant notamment les viandes surgelées, de moindre qualité.

Pour assurer le développement de la production locale et tendre vers la souveraineté alimentaire, une politique agricole locale attractive facilitant l'installation des jeunes et l'accompagnement financier des projets, est nécessaire. « La situation géopolitique des différents territoires, qui ne cesse de s'aggraver, est inquiétante. Il semble

important d'élargir les points d'approvisionnement en se tournant vers nos voisins de la Caraïbe. La production locale est un pilier de notre autonomie alimentaire », conclut Ange Milia, insistant sur l'importance d'une politique forte d'investissements et d'une vision collective et partagée.



*Ange Milia, président de Madivial*



# LE PARI RÉUSSI DES GLACES LOCALES

*Frédéric Henry, directeur de  
production et logistique*

Nouvelles recettes, nouveaux parfums et nouvelle approche.  
Zoom sur le retour gagnant des glaces dans les **restaurants Elizé**.

Texte Laetitia Juraver et Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann



En août 2024, les restaurants Élizé ont relancé leur offre de glaces artisanales, conçues pour satisfaire une demande croissante de produits authentiques, locaux et de haute qualité. Frédéric Henry, directeur de production et logistique, a dirigé cette initiative avec pour objectif de proposer une gamme qui s'éloigne des standards industriels pour se rapprocher de l'artisanat et du fait-maison. « Notre clientèle est globalement satisfaite, ce qui se traduit par une augmentation des ventes », explique-t-il quelques mois après le lancement de la nouvelle gamme de glaces. « Nous tenions à proposer des produits répondant aux attentes de saveurs intenses et naturelles, tout en favorisant un approvisionnement local. »

Cette relance a été précédée d'une phase rigoureuse de refonte de recettes, incluant plusieurs étapes d'évaluation. En interne d'abord, pour garantir la qualité, Élizé a mis en place deux comités de dégustation, composés de consommateurs réguliers et occasionnels, aux profils variés. Puis un test grandeur nature a ensuite été organisé dans l'un des restaurants de l'enseigne. « Cette démarche nous a permis de tester, affiner et améliorer chaque recette pour nous assurer qu'elles répondent pleinement aux attentes et aux goûts de tous nos clients. »

### **UNE GLACE LOCALE, ARTISANALE ET AUTHENTIQUE**

La gamme de glaces Élizé se distingue par sa fabrication artisanale et en petites séries, une approche qui favorise l'authenticité et l'attention au détail. « Nous

voulions créer une glace qui s'éloigne de l'industriel pour s'apparenter davantage au sorbet maison. Nous tenions aussi à offrir une texture plus onctueuse, qui a reçu un excellent accueil de la part de nos clients », ajoute Frédéric Henry. L'enseigne valorise également un ancrage local à travers des choix d'ingrédients soigneusement sélectionnés. « Le parfum goyave, par exemple, repose sur des fruits provenant exclusivement de producteurs locaux, livrés en frais dans notre laboratoire, où ils sont délicatement broyés pour créer des purées de fruits d'une qualité remarquable. »

La recherche de qualité s'étend aussi aux autres parfums, avec des saveurs emblématiques comme le chocolat, le rhum raisin, le sorbet coco et la cacahuète. Élizé a d'ailleurs conçu le parfum cacahuète en utilisant du beurre de cacahuète associé au sucre de canne, pour un goût riche et profond, ancré dans les saveurs locales. Les ingrédients, soigneusement sélectionnés, garantissent une explosion de saveurs naturelles, loin des standards habituels des produits glacés. « Cette démarche artisanale et qualitative correspond à notre volonté de proposer des produits uniques, conçus pour plaire et pour durer », précise le directeur.

### **UN ÉVENTAIL DE DESSERTS MAISON POUR TOUS LES GOÛTS**

Outre les glaces, l'enseigne applique la même approche aux autres produits de sa gamme de desserts, là aussi du fait maison avec des milkshakes et des flans coco-

cacahuète, confectionnés sur place. Ces desserts incarnent l'engagement de l'enseigne envers une production locale de même qu'ils répondent à une demande croissante de produits simples, naturels, mais gourmands, qui s'inscrivent dans une démarche artisanale.

### **UNE OFFRE TOURNÉE VERS LA CLIENTÈLE**

Après l'arrêt brutal de la production en 2021 suite à un incendie, ce retour des glaces chez Snack Elizé était très attendu. Le lancement a ainsi été soutenu par une campagne de communication déployée en ligne et dans les points de vente pour annoncer le retour de ces desserts maison. L'enseigne a également mis en place une phase d'observation pendant les premières semaines pour recueillir les avis des clients. « Il est essentiel d'écouter notre marché et notre clientèle. Leurs retours sont notre plus grande source d'inspiration. Nous les sollicitons activement pour mieux comprendre leurs attentes et répondre aux tendances émergentes », explique Frédéric Henry. Aussi, au cours des prochains mois, l'enseigne envisage d'élargir sa gamme de parfums et d'introduire des éditions limitées pour des événements culturels phares, afin de continuer à surprendre sa clientèle avec des saveurs inédites. « En nous engageant à rester proches de notre clientèle et à innover constamment, nous visons à construire une offre qui ne s'essouffle pas, et qui reste fidèle à nos fondamentaux, du goût et des produits locaux », se félicite Frédéric Henry.



# UNE MARQUE VITRINE POUR **LES PRODUITS DE LA MER**

Leader de la transformation des produits de la pêche en Guadeloupe et Martinique, **Cap Créole** s'affiche aujourd'hui comme un véritable écrin de la production locale sur ces deux territoires.

