

KarunMag

By

EWAG

SEPTEMBRE 2025 N° 196

INDUSTRIE

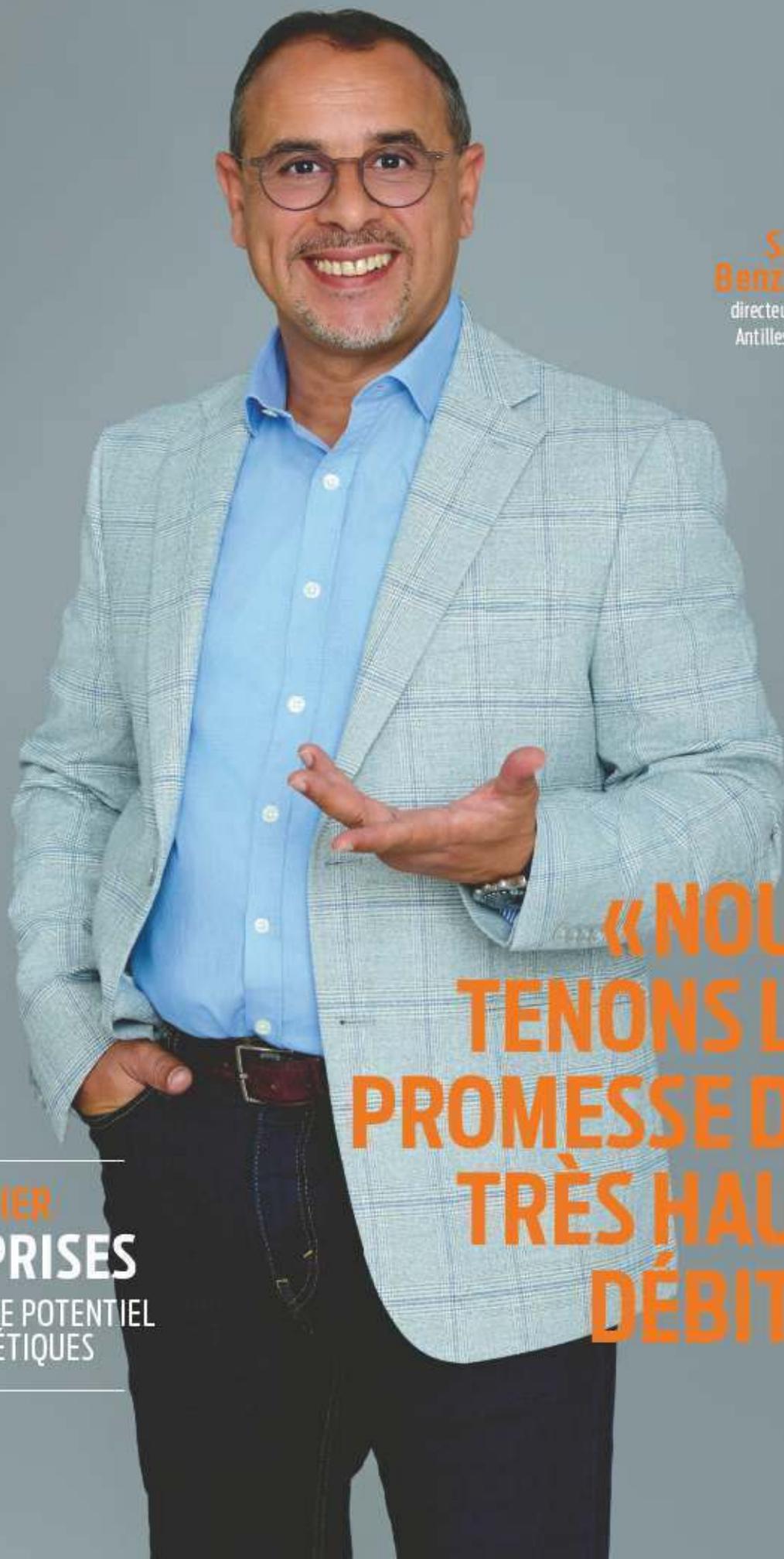
Un patrimoine à
potentiel touristique

CLIMAT

Le suivi des océans grâce
aux câbles sous-marins

TRAVAIL

En 2030, un salarié sur
4 sera aussi un aidant



**Samir
Benzahra**

directeur Orange
Antilles-Guyane

« NOUS
TENONS LA
PROMESSE DU
TRÈS HAUT
DÉBIT »

DOSSIER

ENTREPRISES

ENQUÊTE SUR LE POTENTIEL
DES COSMÉTIQUES

KLB

KARAOKÉ LOUNGE BAR

SALLES DE KARAOKÉ PRIVÉES

UNE EXPÉRIENCE UNIQUE
EN GUADELOUPE !

BIENVENUE AU KARAOKÉ
LOUNGE BAR !

Un bar lounge élégant, et une expérience
sur mesure pour vos soirées entre amis,
en famille ou entre collègues.

Chantez vos tubes préférés dans une ambiance
moderne et chaleureuse

5 SALLES PRIVATIVES
À THÈMES



BAR LOUNGE &
SERVICE EN SALLE



KARAOKÉ & QUIZZ



AFTERWORK &
TEAMBUILDING



Réserve ta salle !

0590 41 40 98 - 0690 73 45 00

www.klb-guadeloupe.com

contact@klb-guadeloupe.com

@karaloungebar

1mm Jarry Confort - Blvd de Houelbourg - 97122 Baie-Mahault

Mardi : 16h45-00h00 Mercredi : 16h45-00h00 Jeudi : 16h45-00h00

Vendredi : 17h15 - 01h30 Samedi : 17h15-01h30

Aujourd'hui même

« Un danger immédiat pèse sur nous, auquel nous devons faire face, non pas demain ou après-demain, mais aujourd'hui même. » Le 25 août, François Bayrou trouvait des mots justes, presque universels. La suite aurait pu être un appel à juguler la menace du narcotrafic, à faire retirer les airbags Takata de tous les véhicules concernés, à savoir mieux observer les lieux qui font partie de notre patrimoine, à appliquer la continuité territoriale aux tarifs du transport aérien, à consacrer 15 minutes quotidiennes à la lecture (sur papier), à ne pas abandonner ses données personnelles aux IA en apprentissage de Meta et consorts, à rester stable quand tout autour de nous semble vaciller dangereusement depuis des mois.

S'il pouvait concerner tout le monde, l'appel au sursaut, placide, de François Bayrou allait surtout faire naître un nouveau danger pour les entreprises ultramarines. Menacées de voir la loi Lodeom sociale remise en question, elles risquaient de voir s'effondrer l'équilibre laboral que la mesure fiscale avait permis de construire. Hasard de calendrier, nous finalisons notre édition de septembre qui fait la part belle à l'entrepreneuriat ultramarin.

François Bayrou et EWAG ont raison tous les deux, le danger imminent et la capacité à entreprendre coexistent bel et bien. « Nous sommes destinés à vivre dans le présent », résumait dans une interview le réalisateur Barry Jenkins à propos de sa carrière. Rien ne le « prédestinait » en effet à recevoir un oscar, comme rien ne prédestinait Kelly Massol à créer et diriger une entreprise valorisée à 70 millions d'euros, ni vous à concrétiser vos projets, ni EWAG à créer ce rendez-vous mensuel autour de nos sociétés, vos succès et nos modèles. Rien ne nous y obligeait, si ce n'est ce besoin de faire face, non pas demain ou après-demain, mais aujourd'hui même.

*Réalisateur de *Mufasa, Le Roi Lion*, en 2024 et oscarisé en 2017 pour *Moonlight*.

Mathieu Rached et Floriane Jean-Gilles
Rédacteurs 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
Pour nous envoyer un mail : prenomnom@ewag.fr

Directeur de publication
Laurent Nesty

Directrice de la diffusion
Audrey Barty (0696 28 84 79)

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
Rédacteurs en chef
Mathieu Rached – Floriane Jean-Gilles

Coordination
Amandine Sauvage (0690 68 34 49)

Rédacteurs
Sarah Balay – Sandrine Chopot
Laetitia Juraver – Axelle Dorville
Caroline Bablin – Colette Coursaget

Secrétaire de rédaction
Chantal Bigay

Photographes
Jean-Albert Coopmann – Lou Denim
Stéphane Juret – Allocha
Christophe Fidole

Photo couverture
Lou Denim

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

AGENCES
Martinique
Émilie Valérius (0696 81 60 43)
Luciano Sainte-Rose (0696 07 62 64)

Guadeloupe
Audrey Béral (0690 27 82 22)
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)
Angela Fontana (0691 24 28 92)
Marie Prat (0690 56 72 84)

Assistante commerciale
Christiana Fidelin (0691 28 12 40)

Guyane
Mathieu Delmer (0694 26 55 61)

DIFFUSION
Brand content manager
Anouck Talban

Cheffe de projet contenu & social media manager
Léo Vignocan (0696 28 75 26)

Community manager (alternance)
Noémie Marlet

VIDÉO
JRI
Alice Colmerauer (0690 30 84 30)
Sariatha Boulard (0696 28 84 87)

DISTRIBUTION
Guyamag : Iguanacom (0694 26 55 61)
Karumag : BD Locations (0690 80 15 99)
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.



Ils et elles ont contribué à ce numéro



Jean-Albert Coopmann
Photographe



Marie Prat
Consultante en communication



Axelle Dorville
Rédactrice chez bonfilon.info

Santé & Prévoyance* Collective

DERRIÈRE CHAQUE ENTREPRISE IL Y A DES VIES À PROTÉGER



gfacaraibes.fr



Asiré nou la !

Depuis plus de 50 ans, GFA Caraïbes accompagne les entreprises des Antilles Guyane avec des solutions d'assurance santé et prévoyance*, pensées pour les réalités locales.

Faites confiance à un assureur qui vous ressemble.



**GFA
CARAÏBES**

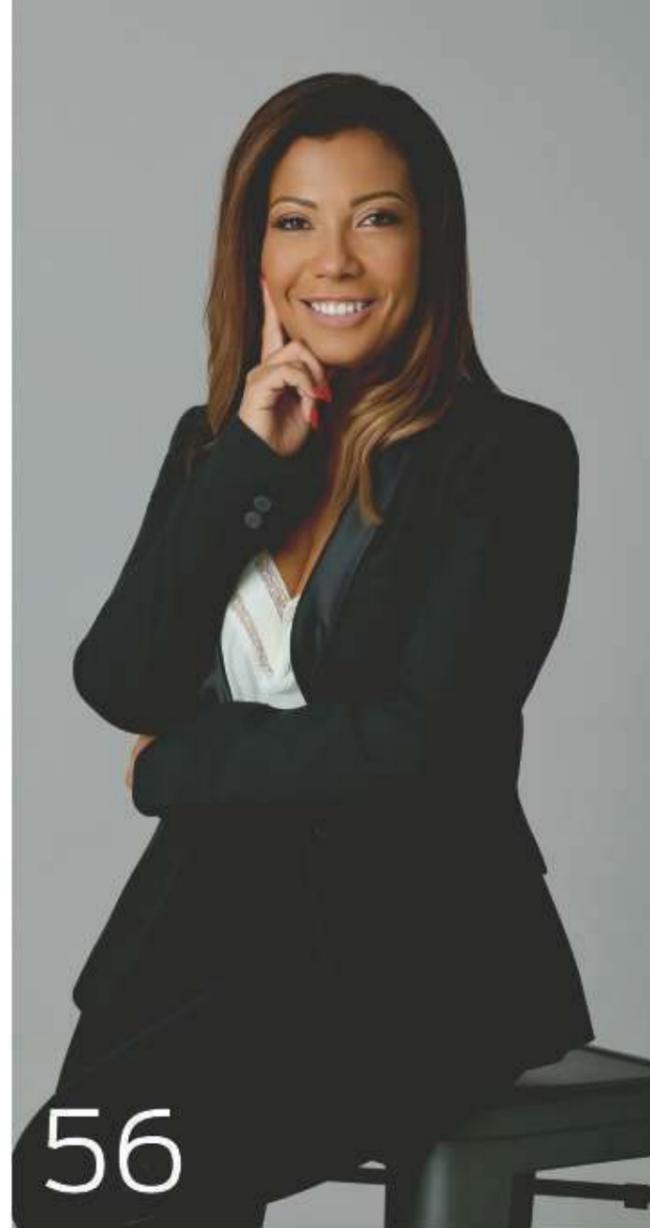
Document non-contractuel à caractère publicitaire. Les garanties peuvent donner lieu à exclusions, limitations et franchises. Pour connaître le détail, l'étendue et les conditions de garantie, reportez-vous aux dispositions générales et particulières du contrat. La souscription d'un contrat ou de certaines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



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



À LA UNE

8/ **Orange**. Fibre : la promesse du très haut débit

TERRITOIRES

12/ Une nouvelle lecture de l'océan

14/ Image du mois

16/ Brèves

18/ **Conseil départemental**. Construire la jeunesse de demain

22/ **CARL**. Mobilisation générale !

24/ **Ordre des Experts-comptables de Guadeloupe**. Unis pour renforcer l'économie des territoires

26/ "Que cherchez-vous ?" Santé cardiovasculaire et chlordécone entre les Petites Antilles et les Grandes Antilles.

ENTREPRISES

28/ **Carrière d'Ultramarin**. Illustratrice haute en couleur

32/ **Proman**. Répondre vite, recruter juste

34/ **Orange**. La promesse du très haut débit

DOSSIER

// **GUYANE, GUADELOUPE, MARTINIQUE...**

Nouveau hub de la cosmétique ?

38/ Dossier de la rédaction

56/ **UDE-Medef Guadeloupe**. Entreprises, vous pouvez vous faire accompagner

62/ **CPME**. Faciliter la vie des petites et moyennes entreprises

EXPERTISE

64/ **Bonfilon.info**. Connaissez-vous la marque employeur ?

66/ **APEC**. « La priorité est de rester agile et ouvert »

68/ **FNAIM**. « Plus nous serons nombreux, plus nos voix auront de poids »

70/ **Tendance au travail**. Boom des salariés aidants : un défi invisible pourtant bien là

72/ **5 choses à savoir** sur le manager toxique

LIFESTYLE

74/ La route des moulins

76/ Instant déco avec **GRANBLEU**

78/ 45 minutes (ou presque) pour mieux comprendre... le « masculinisme »

80/ **Ewag buzz** : ce qu'il ne fallait pas louper

Sommaire

FIBRE : LA PROMESSE DU TRÈS HAUT DÉBIT

À l'heure où l'accès au numérique devient un enjeu central pour le développement économique et social, le déploiement de la fibre optique progresse aux Antilles-Guyane. Orange, opérateur d'infrastructures dans la région, fait le point sur l'avancée des travaux territoire par territoire.

Texte Sarah Balay - Photo Lou Denim

Où en est globalement le déploiement de la fibre optique aux Antilles-Guyane ?

Samir Benzahra, directeur Orange Antilles-Guyane : À ce jour, 496 000 logements et locaux professionnels sont éligibles à la fibre optique, soit environ 76 % des 653 000 adresses prévues aux Antilles-Guyane, tous opérateurs confondus. Être éligible signifie que le logement peut désormais être raccordé à la fibre car l'infrastructure est disponible à proximité. Au 30 juin 2025, Orange a déjà réalisé le déploiement pour 423 000 d'entre eux, soit 85 % des logements déjà raccordables. Cela montre l'ampleur de l'engagement d'Orange en tant qu'opérateur d'infrastructures dans la région.

Quel est le périmètre exact couvert par Orange ?

Orange est chargé du déploiement de 566 000 prises, soit 87 % de l'objectif total fixé pour les Antilles-Guyane. Sur ce total, 408 000 prises sont réalisées en fonds propres, c'est-à-dire avec les moyens financiers propres à Orange et 158 000 dans le cadre de réseaux d'initiative publique (RIP). Fin juin 2025, nous avons réalisé 366 000 prises en fonds propres, soit un taux de complétude proche de 90 %. Notre objectif est de viser les 100 % des logements et locaux professionnels raccordables d'ici fin 2026 pour la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane.

Pouvez-vous détailler l'état d'avancement dans chaque territoire ?

En Guadeloupe, sur 203 000 prises à déployer en fonds propres, 179 000 sont déjà posées, soit un taux de 88 %. Cela concerne 16 communes : Petit-Bourg, Basse-Terre, Pointe-à-Pitre, Baie-Mahault, Les Abymes, Capesterre-Belle-Eau, Goubeyre, Goyave, Lamentin, Le Gosier, Le Moule, Morne-à-l'Eau, Saint-Claude, Sainte-Rose, Trois-Rivières et Vieux-

Fort. Le déploiement sera finalisé fin 2026.

En Martinique, sur les 135 000 prises à produire sur fonds propres, Orange en a réalisé 129 000, soit plus de 95,5 % du total qui lui a été confié. Sont concernées par ce déploiement par Orange sur fonds propres, Schœlcher et Fort-de-France en zones très denses, ainsi que dix autres communes : Ducos, Le François, Gros-Morne, Le Lamentin, Rivière-Salée, Le Robert, Saint-Esprit, Saint-Joseph, Sainte-Marie, La Trinité. La totalité des travaux sur fonds propres sera achevée au 1^{er} janvier 2026 comme annoncé.

En Guyane, sur un total de 67 000 prises à déployer en fonds propres, Orange en a réalisé 48 000, soit près de 72 %. Les communes concernées par un déploiement par Orange sur fonds propres sont Rémire-Montjoly, Cayenne et les zones d'habitations nouvelles, construites entre 2015 et 2021, dans les communes de Matoury, Macouria et Saint-Laurent-du-Maroni. Enfin, 10 000 prises sur les 16 000 à produire en fonds propres Orange ont été déployées à Saint-Martin, soit 62,5 %. Le déploiement des 6 000 prises restantes est conditionné par les travaux attendus de la société Tintamarre, opérateur de fourreaux, qui met à disposition le génie civil nécessaire au déploiement de la fibre enterrée.

Qu'en est-il des réseaux d'initiative publique (RIP) ?

Le déploiement de la fibre optique dans les autres communes de Guadeloupe a été confié à un autre opérateur dans le cadre du RIP de Guadeloupe. En Martinique, Orange construit le réseau dans le cadre du RIP de la Collectivité territoriale de Martinique (CTM). Une fois les prises posées, elles sont livrées à la CTM qui les confie à l'opérateur d'infrastructures Martinique THD et c'est un autre opérateur qui en assure l'exploitation commerciale.

En Guyane, nous pilotons deux RIP. Le premier, Kourou Fibre, prévoit 10 401 prises à déployer, dont 95 % sont déjà réalisées avec 9 832 logements et locaux professionnels éligibles. Le second, Yana Fibre, est plus ambitieux avec 44 088 prises à poser dans les communes de Saint-Georges, Régina, Roura, Matoury, Montsinéry-Tonnégrande, Macouria, Sinnamary, Iracoubo, Mana, Awala, Saint-Laurent-du-Maroni et Apatou. À ce jour, 70 % du réseau est déployé.

Quelle distinction faut-il faire entre opérateur d'infrastructures et opérateur commercial ?

C'est une précision importante. Orange agit principalement en tant qu'opérateur d'infrastructures, c'est-à-dire qu'il construit le réseau fibre, l'entretient et le commercialise auprès des opérateurs commerciaux. Une fois ce réseau disponible, tous les opérateurs commerciaux – Orange compris – peuvent proposer leurs offres aux particuliers et aux professionnels. L'opérateur commercial choisi est aussi le fournisseur d'accès à Internet (F.A.I.), puisqu'il propose à ses clients une connexion à internet et à d'autres services (TV, téléphonie fixe ou mobile...) accessibles par le biais d'une box et d'un abonnement.

L'arrêt des services sur le cuivre

Petit-Bourg en Guadeloupe, Schœlcher en Martinique et Rémire Montjoly en Guyane, sont les premières communes 100 % fibrées de chacun de ces territoires. La complétude du déploiement du réseau fibre dans ces 3 communes a permis l'arrêt des services sur le cuivre, le 13 juin 2025. Les prochaines communes concernées par l'arrêt des services sur le cuivre, prévu le 31 janvier 2027, sont Basse-Terre et Deshaies en Guadeloupe, Fort-de-France en Martinique et Kourou en Guyane.



« Notre objectif est de viser les 100 % des logements et locaux professionnels raccordables d'ici fin 2026 pour la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane »

Samir Benzahra,
directeur Orange Antilles-Guyane

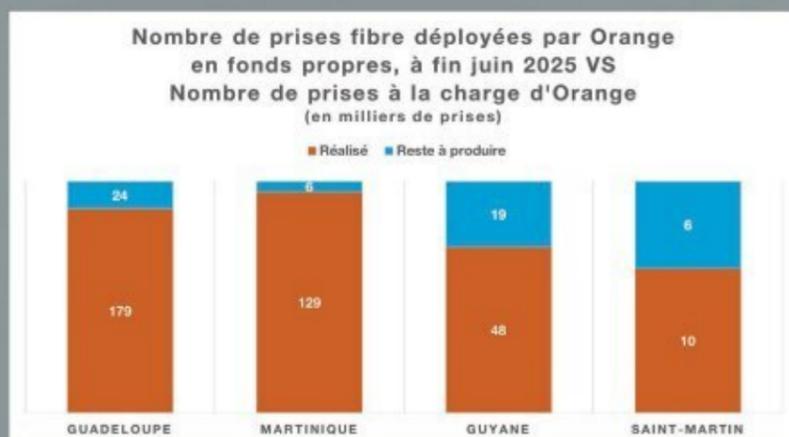
Quel est l'engagement d'Orange pour la connectivité dans la région ?