Texte Sandrine Chopot - Photo Jean-Albert Coopmann



*Alepsa Yanniss, responsable boutique et Relouzat Gaëlle conseillère de vente*



« Nous disposons de trois boutiques en Guadeloupe, une à Bouillante, notre boutique historique, adossée à notre laboratoire, une à Saint-François et une à Jarry », nous explique Olivier Berhaut, le directeur de production de Cap Créole. Convaincu de la qualité des produits, il y a deux ans, deux boutiques ont vu le jour en Martinique, à la Jambette et aux Trois-Ilets ainsi qu'un laboratoire de transformation de haute technologie de 1 600 m<sup>2</sup>. « Ce développement répond à une demande croissante des martiniquais d'avoir du poisson frais et par conséquent d'accroître notre production en circuit court », poursuit-il. La marque est également commercialisée dans les grandes surfaces, cafés, hôtels, restaurants (C.H.R) et « nous exportons nos produits à Antigua, Saint-Martin, Saint-Barthélemy, Marie-Galante, les Saintes », complète le directeur de production.

### **UN SAVOIR-FAIRE TRADITIONNEL**

Si 40 % des poissons sont achetés auprès de pêcheurs locaux, la production locale n'est pas suffisante pour répondre aux besoins de production. « Nous sommes obligés d'importer des poissons pêchés en Atlantique ou dans le Pacifique, que nous sélectionnons avec soin », précise-t-il. Selon les arrivages, thons, marlins, thazards, daurades, espadons voiliers... sont transformés sur place en poissons fumés selon les méthodes traditionnelles de saumure et de fumaison. « Les espèces sont choisies pour leur saveur et leur goût unique », indique Lucie Brillant, manager des boutiques de Guadeloupe.



### **UNE GAMME DE PRODUITS VARIÉS**

Poissons fumés tranchés, rillettes de poisson, steak haché de la mer, tartare frais ou surgelé, pavé assaisonné ou nature, gratinés de morue, crabes farcis, saucisson de la mer marlin/thon fumé, carpaccio... que ce soit en Guadeloupe ou en Martinique, la marque affiche plus d'une centaine de références. « Nous sommes une épicerie fine de la mer en constante évolution. Notre gamme de produits s'étend régulièrement pour offrir de nouvelles expériences gustatives à nos clients », ajoute-t-elle.

### **UNE VITRINE POUR LES PRODUCTEURS LOCAUX**

Grâce à la notoriété acquise par la marque, les boutiques sont une vraie valeur ajoutée pour les petits producteurs locaux. On y trouve du miel, de la confiture, du chocolat, du vinaigre, du sel, de l'huile, des sauces antillaises, du rhum, etc. « Il s'agit de produits qui se marient parfaitement avec le poisson. Notre volonté est de promouvoir l'artisanat

local guadeloupéen et martiniquais. Pour se faire référencer chez Cap Créole, il suffit de contacter les boutiques et de prendre rendez-vous. Nous sommes toujours à la recherche de produits pertinents, chaque artisan peut tenter sa chance. Au final, c'est toujours le client qui décide ! », conclut Lucie Brillant.

## **5 adresses aux Antilles**

### **GADELOUPE**

- . La Lise Pigeon - Bouillante - 0590 98 64 41
- . Zone Industrielle Jarry - Immeuble La City Houelbourg Sud, Baie-Mahault - 0690 00 78 09
- . Saint-François - Immeuble La Trezel - 0590 10 75 77

### **MARTINIQUE**

- . La Jambette - ZI Zone de gros La Jambette, Le Lamentin - 0596 73 81 29
- . Trois-Ilets - Village Quartier Vatable - 0596 53 89 39



# AU DÉFI DE L'ÉCONOMIE LOCALE

Face à la crise qui secoue la Martinique et à la question de la vie chère qui pèse sur tous les foyers des Antilles-Guyane, il existe une solution qui exige patience et endurance, talent et anticipation. L'économie locale, ses atouts et ses opportunités, son dynamisme et son audace sont un des remèdes à une économie pure d'importation. On ne peut pas produire tout ce que nous consommons certes, mais on peut créer de la richesse, un marché, de l'emploi éventuellement et ensuite aussi, mieux consommer. Tous les entrepreneurs de nos territoires œuvrent à cette consolidation de nos économies et d'une société pacifiée, capable de se projeter et faire valoir ses potentiels. Fin octobre nous sommes allés en rencontrer 13 d'entre eux, ils témoignent ici de ce qu'ils réussissent à accomplir.

Texte Adeline Louault, Alix Delmas, Laurie-Anne Antoine, Mathieu Rached



## « En récupérant et recyclant, nous voulons insuffler un esprit artisanal et durable en Guyane »

**Takari Design** Victor GAUTIER

« Takari Design est né d'une idée simple : créer du mobilier local et écoresponsable en valorisant les matériaux disponibles, principalement du bois local et des palettes recyclées. Ces meubles sont produits à La Fabrique du Dégrad en partenariat avec les artisans résidents du tiers-lieu et des jeunes en parcours d'insertion. Pour la valorisation des palettes, notre défi principal reste le manque d'infrastructure adaptée : chaque palette est collectée et démontée à la main, un processus long et complexe. Malgré cela, nous avons déjà valorisé plus de 45 tonnes de matériaux depuis la création de la marque. Pour élargir notre champ d'action et favoriser des projets collaboratifs, nous avons créé de nouveaux espaces d'ateliers partagés au sein de notre manufacture permettant de diversifier nos actions (résidence de professionnels, animations, formations) et nos domaines (soudure, résine époxy, couture, recyclage plastique...). On vise aussi à former nos adhérents, jeunes, plus âgés, amateurs ou débutants pour transmettre l'intérêt du savoir-faire artisanal local, dans l'esprit de La Fabrique du Dégrad, notre tiers-lieu dédié à l'artisanat et l'économie circulaire. »