En sa qualité d'opérateur d'infrastructures, Orange participe activement à l'aménagement numérique des Antilles-Guyane via ses investissements. Comme vous le constatez, sur l'ensemble des prises à déployer (653 000), Orange en déploie 408 000 par ses moyens financiers propres soit plus de 62 % ! L'enjeu est de réussir le déploiement du Très Haut Débit, facteur de compétitivité et de croissance pour nos territoires. Après le téléphone et l'ADSL, c'est maintenant la fibre optique qu'il faut amener à tous les logements et locaux d'entreprises quand cela est possible. Un déploiement dans lequel Orange est pleinement engagé. Entre 2015 et 2025, nous avons investi près de 800 millions d'euros pour moderniser nos infrastructures aux Antilles-Guyane, notamment sur la connectivité internationale (câbles sous-marins) pour honorer notre promesse à nos clients du Très Haut Débit de bout-en-bout. Avec près de 1200 collaborateurs (hors emplois indirects), nous nous appuyons sur notre collectif humain, fort d'un ancrage

au plus près des territoires avec des techniciens, vendeurs et conseillers clients sur l'ensemble de nos territoires Antilles-Guyane.

Petit rappel sur la fibre optique

Une fibre optique est un fil de verre qui conduit la lumière. Le signal lumineux injecté dans la fibre est capable de transporter de grandes quantités de données à des débits très élevés sur plusieurs centaines, voire milliers de kilomètres, presque sans atténuation du signal, et quelle que soit la localisation du logement. La fibre optique est capable d'acheminer des débits descendants considérables, jusqu'à 60 fois plus rapides que le réseau en cuivre (technologie ADSL), pour recevoir des informations comme pour en envoyer. Vous pouvez par exemple envoyer 450 photos en 30 secondes.



Pourquoi choisir la Fibre Orange ?



Réseau fiable

Réseau 100% construit en fibre optique. Téléchargement sans coupure et plus rapide.



Débit ultra rapide

Une connexion aux performances sans limites. Une connexion Internet très haut débit jusqu'à 8 Gbit/s symétriques.



Connexions simultanées

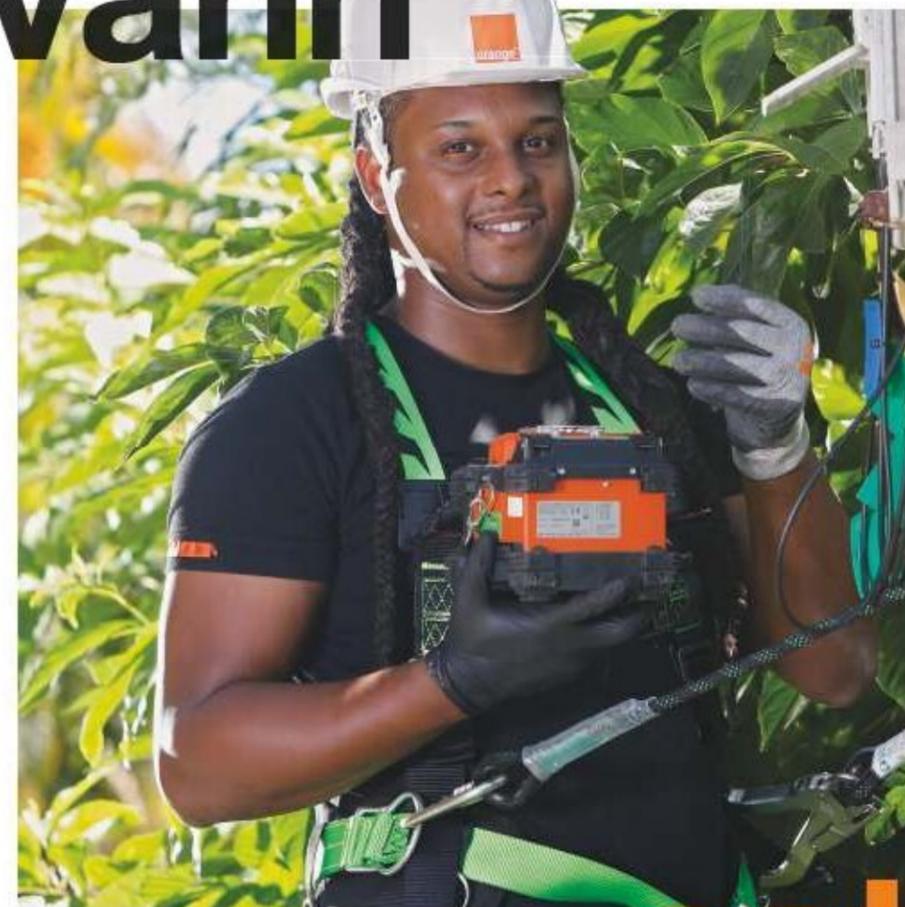
Tous vos appareils connectés en même temps, sans aucun ralentissement.



Divertissements

Une qualité d'image et de son inégalée. Une expérience de jeu en ligne optimale.

Yvann



est là

...toujours mobilisé, tout comme les femmes et les hommes d'Orange, pour vous garantir la puissance, la fiabilité et la qualité du réseau !

Orange, N°1 sur les débits Fibre.

Selon le baromètre des connexions Internet fixes des clients résidentiels en Guadeloupe, Martinique et Guyane publié le 18 avril 2025 par nPerf, société indépendante, Orange a obtenu la meilleure performance sur les débits Fibre montants et descendants.
08/25 © Orange S.A au capital de 10 640 226 396 €. Siège Social : 111, quai du Président Roosevelt 92130 Issy-les-Moulineaux 380 129 866 RCS Nanterre.



est là



Technologie

UNE NOUVELLE LECTURE DE L'OcéAN

Et si les câbles de fibres télécom servaient aussi à mieux comprendre l'océan ? En détournant ces infrastructures pour mesurer les variations de température, les courants marins et les déformations du sol, un groupe de chercheurs ouvre une nouvelle voie d'observation sous-marine.

Texte Sarah Balay

Utiliser les câbles télécom sous-marins qui reposent au fond l'eau pour suivre les variations de température de l'eau, les courants entre les îles de l'archipel guadeloupéen et la déformation du sol ? Pourquoi pas ! Cette avancée scientifique majeure, a été réalisée lors du projet Focus, financé par European Research Council (ERC) et dirigé par Marc-André Gutscher, directeur de recherche CNRS. Elle est le fruit d'une collaboration fructueuse, initiée, il y a trois ans, entre des géophysiciens de *Geo-Ocean* (une unité mixte de recherche : CNRS Brest-université de Bretagne Occidentale-IFREMER), des géologues de *Géosciences Montpellier en Guadeloupe* (unité mixte de recherche : université des Antilles - université de Montpellier - CNRS), la Région Guadeloupe (à qui appartiennent les câbles), Orange et IDIL Fibres optiques (une société de recherche et développement). Avec une technique optique (la réflectométrie laser), les chercheurs parviennent à détecter les variations de la température de l'eau de mer ainsi que des sollicitations mécaniques des câbles (probablement dues aux courants de fond qui traversent le canyon du bassin de Marie-Galante). « Ces câbles, en Guadeloupe, nous intéressent puisqu'ils traversent des structures géologiques importantes », explique Mélody Philippon maître de conférences en géosciences à l'université des Antilles. « On y trouve notamment le système de faille du Gosier et sa faille conjuguée, celle de Morne Piton. Si ces failles actives bougent, elles aussi induiraient une déformation du câble. »

Depuis trois ans, les chercheurs, grâce à des mesures effectuées tous les trois à six mois (via les armoires en bord de route), ont mis en évidence des variations saisonnières de température comprise entre 27 et 30°C, ainsi qu'un réchauffement marqué de l'eau sur la plateforme récifale au sud de la Grande-Terre, du côté de Saint-François. Entre 2022 et 2024, la température y a augmenté d'environ 1,5°C, phénomène étroitement lié aux épisodes de blanchissement qui affectent les coraux depuis deux ans.

Alimenter la recherche

Depuis juin dernier, une nouvelle étape a été franchie avec l'installation d'un interrogateur laser dans le local Orange de Saint-François. Ce dispositif effectue désormais une mesure toutes les trois heures sur chacun des câbles reliant Saint-François à la Désirade, Marie-Galante et Capesterre-Belle-Eau.

Des mesures quasi continues, mais pas seulement. L'équipe scientifique a également déployé cinq instruments (sondes température et courantmètres, en collaboration avec l'association Titè) au fond de la mer, entre 13 et 25 m de profondeur, entre Saint-François et La Désirade, juste à côté des câbles télécom. Ces sondes vont enregistrer les conditions au fond de la mer toutes les 30 secondes pendant un an. « Ces données viendront compléter celles transmises par les fibres optiques, en permettant une approche croisée », poursuit Mélody Philippon. « L'objectif est de mieux distinguer la part de déformation du câble liée aux courants marins de celle imputable aux variations de températures. »

Les données collectées alimenteront de nombreuses recherches et profiteront aux biologistes, modélisateurs et climatologues. Elles aideront à mieux comprendre le blanchissement des coraux, la circulation des courants profonds dans le bassin de Marie-Galante et leurs liens avec les conditions climatiques.

« L'enjeu aujourd'hui est de montrer que cette approche pourrait être reproduite ailleurs », explique Mélody Philippon. « En s'appuyant notamment sur d'autres câbles sous-marins déployés dans les océans où les données de température sont rares. »

D'autres initiatives sont actuellement à l'étude par l'équipe de chercheurs, comme l'exploitation du câble traversant la Caraïbe, qui relie Porto-Rico à la Martinique, afin de poursuivre les mesures environnementales. Un projet vise également à installer des hydrophones sur les câbles pour capter vibrations et fonds marins, et particulièrement le chant des baleines... À suivre.



© Christophe Nativelle

Mayotte : une fibre optique pour mieux comprendre les séismes

Le 10 octobre 2019, un câble très haut débit et long de 400 km a été mis en service entre les Comores et Mayotte. Ce câble sous-marin en fibre optique ne sert pas uniquement à améliorer la connectivité dans l'océan Indien. Situé sur une zone sismiquement active, il permet à l'institut physique du globe de Paris (IPGP) d'écouter les mouvements sismiques de la région et notamment les volcans en formation. Ces câbles permettent de repérer les vibrations du sol sur lequel est posée la fibre. Une expérimentation rendue possible par une convention signée entre l'IPGP, Orange et les membres du consortium Fly-Lion (société réunionnaise du radiotéléphone et Comores Câbles).



© Christophe Nativelle

Une idée récente portée par un réseau de chercheurs

L'utilisation des câbles sous-marins comme capteurs est une idée émergente, développée depuis moins de dix ans par un petit groupe de chercheurs internationaux. Les premiers essais ont été menés aux États-Unis sur la faille de San Andreas, puis en Europe, au large de la Sicile qui était également la cible principale du projet FOCUS.

© Sébastien Cordonnier

NOU LA

C'était juste à côté de chez nous, pendant 10 jours, 2 500 participants issus de 39 pays de la Caraïbe ont convergé vers la Barbade pour la quinzième édition de CARIFESTA. Après 6 ans d'interruption, le « Festival des Arts Caraïbéens » a été célébré en grande pompe dans l'île anglophone, créant une vitrine éphémère de l'identité caraïbienne où se sont mêlées des expériences et performances autour de la musique, la danse, l'art, l'artisanat, la sculpture et la nourriture. Une édition 2025 particulièrement festive, intense et joyeuse qui démontre « voilà qui nous sommes, voilà d'où nous venons, voilà où nous allons ». M.R.



13 000
IL S'AGIT DU NOMBRE
D'UTILISATEURS DE
GUADELOUPE ET DE
MARTINIQUE DE L'APPLICATION
ANTIGASPILLAGE, GASPIZ.
OBJECTIF ? LUTTER CONTRE
LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE
TOUT EN RÉALISANT DES
ÉCONOMIES. GASPIZ PROPOSE
AUX UTILISATEURS DE
RÉSERVER DES PANIERS CHEZ
DES COMMERÇANTS LOCAUX,
COMPOSÉS D'INVENDUS OU DE
PRODUITS À PRIX RÉDUITS.



OUTRE-MER

Vie chère en question

Présenté en conseil des ministres le 30 juillet, après avoir été annoncé en mars, le projet de loi contre la vie chère dans les outre-mer s'articule autour de quatre axes : améliorer le pouvoir d'achat et compenser les surcoûts liés à l'éloignement, renforcer la transparence, stimuler la concurrence et soutenir le tissu économique ultramarin. Le projet de loi sera débattu en commission au Sénat à partir de la mi-septembre, puis en séance les 29 et 30 septembre.



GUADELOUPE

LAMANTIN : OUVREZ L'ŒIL !

Le 7 septembre marquait la journée internationale du lamantin. L'occasion de revenir sur un événement inédit : l'observation début juillet, au Moule, d'une femelle originaire de Porto Rico, Taicaraya, une première en Guadeloupe depuis près d'un siècle. Son suivi est assuré par l'association Capture & Release, spécialisée dans la protection de la biodiversité et porteuse de l'initiative de réintroduire durablement le lamantin des Antilles. Elle prépare aussi le documentaire *Manman Dlo* pour sensibiliser le public. Les équipes ont perdu la trace de Taicaraya depuis le 1^{er} août. En cas d'observation, il est recommandé de garder ses distances (300 m en mer, sous l'eau et dans les airs), prendre une photo ou une vidéo et faire un signalement au 06 96 33 19 15 (sanctuaire Agoa). Réseau échouage : 0690 57 19 44 captureandrelease.org

GUADELOUPE

CHU : ON Y EST

Après des décennies d'attente, le serpent de mer du nouveau CHU de Guadeloupe prend forme. Après six mois de phase de test, l'établissement devrait ouvrir ses portes ce mois de septembre 2025. Implanté aux Aymes sur 19 hectares et doté de 526 lits et places, ce nouvel hôpital promet d'offrir des infrastructures modernes pour les services d'urgence, de médecine, de chirurgie et d'obstétrique. Le projet, financé à hauteur de 557 millions d'euros par l'État, est conduit par la SEMSAMAR, maître d'ouvrage, en partenariat avec le groupe Icade.

OUTRE-MER

Cap sur le volontariat

Depuis le 2 juillet, une nouvelle convention entre France volontaires et le ministère des Outre-mer facilite l'engagement des jeunes ultramarins dans le volontariat international d'échange et de solidarité (VIES). L'accent est porté dans les domaines de la préservation des océans et de la biodiversité, l'intégration régionale et la promotion de la francophonie.



Il a dit

« Ces personnels (cinq soignants de l'Hexagone, N.D.L.R.) interviendront de façon tournante sur tout le territoire, en priorité dans les zones les plus en pénurie de soignants, les centres médicaux de la province nord, des îles, de la côte est, qui est en très grande difficulté, à Yaté, à Thio et à l'île des Pins afin de prendre en charge 150 patients supplémentaires par jour en moyenne. »

Manuel Valls, ministre des Outre-Mer, le 22 août 2025 lors d'une signature de convention entre le gouvernement calédonien et l'Ordre de Malte. (Source : Les Nouvelles Calédoniennes).

POLYNÉSIE

Allié à quatre pattes

Arrivé à Tahiti en août 2025, Ukyo, golden retriever de 22 mois, formé par Handi'Chiens, devient le premier chien d'assistance judiciaire de Polynésie française. Il accompagnera, dès octobre, via l'association polyvalente d'actions judiciaires (APAJ), les mineurs victimes de violences lors des auditions et procès.



OUTRE-MER

INSPIRATIONS ULTRAMARINES

Depuis 2017, sur Public Sénat, la série Positive Outre-mer met en lumière les projets inspirants des territoires ultramarins. Ces dernières semaines, l'émission a notamment couvert la valorisation énergétique des sargasses, des excursions écoresponsables en Martinique et la protection des coraux à Tetiaora (Tahiti). [Replay sur publicsenat.fr](http://Replay.sur.publicsenat.fr)

Rentrée

CONSTRUIRE LA JEUNESSE DE DEMAIN

En tant que collectivité de toutes les solidarités, le **Conseil départemental** place l'éducation et l'épanouissement des élèves au cœur de son action. Fidèle à son engagement, il continue d'investir en 2025 dans l'entretien des établissements et le soutien de projets socio-éducatifs, culturels et environnementaux.

Texte Sarah Balay - Photos Lou Denim, Kssy Photos et Bruno Michaux-Vignes



Visite du collège Eugène Yssap de Sainte-Anne. Philippe Dupont (gestionnaire), Gilberte Valence (principale), Guy Losbar (président du Conseil départemental), Kadi Yattassaye (principale adjointe) et Henri Angélique (président de la commission Enseignement et œuvres scolaires au Département)

Lundi 1^{er} septembre, collège Eugène Yssap à Sainte-Anne. Le président du Conseil départemental, Guy Losbar, est attendu par l'équipe éducative de l'établissement et un parterre de parents d'élèves de 4^e. Ce temps d'échanges, interactif et constructif, a permis au président de rappeler l'ambition de la collectivité à faire de l'école « un véritable lieu d'apprentissage, de la citoyenneté, de la solidarité et de l'humanité ».

Comme chaque année, le Département profite de la rentrée scolaire pour se rendre dans les établissements ayant bénéficié d'investissements significatifs (voir encadré).

À Sainte-Anne, après la visite de plusieurs salles de classe (laboratoires, multimédia...) et du réfectoire, le président s'est montré plutôt satisfait. « Eugène Yssap est un collège propre et sécurisé », précise-t-il. « Il participe à plusieurs actions dont certaines initiées par le Conseil départemental, comme le jardin de plantes créoles ».



Des travaux de nettoyage des toitures et gouttières ont notamment été réalisés au collège Maurice Satineau

Le président a aussi réaffirmé son souhait de lancer un projet Éponymie dans l'ensemble des collèges. « Nous aimerions que chaque établissement et chaque classe portent le nom d'une grande figure guadeloupéenne (historien, écrivain, artiste...) et qu'une biographie associée soit présentée aux élèves. Une manière pour eux de mieux s'approprier leur culture. J'ai également pris l'engagement de venir manger une fois par mois avec les collégiens, afin de m'assurer de la qualité des repas scolaires et de leur ancrage dans la production agricole locale. »

Un acteur central pour les jeunes et l'éducation

Acteur clef de la réussite éducative en Guadeloupe, le Département, via l'action de la Commission enseignement, constructions et



Guy Losbar, visite collège Eugène Yssap, 1er septembre 2025

œuvres scolaires présidée par Henri Angélique, a quatre missions principales : l'accueil des élèves, la gestion de la restauration scolaire, l'hébergement ainsi que l'entretien technique et général des établissements publics locaux d'enseignement (EPL). Il soutient également le développement social, culturel et éducatif des jeunes en finançant des projets qui allient apprentissage et engagement citoyen. Tour d'horizon.

Entretien, sécurité, confort

Le Conseil départemental est garant de la sécurité (mise aux normes parasismiques) et de la maintenance des infrastructures scolaires. Il assure donc les travaux d'entretien (peinture, nettoyage, réfections des sols, citernes, travaux d'espaces verts, plomberie...), de rénovation (installation de points d'eau, pose de stores, changement de climatiseurs, etc.) et d'agrandissement de tous les collèges publics. Il endosse aussi la responsabilité de construire de nouveaux établissements en fonction des besoins. Dernier en date : le collège unique de Marie-Galante dont la pose de la première pierre remonte à février 2025. C'est aussi à la collectivité de soutenir le fonctionnement et l'équipement des établissements : tableaux et éléments muraux, salles

de classe, mobilier administratif, matériel d'infirmerie, mobilier de laboratoire, matériel de restauration et d'entretien...

Accessibilité et inclusion

Le Département œuvre évidemment à rendre accessibles tous les collèges aux élèves en situation de handicap physique et sensoriel, notamment en matière de transport. Le projet Prévention des dangers du bruit, information sur la surdité et sensibilisation à la langue des signes français, mené en partenariat avec l'association SERAC, vise à sensibiliser les élèves à l'inclusion des personnes sourdes et

- 4,5 millions € : budget de fonctionnement et d'équipement 2025 (hors charge du personnel) attribués à 42 collèges publics.
- 3,2 millions € : budget 2025 dédié au fonctionnement des 6 collèges privés.
- 1,9 million € investis pour le transport de 450 élèves porteurs de handicap depuis leur domicile jusqu'à leurs établissements scolaires.
- 2,1 millions € ont soutenu 500 lycéens et étudiants dans la poursuite de leurs études.
- 630 000 € : frais liés aux déplacements, à la location de matériel et au paiement des droits d'entrée des piscines.
- 15 millions € de travaux d'entretien et de rénovation des collèges, pour la rentrée 2025.

malentendantes, tout en les informant sur les risques liés au bruit.



Lundi 1^{er} septembre, le président Guy Losbar était en visite au collège Alexandre Isaac, aux Abymes

ZOOM SUR LES ÉTABLISSEMENTS VISITÉS

- Collège Alexandre Isaac (Les Abymes) : travaux majeurs de confortement parasismique et modernisation en profondeur : salles SEGPA*, salle polyvalente, espaces agents. Plus de 25 000 € d'équipements numériques installés, sans oublier le confort quotidien avec la ventilation, la climatisation et des aménagements paysagers. Total : 5,6 millions €.

- Collège Félix Éboué (Petit-Bourg) : l'établissement a vu la rénovation de son préau, salles de cours, espaces administratifs et loges. Climatisation, réseaux électriques et infiltrations ont fait l'objet d'une remise à niveau, tandis que 120 000 euros ont permis de renouveler mobilier et matériel informatique. Total : 900 000 €.

- Collège Eugène Yssap (Sainte-Anne) : coursives, ateliers SEGPA et espaces agents ont été modernisés. Les réseaux électriques et d'alimentation en eau renforcés. 28 000 € d'équipements scolaires et de nouveaux mobiliers ont également été déployés. Total : 500 000 €.

- Collège La Persévérance (Les Abymes) : a bénéficié d'un appui financier au fonctionnement et à l'investissement. Des subventions ciblées ont soutenu des projets socio-éducatifs comme un voyage en Espagne, le projet Jaden an nou et un prix coup de cœur du jury au concours Jaden an nou (Total : 460 000 €).

*SEGPA : section d'enseignement général et professionnel adaptée.

Activité physique et sportive

Afin d'encourager les élèves à la pratique sportive, le Conseil départemental mise sur la disposition effective de plateaux sportifs modernes, sécurisés et accessibles. Soit en rénovant et en adaptant l'existant, soit en planifiant de nouvelles constructions. Le Département accompagne aussi chaque année la pratique de la natation pour les élèves de 6^e, les activités physiques de pleine nature (APPN) – telles que le kayak, la voile, le surf, la plongée ou encore les courses d'orientation – pour les élèves de 3^e.

Égalité des chances

Bourses, aides financières, prêts départementaux, bourse du Président, prix départemental étudiant... De nombreux dispositifs

existent pour soutenir les élèves dans le besoin et favoriser la réussite de tous.

Santé et bien-être

La santé passe par l'assiette. Un adage que la collectivité prend très au sérieux. Les conditions d'une restauration « saine et locale »



Parmi les travaux réalisés au collège de Port-Louis figure la construction d'un moulin et d'un carbet

font donc partie des grandes préoccupations des équipes du Département. Des opérations de distribution gratuite de petits-déjeuners et de fruits sont également menées dans les collèges.

Mobilité scolaire

S'ouvrir au monde, apprendre des langues étrangères, découvrir d'autres modes de pensée... Une nécessité pour l'épanouissement et l'ouverture d'esprit de tous les élèves. Pour ce faire, la collectivité mise sur la mobilité scolaire via trois leviers principaux : des échanges entre établissements de l'archipel, des séjours pédagogiques dans l'Hexagone et des voyages à l'international.

Art, engagement social et sociétal

Parce que l'école ne se limite pas à la transmission des savoirs et aux apprentissages, le Conseil départemental s'attache à multiplier les actions socio-éducatives, pour certaines engagées, au sein des établissements : voyages pédagogiques, séjours linguistiques, découvertes des musées, des forts, classes artistiques, classes de mer, séjours éducatifs, projet Jaden an nou (voir encadré). Lors de la rentrée des classes, Guy Losbar a souligné l'importance des activités artistiques au sein des établissements, qu'il s'agisse de cinéma, théâtre, danse, musique, arts plastiques, etc. « Le mois de juin doit être l'occasion de célébrer toutes les créations artistiques réalisées au cours de l'année scolaire », a ajouté le président.



Mardi 2 septembre, lors de sa visite, le président Guy Losbar a assisté à une prestation musicale des élèves du collège Félix Éboué de Petit-Bourg



Guy Losbar, visite collège Eugène Yssap, 1er septembre 2025



Guy Losbar, visite collège Eugène Yssap, 1^{er} septembre 2025



Au collège Félix Éboué de Petit-Bourg, le Département a effectué des travaux de rénovation des bâtiments, de maintenance, ainsi que l'acquisition de matériel informatique et mobilier scolaire.

Des jardins créoles dans nos collèges

Inscrit dans le plan de mandature 2021-2028, le projet Jaden an nou entend doter tous les collèges de Guadeloupe de jardins de plantes créoles. Plus qu'un simple aménagement, il s'agit d'une démarche environnementale globale dotée d'une volonté pédagogique forte : sensibiliser les jeunes au bien manger, à la biodiversité, à la culture locale et aux métiers liés à la terre. Ce projet bénéficie d'un soutien massif du rectorat et de plusieurs acteurs institutionnels et associatifs.

À ce jour, 43 collèges sont engagés, 27 disposent déjà d'un jardin et 16 sont en cours de déploiement. La première phase de Jaden an nou (2022-2025) a permis de déployer un accompagnement 360° via des formations pour les enseignants et les élèves écodélégués, un appui technique, un financement et de la valorisation avec un concours annuel du plus beau jardin.

La deuxième étape prend une dimension stratégique visant à inscrire le projet dans une dynamique durable et structurante pour l'avenir de notre territoire. Son fil conducteur : faire de la souveraineté alimentaire de la Guadeloupe, une priorité.



Le projet Jaden an nou, qui consiste à implanter des jardins de plantes créoles dans les collèges de l'archipel, tient une bonne place dans certains établissements, comme ici, à Petit-Bourg

Action locale

MOBILISATION GÉNÉRALE !

Sous le patronage de la Commission économie verte et bleue et de la Commission développement économique et touristique de la **CARL**, l'établissement public rejoint les programmes GAL LEADER et GALPA. Ces programmes appellent tous les acteurs locaux à bâtir une économie verte et bleue, innovante et responsable. Le GALPA est une première en Guadeloupe ; la CARL est fière d'y avoir pris part et d'avoir été lauréate. Texte Anne de Tarragon – Photo Stéphane Jumet



Une assemblée attentive et intéressée lors de la présentation du dispositif GALPA (port de pêche de Saint-François)

La CARL est en charge du développement économique sur son territoire. Elle est traditionnellement et culturellement une terre de nautisme et de pêche. Grâce à la mise en œuvre des dispositifs GAL (Groupe d'action locale) - GALPA (Groupe d'action locale pêche aquaculture), elle approfondit son offre d'accompagnement et de financement. Les deux programmes consacrent une enveloppe de fonds respectivement de 1 055 862 € et de 391 173 €. Ils se caractérisent par un accompagnement sur mesure aux porteurs de projets dans leurs démarches.

Le GALPA prend la forme de deux appels à projets. Le premier a pour objectif de diversifier les activités premières des acteurs de l'économie bleue, par exemple la transformation artisanale des produits de la mer ou l'initiation aux nouveaux métiers comme le pécaturisme, mais aussi d'autres filières, comme le nautisme... Le second vise à renforcer la performance, l'offre et l'accessibilité des structures nautiques et de loisirs bleus. Quant au programme GAL LEADER, il est lui aussi lancé sous forme de deux appels à projets. Le premier entend développer une offre économique valorisant le territoire de la CARL et vise tout particulièrement à encourager la diversification de l'offre touristique et à promouvoir la valorisation

des produits locaux. Le second a pour ambition de renforcer les liens sociaux et d'accompagner les initiatives favorisant l'inclusion et la solidarité sur le territoire.

GALPA de la CARL

Qui est concerné ?

Pêcheur, aquaculteur, artisan, association, coopérative, base nautique, entreprise, organisation professionnelle...

Combien ?

Les subventions vont de 5 000 € à 50 000 € : sous conditions (enveloppe GALPA de 391 733 €). Taux de cofinancement public : 85 % (dont 50 % pour le FEAMPA, Fonds européen pour les affaires maritimes, la pêche et l'aquaculture et 50 % Conseil régional)

Où ?

Les actions menées doivent se dérouler sur le territoire de la CARL ou y avoir des retombées économiques.

Quand ?

Dépôt de dossier : à partir du 25/07/2025 au 31/03/2027



Acteurs économiques du territoire, porteurs de projets, élus et équipe de la CARL rassemblés et unis pour le lancement du GALPA

DEUX QUESTIONS À EDY ADENET, ANIMATEUR DU DISPOSITIF GAL/GALPA POUR LA CARL

Quel est votre rôle ?

Les dispositifs GAL/GALPA ne sont pas que des opportunités de financement, mais aussi de conseil et d'aide dans le montage du dossier, jusqu'à la concrétisation du projet. En tant qu'animateur GALPA, en étroite collaboration avec la Présidente de la commission, j'accompagne les acteurs de l'économie bleue dans leur projet, de l'idée à sa réalisation. Une plus-value qu'offre la CARL est aussi de rediriger si nécessaire, ces acteurs locaux vers d'autres dispositifs existants mieux adaptés. Nous préparons avec le porteur de projet son passage devant la commission GALPA et j'y défends son dossier. Constituée à 50 % d'un collège public (élus communautaires, municipaux) et 50 % d'un collège privé (professionnels du milieu de la mer, du nautisme...), cette commission évalue et choisit les dossiers qui seront présentés à la commission régionale.

Qui peut prétendre à cet accompagnement ?

Un large éventail d'acteurs de la société civile. La forte participation lors du lancement montre que GALPA répond vraiment aux besoins du territoire. Le porteur de projet peut déjà être un chef d'entreprise ou non, qui veut créer ou développer une activité, pour laquelle il va devoir acquérir du matériel, se former, diversifier ses compétences, nous sommes là pour lui dire : vous pouvez bénéficier de financements, via des financements européens. Être aidé, accompagné, c'est possible. Nous agissons sur tout type de projet concret et innovant, au schéma de développement local, afin d'apporter une plus-value à notre territoire. Alors n'hésitez pas à nous contacter ! Les informations et éléments de candidature du GAL CARL sont disponibles sur le site internet de Riviera du Levant.



L'animateur GALPA de la CARL et le coordinateur Feampa Région Guadeloupe



La présidente, assistée d'un membre du comité de programmation, détaille les objectifs et responsabilités de leur mandat au sein du GALPA CARL.

Séminaire

UNIS POUR RENFORCER L'ÉCONOMIE DES TERRITOIRES

Face à des réalités économiques complexes et à des mutations technologiques majeures, les **experts-comptables** des Antilles-Guyane renforcent leur union pour affirmer leur rôle central dans la structuration et le développement économique local.

Texte Sarah Balay - Photo Stéphane Jurnet



Séminaire interrégional des élus de l'Ordre des experts-comptables des Antilles-Guyane

Du 25 au 28 juin 2025, la Guadeloupe a accueilli le tout premier séminaire interrégional des élus de l'Ordre des experts-comptables des Antilles-Guyane. Quels en sont les enjeux et les perspectives ?

Thierry Pierre-Justin, président de l'Ordre des experts-comptables de Guadeloupe : Nous étions réunis autour d'une ambition commune : celle de devenir les ambassadeurs de la profession et d'amorcer un nouveau cycle de coopération.

Ce rendez-vous inédit est né du constat qu'une nouvelle génération d'élus, engagés, motivés et désireux

d'innover, expriment également un besoin d'outils pour assumer pleinement leurs responsabilités. L'objectif était de les accompagner dans le renforcement de leur posture, l'affirmation de leur rôle d'influence et la défense active de la profession.

Organisé en deux temps, le séminaire a débuté par une journée institutionnelle dense, ponctuée par les interventions du président national, d'anciens présidents et par trois tables rondes consacrées à l'évolution du métier, des territoires et de l'institution. Un atelier collaboratif a permis d'identifier les axes d'innovation.

La seconde partie a pris la forme d'une formation sur mesure, pensée pour renforcer les capacités des élus à fédérer, convaincre et générer de l'impact. Ce séminaire marque le début d'une synergie durable entre nos trois territoires, portée par l'action, l'innovation et la volonté de faire rayonner la profession à l'échelle régionale.

Ce séminaire a également mis en lumière le fléau de l'exercice illégal de la profession. En quoi représente-t-il une menace pour les entreprises ?

Naïké Bouchaut, présidente de l'Ordre des experts-comptables de Guyane : L'exercice illégal de la profession d'expert-comptable constitue une menace sérieuse pour la pérennité des entreprises de nos territoires. En Guyane, comme en Martinique et en Guadeloupe, cette problématique est partagée et mobilise nos instances ordinales. Trop d'entrepreneurs, par méconnaissance ou par souci d'économie apparente, confient leur comptabilité à des intervenants non habilités, mettant ainsi en péril leur conformité fiscale, sociale et juridique. Le recours à un professionnel non inscrit à l'Ordre des experts-comptables expose à des risques majeurs, souvent irréversibles. À travers ce séminaire Antilles-Guyane, nous réaffirmons notre engagement collectif à sensibiliser et à protéger les chefs d'entreprise. S'entourer d'un expert-comptable inscrit, c'est garantir une gestion saine, sécurisée et conforme, au service de la performance et de la croissance. L'expertise n'est pas un luxe : c'est une nécessité stratégique.

« Notre profession, assujettie à des normes strictes de qualité, de déontologie et de lutte contre le blanchiment, agit comme un rempart éthique »

Thierry Pierre-Justin, président de l'Ordre des experts-comptables de Guadeloupe

En quoi les mutations économiques et technologiques transforment-elles le rôle de l'expert-comptable dans le contexte spécifique des Antilles-Guyane ?

Valerie-Anne Lauhon, présidente de l'Ordre des experts-comptables de Martinique : Dans les territoires antillo-guyanais, l'expert-comptable exerce

au sein d'un environnement économique marqué par des réalités structurelles fortes : éloignement géographique, surcoûts logistiques, dépendance à l'importation, et faible densité d'activité. Dans ce contexte, les chefs d'entreprise doivent composer avec des charges accrues et des exigences réglementaires croissantes, auxquelles s'ajoute la transition numérique. L'intelligence artificielle, la digitalisation des procédures et l'arrivée progressive de la facturation électronique imposent une modernisation accélérée.

Plus que jamais, l'expert-comptable devient un acteur essentiel de cette adaptation, en sécurisant les parcours, en facilitant les transitions et en tenant compte des contraintes locales. La transformation du métier n'est pas une option : c'est une réponse nécessaire à un contexte économique insulaire singulier.

Peut-on dire que l'expert-comptable est un acteur clé d'une économie plus responsable et transparente ?
Thierry Pierre-Justin : La présence d'experts-comptables dans les territoires Antilles-Guyane est un levier essentiel de sécurisation, tant pour les entreprises que pour l'économie locale. Notre profession, assujettie à des normes strictes de qualité, de déontologie et de lutte contre le blanchiment, agit comme un rempart éthique. Elle favorise la transparence, la fiabilité de l'information financière et renforce la confiance. L'expert-comptable transforme les contraintes réglementaires en opportunités de structuration, d'optimisation et de développement. Il permet

aussi, dans bien des cas, de sortir de l'économie informelle, en accompagnant vers la formalisation et la création de valeur durable. Choisir l'expert-comptable, c'est choisir une trajectoire vertueuse, au service d'une économie plus responsable, plus stable et plus compétitive dans nos territoires.

Doctorants et chercheurs

“Que cherchez-vous ?”

Réponses courtes et précises des jeunes chercheurs et docteurs des universités des Antilles et de la Guyane.

Texte Sarah Balay - Photo Lou Denim

Alexia Fundéré

Santé cardiovasculaire et chlordécone entre les Petites Antilles et les Grandes Antilles.

Doctorante en première année à l'université des Antilles, Alexia Fundéré s'attaque à un enjeu de santé majeur : les effets des pesticides sur le cœur.

Quel est l'intitulé de votre thèse ?

Ma thèse s'intitule : «L'impact de l'exposition aux pesticides sur la santé cardiovasculaire : focus sur les Antilles françaises et la chlordécone». Thèse dirigée par le Pr Résière Dabor et encadrée par Dr Monfort Astrid et Dr Vatin Magalie au sein de l'unité de recherche UR5_3 PC2E Pathologie cardiaque, toxicité environnementale et envenimation. (ex EA7525).

Quand allez-vous soutenir ?

Ma soutenance est prévue en juin 2027.

Si vous deviez résumer vos travaux en une seule phrase ?

Mon étude fait suite à de premiers travaux effectués au sein du laboratoire Hiram à l'Institut de cardiologie de Montréal qui traitait de l'impact de l'exposition à la chlordécone sur la santé cardiaque. Ces premiers résultats ont permis de montrer que l'exposition à ce pesticide toxique, utilisé dans les bananeraies des Antilles de 1972 à 1993, provoquerait des arythmies cardiaques ou des fibrillations atriales*. L'arrêt de l'exposition réduirait ces arythmies sans les faire disparaître. Par ailleurs, ma thèse vise à approfondir le sujet en explorant ses répercussions au niveau cellulaire, mitochondrial**, métabolique et clinique afin de mieux comprendre les conséquences directes de cette exposition.



Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?

L'étude permettra de connaître plus précisément l'impact de l'exposition à la chlordécone sur la santé cardiovasculaire et d'explorer de nouvelles pistes de recherche sur la prise en charge des patients ayant été exposés. Elle permettra également de réunir plusieurs domaines d'expertise autour d'une même problématique de santé dans les Antilles françaises et éventuellement faire un parallèle avec l'impact d'autres pesticides encore utilisés.

Qu'envisagez-vous de faire après votre thèse ?

Après ma thèse, je souhaite poursuivre dans la recherche en santé pour permettre de mieux comprendre certaines pathologies présentes sur nos territoires et éventuellement favoriser la recherche de solutions ; faire une sorte de pont entre la médecine et la recherche. À la suite d'une première expérience en enseignement, j'aimerais aussi partager mon savoir dans le domaine académique en intervenant auprès d'étudiants et/ou futurs chercheurs et susciter un intérêt pour ce métier. Enfin, j'envisage aussi de vulgariser mes travaux afin de les rendre accessibles à tous. J'ai déjà participé à des congrès internationaux comme le *Heart Rhythm Society* (2025) pour faire connaître les dangers de l'exposition à la chlordécone, mais intervenir localement, lors des conférences «Exposé.e.s», me semble encore plus légitime.

*Fibrillations atriales : trouble qui accélère le cœur et le fait battre de manière irrégulière.

**Mitochondries : centrales énergétiques des cellules qui produisent l'énergie nécessaire au fonctionnement cellulaire.



L'ASSURANCE QUI GRANDIT AVEC VOUS !

#SANTÉ

#RETRAITE

#PRÉVOYANCE



ADEP, au service des entreprises et des indépendants depuis 35 ans, est reconnu 1^{er} assureur santé* aux Antilles/Guyane avec une qualité de service approuvée à plus de 92%*

Pour votre protection et celle de vos salariés, faites comme plus de 6 000 entreprises et indépendants avant vous, choisissez ADEP.

N'attendez plus !

Nos conseillers ADEP du service Entreprises & TNS sont à votre écoute pour réaliser une étude sur mesure de vos besoins en santé, prévoyance et retraite.

SERVICE ENTREPRISES :

0590 38 33 00

Retrouvez l'ensemble des agences sur www.adep.com



Carrière d'Ultramarin

ILLUSTRATRICE HAUTE EN COULEUR !

C'est au lycée que Laetitia Belamour s'essaye à la création de flyers et de pochettes d'albums, pour le plaisir. Depuis, la Guadeloupéenne est une directrice artistique aguerrie. Rencontre avec Mlle Belamour dont les créations pop et colorées s'exposent de New York à Paris.

Texte Floriane Jean-Gilles - Photo Laetitia Belamour

Mlle Belamour touche à la création artistique depuis qu'elle est adolescente. Elle choisit une licence en arts appliqués, à Toulouse, après le bac, mais la formation trop théorique ne satisfait pas son appétit pour la pratique : « Je me suis formée à la faculté, mais je dois avouer que ce sont surtout les heures de créations, à la maison, avec YouTube, qui m'ont permis de percer les mystères de la suite Adobe ! J'ai abandonné la licence avec le sentiment de n'avoir rien appris, c'était un véritable échec pour moi... ».

De l'art de ne pas s'avouer vaincue

La jeune femme intègre ensuite une école de communication, à Paris, et prépare un Bachelor en communication visuelle. Une expérience cruciale qui lui permet d'affiner son parcours professionnel et de décrocher, un an plus tard, son premier contrat, en alternance, pour une plateforme de décoration de luxe. « J'ai beaucoup appris de ma première expérience professionnelle, mais je me suis aussi heurtée à un mur – en tant qu'ilienne j'avais le sentiment de ne pas appartenir à cet univers bobo parisien, l'année là-bas a été catastrophique ! Mais, j'ai tout de même trouvé le poste idéal à l'issue de cette alternance, en tant que designer graphique pour Vente Privée, devenue Veepee depuis. Je travaillais sur l'exposition de diverses marques sur la plateforme, cela allait de la création des visuels et de la mise en valeur des produits, jusqu'à la création d'un projet complet sur la plateforme c'est-à-dire la conception de l'interface d'un nouveau tunnel d'achat. C'était très sympa de travailler en open space, avec une superbe équipe ; mais je sentais déjà que le vent tournait et j'avais besoin de me créer de nouvelles expériences. »

À la conquête des réseaux sociaux

« En 2018, de retour en Guadeloupe et après un an de recherches, j'ai commencé à mettre en avant mon travail sur Instagram, le réseau commençait à prendre de l'envergure », se souvient Laetitia Belamour, et

c'est via ce réseau qu'elle décroche ses premiers contrats pour des maisons d'édition, telle que Harper Colin's UK et Penguin Random House, pour qui elle signe les couvertures de certains ouvrages. Mlle Belamour démarre ainsi une activité d'artiste designer 100 % free-lance ; quelques mois plus tard, la pandémie de Covid confirme son intuition et lui permet d'asseoir son entreprise. Depuis la jeune femme signe des projets d'envergure. En 2023, elle illustre *Next* de l'auteure Sophie Soga : « c'est certainement le projet qui m'a donné le plus de fil à retordre car plus long que mes projets habituels. C'était un gros challenge. On peut s'essouffler en tenant le rythme d'une création de livre illustré, mais c'est aussi celui qui m'a permis de prendre en maturité », souligne Mlle Belamour.

De l'édition aux campagnes commerciales

Le monde de l'édition n'est pas la seule corde à son arc, Laetitia Belamour signe aussi des campagnes colorées pour Warner Music, en 2022-2023 : « Le projet le plus enthousiasmant était la campagne d'affiches de concerts de Lizzo, à New York, Los Angeles, Paris et Londres... Je n'ai eu qu'un seul mail de retour ; et malgré le brief très précis de départ, je me suis éclatée à produire exactement la perception que j'avais de l'artiste grâce à ses titres que je passais en boucle ». L'année précédente, en 2021, Mlle Belamour est sélectionnée, avec deux autres artistes noires, pour imaginer une édition limitée des packagings de Kit Kat US et Hershey's : « c'était une incroyable opportunité, qui m'a beaucoup surprise », se souvient l'artiste. D'autres projets sont en cours dont un plus personnel : celui de créer une marque de papeterie et d'objets : « à l'ère de l'IA, la déconnexion est aussi à son apogée. J'aime penser qu'écrire, dessiner, noter, avoir des moments à soi et passer du temps avec son entourage font partie des choses à chérir pour s'évader. »



- ENTREPRISES

CRÉER SON ENTREPRISE AVEC LA CCI IG : UN ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE POUR RÉUSSIR !