Photo : Lou Denim







# « Je suis fier d'être apiculteur, notre alimentation dépend d'un tiers de la pollinisation »

## *Le monde des abeilles*

*Jean-François Abela*

« En 2018, j'ai fondé l'association le Monde des abeilles en Guadeloupe après une carrière de chargé d'études statistiques dans l'Hexagone. Nous avons mis en place un système de mécénat. La raison principale de notre association ? Repeupler les écosystèmes guadeloupéens de pollinisateurs. Nous proposons aux entreprises, collectivités et particuliers de parrainer des ruches. Les entreprises peuvent sponsoriser des ruches entières, tandis que les particuliers optent souvent pour des cadres de ruche. En retour, ils reçoivent du miel, parfois étiqueté à leur nom ou avec le logo de leur société. C'est un moyen original de sensibiliser à la protection de la biodiversité, tout en apportant un soutien concret à nos actions de sauvegarde des abeilles. À l'image d'une ruche, nous créons une communauté de parrains qui se rencontrent, s'étraint, échangent des bons procédés. Nous organisons également des sessions de team building. En 2018, nous avions quatre ruches, aujourd'hui nous en avons plus d'une quarantaine. À terme nous aimerions avoir un lieu dédié à la sensibilisation et à une meilleure connaissance de la flore mellifère guadeloupéenne. Je suis fier d'être apiculteur, notre alimentation dépend en effet d'un tiers de la pollinisation, les abeilles sont donc essentielles ! Aujourd'hui, j'y consacre toute mon énergie pour développer notre projet et ainsi sensibiliser davantage de personnes à l'urgence écologique qui nous concerne tous. »



# « Nous créons des revues pour enfants, imaginées et imprimées aux Antilles »



**Yékrik** Gregory Ouana

« Née fin 2020, Yékrik est une entreprise familiale qui édite tous les mois les magazines Toupiti, pour les 3 à 6 ans, et Débouya, pour les 6-10 ans. Dépourvus de publicité pour ne pas gêner la lecture, ils sont imaginés et imprimés (1 000 exemplaires par numéro) aux Antilles avec pour objectif de reconnecter les enfants et leurs familles aux langues péyi (30 % du magazine est en créole martiniquais et guadeloupéen) et à la culture caribéenne. Nos revues sont disponibles par abonnement au prix de 9,90 euros par mois pour Toupiti et 12,90 euros par mois pour Débouya. On les trouve aussi à la Fnac et au point presse de l'aéroport. Basée à Fort-de-France, notre start-up a été mise en place sur fonds propres. Notre équipe est réduite au minimum avec des collaborateurs freelances qui jouent le jeu et pratiquent des prix très bas. Nous sommes en déficit mais il se résorbe peu à peu. Nous avons lancé en 2024 une série de publi-reportages avec l'ARS, cela nous a bien aidés. Nous envisageons de proposer ce type de collaboration à d'autres institutions. L'année dernière a été très critique financièrement mais le media RCI nous a donné un coup de pouce inespéré en venant passer une journée dans nos locaux. Ils ont fait un appel à contributions qui nous a relancés. Depuis un an, nous avons également deux apprentis en communication qui nous apportent beaucoup. Ils animent nos réseaux sociaux avec des contenus amusants, adaptés aux dates importantes du calendrier et contribuent à nous faire connaître. Aujourd'hui, notre principale difficulté réside dans la distribution de nos magazines qui, victime de blocages récurrents liés à notre insularité, n'est pas toujours fluide. Nous avons des abonnés en Martinique mais aussi en Guadeloupe, en Europe, aux États-Unis et au Brésil. Nous ne sommes pas Amazon et il faut l'accepter ! Malgré les difficultés, nous avons plein de projets. J'aimerais créer une cellule d'animateurs afin de proposer des lectures de nos magazines et des activités à travers des événements thématiques. Nous réfléchissons également à créer un magazine pour les 1-3 ans car nous avons une demande assez forte là-dessus. Enfin, je souhaiterais développer une "conteuse", une petite enceinte qui diffuserait une quarantaine d'histoires imaginées par Yékrik. »



Photo : Jean-Albert Coopmann





Photo : Jean-Albert Coopmann

## « Nous menons un gros travail pour vulgariser la beautytech »



**Innoderm** Alysson Rénia

« Exerçant dans le domaine de la réhabilitation fonctionnelle, je me suis passionnée pour la biotechnologie et les techniques non invasives suite à un accident qui m'a beaucoup diminuée. J'ai découvert des soins qui agissaient aussi bien sur la santé (en intervenant sur le réseau nerveux moteur) que l'esthétique (en activant la relance cellulaire). C'est ainsi qu'Innoderm est né il y a deux ans. Ma sœur et moi distribuons des appareils de beautytech experts en luminothérapie, en microcourant régénératif et des soins cosméceutiques. Basés sur des techniques professionnelles, conçus en France ou au Japon, ces dispositifs de haute performance sont utilisés en cabinet, en centre de rééducation, en EHPAD, mais peuvent aussi être employés pour un usage personnel. Complémentaires des soins médicaux, ils permettent de potentialiser et de maintenir les effets des actes effectués. Notre principale difficulté est de faire connaître ces techniques novatrices et ces marques premium en Martinique. Nous menons un gros travail de prospection auprès des professionnels de santé : dermatologues, médecins esthétiques, kinés, pharmaciens... certains connaissent déjà mais d'autres pas du tout. Pop-up, animations, ateliers, démonstrations en cabinet ou en pharmacie, mise à disposition des appareils en test, nous ne négligeons aucun moyen pour acculturer le public à la beautytech. Grâce au bouche-à-oreille, aux réseaux sociaux et parce qu'elles s'intéressent aux évolutions technologiques en matière de beauté, de nombreuses clientes achètent directement sur notre site ou viennent dans notre showroom à Fort-de-France pour se faire conseiller. Nos appareils sont chers mais nous avons négocié avec les marques afin de pouvoir proposer un prix de vente équivalent à celui de l'Hexagone. L'investissement financier personnel est grand mais nous croyons à l'efficacité et au succès de nos produits. Aujourd'hui, notre nouveau facteur limitant est le positionnement physique : nous cherchons de nouveaux locaux, plus grands, afin de nous développer au sein d'un véritable concept store qui proposera des ateliers à la clientèle et accueillera de nouvelles marques ainsi que de nouveaux appareils de beautytech. »