Emilie Joseph (conseillère entreprise reprise), Maëva Cornelle (conseillère ressources humaines), Françoise Martol (responsable service numérique), Jédaël Reimette (conseiller numérique), Sylvine Nemorin (responsable service entreprise), Patrice Farchoe (conseiller centre des formalités des entreprises), Danielle Albina (documentaliste).

Créer son entreprise est une aventure exaltante. Comment affiner son idée ? Construire un business plan solide ? Trouver des financements ? Choisir une forme juridique adaptée ?

La **Chambre de Commerce et d'Industrie des Îles de Guadeloupe** (CCI IG) accompagne les porteurs de projets et jeunes entrepreneurs grâce à un dispositif complet : sessions d'information, rendez-vous individuels, ateliers collectifs, formations certifiantes et espaces de réseautage.

Comprendre les étapes de la création

Un mercredi par mois, les **Mercredis de la Création**, offrent une session gratuite retraçant les grandes étapes de la création d'entreprise, de l'idée au lancement. C'est un premier pas pour structurer son projet et se poser les bonnes questions. Pour aller plus loin, des rendez-vous individuels avec un conseiller CCI IG permettent d'obtenir des réponses personnalisées et d'être orienté vers les bons dispositifs.

Le CFE de la CCI IG centralise les formalités liées à la création, la modification ou la cessation d'activité afin de simplifier les démarches des entrepreneurs. Un conseiller dédié réalise un diagnostic personnalisé, contrôle la cohérence des informations et accompagne le suivi du dossier jusqu'à sa transmission aux organismes compétents.

Ensuite, afin de sécuriser vos appels d'offres, échanges et démarches en ligne, le CFE délivre également la solution certifiée de signature électronique **ChamberSign**, qui garantit l'intégrité de vos documents et leur valeur juridique.

Des ateliers pratiques pour consolider son projet

Avec l'atelier **Didiko**, les créateurs travaillent sur les fondamentaux : business plan, étude de marché, facturation... L'atelier **5 minutes pour convaincre** aide, lui, à adopter la posture de chef d'entreprise et à capter l'attention d'un financeur potentiel.

Des experts à vos côtés

La CCI IG propose aussi les **Rendez-vous des experts** : des rencontres gratuites avec un avocat ou un représentant de la douane pour obtenir des réponses concrètes à des questions techniques juridiques ou douanières.

Le financement, un enjeu majeur

Obtenir des financements reste une étape sensible. Les **Rendez-vous du financement** animés par les banques, l'IEDOM, Initiative Guadeloupe, France Active Guadeloupe ou l'Adie, apportent des clés pour constituer un dossier solide et convaincre un partenaire financier. La **Permanence du financement** complète ce dispositif avec des rendez-vous individuels pour un accompagnement ciblé.

Le numérique, levier incontournable

Le digital étant central dans la réussite entrepreneuriale, la CCI IG propose les **Open Coffee**, rencontres thématiques pour sensibiliser aux enjeux du numérique. Les **Boosters numériques** vont plus loin en dotant les porteurs de projet d'outils pour mieux utiliser les outils digitaux comme les réseaux sociaux et intelligence artificielle.

Se former pour durer

Au-delà de l'accompagnement initial, la CCI IG propose des formations certifiantes comme **5 jours pour entreprendre**, qui permettent d'identifier les clés de réussite et d'acquérir les bases de la gestion d'entreprise. D'autres modules complètent ce parcours : La **pratique de la comptabilité au quotidien**, Les **fondamentaux de la comptabilité** ou encore les **bases de la gestion d'entreprise**.

Les ressources humaines, un pilier stratégique

Recruter, gérer, fidéliser : pas toujours simple quand on démarre ! Avec ses **Ateliers RH Meeting RH, Pratico RH** et ses accompagnements sur mesure, la CCI IG aide les dirigeants à rester conformes à leurs obligations et à sécuriser leurs pratiques pour une gestion RH efficace.

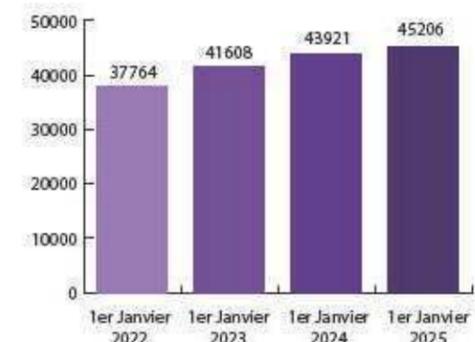
Développer son réseau

Le **Club des jeunes entrepreneurs** (CJJE) et le **Club RH** offrent aux dirigeants accompagnés par la CCI IG des espaces d'échange et de réseautage favorisant la mise en relation et le partage d'expérience.

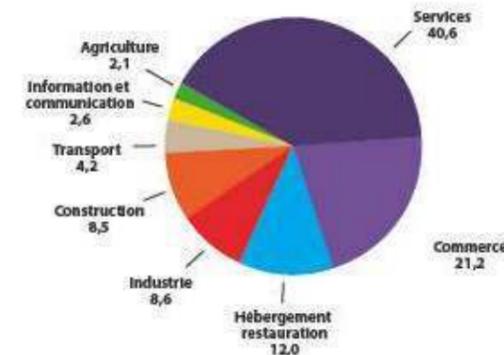
Un tremplin vers la réussite

Avec cet éventail d'outils, la CCI IG se positionne comme un partenaire clé pour transformer une idée en entreprise viable. Qu'il débute ou qu'il souhaite consolider ses acquis, chaque porteur de projet trouve un accompagnement adapté. Créer son entreprise n'est jamais simple, mais avec la CCI des Îles de Guadeloupe, il est possible d'avancer sereinement et efficacement !

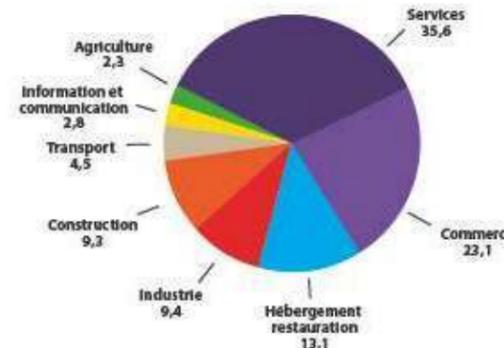
Nombre d'établissements inscrits au Fichier Consulaire



Répartition du nombre d'établissements par secteur d'activité avec SNC*



Répartition du nombre d'établissements par secteur d'activité sans SNC*



*SNC = société en nom collectif

Source : Fichier Consulaire de la CCI IG



1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Contactez-nous : 05 90 93 76 00

Emploi

RÉPONDRE VITE, RECRUTER JUSTE

Face au chômage et aux tensions sur certains métiers, l'intérim, lorsqu'il est bien pensé, peut faire le lien entre besoins immédiats et recrutement durable. Décryptage avec le groupe **Proman**, qui mise sur la proximité et l'agilité pour répondre aux défis de nos territoires.

Texte Sarah Balay - Photo Stéphane Jumet



Laurent Robert (directeur général), Larissa Grispan (responsable d'agence Guadeloupe), Mélanie Poussin (responsable d'agence Saint-Martin, Saint-Barthélemy), Samiana Trawinski (assistante d'agence) et Nicolas Baudin (responsable commercial)

Proman est aujourd'hui un acteur incontournable du secteur de l'intérim en France et à l'international. Quelle est l'histoire du groupe et comment s'est déroulée son implantation aux Antilles ?

Laurent Robert, directeur général du groupe Proman : Proman, c'est avant tout une « success story » familiale. L'entreprise a été fondée il y a 35 ans à Manosque, dans le sud-est de la France, par la famille Gomez. D'une seule agence au départ, Proman est aujourd'hui 4^e acteur européen du travail temporaire et 11^e au niveau international. En Outre-mer, nous avons commencé par la Réunion, en 2014, à la demande d'un de nos gros clients dans la construction. Nous avons été ensuite la première entreprise de travail temporaire à ouvrir une agence à Mayotte. Notre arrivée aux Antilles illustre bien l'esprit familial et humain de Proman. En 2024, deux collaboratrices de longue date, Mélanie Poussin, à Saint-Martin, et Larissa Grispan, en Guadeloupe, ont émis le souhait de s'installer dans ces territoires. Nous leur avons fait confiance et les résultats ont suivi : en moins d'un an, les deux agences sont rentables. Le développement continue avec une ouverture prévue en Martinique fin 2025, puis en Guyane.

Quelles sont les valeurs qui fondent l'identité de Proman et quels sont les atouts qui font la différence dans ce secteur si concurrentiel ?

Laurent Robert : Nos valeurs fondatrices sont le bon sens, le respect de la valeur travail, la confiance accordée aux personnes et le pragmatisme. Notre différence ? La qualité du recrutement, la connaissance fine du terrain et l'anticipation des besoins des entreprises. Nous investissons dans le professionnalisme de nos équipes, leur proximité avec les bassins d'emploi et un suivi administratif irréprochable. Nous innovons également sur le plan des outils avec une application mobile qui facilite l'accès aux missions. Enfin, localement, nous nous engageons aussi à accompagner le retour aux pays des talents antillais partis se former en métropole. Pour nous, l'humain reste au cœur de tout.

« Notre différence ? La qualité du recrutement, la connaissance fine du terrain et l'anticipation des besoins des entreprises »

Laurent Robert, directeur général du groupe Proman.

Quels sont aujourd'hui les besoins des employeurs guadeloupéens en matière de recrutement et comment Proman les accompagne ?

Larissa Grispan, responsable agence Guadeloupe : Les entreprises locales cherchent avant tout des solutions rapides et fiables face à un chômage structurel élevé. Notre rôle est de leur proposer des profils adaptés, mais aussi des contrats souples et innovants : l'intérim classique ou tout récemment le CDI intérimaire. Ce dernier permet de sécuriser les recrutements tout en améliorant les compétences des salariés. Nous apportons donc de la flexibilité aux employeurs tout en investissant dans le potentiel humain du territoire.

L'intérim est-il aujourd'hui un levier crédible et durable pour lutter contre le

chômage en Guadeloupe ?

Larissa Grispan : Oui, l'intérim peut réellement contribuer à faire reculer le chômage. Nous avons déjà plusieurs réussites aux Antilles avec des missions qui débouchent sur des CDI. Mais tous les postes ne se prolongent pas sur du long terme. Certains besoins sont ponctuels (remplacement, surcroît d'activité...). L'intérim, ce n'est pas pour autant précaire, c'est avant tout temporaire. Nous jouons aussi un rôle d'intermédiaire non négligeable. Beaucoup de demandeurs d'emploi ne savent pas se vendre et de nombreux employeurs n'ont pas toujours le temps de recruter efficacement. Au fil des missions, les entreprises découvrent des profils qu'elles finissent par fidéliser. L'intérim est donc un pied à l'étrier, un vrai tremplin vers l'emploi durable.

En chiffres

Proman c'est :

- 4^e acteur européen
- 1200 agences dans 18 pays (CA : 4,4 milliards)
- 400 agences dans l'Hexagone (CA : 2,2 milliards d'euros).
- 100 000 ETP/collaborateurs dans le monde
- 50 000 entreprises clientes

PROMAN
intérim • recrutement

PROMAN Guadeloupe
Immeuble le Pérou / Zone Petit Pérou
97130 Les Abymes
0590 90 43 91
guadeloupe@proman-interim.com
www.proman-interim.com
www.proman-emploi.fr

PROMAN Caraïbes
88 Howell Center, 97150 Saint-Martin
0690 22 96 05
www.proman-emploi.fr

Entrepreneuriat féminin

BÂTISSEUSES D'ENTREPRISES DE LA TECH ET DU NUMÉRIQUE

La saison 7 du dispositif Femmes Entrepreneuses, l'incubateur Orange de startup, est lancée depuis mars. Rencontre des 5 lauréates, originaires de Martinique et de Guadeloupe, sélectionnées pour 10 mois d'accompagnement.

Texte Floriane Jean-Gilles – Photo Lou Denim/Jean-Albert Coopmann

Femmes Entrepreneuses, c'est 100 créatrices d'entreprises accompagnées chaque année, depuis 2018, partout en France. Ce dispositif gratuit permet aux cheffes d'entreprise de développer leur business grâce à un accompagnement personnalisé, soutenu par des master class, du mentorat et un soutien en expertise par des salariés Orange et des partenaires.

KIMBERLEY DEMAGNY

« Former les professionnels de la culture aux nouvelles technologies »

Kimberley Demagny est une figure



Kimberley Demagny, fondatrice de arTech Education

reconnue dans le monde de la culture. Forte de son expérience, elle fonde arTech Education, un centre dédié à la formation des professionnels de la culture aux nouvelles technologies. Elle dispense des formations en présentiel, dans la Caraïbe. « Nous tenons à rester en présentiel pour ces formations », souligne-t-elle. « D'une part, parce que nous utilisons du matériel spécifique et, d'autre part, parce que le contact humain me semble indispensable pour parler de technologie ! » Pour Kimberley Demagny, le dispositif d'Orange est un levier précieux : « La master class sur l'IA a été pertinente pour mon entreprise. Orange m'accompagne également sur la pénétration du marché de l'Afrique de l'ouest ; mais, pardessus tout, j'aime l'idée de faire partie du Cercle de Femmes Entrepreneuses ! »

@artcheducation

IBTISSEM AMSLER

« Donner de la visibilité aux entreprises du territoire »
Installée en Guadeloupe depuis 2 ans, Ibtissem Amsler a travaillé comme consultante en transformation digitale, à Paris, pendant 12 ans. Croissance Digitale est née du constat que façonner une identité numérique forte constituait encore « un plafond de verre »



Ibtissem Amsler, fondatrice de Croissance Digitale

pour beaucoup d'entrepreneurs. « Ce n'est pas juste une société de services, mais un partenaire pour donner de la visibilité aux entreprises du territoire et ainsi contribuer à l'économie locale », souligne Ibtissem Amsler. « Nous apportons la méthodologie des grands groupes en l'ajustant dans une approche sur-mesure. » D'ailleurs, s'amuse la jeune cheffe d'entreprise, « l'accompagnement d'Orange a permis de donner un vrai coup d'accélérateur à la structuration de nos offres et au développement de notre site internet ».

@croissancedigitale.pro



Meggan Cavalier, fondatrice de Kopa

MEGGAN CAVALIER

« Jeter moins, vendre plus »

« Je suis rentrée en Martinique, en 2023, avec la volonté de développer une entreprise qui accompagne les petites structures », commence Meggan Cavalier. Kopa accompagne les commerces dans la valorisation de leurs invendus et dans leur projet de croissance. Comment jeter moins et vendre plus ? Comment convaincre les consommateurs d'acheter antigaspi ? Comment maîtriser son budget tout en conservant une alimentation saine et locale ? Autant de questions auxquelles Kopa entend répondre. « Nous proposons un accompagnement 360°, du magasin au grand public. Femmes Entrepreneuses d'Orange est un accompagnement stratégique car les 2 premières années sont cruciales pour une startup. L'agilité est essentielle et la sororité est précieuse », conclut Meggan Cavalier.

@kopa.app

AUDREY LIMERY

« Transformer la data en valeurs »
Partie en Angleterre, en 2008, Audrey Limery rentre en Martinique, en 2024, avec la conviction qu'une transition s'opère avec l'IA générative. La Martiniquaise n'en est pas à son coup d'essai, elle fonde Lycorp, en 2016, puis



Audrey Limery, CEO et fondatrice de Kweevo

Kweevo en 2020. À son retour en Martinique, Audrey Limery adapte Kweevo au système français, elle explique « Kweevo propose des solutions pour transformer la data en valeurs. Mon ambition est de positionner Kweevo comme une entreprise caribéenne, à la fois en travaillant avec les entreprises, mais aussi en créant un réseau d'experts en data dans la région ». Le plus de ce dispositif d'accompagnement par Orange, « c'est la visibilité », affirme la cheffe d'entreprise. « Les gens achètent des gens. Aujourd'hui beaucoup me reconnaissent et cela fait la différence, y compris pour créer un réseau professionnel ».

@kweevo_france

MANICK SIAR-TITECA

« Pour une littérature accessible »
Une Voix... Une Histoire est la 1^{re} maison d'édition de livres audio de la Caraïbe. « En 2016, j'ai lancé une étude sur le territoire pour connaître nos habitudes de lecture. De 2016 à 2020, j'analyse notre rapport au livre, la connaissance de nos auteurs et je dresse le constat que la seule littérature non accessible en format audio est la nôtre », confie Manick Siar-Titeca. Riche de 140 références, l'application prône l'accessibilité de la littérature afro caribéenne, « pour



Manick Siar-Titeca, conceptrice et directrice de la maison d'éditions « Une Voix... Une Histoire »

ceux qui ne peuvent pas, ceux qui ne peuvent plus, ceux qui ne savent pas et ceux qui n'ont pas le temps », scande la cheffe d'entreprise, qui vient de conclure un accord avec Spotify. Elle poursuit : « le dispositif d'Orange est une mine d'opportunités : celle d'avoir accès aux territoires où Orange est implanté et de rejoindre un réseau d'entrepreneurs ».

@lvoixlhistoire

RÉUSSIR SA REPRISE D'ENTREPRISE GRÂCE À L'ACCOMPAGNEMENT DE RÉSEAU ENTREPRENDRE GUADELOUPE



Vanessa Bertili, Ruth Dendele et Kalvin Virassamy

Reprendre une entreprise, c'est relever un défi humain et stratégique. En Guadeloupe, Réseau Entreprendre accompagne des repreneurs engagés comme Kalvin, Vanessa et Ruth, qui allient passion, vision et ambition pour construire l'avenir.

Reprendre une entreprise, c'est bien plus qu'un simple acte de gestion : c'est faire le choix de perpétuer une histoire, de porter un savoir-faire et d'insuffler une nouvelle dynamique à une activité existante. En Guadeloupe, de plus en plus d'entrepreneurs choisissent cette voie exigeante, stratégique et profondément humaine. Pour les accompagner dans cette aventure, Réseau Entreprendre Guadeloupe se positionne comme un partenaire solide et engagé, à leurs côtés à chaque étape du parcours.

Kalvin Virassamy, 32 ans, est l'un de ces repreneurs audacieux. Ce jeune boucher de métier a choisi de diversifier son activité en reprenant une entreprise bien connue sous l'enseigne Marbre et Granit Antilles. Il fonde GRANITIX, spécialisée dans la transformation du marbre, du granit, du quartz et de la céramique. Rigoureux, passionné par le travail manuel et doté d'un vrai sens entrepreneurial, Kalvin s'attache à assurer la continuité de l'activité tout en y apportant sa propre vision. Il

incarne cette nouvelle génération d'entrepreneurs qui valorisent l'existant tout en préparant l'avenir. Autre exemple fort : Vanessa Bertili, une femme de caractère qui fait bouger les lignes dans un secteur très masculin. Elle crée Hydroling Outre-Mer en reprenant des sociétés spécialisées dans la maintenance d'équipements hydrauliques, pneumatiques et électroniques. Implantée en Guadeloupe et en Martinique, elle développe un projet ambitieux, technique et structurant pour le territoire. Sa trajectoire reflète l'audace et la détermination nécessaires pour réussir une reprise dans un secteur industriel de pointe. Quant à Ruth Dendele, elle a bâti son projet sur l'expérience et la transmission. Après 20 années passées au sein de TAC Diffusion, elle reprend l'activité de vente en gros de tissus et de mercerie qu'elle connaît parfaitement. Elle fonde RJM Diffusion avec l'envie de pérenniser une relation de confiance avec une clientèle fidèle, tout en modernisant l'offre. Une reprise porteuse de sens, entre attachement au métier et renouveau entrepreneurial.

Ces trois lauréats partagent un point commun : ils ont été accompagnés par Réseau Entreprendre Guadeloupe. Grâce à un prêt d'honneur, un accompagnement individuel par un chef d'entreprise bénévole et une intégration au sein d'un réseau d'entrepreneurs solidaires, ils ont pu structurer leur reprise, sécuriser leur lancement et franchir les premières étapes de leur développement avec plus de confiance. Être lauréat de Réseau Entreprendre, c'est avant tout ne pas être seul. C'est bénéficier d'une écoute, de conseils concrets, de regards extérieurs bienveillants mais exigeants. C'est pouvoir partager ses doutes, ses réussites, et avancer avec le soutien d'une communauté engagée. Reprendre une entreprise, c'est conjuguer passé et futur. Avec Réseau Entreprendre Guadeloupe, c'est surtout multiplier ses chances de réussite.



Réseau Entreprendre Guadeloupe
C/o Groupe Amédée Barbotteau
Impasse Jean-Marie Jacquard
ZI de Jarry - 97122 Baie-Mahault
lcharleshelene@reseau-entreprendre.org
Tel : 0690 14 33 12
<http://www.reseau-entreprendre.org/guadeloupe/>

HUILE PRÉCIEUSE

Perle de Papaye d'Amazonie

SUBLIME VOTRE PEAU ET RÉVÈLE VOTRE BEAUTÉ NATURELLE



Notre *huile précieuse* sublime votre peau et nourrit vos cheveux en profondeur.



Découvrez les 7 bienfaits de notre huile :

- Hydratation · Régule le sébum
- Affine l'épiderme · Protège la peau
- Lutte contre l'acné · Éclat du teint
- Douceur de la peau

VENDU EN PHARMACIE



PHARMACIE LAMOTHE MAUREAUX
Centre Commercial Desmarais
97100 BASSE-TERRE

PHARMACIE DOTHEMARE
Zone Industrielle de Dothemare
97139 ABYMES

0694 05 21 02 - @Kymecosmetics
kymecosmetics@outlook.com

GUYANE, GUADELOUPE,
MARTINIQUE...

Nouveau hub de la cosmétique ?

L'émergence de nombreuses entreprises locales capables de valoriser les ingrédients de la cosmétopée vont-elles imposer de nouveaux standards ? Aux Antilles-Guyane, de nombreux acteurs investis et organisés œuvrent pour faire de cette perspective une réalité de marché.



© Christophe Fiole

— DOSSIER —

LE « MADE IN OUTREMER » VA-T-IL TRIOMPHER ?

Texte Mathieu Rached

“ Entre 400 et 800 marques de cosmétiques (segment Do It Yourself compris) sont créées chaque année



© Christophe Fidole

Il se passe quelque chose dans le monde de la cosmétique. Les «majors» sont toujours là, indétronables, mais à leurs côtés, une pléiade d'entreprises voient le jour, se taillent une part du gâteau avec plus ou moins de succès et de reconnaissance. Du côté de chez nous, on peut citer Kelly Massol, Guadeloupéenne, fondatrice des Secrets de Loly qui joue dans la cour des très grands (4 000 points de vente dans 56 pays, 25 millions € de chiffre d'affaires en 2023). Ou bien Mariana Royer et Shirley Billot, Guyanaise et Martiniquaise, dont les entreprises Bio Stratège et Kadalys, sont les porte-drapeaux des ingrédients naturels issus de l'Amazonie pour l'une, de la banane pour l'autre. Dans leur sillage, on observe aussi une multitude de petites structures qui investissent le champ de la cosmétique avec beaucoup de confiance et d'envie et lancent leur propres formules de soins pour cheveux, savons, crèmes... Le phénomène est en réalité national et traduit une petite révolution en cours. «Petite», car Françoise Bettencourt Meyers, héritière du groupe L'Oréal, leader incontesté du marché, demeurera l'an prochain encore la 2^e femme la plus riche du monde. Mais «révolution» tout de même car, côté panier du consommateur, les marques se multiplient et se diversifient. Dans ce contexte, en janvier 2024, la fédération nationale des entreprises de cosmétiques a réalisé une étude sur l'émergence de

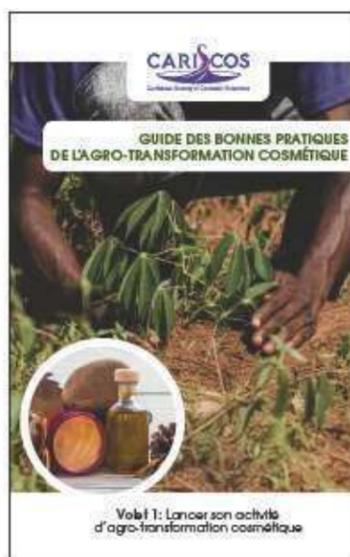


© Christophe Fidole

ces marques indépendantes, baptisées «indie brands». Ces jeunes pousses qui s'aventurent sur un marché «très codifié», comme en témoignent plusieurs experts, se définissent selon 3 critères principaux : l'agilité, la taille humaine et une forte créativité. À ce jour, elles ne représentent encore qu'une part modeste du marché («moins de 10%») mais on voit leur nombre croître de manière accélérée. Sur un marché national qui compte 7 500 entreprises, «entre 400 et 800 marques de cosmétiques (segment Do It Yourself compris) sont créées chaque année», estime le rapport. Au-delà du nombre de nouvelles entités, c'est leur positionnement qui interpelle, une indie brand, n'est pas qu'une simple marque de cosmétiques, «c'est une offre qui permet de repenser les codes de la beauté», assume l'une des professionnelles interrogées. Dès lors, tout devient possible.

Repenser les codes

C'est précisément le point de départ clair et assumé de nombreuses marques qui ont émergé sur nos marchés ultramarins. Parce que les produits existants, conçus loin de nos géographies, nos types de peaux et de cheveux ne comblaient pas les besoins des consommateurs. Or, la nature a horreur du vide, et les chefs d'entreprise aussi. Au cours des dernières années, une génération de femmes ont ainsi fondé leur marque, puisant dans les ressources et les savoir-faire



Guide des bonnes pratiques de l'agro-transformation cosmétique (Valet 1), CARISCOS.

locaux pour créer leurs propres formulations, fidèles à leurs attentes en tant qu'utilisatrices et à leurs ambitions de cheffe d'entreprise. En parallèle du phénomène, il y a 6 ans, deux chimistes guadeloupéennes, Addie Burton et Naïké Gustave, ont, elles, créé l'association CARISCOS (*Caribbean Society of Cosmetic Scientists*) avec l'ambition de réunir les experts caribéens en science cosmétique pour établir un écosystème de réflexion et d'accompagnement, pour tous les acteurs émergents et confirmés. Composée d'une vingtaine de membres, des femmes en majorité (90%), actives et engagées, l'association a lancé, en novembre 2024, les *AGRICOSMETIC DAYS*, une campagne de sensibilisation à l'agro-transformation pour l'industrie cosmétique en Guadeloupe. Six mois plus tard, la deuxième édition réunissait près de soixante-dix personnes autour de l'agriculture durable. Car la révolution cosmétique locale aura besoin de la formulation, du packaging, des réseaux sociaux, mais aussi du sourcing de la matière première et

de la dimension éthique des exploitations agricoles. «La campagne a pour but que chaque acteur sache sa place dans cette chaîne de valeurs», expose Addie Burton, la présidente de CARISCOS. Un 3^e rendez-vous, en septembre, se concentrera sur les responsabilités réglementaires.

Professionnaliser toute la chaîne

À ces événements, accessibles gratuitement et sur inscription, s'ajoute l'édition d'un «Guide des Bonnes Pratiques de l'agro-transformation cosmétique», dont le premier volet a déjà été téléchargé une centaine de fois. Une bible, claire, simple et pédagogique qui veut «donner des clés de lecture du point de vue scientifique, réglementaire et business, pour que les structures émergentes adoptent les codes requis en matière cosmétique», explique Leslie Placide, ingénieure chimiste, fondatrice de Placide Cosmetics et membre de CARISCOS. «On



© Christophe Fidoie

Le piège du DIY

Avec l'essor du Do It Yourself et des marques telle Aroma-Zone, il est devenu très accessible de pouvoir réaliser soi-même ses produits cosmétiques à partir de base pré-formulées. La facilité de manipulation donne à certains l'envie de «lancer leur marque». Ils vont pouvoir ajouter un ingrédient, une huile ou autre, faire tester à des amis ou à la famille et puis les vendre sur des marchés ou foires... Attention, met en garde Leslie Placide, un produit cosmétique qui n'a pas fait de tests de réglementaires, test de stabilité, d'analyse microbiologique, ni de test d'inocuité cutanée, ce n'est pas un produit autorisé à la vente. «Vous verrez même parfois sur des stands, des produits déphasés (avec 2 phases liquides)... » A éviter.

“ Le “challenge test” va mesurer la qualité de conservation (0 micro-organisme après plusieurs usages)

Leslie Placide, ingénieure chimiste, fondatrice de Placide Cosmetics



@ Lou Dentim

s'aperçoit que beaucoup de personnes se lancent avec une dimension homemade», poursuit-elle, «où tout démarre souvent dans une cuisine. Cela fait partie de l'aventure entrepreneuriale ici aux Antilles-Guyane, le guide veut pouvoir donner l'information pour faire les choses en conformité et pouvoir positionner, d'entrée de jeu, ses produits sur le marché comme des produits cosmétiques à part entière». Dans cette logique de consolider un marché dynamique et autonome aux Antilles-Guyane, CARISCOS s'est également rapprochée de l'institut Pasteur de Guadeloupe pour former les équipes du laboratoire aux tests réglementaires nécessaires aux marques de cosmétiques. Jusqu'alors, «on était obligé de passer par l'extérieur, donc d'envoyer nos échantillons en Amérique du Nord ou en Europe, le but, c'était d'avoir

un acteur caribéen qui puisse faire les tests». Les choses ont l'air bien parti. Facturés une centaine d'euros, des tests microbiologiques sur produits cosmétiques font partie du catalogue du laboratoire : le test microbiologique va évaluer la propreté du produit du produit (0 micro-organisme), et le «challenge test» va en mesurer la qualité de conservation (0 micro-organisme après plusieurs usages). Ce dernier consiste à mettre au contact du produit une certaine quantité de levure, moisissure, bactéries... comme l'utilisateur le fera sans doute avec ses doigts en utilisant le produit, chez lui. «Le conservateur va devoir tuer les bactéries pour que vous l'utilisiez pendant plusieurs semaines ou mois. Un critère obligatoire pour certaines catégories de produits», prévient Leslie Placide. Au premier semestre 2025, 10 clients ont sollicité l'institut Pasteur. Sur l'année

2024, «110 à 120 échantillons de shampoings, gel douche et huile de massage ont été testés pour le compte de 20 à 25 clients», indique Liliane Savoye, directrice du Laboratoire d'Hygiène de l'Environnement situé aux Abymes.

Un défi entrepreneurial local

Repenser les codes de la beauté depuis les Antilles-Guyane passe aussi par repenser les codes en tant qu'entrepreneurs. Il y a 4 ans, Leslie Placide est alors basée à Paris, salariée du 2^e plus grand groupe mondial de ventes d'ingrédients (CRODA). S'étonnant que «chez nous, on ne proposait pas beaucoup de vrais produits finis cosmétiques, à forte valeur ajoutée», l'ingénieure chimiste décide de créer

en Guadeloupe son propre laboratoire de sous-traitant, où elle formulera et fabriquera des cosmétiques sur-mesure, pour le compte d'hôtels (gel douche, shampooing...), de salons esthétiques (crème de corps, huiles de massage...) ou autres. Concrètement, «j'avais moins de 30 ans, j'étais une femme, j'avais un projet industriel de cosmétique en Guadeloupe, donc en réalité, toutes les banques m'ont dit non», se rappelle-t-elle. Il a fallu s'entêter et s'entourer. Le réseau *Les Premières de Guadeloupe* a été un premier soutien, capable de répondre à ses questions et de l'aider à se projeter. Une autre rencontre fut décisive, celle d'une responsable de Bioteam Caraïbe, «une femme géniale» qui, rompue aux importations et démarches et logistique de l'importation de matériel de laboratoire pharmacies et d'hôpitaux, l'a aidé à concevoir son espace



11

5 millions d'euros

C'est le seuil critique désigné dans le rapport de la fédération nationale des entreprises de cosmétiques qui permet à la fois de bénéficier de levées de fonds conséquentes et d'entrer définitivement dans une phase accélérée de croissance nationale et internationale. Seules 5 % des indie brands françaises interrogées en janvier 2024 font plus de 5 millions d'euros de revenus.



© Christophe Fiddle



© Christophe Fiddle

de laboratoire et à faire venir le matériel. Aujourd'hui, depuis ses 30 m² à Trois-Rivières, Placide Cosmetics fabrique des produits pour une quarantaine de professionnels, avec une ligne directrice : intégrer des plantes tropicales dans toutes les formules développées. Donc, si par exemple, un client souhaite proposer un produit fini avec de l'acide hyaluronique, «je vais lui conseiller un ingrédient tropical, qui a le même effet, et qui sera issu de Guadeloupe ou sinon de la Caraïbe», décrit-elle. «Tel un extrait d'algues des Bahamas aux effets anti-âge reconnus.» Ils sont plusieurs sous-traitants sur le territoire, chacun avec sa spécificité. Aujourd'hui, le laboratoire Placide Cosmetics permet de produire 10kg de produit fini, d'autres pourront faire des plus grosses quantités ou alors de toutes petites, très spécifiques. D'autres encore proposeront de faire des extraits de plantes qui serviront comme ingrédients... «On se connaît tous dans le circuit, l'idée c'est de ne pas se concurrencer», commente la jeune cheffe d'entreprise, «mais surtout de fonctionner ensemble pour pouvoir faire évoluer le secteur». Placide Cosmetics s'est ainsi dotée d'équipements sans faire doublon avec ses confrères chimistes. Une approche collective s'imposerait également en matière d'emballage et packaging. Du fait des distances et des frais, les entreprises antillo-guyanaise ne peuvent pas passer commande du jour au lendemain, «tout doit être anticipé et payé en amont pour l'année, mettant parfois les trésoreries à l'épreuve», abonde Mariana Royer. «C'est le nerf de la guerre», pointe Leslie Placide, et

un des axes de travail au sein de CARISCOS pour donner un cadre à des commandes groupées de matériel.

Une précieuse cosmétopée

Si les difficultés logistiques jouent clairement en la défaveur des entreprises Antilles-Guyane, les plantes et principes actifs issus de la cosmétopée locale dessinent un potentiel sans égal. Atoumo, aloé vera, açai, papaye, karité... et des centaines d'autres espèces constituent un trésor à révéler, faire grandir et faire connaître. C'est la base du pari de Mariana Royer, fondatrice de Bio Stratège en Guyane. Phytochimiste, elle a pour spécialité d'extraire et caractériser les principes actifs à partir de ressources végétales locales. Au cours du premier volet de sa vie de scientifique, au Canada, elle a identifié un extrait actif d'intérêt à partir de déchets de coupes de bois, qui est devenu une filière à part entière. Rentrée en Guyane en 2019, elle a voulu faire la même chose à partir des plantes d'Amazonie française. Son nom et celui de son entreprise deviennent vite incontournables, régulièrement primés et salués. Sur le terrain, la réalité était plus abrupte : «des filières agricoles de ces plantes de la cosmétopée guyanaise n'existaient pas, les productions disponibles étaient parcellaires et irrégulières». Dès lors, l'entreprise qui voulait vendre des extraits de plantes a d'abord dû mettre son nez dans la production, le rendement et la qualité de ces dites plantes. «Pendant 6 ans, 30 espèces ont été étudiées : tous les

À l'instar de la pharmacopée pour le domaine de la santé, la **cosmétopée** désigne l'inventaire des connaissances, pratiques traditionnelles et ressources naturelles spécifiques d'un territoire, qui sont utilisées pour le développement de produits cosmétiques innovants, durables et éthiques. Elle repose sur la valorisation des ingrédients issus de la biodiversité locale et sur le respect des savoir-faire culturels et traditionnels associés à leur utilisation. Dans le contexte ultramarin, la cosmétopée s'appuie sur une biodiversité exceptionnelle et des savoirs traditionnels, offrant un potentiel unique pour l'agro-transformation cosmétique. (source : Guide des Bonnes Pratiques de l'agro-transformation cosmétique, édité par CARISCOS)

végétaux qui sont entrés au laboratoire basé à Matoury ont été testés et dosés, étudiés en fonction du terroir et de la saisonnalité», retrace Mariana Royer. Un travail de suivi de qualité permet d'établir des fiches de rendement économique des plantes concernées et d'affiner un cahier des charges pour cadrer la production du labo. Au total, au catalogue de Bio Stratège, on liste «11 plantes médicinales et 10 références de super-fruits», cite la cheffe d'entreprise. Le tout obtenu avec une cuve de 20 litres, autrement dit un équipement qui permet d'obtenir 20 grammes de principe actif par cycle. C'est peu, «l'étape suivante aurait été de se doter d'une cuve de 250 kg pour laquelle nous avons sollicité un financement FEDER pour 1,7 million d'euros qui a échoué du fait des délais d'instruction du dossier», décrit-elle. Cette somme aurait permis à des acteurs privés et à la BPI d'entrer à leur tour dans la danse, «à hauteur de 2,5 millions». Faute de levée de fonds concluante, la

marque a dû revoir son modèle. «Nous voulions trouver des débouchés commerciaux pour nos principes actifs, nous changeons de tactique et les réservons aujourd'hui pour nos propres produits (en cosmétique, nutrition, herboristerie), sous le nom unique de Dah Yana Care», annonce Mariana Royer. Cette marque, qui symbolise «la maison», englobe 4 gammes qui composent une approche In and Out complémentaire : où les mêmes principes actifs sont valorisés pour leur effet sur la peau (Out) et sur l'organisme (In) sous la forme de compléments alimentaires et tisanes. La chef d'entreprise et ses 9 salariés, qu'elle appelle «les guerriers de lumière», entament cette nouvelle phase avec la même passion qu'au début, celle de faire entrer la cosmétologie amazonienne guyanaise dans les esprits et les formulations du monde entier. «L'objectif est fixé à 70 points de vente d'ici fin 2025, et 1000 en 2030».

Kadalys a fait le chemin inverse. La marque de cosmétiques fondée par

Shirley Billot à partir des composés de la banane, a vendu 1 million de produits en 10 ans et s'apprête aujourd'hui à devenir à son tour fournisseur d'ingrédient BtoB en se dotant d'une usine de chimie verte en Martinique. Pour ce projet, celle qui est également présidente du cluster Cosmetic Valley Martinique a obtenu 4,3 millions d'euros via le programme France 2030 – Ma Première Usine (7^e relève) – et parachève une levée de fonds de près de 7,4 millions en crowdfunding. Là aussi une vision et un plan, «faire de la science du bananier un levier d'innovation pour une chimie plus verte et responsable (*Sustainable Banana Science*)», pour et depuis la Martinique.

Une mission de territoire

L'ingrédient est donc la clé. «Aussi bien pour ses valeurs scientifiques que pour son potentiel de storytelling»,

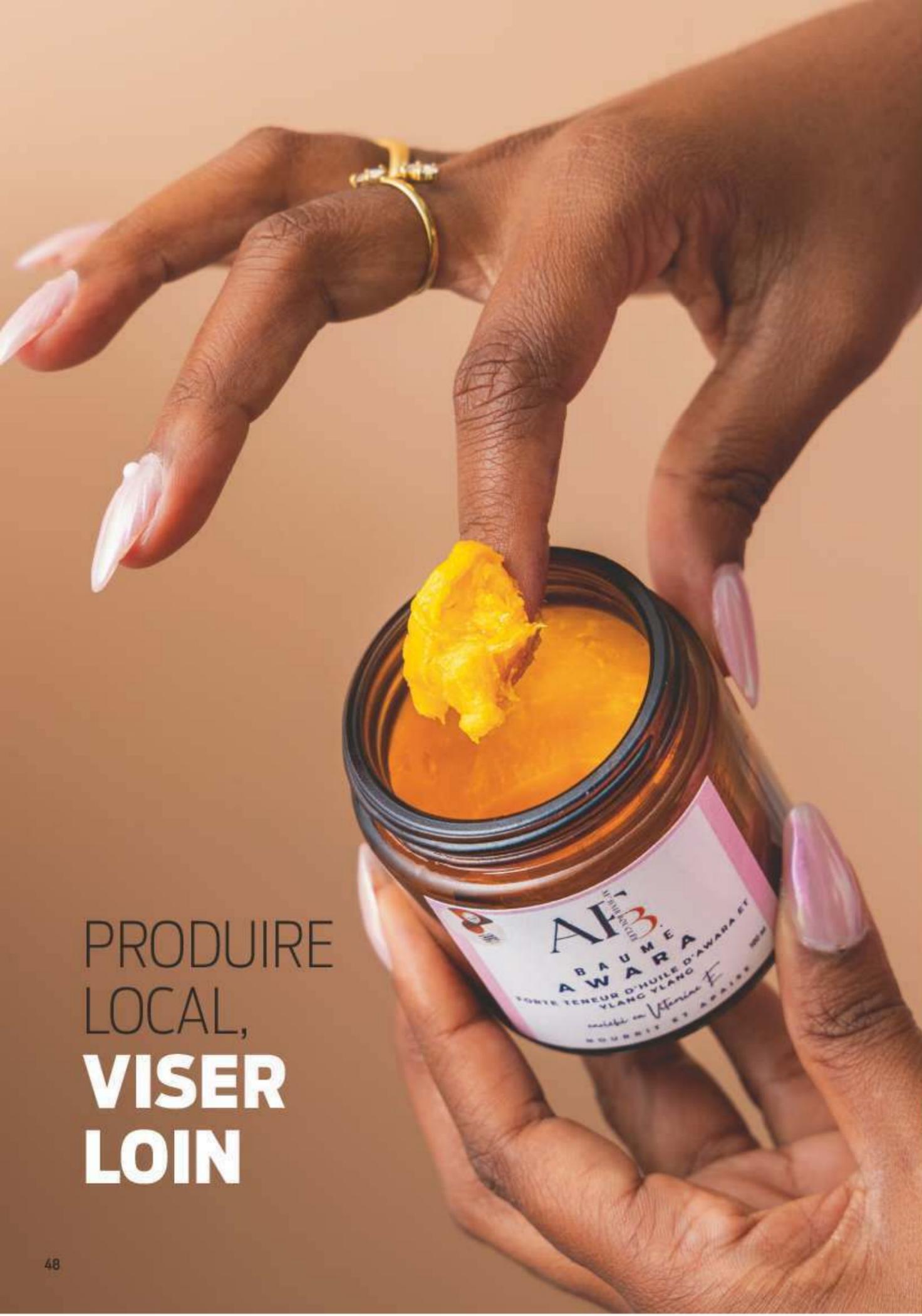
observe Leslie Placide. Il est donc une donnée à manipuler avec beaucoup de sérieux et de connaissance. Le CIRAD l'a bien compris dès 2022, où l'organisation d'un colloque à Cayenne sur les arbres parfumés et guérisseurs posa les bases du Réseau cosmétologie ultramarine. Depuis, le réseau pilote des ateliers de travail à La Réunion, en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane ainsi que dans le Pacifique Sud et à Mayotte. Dans chaque territoire, la même ambition : clarifier le paysage local, partir du réel et des acteurs de terrain pour construire un écosystème calibré, valoriser les ressources locales, repérer les points bloquants, sélectionner les étapes clés, mobiliser les politiques etc. «Ces rencontres permettent de construire des solutions à partir du territoire», souligne Addie Burton. En Guadeloupe, CARISCOS recommandera ainsi de s'appuyer sur une plateforme de mise en relation des agriculteurs et agro transformateurs cosmétique pour centraliser les besoins. À la Réunion et à Mayotte, une cartographie synthétique pourra présenter les acteurs clés, leurs localisations, leurs domaines d'expertise et amorcer des synergies. En Martinique, ce sont un kit pédagogique de la cosmétologie locale ainsi qu'un jardin pilote qui feront partie des approches développées en septembre 2025, lors de la 2^e édition de la journée de la cosmétologie, organisée avec la Collectivité Territoriale de Martinique et le CTEBioM. La cosmétique ultramarine semble démarrer une phase d'effervescence dans un contexte où les indie brands ne demandent qu'à grandir, les chimistes ultramarins diplômés en Europe ou ailleurs ne demandent qu'à rentrer chez eux, les consommateurs attendent des ingrédients éthiques et des marques engagées. Tout s'aligne ? «Chaque jour est un jour», s'amuse Mariana Royer, prudente et souriante. «Il y a une vraie joie dans notre métier, dans les découvertes que l'on fait, et ce que nous amorçons dans la société. C'est une mission qui est plus grande que nous.»