## « Mon rêve ? Voir se développer des vergers partout en Martinique ! »

**Faby Sarl** Lynda Blameble

« Nous produisons des pétillants de fruits 100 % locaux. Ce sont des boissons naturelles, sans conservateurs ni arômes artificiels appelés Q-V Tropical. Nous sommes installés au François où nous cultivons six hectares de vergers. Nous proposons des versions alcoolisées (4,5 %) et non alcoolisées, en quatre parfums : prune de cythère, ananas, maracuja et tamarin. Notre méthode de fabrication est inspirée de la tradition, nous laissons fermenter les fruits en utilisant leurs levures naturelles. Mon parcours d'ingénieure agronome m'a amenée à travailler sur la diversification agricole en Martinique, et Faby Sarl a vu le jour après ma rencontre avec mon associé, un producteur local. Ensemble, nous partageons une passion commune : valoriser les fruits locaux et contribuer à la création d'un marché. Nous organisons des visites des vergers et du site de production, avec dégustation et vente en boutique pour faire découvrir notre démarche. Nos produits sont disponibles en grande distribution, chez des cavistes, en épicerie fines et à la boutique de l'aéroport. Notre objectif est de créer une alternative de qualité pour encourager les consommateurs à redécouvrir les fruits de chez nous. Mon rêve ? Voir se développer des vergers partout en Martinique ! »







# « Il a fallu opter pour la diversification de notre activité pour faire vivre l'entreprise »

**Les saveurs de Waël** *Waël Toto*

« J'ai su transformer l'exploitation familiale en entreprise agricole multidisciplinaire, en intégrant des activités qui valorisent nos produits tout en sensibilisant les clients à l'importance de la consommation locale. La diversification est effectivement une stratégie clé, surtout dans le contexte actuel. Les brunchs, ateliers et transformations en confitures témoignent d'une créativité qui permet non seulement de maintenir l'activité, mais aussi de renforcer le lien avec la population. Les obstacles rencontrés, tels que le changement climatique, le recrutement, sont des réalités qui touchent de nombreux agriculteurs, mais la détermination à promouvoir l'agriculture durable et la souveraineté alimentaire montre ma passion et, qui sait, pourrait en inspirer d'autres. En partageant mon expérience et mon savoir-faire, je souhaite contribuer non seulement à mon activité, mais également à un mouvement plus large en faveur de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement. »



Photo : Jean-Albert Coopmann



Photo : Mathieu Delmer

# « La logistique et la rareté des matières premières nous poussent à innover pour nos soins capillaires »

**Amewat** *Armande Marsan*

« Avec ma sœur, nous avons lancé Amewat en plein Covid, motivées par notre expérience de youtubeuses capillaires, passionnées par les soins naturels et efficaces pour les cheveux. Étant diplômée en chimie cosmétique, je maîtrisais la formulation, mais faire des produits de qualité pour le marché a été un vrai défi, notamment en raison des coûts élevés des tests et de la difficulté d'approvisionnement en ingrédients naturels en Guyane. On a alors décidé de s'approvisionner auprès de producteurs locaux pour obtenir des huiles rares comme le maripa ou le wara, mais l'offre est limitée et la logistique reste complexe, ce qui affecte notre capacité à livrer régulièrement. Nous restons proches de notre communauté sur les réseaux sociaux, notamment en leur permettant de participer à l'évolution de nos produits – leur soutien est notre moteur face aux défis de l'entrepreneuriat en Guyane. »



Photo : Lou Denim

« Bio, naturels et locaux, les produits de soin de La Source Cosmetics ont pour ingrédient principal la vanille. Grâce à Pôle Emploi (France Travail aujourd'hui), j'ai suivi une formation très complète sur la création de cosmétiques naturels qui me permet de maîtriser l'ensemble de la chaîne de fabrication. L'activité a démarré en 2020. Mon laboratoire éco-responsable 100 % autonome en énergie solaire et eau a été pris en charge à 80 % par le fond de soutien LEADER (Feader + région Guadeloupe). Tout le reste – achat de matières premières, contenants, étiquettes, analyses, identité graphique – a été financé sur fonds propres. J'achète la vanille (environ 10 kilos par an) à Cédric Coutellier (Vanigwa) mais l'année prochaine je m'approvisionnerai auprès de mon mari Sébastien Petitjean Roget qui a lancé une plantation de vanille certifiée AB dans la forêt domaniale de Sainte-Rose. Actuellement, nous proposons une gamme de 5 produits (shampooing solide, crème hydratante, sérum, etc.) avec des tarifs entre 18 et 36 euros. Même si l'activité marche bien, nous nous auto-finançons tout juste. J'aimerais développer de nouveaux produits, notamment en collaboration avec des agriculteurs bio et des artisans locaux pour mettre en valeur les ressources et les compétences de notre île. Mais pour réaliser les différents tests et analyses réglementaires, il faut de la trésorerie. Afin d'assurer notre croissance, j'envisage de faire appel à des soutiens comme BPI France ou des business angels. »

« Nous avons conçu une gamme de 5 produits (shampooing solide, crème hydratante, sérum, etc.) allant de 18 à 36 euros »

**La Source Cosmetics** Sandra Albertoli





# « Nous créons des maillots en série limitée, sans jamais rééditer nos modèles »

**Ayana Swim**

*Tessa Dédel*



« Amies d'enfance, Élodie et moi avons toujours travaillé dans l'univers de la beauté. L'idée d'Ayana Swim nous est venue en 2021 parce que nous ne trouvions pas de jolis maillots véritablement adaptés à la diversité des morphologies féminines. Nous voulions mettre en valeur les corps avec des coupes audacieuses et des matières colorées, en hommage à la Guyane. Nous dessinons nos créations et nous les faisons coudre à Bali. Nous choisissons les imprimés et les tissus éco-recyclés à distance avec notre fournisseur qui les achète en Italie. Notre premier fabricant était situé en Chine, les tarifs étaient très compétitifs et les délais de production courts mais il nous a volé des modèles que nous avons retrouvés sur le site d'une grande enseigne de mode. Cette expérience nous a servi de leçon ! En trois ans, nous avons créé une trentaine de références, produites chacune à une vingtaine d'exemplaires. Tous nos maillots sont vendus entre 70 et 100 euros sur notre site internet et dans quelques boutiques en Guyane. Notre volonté est de créer en série limitée, sans jamais rééditer nos modèles. Nous souhaitons que nos clientes aient des maillots uniques. Mais ce parti pris nous pose difficulté. Notre fournisseur rechigne de plus en plus à produire en petite quantité, ce n'est pas suffisamment rentable pour lui. Nous cherchons d'autres fabricants du côté du Brésil ou en Europe. Pour pouvoir produire plus, il nous faudrait faire davantage connaître notre marque, développer la communication. Mais nous avons chacune des métiers à côté, des familles, ce n'est pas facile de tout gérer. »



# « Je travaille avec une dizaine d'illustrateurs et d'écrivains guyanais »



*Éditions Plume Verte*

*Suzie Lan*



« Au départ Plume Verte était une carterie créée par mon mari photographe, Thierry Montford. Quand je suis devenue maman en 2003, je ne trouvais rien à lire à mes enfants sur la Guyane. Il y avait un vrai manque. J'ai eu la chance de rencontrer l'auteure Sophie Darl'mat et l'illustratrice Anne-Cécile Boutard et nous avons lancé les aventures de Ti Zouk, une série d'albums pour les 3 à 6 ans. Notre offre s'est étoffée au fil des ans, on a développé différentes gammes tout en restant concentré sur deux pôles : la jeunesse et le tourisme. Aujourd'hui, nous publions une dizaine d'ouvrages par an. Le livre

n'étant pas un produit de première nécessité, il n'est pas toujours facile à vendre. D'autant que nous ne sommes pas à la pointe en matière de communication, c'est ce qui limite notre développement aujourd'hui. Je joue beaucoup sur le bouche-à-oreille mais ça ne suffit plus. C'est un point sur lequel on va travailler même si cela représente un investissement.

On imprime en Espagne, en France, à Hong Kong, selon les types d'ouvrages. 2 000 exemplaires minimum par titre, sinon ce n'est pas rentable. Nous les vendons entre 3,90 à 30 euros dans les librairies, grandes surfaces et boutiques souvenirs du territoire. On a tenté l'export mais c'est trop lourd à gérer et les frais de retours des invendus sont très coûteux. Je suis prudente budgétairement. Notre équipe est réduite : Thierry est à la maquette, moi à la gestion comptable et nous avons deux commerciaux. Nous travaillons également avec des correcteurs et des maquettistes freelances. L'autre difficulté de notre activité est de trouver des auteurs. Il est impensable que ce ne soit pas des Guyanais ou des personnes ayant vécu en Guyane qui écrivent sur le péyi. Je travaille avec une dizaine d'illustrateurs et d'écrivains. Je les remercie car sans eux, nous n'aurions jamais pu grandir. Il arrive qu'on me soumette des projets ou que je rencontre des plumes potentielles au gré des animations et salons. Je n'hésite pas à leur proposer d'écrire pour nous, parfois ça fonctionne ! Notre projet est d'éditer davantage de romans jeunesse mais aussi de développer le côté audio et multilingue des albums, pour représenter la diversité guyanaise et éveiller un maximum d'enfants à la littérature et à la culture locale. »



© Lou Benim



# « On avait ce rêve de proposer du poisson local, frais, élevé dans les meilleures conditions »

**Dipagua**

*Dimitri Ronil*



« Avec mon associé Pascal, on a lancé Dipagua pour conjuguer nos deux passions : l'élevage et la mer. Tous les deux, on avait ce rêve de proposer du poisson local, frais, élevé dans les meilleures conditions. Mais quand on a démarré, on s'est rendu compte que le seul projet aquacole en Guadeloupe était un projet pilote. Tout était à créer, surtout sur le plan administratif. Pour obtenir la concession, il a fallu convaincre sept structures différentes, un vrai marathon ! Et puis, il y avait l'investissement de départ, bien plus élevé qu'en agriculture traditionnelle. Les banques ne jouent pas toujours le jeu, et les premières rentrées d'argent n'arrivent qu'après six à neuf mois d'élevage. Au début, les restaurateurs et les particuliers étaient méfiants : le poisson d'élevage ne faisant pas partie de la culture locale. On a dû prouver la qualité de nos loups des Caraïbes, et maintenant, on a une petite clientèle qui nous fait confiance. Aujourd'hui, notre objectif est de diversifier les espèces, élargir l'équipe et proposer bientôt de la transformation pour répondre à la demande. »



Photo : Lou Denim

# « Des containers “premier voyage” qu'on récupère et transforme ici »

**Medibox**

*Vanessah Machire*



« Pourquoi ce projet pour les personnes âgées ? Spécialisée depuis plus de 15 ans dans le management de la qualité et la gestion de projet, je voulais lancer une entreprise qui réponde à un vrai besoin en Guadeloupe : permettre aux familles de garder leurs proches âgés près d'eux. Il s'agit de Medibox, des logements modulaires adaptés aux seniors, fabriqués en Guadeloupe avec des fournisseurs locaux. Ce sont des containers “premier voyage” qu'on récupère et transforme ici. Tout est pensé pour répondre aux besoins de perte d'autonomie, tout en respectant l'intimité des personnes âgées. Le défi principal est le financement de ce projet semi-industriel mais j'ai la chance d'avoir l'appui de réseaux comme BPI et Réseau entreprendre. L'accueil, lui, est excellent ! Entre les forums et salons, les familles et professionnels sont très réceptifs, car le besoin est réel. Les infrastructures pour seniors sont parfois saturées ou chères. Et puis, avec le vieillissement rapide de la population, ce genre d'alternative est essentiel pour répondre à cette demande croissante. Pour l'instant, nous sommes en Guadeloupe mais nous envisageons déjà de nous étendre en Martinique et dans l'Hexagone. »





# « Avec les outils du marketing, on voudrait changer l'image touristique très lisse de la Guadeloupe »

**Geedme.com**

*Anthony Rolnin*



« J'avais voulu rentrer en Guadeloupe pour entreprendre. J'avais eu le déclic lors d'un mémoire universitaire sur le gaspillage alimentaire et je voulais rentrer avec l'idée d'apporter une solution dans l'esprit de TooGoodToGo. Finalement le projet ne pouvait être mené tel quel et avec un ami d'enfance, Jérémy Félix, qui a des compétences IT nous avons créé un autre projet autour de l'alimentaire. Il s'agissait d'une épicerie de proximité de produits locaux, Aktè complètement digitalisée, qui proposait et livrait les productions maraîchères, issues des métiers de bouche. Nous avons grâce au concours French Tech Tremplin pu être accompagné pendant 1 an par Zebox mais le marché n'était pas assez mûr ni assez grand pour que l'épicerie seule fonctionne, l'aventure s'est arrêtée début 2024. Nous nous sommes remis au travail rapidement et avons créé une plateforme e-commerce autour des activités

touristiques en Guadeloupe.