© Christophe Fiddle



© Christophe Fiddle



PRODUIRE
LOCAL,
**VISER
LOIN**

« **LES FRAIS DE
LIVRAISON ONT
FORTEMENT
AUGMENTÉ, CE QUI
IMPACTE DIRECTEMENT
LE COÛT DE REVIENT DES
CONTENANTS AUSSI** »

Vanessa Gonzil, créatrice
de la marque AF'HAIR BOUCLÉE

Texte Sarah Balay



© Christophe Fidoie

Pendant des années, elle a utilisé des défrisants sans se poser de questions. Puis un jour, elle a voulu comprendre. Ses cheveux, sa santé, ses choix. Ce qu'elle a découvert l'a menée bien plus loin que prévu... « Afin de partager mon savoir, j'ai commencé, en 2019, par animer des ateliers de prévention sur les soins capillaires des cheveux texturés afro, explique Vanessa Gonzil, professeure des écoles et créatrice de la marque AF'HAIR BOUCLÉE. Mais très vite, la demande pour des alternatives naturelles m'a poussée à créer ma propre gamme ».

Adeptes des confections « maison », Vanessa s'est longuement documentée et formée en ligne pour élaborer des formules efficaces adaptées à la vente. « Au départ, j'ai utilisé des huiles classiques, avocat ou amande douce. Mais rien de vraiment local, ni spécifique à la Guyane. Une conférence m'a ouvert les yeux sur la richesse de notre flore : j'y ai découvert une palette d'ingrédients adaptés aux cheveux texturés ».

En 2022, elle tombe sous le charme des huiles d'awara et de maripa issues de palmiers endémiques de la Guyane, du Surinam et du nord du Brésil. Utilisées en cuisine, ces huiles révèlent aussi des propriétés précieuses pour le soin des cheveux. Aujourd'hui, Vanessa formule ses produits (crème de shampooing,

gelée végétale, baumes...) de manière artisanale, à partir de cette huile qu'elle se procure localement (30 litres par an). Elle les vend dans un showroom, des salons et dès septembre en pharmacie. Elle espère aussi passer à la semi-industrialisation grâce au soutien d'une pépinière d'entreprises.

Produire plus suppose d'importer les contenants en grande quantité par bateau, faute de filière locale. « Rien que pour mon showroom, je vends environ 5 000 unités par an. Et cette quantité devra être multipliée par cinq une fois mes canaux de distribution élargis », précise Vanessa. Mais cette montée en puissance a un coût. « Les frais de livraison ont fortement augmenté, ce qui impacte directement le coût de revient des contenants aussi. »

Une logistique lourde, mais moins coûteuse que ses commandes actuelles, par avion, éclatées entre Chine et Europe. « Je gagne près de 50 % de bénéfice en passant par le transport maritime », confie Vanessa. Pour autant, pas question de rogner sur la qualité en cédant aux formulations « blanches », faiblement dosées. « Mon baume à l'awara contient plus de 30 % d'huile pure ». Fidèle à sa vision, Vanessa défend une cosmétique de conviction : sa marque est d'abord une mission au-delà d'un business.

« NOUS DISPOSONS AUJOURD'HUI DE NOS PROPRES PARCELLES DE GOMBO À SAINT-JOSEPH »

Lysa Romany, co-fondatrice de la marque Alohé

Texte Laetitia Juraver



Vous connaissez sans doute Alohé, cette nouvelle marque de produits capillaires naturels fabriqués en Martinique, à base de gombo et au packaging gourmand.

Alohé c'est l'histoire de deux sœurs, Fiona et Lysa. Soucieuses d'utiliser des produits capillaires adaptés et à bas coût, elles se lancent dans la confection de produits maison. Fortes de leurs premiers essais, elles décident d'aller plus loin en créant un produit pour chaque étape de leur routine capillaire. Confortées par l'engouement de leurs proches, les sœurs Romany décident de commercialiser leurs produits qui, depuis, n'ont de

cesse de faire parler d'eux. Un succès qui confirme l'atout que représente le «made in Martinique».

«Le gombo est notre matière première. Nos 11 références en sont composées à hauteur de 92 à 98 %», explique Lysa Romany, co-fondatrice de la marque. «Le gombo était bien connu de nos grands-parents. Bien que peu utilisé sur le marché des produits capillaires, cet ingrédient présente des vertus plus puissantes encore que l'aloé vera : il hydrate en profondeur et protège du soleil, il renforce la fibre capillaire et limite la casse dans le temps».

La question de l'approvisionnement et de la traçabilité s'est rapidement posée : «Pour pallier ces difficultés, nous avons dû nouer un partenariat avec un agriculteur local. Nous disposons aujourd'hui de nos propres parcelles de gombos à Saint-Joseph. Nous en récoltons près de 2 tonnes chaque année», précise Lysa. Ceci dit, une difficulté constante demeure : l'acheminement des actifs cosmétiques et des emballages qui impliquent une logistique et des coûts supplémentaires liés au transport.

En août, Alohé fêtera ses 3 ans, une période que Lysa qualifie de très intense : «Nous avons démarré dans un bas de villa, aujourd'hui nous sommes une équipe de 7. Nos produits sont désormais distribués en grande surface : les magasins Carrefour, grâce au prix de l'Agro-Transformation Locale décerné par le PARM en mars dernier, mais aussi chez Leclerc. Nous tenions à proposer une alternative locale en hypermarché.»

« IL FAUT COMPTER ENVIRON 2 ANS ENTRE LA RECHERCHE, LA COMPOSITION DES PREMIÈRES FORMULES ET LES PREMIERS TESTS »

Coraline Méryl, ingénieure chimiste diplômée en marketing de l'innovation et fondatrice de la marque Acomora

Texte Laetitia Juraver

Les produits Acomora Cosmetics sont pensés pour préparer, protéger et réparer les peaux exposées au quotidien. «Le capital génétique caribéen est plus inflammatoire que la moyenne. Dans ce contexte, la protection n'est pas un luxe», précise Coraline Méryl, ingénieure chimiste diplômée en marketing de l'innovation et fondatrice de la marque, dont l'ingrédient phare est le Cassia alata, cultivé à l'Herboristerie Créole au Gros-Morne. «C'est la plante de nos grands-mères par excellence. J'avais à cœur de la valoriser». Néanmoins, la question de l'approvisionnement reste entière : «Il est difficile de trouver des fournisseurs qui répondent aux exigences cosmétiques et/ou qui acceptent de faire ce travail de mise en conformité».

À l'échelle mondiale, et parce qu'il fait de plus en plus chaud, se protéger du soleil devient un enjeu de santé. «Nous sommes à la frontière entre le cosmétique et le médicament. S'ajoute à cela la préservation de l'environnement. La législation européenne est l'une des plus strictes. Il faut pouvoir montrer patte blanche», explique Coraline. Il existe des référentiels comme Cosmèbio qui ont pour objet la protection de l'environnement. À noter cependant qu'il n'existe à ce jour aucun équivalent pour la protection spécifique des coraux.

«La protection solaire est un créneau très difficile, notamment pour les peaux noires, et encore plus s'il est question de préserver l'environnement», souligne Coraline. Le processus varie énormément du fait des contraintes et de la politique interne de chaque marque. Pour ce qui est d'Acomora, il faut compter environ 2 ans entre la recherche, la composition des premières formules et les premiers tests».

À l'échelle locale, d'autres défis se profilent : fournir la preuve que nos plantes ont des propriétés antiradicalaires, compatibles avec les normes européennes d'une part, et sensibiliser la population quant à la nécessité de protéger les peaux noires, elles aussi vulnérables. En ce qui concerne la filière : «le challenge consiste à passer d'une culture de la compétition à la coopération. Travailler en bonne intelligence et soutenir les agriculteurs qui plantent bien.»



« J'AI TENTÉ UN CATAPLASME DE PAPAYE ET LE RÉSULTAT ÉTAIT BLUFFANT ! »

Kelly Joseph, fondatrice de Kymëa Cosmetics

Texte Sarah Balay



© Christophe Fiddole

« Je n'avais pas encore de marque... Mais j'avais déjà une clientèle ». Avant même d'imaginer créer une entreprise, Kelly Joseph, fondatrice de Kymëa Cosmetics, avait déjà des gestes, une pratique et un ingrédient fétiche : la papaye amazonienne. Sous sa chair fondante, gorgée de vitamines et d'antioxydants, se cache un véritable trésor pour la peau. « J'ai toujours raffolé de ce fruit que je mange tous les jours », confie-t-elle. « Un jour, comme ma grand-mère qui se badigeonnait le visage avec la chair blanche de la pastèque, j'ai tenté un cataplasme de papaye et le résultat était bluffant : une peau visiblement plus éclatante ». Kelly l'intègre à ses huiles de massage qu'elle propose via son salon Les mains d'Isis, ouvert en 2013. Fonctionnaire de métier, elle n'a jamais cessé de nourrir son goût pour le soin, le toucher et tout ce qui sublime naturellement.

Mais très vite, ses créations séduisent. « De l'huile de massage, je suis passée à l'huile cosmétique, avec l'idée d'un produit sain, simple et peu transformé. Un savoir-faire hérité de mes grands-mères. Avec une papaye, je fabrique environ vingt flacons de 50 mL. »

Pendant trois ans, sans marque, sans packaging, Kelly vend son « huile précieuse à la papaye » sur les marchés, lors de salons éphémères, à ses proches et voisins. Le succès est immédiat. La demande est là... En 2023, elle franchit le cap en créant Kymëa Cosmetics. L'objectif

n'est pas de gaspiller les ressources, j'utilise très peu de matières premières pour fabriquer l'huile précieuse. Kelly se prend au jeu de l'entrepreneuriat et s'y consacre à plein temps depuis janvier 2025. Concours, salons (Indies Days, Réseau Entreprendre, Be a boss, salon du cheveu naturel, etc.) et soirées de ventes événementielles : elle multiplie les initiatives pour financer sa première production. Aujourd'hui, l'industrialisation est en marche et de nouvelles gammes sont en préparation à partir de fleurs et de plantes locales. Pour franchir cette nouvelle étape, Kelly s'est entourée de partenaires fiables, basés dans l'Hexagone. « Je m'occupe de transformer la papaye sur place dans mon unité en Guyane, puis j'expédie cette base à mon laboratoire partenaire en métropole, Greentech, qui fabrique l'extrait. Celui-ci est ensuite envoyé à mon laboratoire à façon*, basé aussi dans l'Hexagone, qui fait la mise en bouteille. » Le recours à ces partenaires nationaux permet à la marque de structurer sa chaîne et de poser les bases d'une distribution à plus grande échelle. Depuis mai 2024, plus de 3 000 unités ont été écoulées en Guyane. Avec cette chaîne de production renforcée, Kelly peut désormais viser une distribution aux Antilles, dans l'Hexagone et à l'international, notamment l'Europe et l'Amérique du Nord.

*Laboratoire à façon : structure spécialisée dans la fabrication complète ou partielle de produits.

« NOUS DISPOSONS D'UN LABORATOIRE SEMI-INDUSTRIEL DE 100 M² »

Sandy Blanco, gérant de Feuille d'argent

Texte Laetitia Juraver

Tout commence au bord d'une crique, en pleine forêt guyanaise. « Nous avons développé nos premières recettes maison avant d'ouvrir notre laboratoire », explique Sandy Blanco, le gérant. La feuille d'argent est une plante endémique encore absente des circuits de l'industrie cosmétique mondiale. Depuis 2019, l'entreprise en commercialise un extrait aqueux, baptisé Ocoteagel, une matière première noble choisie « pour son efficacité naturelle et l'expérience sensorielle unique qu'elle procure ». Sa texture légère permet une application fluide, une absorption rapide et une sensation de fraîcheur immédiate. « Notre gel convient à tous les types de cheveux et de peau, même les plus sensibles », précise Sandy.

« Nous disposons d'un laboratoire semi-industriel de 100 m², à Remire-Montjoly, qui nous permet de produire jusqu'à 20 m³ par an aujourd'hui. Cette structure intermédiaire, à mi-chemin entre un laboratoire classique et une unité de production industrielle, nous permet de tester, développer et valider des procédés ou produits à une échelle plus grande que celle du laboratoire traditionnel, mais encore réduite par rapport à la pleine échelle industrielle. Ce modèle est au cœur de notre démarche d'innovation : il nous permet d'expérimenter sans les coûts et contraintes d'ordinares associés », explique le gérant.

L'intégralité des étapes de fabrication y sont réalisées : de la sélection au traitement des matières premières, en passant par la phase de formulation, jusqu'au conditionnement et à l'emballage final. Cet effort de centralisation permet à Feuille d'argent SARL de garantir une parfaite maîtrise de la qualité à chaque étape, une traçabilité complète, ainsi qu'une grande réactivité. Cette organisation renforce également la confidentialité autour des procédés de l'entreprise, essentielle pour en assurer le bon développement.



© Christophe Fiddole



« NOUS AVONS OPTÉ POUR UN CIRCUIT COURT POUR LIMITER NOTRE EMPREINTE »

Coralie Tally, gérante de Caribbean Elixir

Texte Laetitia Juraver



Coralie, la gérante. « C'est notre manière de faire parler nos traditions ancestrales. Atoumo, brisée, citronnelle, curcuma, roucou, Cassia alata... Nous faisons macérer toutes ces plantes lentement dans notre huile de coco vierge pour en extraire la quintessence ».

Mais la pérennisation d'un modèle artisanal comme celui-ci dans un contexte économique instable n'est pas une mince affaire : « Nous dépendons du vivant. Il faut donc sans cesse adapter la production à la saison, aux aléas climatiques et anticiper, ce qui revient, autant que faire se peut, à stocker nos fruits et matières séchées. Chaque jour nous nous battons pour valoriser notre savoir-faire et maintenir notre production face à la concurrence des produits importés ».

À titre d'exemple, le maintien d'un conditionnement écoresponsable reste un défi pour la marque : concilier esthétique, praticité, coût et durabilité implique de faire des compromis : « Nous avons opté pour des packagings en verre et un circuit court pour limiter notre empreinte. Le contexte insulaire nous oblige à nous challenger. Pour pallier de potentielles ruptures de stock, nous avons mis en place un principe de consigne et de recyclage. Le choix du verre était pour nous une évidence. Nous avons à cœur de proposer un niveau de qualité et de construire une image dans le respect de nos valeurs », précise Coralie. Elle préconise par ailleurs la création d'une filière locale, solidaire et valorisante pour nos territoires : « Il y a un vivier de ressources, de savoir-faire et de créativité dans nos îles qui mériteraient d'être structurés et soutenus à grande échelle ».

Caribbean Elixir est une entreprise artisanale fondée en 2020, par un jeune couple de martiniquais : Coralie et Kenji. Le choix du coco s'est rapidement imposé à eux : « cet ingrédient aux multiples usages et bienfaits fait partie de notre quotidien depuis toujours.

L'huile que nous produisons est vierge, extraite à froid avec patience et respect. Elle apaise les peaux abîmées, hydrate les cheveux secs, et laisse une sensation de douceur sans effet gras. Et surtout, c'est un ingrédient brut, non transformé, d'une grande pureté. Chez Caribbean Elixir, nous marions cette huile à des plantes médicinales locales dans nos macérats », explique

« L'AUTRE GRAND DÉFI S'APPELLE L'EXPORT »

Armande Maurel, ingénieur chimiste et gérante de Amewat

Texte Sarah Balay



« J'ai commencé dans la cuisine de ma maman ». C'est ainsi que débute, en 2021, l'aventure Amewat (qui signifie authentique en langue amérindienne tékó), petite marque artisanale et familiale basée à Cayenne. L'ambition : formuler des soins capillaires concentrés en actifs naturels à partir d'ingrédients locaux : feuille d'argent, huile d'awara, maripa, parépou, hibiscus, wassaï... Des matières premières populaires en Guyane, mais encore très peu exploitées dans l'univers cosmétique et notamment à destination des cheveux texturés. Les formules ont été entièrement développées en interne. Aucun brevet n'a été déposé, car cela n'est pas nécessaire en cosmétique. Nous respectons toutefois les normes de bonnes pratiques de fabrication et la réglementation cosmétiques européenne : CE 1223/2009.

Amewat repose aujourd'hui sur un quatuor soudé et bien rôdé : Armande Maurel, ingénieur chimiste, sa sœur Joanna, architecte d'intérieur chargée du marketing, son époux Anaïk, ingénieur financier et Alexandre, son cousin, responsable logistique. Au fil des ans, l'activité a pris de l'ampleur : aujourd'hui 75 points de vente Antilles-Guyane et la petite entreprise doit s'adapter.

« Le principal enjeu ne vient pas des ingrédients, choisis



au départ pour leur disponibilité et une filière déjà structurée », explique Armande. Mais l'artisanat familial atteint ses limites : le petit labo, les marmites et le mixage manuel ne suffisent plus à suivre la montée en volume. « Chaque année, nous doublons notre production, ce qui rend indispensable l'évolution vers un outil plus industrialisé. En ce sens, nous avons fait une demande de financement pour une mini-usine, poursuit Armande. « Mais l'autre grand défi s'appelle l'export. »

Car si les soins séduisent localement, le potentiel de croissance passe inévitablement par une ouverture sur le marché hexagonal, voire européen. Or, depuis la Guyane, éloignée des grands circuits de distribution, tout devient plus long, plus cher et plus compliqué. « Même si nos produits sont qualitatifs, ils doivent rester accessibles », souligne la fondatrice. « Pour limiter les surcoûts et les délais liés à l'expédition depuis la Guyane, nous avons fait le choix d'une plateforme logistique basée en métropole. Les produits y sont envoyés en lot, puis redistribués à la demande ». Une solution qui permet de fluidifier les ventes en ligne, mais qui reste perfectible. « Nous cherchons aussi des alternatives pour mieux desservir des territoires comme La Réunion où la demande existe, mais où la logistique est encore plus complexe. »

Financement et aides publiques

ENTREPRISES, VOUS POUVEZ VOUS FAIRE ACCOMPAGNER

« Mes aides publiques » est un outil que l'UDE-MEDEF Guadeloupe met au service de ses adhérents pour trouver des subventions adaptées, puis se faire accompagner au montage de dossiers. Explications avec Isabel Michel-Gabriel, présidente de la commission Économie et Finance de l'organisation.

Texte Caroline Bablin - Photo Lou Denim



Isabel Michel-Gabriel, avocat fiscaliste et présidente de la commission Économie et Finance de l'UDE MEDEF

« Les aides publiques sont un levier peu efficace pour les plus petites entreprises car les démarches sont complexes, longues et fastidieuses. Pour un artisan qui passe ses journées à démarcher ses clients et à produire, par exemple, un dossier de financement européen est particulièrement complexe et chronophage à gérer », note Isabel Michel-Gabriel, présidente de la commission Économie et Finance. C'est en partant de ce constat que le syndicat patronal a entrepris de mettre en place la déclinaison locale de l'outil « Mes aides publiques ». Les adhérents peuvent se connecter gratuitement à la plateforme via le site de l'UDE-Medef Guadeloupe. Après avoir renseigné quelques informations sur leur entreprise et leur projet, le système automatisé identifie en quelques secondes les aides auxquelles ils sont éligibles parmi plus de 11 000 dispositifs existants (européens, nationaux, régionaux, départementaux, intercommunaux et communaux). Avec la mise en place de ce nouveau service, le syndicat patronal se veut d'abord être un facilitateur pour les chefs d'entreprise. « Cette initiative est née d'un besoin exprimé par les adhérents du Medef de l'ensemble des outre-mer, auquel nous avons souhaité répondre en leur offrant une solution totalement dématérialisée, quasi instantanée et facile d'accès pour tous », souligne la présidente.

Pas d'avance de frais

« Un des premiers freins au financement de projets est la méconnaissance des aides disponibles. Si on ne sait pas qu'elles existent, on ne peut pas les activer », constate cette dernière. Cette première difficulté est donc levée avec l'outil « Mes aides publiques »

qui, par ailleurs, n'implique pas d'avance de frais. Une participation n'est réclamée qu'au moment de la perception effective des fonds. Le risque est donc nul pour l'entreprise puisque si la subvention est refusée, elle n'aura pas un euro à déboursier. L'objectif est aussi de garantir que les dossiers des entreprises adhérentes de l'UDE-Medef transmis aux services instructeurs soient complets et éligibles, afin de fluidifier et accélérer leur traitement. Les demandes de subvention ont la réputation d'être complexes. Le but est donc d'éviter les allers-retours parce qu'il manque un document, une attestation...

Mais l'outil ne s'arrête pas là : un accompagnement personnalisé est proposé pour aider les chefs d'entreprise à comprendre les dispositifs et à mobiliser les bons leviers. Ce service est exclusivement réservé aux adhérents de l'UDE-Medef Guadeloupe.