On s'attaque à un secteur concurrentiel certes mais avec l'idée de mieux valoriser l'ensemble du territoire, et pour cela délargir le champ des activités au-delà des 3 principaux spots de tourisme de la Guadeloupe. Notre objectif c'est de donner de la visibilité à des activités qui ne sont pas aussi bien vu qu'elles ne devraient l'être et de donner envie à certains de se professionnaliser pour faire valoir leur singularité. Je pense à des visites contées, par exemple celle des vestiges d'une ancienne prison pour esclaves, qui sont souvent spontanément écartées des programmes des bateaux de croisière afin de ne pas perturber les vacanciers. Nous sommes deux associés, et armés de nos outils marketing, on voudrait pouvoir changer cette image lisse de la Guadeloupe et rappeler que l'île entière se visite. J'»



# LES VILLAS DE MARIE-GALANTE

## Bienvenue aux villas Cocoloba & Jacaranda

*Nous avons à cœur de vous proposer des villas offrant de superbes prestations à Marie Galante. Une des rares îles de la Caraïbe à conserver un charme authentique, préservé et intime. Sur un grand terrain de 7000 m2 vue mer, chaque villa est indépendante et dotée d'une capacité d'accueil de 8 personnes, d'un grand jardin paysager et d'une piscine privée. Les villas Cocoloba et Jacaranda se trouvent à 250 mètres de la plage calme et protégée de Petite Anse, lagon paradisiaque idéal pour les familles avec enfants.*



Capesterre



### Cocoloba



### Jacaranda



Réservez dès à présent sur :

[www.villamariegalande.com](http://www.villamariegalande.com)

Tél.: 0690 42 10 01 / 590 690 421 001

[contact@villamariegalande.com](mailto:contact@villamariegalande.com)



# LA LITTÉRATURE EN PARTAGE

**La 3e édition du festival en Pays Rêvé, du 18 au 24 novembre 2024, interroge le pouvoir du livre. Et pour révéler toute l'étendue de ce pouvoir, 23 écrivains animeront 7 jours de rencontres, lectures, débats et discussions, en Martinique, sous le parrainage de Dany Laferrière, invité d'honneur de cette édition.**

## **Faire société**

« Je suis une conteuse d'histoire, j'ai l'impression d'avoir tout appris dans ma vie grâce aux histoires que j'ai lues », confie Viktor Lazlo, fondatrice du Festival. Le livre a ce pouvoir-là, celui de nous confronter à la réalité, même parfois dans sa version la plus crue. « La lecture est un élément incontournable de la liberté d'opinion, elle éveille les consciences. Il est important, pour l'écrivain, de dénoncer et de dire les maux de la société surtout à une époque comme la nôtre, où nous sommes surexposés à l'information. » La programmation du Festival offre donc une large place aux questions de société : « Famille et dépendance », « Le poids du silence », « Émancipation » feront l'objet de rendez-vous littéraires modérés par Marijosé Alie-Monthieux et Alexandra Schwartzbrod. D'autres sujets tel que le racisme, les violences faites aux femmes et aux enfants s'inscrivent en filigrane des ouvrages de Alain Mabanckou (Angela Davis, l'Amérique et moi), Sarah Barukh (125 et des milliers) et Vanessa Springora (Le Consentement). Mais, comme le dit Viktor Lazlo : « Le pouvoir du livre et de l'écriture n'est pas seulement de dénoncer, c'est aussi de révéler la beauté ».

Toutes les matinées seront consacrées aux rencontres scolaires, d'ailleurs une classe du collège Maisonneuve

de Montréal fera le déplacement, et trois rencontres seront organisées au centre pénitentiaire de Ducos, les 20, 21 et 22 novembre. Une inclusivité qui s'inscrit aux origines du festival qui s'étoffe, cette année, en accueillant des auteurs du Pérou, du Cameroun, du Québec et des États-Unis.

## **Au carrefour des cultures et des arts**

L'autre particularité du festival en Pays Rêvé est de mêler les genres : musique et littérature s'accordent et se répondent en une nouvelle harmonie. Cette année, 10 rencontres seront mises en musique et c'est Max Télèphe qui animera la soirée inaugurale. « Musique, images, livre... c'est un combat très personnel de décloisonnement des créations », souligne Viktor Lazlo. Pour cette 3e édition, et dans la continuité des éditions précédentes, deux projections feront l'objet d'une soirée spéciale : Le Consentement, de Vanessa Filho, à Tropiques Atrium, le 19 novembre, et Vivante(s) de Claire Lajeunie, le 21 novembre à la médiathèque de Sainte-Luce. Chaque projection sera suivie d'un débat avec Vanessa Springora, Georges Arnaud et Stéphanie Mulot pour le film de Vanessa Filho et Sarah Barukh, Rita Bonheur, Suzanne Dracius et Vanessa Springora pour le documentaire de Claire Lajeunie.

« Chaque année, avant même de démarrer le festival, je pense déjà à celui de l'année prochaine. Et malgré les inquiétudes et les difficultés, je m'accroche au bien-fondé de cette initiative parce qu'elle rassemble », et c'est certainement aussi là que réside le pouvoir du livre.

## **Programme complet à retrouver sur :**

<https://festivalenpaysreve.fr/edition-2024>





Viktor Lazlo,  
fondatrice du Festival

1

## LE COUP DE CŒUR DE LA RÉDACTION

■ Texte Floriane Jean-Gilles  
Photo Jean-Albert Coopmann

— PAUSE CAFÉ



## DOCUMENTAIRE Made in Vogue

Une histoire passionnante de la mode au fil des pages de Vogue, le plus célèbre magazine en la matière, qui a d'ailleurs contribué à l'écrire ! Chaque épisode revient sur un moment crucial des années 1990, fondateur de tendances ou marquant l'avènement de designers et de mannequins. Le casting des intervenants est impressionnant. Le documentaire revient sur l'ancrage du magazine dans son époque et l'influence réciproque de la culture populaire. L'épisode sur la relation entre la mode et le monde du hip-hop est d'ailleurs particulièrement intéressant.