Faciliter l'accès aux financements

Cette initiative s'inscrit dans une démarche plus large d'accompagnement des entreprises, portée notamment par le

séminaire organisé par l'UDE-Medef Guadeloupe et la Fedom (Fédération des entreprises d'Outre-mer) sur le thème du financement des entreprises. Ce rendez-vous sera l'occasion d'échanger sur les solutions concrètes pour renforcer le financement des entreprises guadeloupéennes, dans une logique de développement économique et de soutien à l'emploi local.

À travers l'outil automatisé « Mes aides publiques » et l'organisation du séminaire avec la Fedom, l'UDE-Medef Guadeloupe affirme sa volonté d'accompagner concrètement les entreprises dans leur recherche de financements. Ces deux initiatives complémentaires visent à simplifier l'accès aux dispositifs publics et à favoriser le dialogue avec les acteurs bancaires. « Notre objectif est de permettre un meilleur accès au financement de nos entreprises », conclut Isabel Michel-Gabriel, « et de rassurer aussi les banques. Il est plus facile d'obtenir un prêt s'il ne couvre pas 100 % des dépenses et qu'on peut déjà présenter à son banquier des financements acquis, aides ou subventions. »

Séminaire sur le financement le 18 septembre

Le Séminaire UDE x Fedom aura lieu le jeudi 18 septembre de 8 à 13 heures, au Caribbean Business Center à Baie-Mahault, et réunira des personnalités clefs du monde économique et institutionnel :

- Jean-Yves Le Gall, directeur de la DRFIP de Guadeloupe
- Les banques : Crédit Agricole, CEPAC, BRED
- Philippe Bech, courtier de WAB Assurances
- Hervé Mariton, ancien ministre, président de la Fedom
- Patrick Vial-Collet, président de la CCI IG
- Thierry Devimeux, préfet de Guadeloupe

TRANSMETTRE OU REPRENDRE UNE ENTREPRISE EN GUADELOUPE : QUELS LEVIERS JURIDIQUES, FISCAUX ET PATRIMONIAUX POUR RÉUSSIR ?

Chaque année, en Guadeloupe, plusieurs centaines de chefs d'entreprise se retrouvent à la croisée des chemins : départ à la retraite, reconversion ou simplement volonté de transmettre. Mais faute d'anticipation ou de repreneur, trop d'entreprises ferment. Pourtant, la **transmission reprise** d'entreprises est un enjeu stratégique : elle conditionne la survie d'emplois, de savoir-faire et d'une identité économique locale d'un territoire.



À qui s'adresse la transmission ?

Elle concerne les dirigeants en fin de carrière, leurs héritiers, conjoints ou associés, mais aussi les entrepreneurs en reconversion. Ici, l'entreprise n'est pas qu'un outil économique : c'est un repère identitaire, un patrimoine de famille, parfois transmis sur plusieurs générations. Que l'on parle de fonds de commerce, d'entreprise individuelle ou de société, une transmission suppose un dialogue intergénérationnel, une planification rigoureuse et un accompagnement associant généralement avocats et experts-comptables.

Angélique Didier, expert-comptable (groupe Expertys) et Frédéric Fanfant, avocat (cabinet INWEST avocats)

Sécuriser juridiquement : le regard de l'avocat

« Les principales erreurs ? Ne pas anticiper, négliger le formalisme, croire que tout pourra se régler en famille », souligne M. Fanfant, avocat. La **sécurisation** repose sur un cadre juridique clair : statuts adaptés, clauses essentielles et protocole de cession détaillé. Les écueils fréquents sont nombreux : repreneur mal préparé, passif non maîtrisé, clauses oubliées, structuration inadaptée. Chaque choix a des conséquences. Certains dispositifs fiscaux offrent des avantages considérables, mais imposent un formalisme rigoureux. Ainsi, la moindre erreur peut faire perdre tous les avantages. Recourir à un avocat, c'est sécuriser l'opération, rassurer les salariés et partenaires, et organiser un accompagnement **post-cession** pour garantir la continuité.

Optimiser fiscalement et comptablement : le rôle de l'expert-comptable

« Une transmission bien pensée, c'est d'abord une transmission bien valorisée et fiscalement optimisée », rappelle Mme Didier, expert-comptable. La valorisation de l'entreprise constitue la première étape, en vue d'étudier les possibilités d'optimisation. Elle ne se réduit pas au chiffre d'affaires ou au bénéfice, mais à une analyse complète de la situation : actifs, passifs, rentabilité et potentiel de croissance. Une étude précoce permet de favoriser la vente en améliorant la présentation du bilan : correction des irrégularités, purge des dettes, reconstitution des capitaux propres et optimisation du résultat dans les limites légales. Sur le plan fiscal, plusieurs régimes de faveur et/ou montages existent pour limiter le coût de la transmission, mais tous répondent à des critères stricts et à un formalisme rigoureux. Les contrôles fiscaux sont de plus en plus exigeants, et les sanctions lourdes en cas de non-respect des conditions.

La majorité des optimisations envisageables nécessite des aménagements et donc du temps pour être mises en œuvre. L'anticipation est donc l'axe principal à retenir puisqu'elle ouvrira le champ des possibilités.

Mobiliser les bons acteurs le rôle du notaire et de la CCI IG

Au-delà de l'avocat et de l'expert-comptable, le notaire est un acteur clé. Il sécurise le volet patrimonial et prévient les conflits familiaux. La **donation-partage**

permet de figer la valeur des biens et d'éviter des contestations ultérieures. Le démembrement de propriété (transmettre la nue-propriété tout en conservant l'usufruit) constitue une autre option pour concilier transmission et maintien de revenus. La CCI IG (Chambre de Commerce et d'Industrie des Îles de Guadeloupe) complète ce dispositif en **accompagnant cédants et repreneurs** : mise en relation, recherche de financements, structuration du projet. Un accompagnement de 12 à 18 mois permet d'anticiper les blocages, de consolider les dossiers et de garantir la continuité des activités.

Les freins psycho culturels dans la transmission d'entreprise

Considérant les dimensions psycho culturelles évoquées par le psychologue Raphaël Speronel, les deux parties (cédant et repreneur) peuvent se heurter à des freins inconscients et non « objectifs », ce qui complique parfois le processus de **transmission** (rapport à la mort, perception du temps, besoin de reconnaissance, etc.). D'un point de vue humain, il convient de prendre en compte le changement de vie que la **cession** implique pour le cédant souvent vécue comme un deuil mais aussi pour le repreneur, qui devra nécessairement trouver sa place. Sans oublier les salariés, acteurs essentiels du corps social de l'entreprise.

À retenir :

Anticiper : commencer au moins 2 ans avant la cession

Valoriser et sécuriser : assurer une valorisation réaliste et un cadre juridique et fiscal solide

S'entourer d'experts

La transmission d'entreprise ne s'improvise pas. C'est un processus qui exige anticipation, rigueur et accompagnement. En Guadeloupe, elle représente aussi un enjeu économique et identitaire majeur. Chaque entreprise transmise est une richesse préservée pour le territoire.

Témoignages

Cédant :

« Dirigeant de plusieurs structures de vente de pièces automobiles, j'ai choisi d'en céder certaines pour lancer un nouveau projet qui me tient à cœur. Mon parcours a comporté des difficultés : la recherche d'un repreneur reste complexe, car je n'ai pas encore trouvé de profil correspondant à mes attentes. Le manque d'organismes dédiés aux besoins des cédants constitue également un frein important. J'ai toutefois bénéficié de l'accompagnement de la CCI, qui m'a soutenu et continue de m'accompagner dans cette démarche. » M. Ajas, dirigeant d'entreprise de vente de pièces automobiles

Repreneur :

« Je suis Mme Eugène et j'ai souhaité reprendre une entreprise de transport de marchandises. J'ai vite compris qu'une reprise n'est pas à prendre à la légère. Grâce à l'accompagnement de la CCI IG, notamment Mme Émilie Joseph et M. Cédric Angole, j'ai trouvé un cadre et des conseils précieux. La relation avec le cédant peut parfois être complexe : certains veulent aller vite et ne disent pas toujours tout. Il faut donc être bien entouré, patient et préparer chaque étape, car c'est un véritable investissement d'argent, d'énergie et de temps. Même si tout ne s'est pas déroulé comme prévu, cette expérience m'a enrichie, m'a ouvert de nouveaux horizons et permis de belles rencontres. » Mme Eugène



 CCI ÎLES DE GUADELOUPE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

transmissionreprise@guadeloupe.cci.fr
+ 590 590 93 76 71
www.guadeloupe.cci.fr



Découvrez l'interview exclusive de notre
avocat et de notre expert-comptable

Développement économique

FACILITER LA VIE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES

« Plus nous serons nombreux, plus nous serons forts », insiste Victor Venutolo, président de la **Confédération des petites et moyennes entreprises de Guadeloupe**. Une nouvelle dynamique pour soutenir l'économie locale et défendre les intérêts des TPE et PME.

Texte Caroline Bablin - Photo Lou Denim



Victor Venutolo, président de la Confédération des petites et moyennes entreprises de Guadeloupe, et Jyls Cozema, responsable du développement

« Les TPE et PME, c'est 97 % du tissu économique, et la voix de leurs dirigeants doit compter autant que celle des grandes entreprises »

Victor Venutolo, président de la CPME

Début 2024, la Confédération des petites et moyennes entreprises de Guadeloupe comptait 35 membres. Aujourd'hui, la CPME, c'est 150 entreprises et trois associations adhérentes, preuve de la nouvelle dynamique insufflée depuis un an et demi. « Nous visons les 300 adhérents en 2026 », note le président de la CPME, Victor Venutolo, non sans rappeler l'objectif premier de l'organisation patronale : « Défendre les intérêts des entreprises de Guadeloupe. Les TPE et PME, c'est 97 % du tissu économique, et la voix de leurs dirigeants doit compter autant que celle des grandes entreprises ».

« Mon premier souci lorsque j'ai été élu, note Victor Venutolo, a été de rencontrer le directeur de la Caisse générale de Sécurité sociale pour évoquer les dysfonctionnements au sein de ses services, notamment l'Urssaf : les numéros de téléphone qui ne répondent pas, les mails qui restent sans réponse, les difficultés pour obtenir un rendez-vous... Désormais, nous avons un interlocuteur bien identifié pour chaque service de la CGSS - maladie, retraite, prévoyance et Urssaf -, nous centralisons les dossiers de nos adhérents, qui n'ont plus besoin de se déplacer, et nous veillons à leur bonne réception et à leur traitement dans des délais convenables »

Au cours des 18 derniers mois, la CPME a aussi obtenu que l'Urssaf ouvre une permanence à Basse-Terre et Capesterre-Belle-Eau, une fois par semaine.

Par ailleurs, des discussions avec le CIST (Centre interprofessionnel de

santé au travail) ont permis qu'une remise de 50 % soit appliquée sur le montant des visites médicales obligatoires pour les apprentis.

Porter la voix des TPE et PME

Défendre les intérêts des PME, faciliter les échanges avec les pouvoirs publics, est le premier des trois piliers fondamentaux sur lesquels s'appuie la CPME. « Le second est le soutien et l'accompagnement en matière de gestion, financement, formation et développement ; et le troisième, c'est la représentation et l'influence », souligne Victor Venutolo. La CPME est la seule organisation patronale à disposer, au niveau national, d'une entité dénommée « CPME Océanique » afin de porter spécifiquement la voix des entreprises des départements et collectivités d'outre-mer au plus haut niveau de l'État.

« Avec la CPME nationale, nous avons passé une demi-journée avec le ministre des Outre-mer et ses équipes. Nous étions trois représentants de Guadeloupe, moi-même et mes deux vice-présidents. Nous avons bien sûr évoqué, entre autres, les problématiques de l'eau et de la sécurité, un point sur lequel nous avons bien appuyé parce qu'il n'y a pas d'activité économique sans sécurité », insiste Victor Venutolo.

Concernant la vie chère, la CPME Guadeloupe plaide en premier lieu pour une augmentation du pouvoir d'achat des Guadeloupéens, et des salaires, en allégeant les cotisations salariales jusqu'à 2,5 fois le SMIC. « Aujourd'hui, quand un patron veut augmenter de 100 euros un

collaborateur payé au SMIC, il doit déboursier 440 euros. Pour une petite entreprise, c'est énorme », constate Victor Venutolo.

Défendre la production locale

Ensuite, « il faut défendre la production locale, qu'elle soit agricole, industrielle ou intellectuelle », insiste ce dernier. « C'est en créant de la richesse, des emplois et en soutenant l'économie que nous lutterons réellement contre la vie chère. »

Pour ce faire, la CPME met en avant deux leviers : la structuration des filières afin de répondre aux exigences de la grande distribution qui doit aussi, de son côté, faire un effort pour ne pas simplement « utiliser la production locale comme un produit d'appel », et la libéralisation des échanges avec la Caraïbe. « Nous avons des adhérents qui ne peuvent pas acheter un litre de concentré de maracudja produit à la Dominique. Ils doivent transiter par Rungis avant de revenir en Guadeloupe », déplore le président de la CPME, qui s'en est fait l'écho auprès du ministre des Outre-mer.

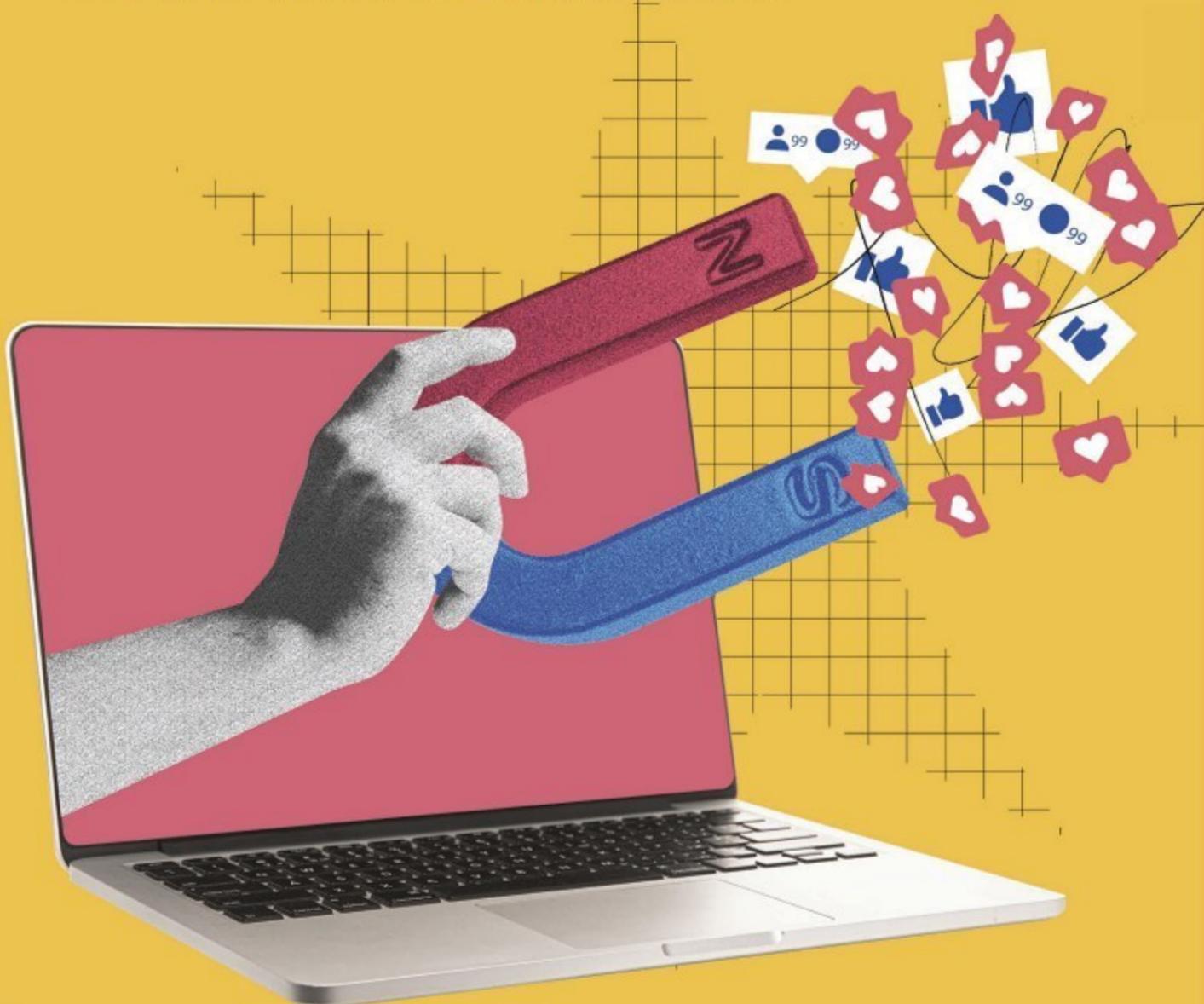
« Quand on voit la démographie locale », insiste Victor Venutolo, « le vieillissement de la population et le départ des jeunes, non pas parce qu'ils ne sont pas formés, mais parce qu'ils ne trouvent pas d'emploi avec un salaire à la hauteur de leurs compétences, il est urgent d'agir ». Et de conclure : « Être adhérent à la CPME Guadeloupe, c'est créer le monde plutôt que de le commenter. »

Carte blanche à bonfilon.info

CONNAISSEZ-VOUS LA MARQUE EMPLOYEUR ?

Texte Axelle Dorville, rédactrice chez bonfilon.info

Ça y est ! Suite à plusieurs recrutements assez décevants et des démissions/ruptures conventionnelles après à peine un an de collaboration, vous avez décidé de prendre le taureau par les cornes et de travailler sur cette fameuse marque employeur dont vous avez entendu parler. Mais avant toute chose, il vous faut convaincre votre dirigeant.e de s'investir sur le sujet. Pour lui pondre un topo clair et efficace, nous vous proposons de vous entraîner avec notre quiz sur la marque employeur. À vous de trouver les bonnes réponses à chaque question !



« Encore un nouveau concept ! C'est quoi la marque employeur ? »

- A. « C'est l'image qu'ont les candidats et les employés de l'entreprise »
- B. « C'est un mix d'avantages à offrir aux employés pour améliorer le climat social »
- C. « C'est la création d'un nouveau logo et d'un slogan pour faire connaître la boîte sur le marché du travail »
- D. « C'est une démarche d'amélioration continue qui va nous permettre de redéfinir et d'améliorer qui nous sommes en tant qu'employeur »

Réponses : A et D

« Ok, ok. Et concrètement, quels résultats peut-on en attendre ? »

- A. Attirer les personnes qui ont les compétences recherchées pour développer la boîte
- B. Augmenter le chiffre d'affaires
- C. Motiver et donner envie aux employés de s'investir dans les missions
- D. Améliorer la réputation auprès du grand public
- E. Retenir les meilleurs profils en interne
- F. Renforcer la cohésion entre les membres de l'équipe
- G. Avoir une meilleure image que la concurrence
- H. Donner plus de visibilité aux actions positives mises en place pour la communauté et le territoire

Réponses : Toutes sauf la B

« Bon, la situation est un peu tendue en interne, il y a quelque chose à faire. On commencerait par quoi ? »

- A. Offrir un massage à l'occasion de la semaine de la QVCT
- B. Réaliser un diagnostic des pratiques de gestion RH
- C. Proposer du télétravail
- D. Faire un état des lieux des engagements RSE
- E. Décorer les bureaux
- F. Diffuser un questionnaire de satisfaction en interne
- G. Créer un site carrière
- H. Formaliser les processus de recrutement et de gestion des compétences
- I. Offrir deux places de cinéma par employé pour les fêtes de fin d'année
- J. Organiser un événement de cohésion d'équipe
- K. Créer des publications avec des citations inspirantes sur LinkedIn

Réponses : B, D, F, H sont les actions prioritaires

« Je vois et comment on saura que ça fonctionne, que cette marque employeur est utile ? Nous n'avons pas vraiment les moyens de perdre du temps et de l'argent »

- A. Le nombre de candidatures reçues pour chaque offre d'emploi
- B. Le nombre de candidatures spontanées hors offres d'emploi
- C. Le nombre de candidatures qualifiées reçues
- D. Le taux d'engagement sur les publications réseaux sociaux liées à la marque employeur
- E. La longévité dans la boîte
- F. Le taux de productivité
- G. Le taux de satisfaction employé
- H. L'évolution du chiffre d'affaires

Réponses : Toutes sauf D et H

« On est un peu ric rac en termes de ressources humaines et je ne veux pas trop tirer sur la corde des collègues. Qui prévoyez-vous de faire travailler sur ce chantier ? »

- A. Tous les employés participeront ponctuellement
- B. Le service communication uniquement
- C. Les RH uniquement
- D. Une agence de communication
- E. La direction et le management
- F. La direction, les RH et le service communication portent le projet

Réponses : A et F

« D'ailleurs vous ne m'avez pas dit, dans combien de temps on peut espérer avoir ça sur pied ? »

- A. C'est du one-shot, un travail d'un mois maximum
- B. Ça fait partie intégrante des missions RH et communication, c'est un travail continu
- C. Juste le temps du recrutement de chaque nouveau poste
- D. Plusieurs mois à un an pour obtenir de premiers résultats fiables

Réponses : B et D

« Parlons peu, parlons bien. Cela va me coûter combien exactement ? »

- A. Ce ne sont que des actions internes simples, il n'y aura pas de dépenses engagées
- B. Cela dépend des actions que nous choisirons de mettre en place
- C. Il faut en général compter plus de 30 000€ par an

Réponse : B



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

bonfilon
L'AVANTAGE

ANTILLES-GUYANE
contact@bonfilon.info

Évolution professionnelle

« LA PRIORITÉ EST DE RESTER AGILE ET OUVERT »

Stéphanie Gokoul et Amélie Marcin sont consultantes en développement professionnel au sein de l'APEC, Association pour l'emploi des cadres. Elles accompagnent les jeunes diplômés et les cadres en quête d'une nouvelle opportunité.