*In Vogue : The 90s, série documentaire en 6 épisodes, disponible sur Disney+.*

# 2 SÉLECTION CULTURE

Texte Floriane Jean-Gilles  
et Mathieu Rached

## JEU VIDÉO

### À deux, c'est encore mieux

L'enquête annuelle du SELL (Syndicat des éditeurs de logiciels et de loisirs) torpille le cliché du joueur du jeu vidéo : c'est un homme ou une femme (la parité est presque atteinte) et il a 18 ans ou plus. L'enquête révèle aussi que le jeu vidéo serait un formidable outil de sociabilité. Alors, pour renouer avec la console ou simplement jouer à deux, *It Takes Two* est un jeu de coopération. La mission : permettre à un couple en instance de séparation, transformé en poupées par leur fille unique, de renouer le dialogue et de regagner leur forme originelle. Une aventure drôle et touchante, au design soigné, où chaque objet du quotidien prend vie pour mettre les deux personnages à l'épreuve.

*It Takes Two* par Hazelight, disponible sur PS4, PS5, Xbox One, Xbox Series X|S, PC, Nintendo Switch.



## POÉSIE Femmes puissantes

Diglee signe un recueil très personnel de poésie. Une sélection soigneusement illustrée, émouvante et éclectique de 50 auteures reconnues, méconnues ou souvent oubliées. Dans cet ouvrage, les vers de Audre Lorde côtoient ceux de Andrée Chédid et Emily Dickinson. Certains poèmes n'avaient même jamais été traduits en français auparavant. Un livre puissant et inspirant, qui invite à la flânerie poétique.

*Je serai le feu, Diglee, la ville brûle, 2021.*



## BEAUX LIVRES Exposition à la maison

Le quai Branly présente l'exposition « Zombis » depuis le 8 octobre 2024 jusqu'au 16 février 2025.

Et pour ceux qui ne seraient pas de passage à Paris pour s'y rendre, le catalogue de l'exposition est disponible. Philippe Charlier, commissaire de l'exposition, remonte à l'origine du concept de zombi, de l'Afrique à Haïti, dans une démarche anthropologique, loin de l'image hollywoodienne de la créature.

*Zombis. La mort n'est pas une fin ? - Collectif, Gallimard/Musée du Quai Branly, Paris, 2024.*



## LIVRE Vous avez dit vegan et créole ?

Pas de difficulté pour Leslie Belliot. Cheffe guadeloupéenne influenceuse, elle publie un nouveau livre de recettes, « Vegan, je cuisine créole, mes meilleures recettes » où on retrouve un colombo de légumes péyi, une terrine de banane plantain ou encore une recette de tatin à la mangue... Le vegan se marie à merveille avec les ingrédients et les savoir-faire de la cuisine créole. Démonstration à travers plus de 40 recettes salées comme sucrées, agrémentées de conseils ou alternatives.

*Éditions Orphie, disponible le 26 novembre 2024*



## DOCUMENTAIRE **Q**

Enfant afro-américain qui grandit dans la banlieue de Chicago dans les années 30, jusqu'à ses 11 ans, il voulait « être un gangster ». C'est finalement la musique qui lui a offert sa liberté et avec laquelle il a marqué son empreinte dans la vie des gens. Trompettiste à ses débuts, il se révélera un compositeur et arrangeur hors pair, avant de devenir l'un des producteurs les plus récompensés avec 28 Grammy Awards. Quincy Jones est mort le 4 novembre dernier, à 91 ans. Dans une interview il expliquait qu'on ne vivait que 26 000 jours dans une vie et « qu'il comptait bien tous les utiliser ». Se replonger dans le documentaire Quincy, sorti sur Netflix en 2018, permet de mesurer son parcours de musicien, de chef d'entreprise et de citoyen.

*Quincy, sur Netflix*



# La chaux : une alliée précieuse

Pour cette toute nouvelle rubrique, Chloé Lasserre, notre experte déco, manager du showroom Granbleu à la Martinique nous délivre astuces et conseils afin de sublimer nos intérieurs. Ce mois-ci, la chaux décorative :

La chaux est très prisée dans le domaine de la construction et de la rénovation, autant pour ses avantages fonctionnels qu'esthétiques, on la retrouve en tant que solution décorative et protectrice de l'habitat local, sous forme de badigeon de chaux ou d'enduit de finition.

## **Pour des murs qui respirent**

Elle peut être appliquée presque partout. En intérieur comme en extérieur, sur les murs, les plafonds, sur certains meubles, sur des surfaces en bois comme des pergolas, le béton, la brique... Elle est particulièrement adaptée aux environnements humides car elle permet aux murs de respirer.

Elle était autrefois fabriquée en Martinique, notamment à partir de conques de lambris dans des fours à chaux. Ce savoir-faire s'est malheureusement perdu avec le temps, au profit d'autres matériaux importés comme les peintures modernes. Mais aujourd'hui, on redécouvre ses avantages surtout dans nos climats où elle est parfaitement adaptée.

## **Un rendu esthétique unique**

Elle laisse apparaître les nuances de couleur et les mouvements de l'applicateur. On peut opter pour des finitions différentes, allant d'un gros grain, à un très lisse, des textures plus rugueuses, voire satinées ou brillantes. Chaque application est donc unique et confère une chaleur naturelle à l'espace. Il existe plusieurs techniques d'application en fonction de la finition souhaitée. Pour le badigeon, c'est à la brosse à chauler, mais pour des enduits plus épais, on utilise un plateau, un couteau à lisser ou une taloche. Pour les finitions plus techniques, il est recommandé de faire appel à un professionnel.

# 3

## INSTANT DÉCO

Texte Alix Delmas

## **Comment intégrer la chaux dans un intérieur ?**

La chaux décorative est très polyvalente et idéale pour sublimer les espaces. On peut l'appliquer sur des murs stratégiques qui vont permettre de valoriser son mobilier comme derrière un canapé, la tête de lit, sur un meuble de cuisine... On peut l'associer à des matériaux bruts ou des textiles naturels pour créer des ambiances chaleureuses et raffinées. Les couleurs les plus répandues avec la chaux sont les couleurs pastel pour leur côté apaisant mais on peut aussi trouver des teintes plus profondes comme le vert émeraude, le bordeaux, pour rajouter du caractère à ses espaces.

## **De multiples vertus**

En plus de ses qualités esthétiques, la chaux a des propriétés assainissantes. Elle limite la prolifération des acariens, des champignons et même le salpêtre. Elle est à la fois perméable à l'air et imperméable à l'eau, elle permet donc une bonne gestion de l'humidité. Elle est aussi un excellent isolant et parfaite pour la rénovation du bâti ancien, on la retrouve dans quasiment toute la ville de Fort-de-France. Enfin, elle se conserve très bien dans le temps, tant qu'elle est à l'abri du gel, ce qui n'est pas un problème ici !





GRANBLEU

LE VOYAGE COMMENCE CHEZ VOUS



PEINTURE - PAPIER PEINT - BÉTON CIRÉ - CHAUX DÉCORATIVE - INTERRUPTEURS - OEUVRE D'ART - BROSSERIE

451 RUE CADASTRE - IMMEUBLE CARMÉLIA - ÉTANG Z'ABRICOT - 97200 FORT-DE-FRANCE  
SHOWROOM@GRANBLEU.COM - WWW.GRANBLEU.COM



# 4. CE QU'IL NE FALLAIT PAS LOUPER

Texte Floriane Jean-Gilles



## CHERCHEURS D'EAU

*Capter une nappe d'eau souterraine par forage, pour l'irrigation de cultures ou pour répondre aux besoins en eau potable, rencontre sur le terrain avec Perrine, ingénieure hydrologue pour Hydrofor Caraïbes en Guadeloupe. Elle nous livre les secrets de cette technologie de pointe.*



## DANS LES COULISSES DE L'ÉLECTION DE MISS MARTINIQUE 2024

*Ewag s'est glissé en coulisses pour suivre les candidates à l'élection de Miss Martinique : entre stress et excitation, revivez le spectacle en compagnie des équipes qui œuvrent en backstage, jusqu'au couronnement de Angélique Angarni-Filopon.*



## ÊTRE COACHÉ PAR SES PAIRS

*Coaching PassLas propose un accompagnement aux étudiants en santé pendant l'année de concours. Au-delà du tutorat dans l'apprentissage des cours, les coaches apportent méthodologie de travail et soutien psychologique, indispensables à la réussite !*



EWAGLIVE  
EWAG.FR



# EW'AG

| DOSSIER DE DÉCEMBRE |

GuyaMag KaruMag MadinMag SoualiMag

## INNOVATION ET ATTRACTIVITÉ

Comment transformer nos territoires  
en terre d'opportunités ?

Vous souhaitez communiquer ?

**CONTACTEZ-NOUS**



**GUYANE**

0694 26 55 61

**GUADELOUPE | SAINT-MARTIN**

0690 37 54 82 / 0691 24 28 92

**MARTINIQUE**

0696 19 31 98 / 0696 07 62 64

## Et la politesse ?

« Politesse » vient du latin « politus » qui veut dire « lisse, brillant ». La politesse sert donc à polir les relations sociales, qui seraient bien rugueuses sans elle. Dans ses Propos, le philosophe Alain remarque : « Bien saluer est comme bien danser... Il s'agit de faire société mais physiologiquement, comme les oiseaux volent... Nul ne force et nul n'est forcé, nul ne heurte et nul n'est heurté ».

Les codes de politesse varient selon les lieux, selon les cultures et selon les époques, la plupart des manuels européens de « savoir-vivre » datent du XIX<sup>e</sup> siècle. Ils décrivent minutieusement la façon de se comporter à table, de déplier sa serviette, de tenir son couteau et sa fourchette, de finir la soupe, d'éplucher les fruits, de saluer les invités, de tendre la main en premier ou non, selon son âge. La façon de mener la conversation en évitant les sujets qui fâchent ou les sujets trop intimes. La façon de rédiger son courrier, de terminer avec des « salutations distinguées » pour un supérieur, des « salutations les meilleures » ou « cordiales » pour une personne de même niveau et des « salutations respectueuses » pour une personne d'un niveau inférieur. Toutes choses qui font sourire aujourd'hui...

Le reproche que certains font à la politesse, c'est de n'être qu'une pure forme, une convention démodée qui nous empêche de témoigner un intérêt sincère. Au point même que la politesse serait une pure hypocrisie qui nous empêcherait d'être authentique. Et le langage ne s'y trompe pas. « Une écoute polie » ce n'est pas vraiment une écoute intéressée et l'expression « trop poli pour être honnête » parle d'elle-même...

Si de nos jours dans la vie quotidienne, on peut sourire des codes d'une étiquette surannée sur la façon de manger un fruit ou de rédiger une lettre, il ne serait pas superflu de garder quelques principes fondamentaux de la politesse pour la vie en société. L'usage du téléphone mériterait à lui seul un code bien précis : régler la sonnerie pour ne pas déranger le voisinage, baisser la voix lorsque l'on n'est pas seul, ne jamais le consulter au cinéma, au théâtre, au restaurant... La conduite de la voiture est un autre domaine où un peu d'hypocrisie serait souhaitable, comme nous le rappellent les constats amiables des assurances, en gros titres « Ne nous fâchons pas, restons courtois, soyons calmes ! » Cela nous éviterait des problèmes.

« Nul ne force et nul n'est forcé, nul ne heurte et nul n'est heurté... »







# Partageons nos traditions comme un chef



Découvrez  
notre nouvelle gamme  
Comia Traiteur







*Clément*  
— R H U M —

**Canne 2024  
Bleue**

   /rhumclementmartinique

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.