Texte Caroline Bablin – Photo Lou Denim



Stéphanie Gokoul et Amélie Marcin, consultantes en développement professionnel

Quel est le rôle d'un consultant en développement professionnel ?

Stéphanie Gokoul : Nous accompagnons les cadres et les jeunes diplômés à partir de bac+3 dans leurs évolutions professionnelles. Ça peut être pour une recherche d'emploi ou parce qu'ils souhaitent entamer une reconversion, mais pas seulement. 50% des personnes que nous recevons sont en poste. Nous conseillons aussi les cadres dans leur carrière en interne, quand il faut négocier une revalorisation de salaire par exemple, préparer un entretien professionnel ou demander une évolution de poste.

Amélie Marcin : Nous recevons d'abord les personnes en entretien individuel afin de bien définir leur profil et leurs besoins. Ensuite, l'accompagnement peut être individuel ou en groupe, dans le cadre d'ateliers. Il faut être conscient que nous ne délivrons pas de solutions toutes faites. Nous sommes là pour accompagner la personne dans la construction de son projet en tenant compte des réalités du marché.

Quelles sont les principales difficultés rencontrées par les personnes que vous accompagnez ?

S. G. : Pour les cadres seniors, qui ont un niveau bac ou bac+2 et qui ont évolué en interne, le premier obstacle est le diplôme. Sur le marché du travail, le diplôme est un critère incontournable, même pour des profils expérimentés. Dans ce cas, nous pouvons les aider à se diriger vers une validation des acquis de l'expérience (VAE) ou une formation.

A. M. : Les jeunes diplômés, eux, peuvent rencontrer des difficultés car ils manquent d'expérience. Ils sont confrontés au décalage entre ce qu'on leur a dit à l'école et la réalité du marché de l'emploi.

Quel est le premier conseil que vous donnez à un jeune diplômé ?

A. M. : Ceux qui ont un bac+5, souvent, ne comprennent pas que ça prenne autant de temps pour trouver un emploi. Nous les guidons pour valoriser leurs soft-skills, c'est-à-dire l'esprit d'équipe, la curiosité, la prise d'initiative, le savoir-être et la posture en entretien. C'est là qu'ils peuvent faire la différence. Nous organisons aussi des événements

tels que « Objectif Premier Emploi » qui vise à mettre les jeunes en relation avec les acteurs du monde de l'entreprise, les cabinets de recrutement, etc.

Parfois, passé 45-50 ans, certains doutent de leur « employabilité », ont-ils raison ou tort ?

S. G. : À partir de 45 ans, il faut reconnaître que c'est plus compliqué. Pourtant la « grande démission » n'est pas un mythe. Nous accueillons des personnes qui sont prêtes à faire un trait sur 25 ans de carrière pour changer complètement de voie. « Je m'ennuie », « je ne m'y retrouve plus », « j'ai le sentiment de ne pas évoluer » sont des phrases qu'on entend souvent. Alors non, ils ne doivent pas douter, mais ils doivent être conscients des réalités et bien sécuriser leur projet. À l'APEC, nous avons des outils spécifiques, comme l'atelier « Valoriser les atouts de votre expérience senior », pour apprendre à argumenter sur la valeur ajoutée de son profil. Parce que l'âge peut être un frein lors

d'un recrutement, mais c'est aussi le gage d'expérience, de compétences, d'un savoir-être professionnel sur lequel l'entreprise peut compter, et aussi de transmission. Ce sont des éléments différentiels qu'il faut apprendre à valoriser.

Aujourd'hui, les carrières sont rarement linéaires. Quelles sont les compétences à développer pour évoluer dans un monde du travail en mutation ?

S. G. : On pense tout de suite aux outils numériques, mais il faut surtout avoir une capacité d'action et de réaction face à une situation. C'est une qualité incontournable pour évoluer sur le marché de l'emploi. C'est pourquoi l'APEC accompagne aussi les cadres qui veulent anticiper les évolutions en entreprise. Le CEP Vert, par exemple, est le conseil en évolution professionnelle qui permet d'envisager les impacts de la transition écologique sur son métier afin de s'y préparer et de se former, si nécessaire. En résumé, la priorité est de rester agile et ouvert, surtout quand on est en recherche d'emploi. À l'APEC, les ateliers collectifs servent aussi à cela, tout comme les événements APEC Connect – une forme de job dating, le prochain aura lieu le 16 octobre – ou les webinaires que nous organisons par secteur : la banque, l'économie sociale et solidaire, l'agroalimentaire, etc.

« 50% des personnes que nous recevons sont en poste »

Stéphanie Gokoul, consultante en développement professionnel

Immobilier

« PLUS NOUS SERONS NOMBREUX, PLUS NOS VOIX AURONT DE POIDS »

Président de la chambre Guadeloupe-Îles du Nord de la Fédération nationale de l'immobilier, Olivier Boutarel fait le point sur le rôle de la FNAIM et ses combats, tant au niveau local que national.

Texte Caroline Bablin – Photo Lou Denim



Olivier Boutarel, président de la chambre Guadeloupe-Îles du Nord de la Fédération nationale de l'immobilier

Quelles sont les missions de la FNAIM ?

Premier syndicat professionnel en France – par son ancienneté et le nombre de collaborateurs d'agences qu'elle représente – la FNAIM est le porte-parole de ses 9 000 adhérents auprès des pouvoirs publics, pour faire progresser, à la fois, la législation sur l'immobilier et le logement, et défendre les intérêts de la profession.

Les professionnels adhérents à la FNAIM, tous détenteurs d'une carte professionnelle (loi Hoguet), sont aussi soutenus et accompagnés dans leur activité à différents niveaux : outils et consultations juridiques, formation, outils de communication, etc. Au-delà des compétences et de l'expertise propres à chacun, ils

disposent ainsi d'atouts supplémentaires pour apporter les meilleures solutions et réponses aux préoccupations des locataires, propriétaires et copropriétaires, dans un environnement législatif toujours plus complexe.

Quels sont les sujets récents sur lesquels la Fédération s'est fait entendre au niveau national ?

Depuis deux ans, de nombreux dossiers ont été discutés, tels que les délais accordés à la rénovation énergétique dans le cadre de la loi Climat et résilience ; les évolutions et adaptations du diagnostic de performance énergétique (DPE) ; la portabilité et la transférabilité des prêts pour redonner du pouvoir d'achat aux Français ; la mise en place d'un « statut du bailleur privé » pour relancer le marché de la location et redonner confiance aux investisseurs, notamment depuis la suppression de la loi Pinel ; la publication du décret sur la formation initiale obligatoire pour tous les collaborateurs en agence, etc. La FNAIM suit également de près les propositions de loi sur le foncier agricole soumises au Parlement afin d'éviter toute mesure pénalisante.

Et pour la Guadeloupe et les Îles du Nord, quelle est votre priorité aujourd'hui ?

Nous avons entamé des démarches avec la Région pour adapter le DPE à nos réalités locales. Nous avons, d'autre part, de nombreux sujets propres à notre territoire, que je souhaite étudier avec nos confrères et tous les intervenants locaux sur l'immobilier et le logement en Guadeloupe, ainsi qu'avec la Fédération nationale. Bien sûr, plus nous serons nombreux à adhérer à la FNAIM, plus nos voix auront de poids et mieux nous serons entendus.



Comment faire pour que vos excédents de trésorerie travaillent aussi pour votre entreprise ?

Entrepreneurs, préparez l'avenir de votre entreprise en investissant votre excédent de trésorerie dans une large gamme de placements adaptés à vos besoins.



**CAISSE
D'ÉPARGNE
CEPAC**

Vous être utile.

Investir sur les marchés financiers comporte un risque de perte en capital. Parlez-en à votre conseiller.

Document à caractère publicitaire et sans valeur contractuelle.

Caisse d'Épargne CEPAC, Banque coopérative régie par les art. L. 512-85 et suivants du Code Monétaire et Financier - SA à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance au capital de 1 100 000 000 euros - Siège social : Place Estrangin Pastre - 13006 Marseille - 776 519 404 RCS Marseille - Intermédiaire en assurance, immatriculé à l'ORIAS sous le numéro 07 006 180 - Titulaire de la carte professionnelle «transactions sur immeubles et fonds de commerce sans perception de fonds effets ou valeurs» n° CFI 13102016 000 009 963 délivrée par la CCI de Marseille-Provence, garantie par la CEGC, 59 avenue Pierre Mandes France, 75013 PARIS - ALTMAN + PARTNERS. Illustration : Laurent Duvoux.



FNAIM Guadeloupe-Îles du Nord
Chez Agence Boutarel ORPI Route de la Riviera 97190 Le Gosier
05 90 20 10 12
fnaimgp971@gmail.com
fnaim.fr

Tendance au travail

BOOM DES SALARIÉS AIDANTS : UN DÉFI INVISIBLE POURTANT BIEN LÀ



D'ici à 2030, un actif sur quatre sera aidant. Une véritable bombe à retardement pour les entreprises confrontées à un risque accru d'absentéisme et de désorganisation. Un défi d'autant plus pressant aux Antilles, où le vieillissement de la population sera davantage marqué.

Texte Sarah Balay

France Travail qualifie d'aidant un « individu qui apporte une aide à un proche-ami, parent, enfant, voisin, etc. fragilisé ou en perte d'autonomie, de façon régulière et non professionnelle, pour accomplir des actes de la vie quotidienne ». À ce jour, la France en compte 11 millions, dont 6 à 8 millions d'actifs.

Un phénomène amplifié par le vieillissement de la population, l'allongement de la durée de vie, la dépendance et la baisse du nombre de professionnels du soin. Selon une étude publiée en octobre 2024 par l'organisme commun des institutions de rente et de prévoyance (Ocirp), les salariés aidants représenteront 25% des actifs en 2030. Un salarié sur quatre devra donc jongler entre son travail, les rendez-vous médicaux et les tracasseries administratives. Les entreprises devront faire face, en plus des risques d'absentéisme, à des coûts supplémentaires liés à la baisse de productivité des salariés aidants pénalisés par leur charge mentale. Selon les propos de l'économiste Nathalie Chusseau rapportés dans les médias, « l'ensemble des coûts cachés (absentéisme et présentéisme) pour les entreprises (du secteur privé) s'élève à 24 milliards d'euros par an, fourchette basse et 31 milliards d'euros, fourchette haute ».

Des aménagements simples

Des prévisions d'autant plus inquiétantes pour les Antilles où la transition démographique s'accélère. Selon l'INSEE*, en 2040, 40% des Martiniquais auront plus de 60 ans (contre 31% dans l'Hexagone). Même tendance en Guadeloupe, où les séniors représenteraient quatre habitants sur dix.

Pour les entreprises, il est donc essentiel d'agir au plus tôt. Dans un premier temps, identifier les salariés aidants et ouvrir le dialogue. Des aménagements simples (horaires flexibles, télétravail ponctuel, allègement temporaire de la charge) peuvent déjà faire la différence. Intégrer cette réalité dans la politique RH ou dans une démarche RSE (responsabilité sociétale des entreprises), voire s'engager via un label, permet d'agir de façon responsable. Côté salarié, connaître ses droits (congés spécifiques), AJPA**, se faire accompagner ou s'informer via les associations.

*INSEE : institut national de la statistique et des études économiques
**AJPA : allocation journalière du proche aidant.

Aidants : des soft skills qui valent de l'or

Être aidant, c'est aussi développer des compétences humaines précieuses, parfois transférables en entreprise. Parmi elles, l'empathie, l'écoute active, la gestion du stress, la résilience, l'organisation et la priorisation, le sens des responsabilités et l'autonomie, sans oublier la capacité d'adaptation et l'intelligence émotionnelle.

UN LABEL « SALARIÉ AIDANT »

Lancé en 2019 par Klésia (groupe de protection sociale) et Handéo (association ESS***), le label Cap'Handéo reconnaît les entreprises engagées auprès de leurs salariés aidants. Il offre un cadre structuré pour mieux les identifier, accompagner et soutenir via diagnostic, communication interne, information et référent aidants.

***ESS : économie sociale et solidaire

5 CHOSES À SAVOIR LE MANAGER TOXIQUE

Autoritaire, cassant, manipulateur... Le manager toxique fait des ravages dans les équipes. Voici cinq choses à savoir pour mieux le reconnaître, comprendre ses mécanismes et réagir de manière efficace.

Texte Sarah Balay

1. NE PAS LE CONFONDRE AVEC UN MANAGER EXIGEANT ET/OU MALADROIT

Depuis quelques années, les termes « toxique », « narcissique » ou « pervers » sont devenus à la mode et servent un peu trop souvent à désigner n'importe quel comportement difficile ou désagréable. Or, tous les managers rigides, mal organisés, peu communicants, stressants ou maladroits ne sont pas forcément toxiques, fort heureusement. Un manager exigeant met parfois la pression sur ses collaborateurs, mais sans les humilier, les mépriser ou les ridiculiser. Un manager maladroit manque, à l'occasion, de finesse et/ou de capacités relationnelles, mais sans intention de nuire. Toutes ces attitudes, habituellement mal perçues, ne sont pas pour autant intentionnelles et sont généralement susceptibles d'évoluer (dans le bon sens !).

2. DES SIGNES QUI NE TROMPENT PAS

Un manager toxique se définit comme ayant un comportement nocif de manière répétée envers

ses collaborateurs. Son attitude peut prendre différentes formes, mais certaines caractéristiques sont récurrentes. Le dirigeant toxique se montrera tour à tour méchant, condescendant, prétentieux, rancunier, contrôlant, manquant d'intelligence émotionnelle, dévalorisant, grossier, discriminant voire violent.

3. LES PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DÉCLENCHEURS

Certains médias attribuent trois facteurs pouvant expliquer la toxicité d'un manager : il subit lui-même du stress et de la pression (objectifs inatteignables, environnement instable...); il manque de soutien et d'accompagnement (défaut de formation adaptée au management); et enfin, il se sent isolé et seul face à la prise de décision (mauvaise gestion de la charge émotionnelle de ses responsabilités).

4. IL DÉTRUIT PLUS QU'IL NE DIRIGE

Travailler sous les ordres d'un manager toxique n'est pas sans conséquence. Son comportement

affecte durablement la santé mentale et morale et donc la performance générale des salariés. Ses critiques, coups de pression ou jeux de pouvoir instaurent un climat de peur, sapent la confiance en soi, la motivation et détériorent profondément la dynamique d'équipe. Résultats : baisse de la productivité, risques accrus d'absentéisme, de turnover et de burn out.

5. LUI FAIRE FACE OU LE FUIR

Face à un manager toxique, le premier réflexe est souvent de fuir. Une option légitime, en effet, si rien ne change rapidement. Des leviers d'action existent toutefois. Côté salarié, il s'agit de prendre du recul, dialoguer de manière directe avec le manager, poser des limites, s'entourer et préserver sa santé mentale. Des dispositifs de soutien (psychologues, ateliers, médiation...) peuvent aussi aider. Côté manager, un accompagnement est possible via le coaching, la formation à la communication ou la gestion du stress. Enfin, RH et dirigeants ont un rôle clé : former, repérer les signaux faibles et promouvoir une culture managériale respectueuse.



Florence Gourbeyre

CA
C'EST
VRAIMENT
NOUS!

ASSURANCE AUTO

95 % DE CLIENTS SATISFAITS⁽¹⁾...

LA PREUVE DE NOTRE RÉACTIVITÉ

Un accrochage, un sinistre...

Avec notre assurance auto, vous êtes pris en charge rapidement et efficacement. Nos conseillers et notre appli « Mes Assurances » vous accompagnent à chaque étape, pour une déclaration simple et une gestion sans stress. Résultat : 95 % de nos clients sont satisfaits de la gestion de leur sinistre.

Et en plus, en ce moment bénéficiez de 2 mois de cotisations remboursés⁽²⁾.

Et vous, qu'attendez-vous pour rouler l'esprit tranquille ?



Le contrat d'Assurance Automobile est assuré par PACIFICA, filiale d'assurances dommages de Crédit Agricole Assurances. PACIFICA, S.A. au capital entièrement libéré de 455 425 €, entreprise régie par le Code des assurances. Siège social : 8-10 Boulevard de Vaugirard - 75274 Paris Cedex 15 - RCS Paris 352 358 865 - N° de TVA : FR 95 352 358 865. Ce contrat est distribué par votre Caisse Régionale de Mutualité de Guadeloupe, Immatriculée auprès de l'ORIAS en qualité de courtier d'assurance sous le n° 07 029 548. Conditions et événements garantis indiqués au contrat.

(1) Enquête réalisée par Kantar du 14 octobre au 15 novembre 2022 auprès d'un échantillon de 2 125 clients particuliers du Crédit Agricole ou ICL assurés par Pacifica en Automobile, ayant eu un sinistre WAD ouvert et clos entre le 1^{er} octobre 2021 et le 30 septembre 2022.

(2) Offre promotionnelle valable du 25/08/2025 au 12/10/2025 inclus pour toute souscription à un contrat d'assurance Auto. Remboursement automatique 94 jours après la prise d'effet du contrat, sous réserve de non résiliation du contrat ou d'incident de paiement.

CAISSE RÉGIONALE DE CRÉDIT AGRICOLE MUTUEL DE GUADELOUPE, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit. Siège social : Petit-Pérou - 97176 Abymes Cedex, 334 560 772. RCS Pointe-à-Pitre. Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre de l'ORIAS sous le n° 07 029 548 (www.orias.fr). Identifiant unique CTEO : FR23444_01UKPT.

AGIR CHAQUE
JOUR DANS VOTRE
INTÉRÊT ET CELUI
DE LA SOCIÉTÉ



GUADELOUPE

La route des moulins

La 42^e édition des Journées européennes du patrimoine célèbre le patrimoine architectural, définit comme un « marqueur puissant de l'histoire locale, nationale et européenne, de l'identité culturelle et de la mémoire collective ». À cette occasion, l'itinéraire du mois est une invitation à redécouvrir nos moulins, manifestes de nos patrimoines matériel et immatériel. Plusieurs fois centenaires, et délaissés lors de la 1^{re} révolution industrielle, ils sont les témoins de l'avènement de l'économie sucrière et de notre histoire.

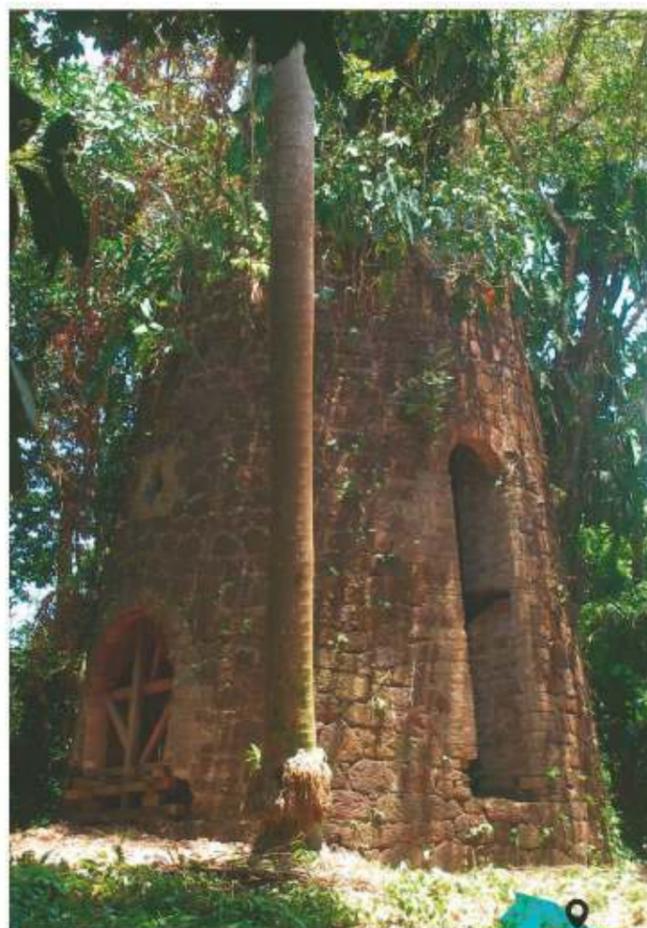
Texte Floriane Jean-Gilles

GUYANE

LE MOULIN À VENT DE RÉMIRE-MONTJOLY

Classé monument historique en 1994, le moulin de Rémire-Montjoly a probablement été construit au XVIII^e siècle, faisant de ce moulin l'un des plus anciens de ce type, dans la région Antilles-Guyane. Érigé au sommet d'une colline, il est situé au cœur de l'Habitation Loyola, la plus grande sucrerie de Guyane. L'habitation Loyola a été fondée, par les Jésuites, en 1668 et connaît son apogée dans les années 1720. Y sont produits du sucre, du café, du cacao et, plus tard, de l'indigo. La plantation est abandonnée en 1763, sur ordre du roi, qui décrète l'expulsion des Jésuites. La tour du moulin, large de 8,60 m à la base et de 5,70 m en partie haute, est divisée en trois niveaux : l'accès principal et la zone de travail au niveau 1 ; la zone de stockage du matériel au niveau 2 (accessible par un escalier, aujourd'hui disparu) et le 3^e niveau, accessible grâce à une trappe, donnait accès aux éléments moteurs du moulin. L'état de conservation du moulin de Rémire-Montjoly lui confère son caractère remarquable. L'année dernière, un parc éponyme a été inauguré.

Le Grand Beauregard
97354 Rémire-Montjoly



© Collège Holder



© Emreveluj

GUADELOUPE

LE MOULIN DE LA MAHAUDIÈRE

Situé à Anse-Bertrand, le moulin de la Mahaudière est postérieur à l'Habitation. Il date du XIX^e siècle, au moment où la cotonnerie cède sa place à une sucrerie. La propriété est alors agrandie et équipée d'un moulin à vent. Restauré il y a quelques années, l'édifice abrite désormais la chapelle Sainte-Thérèse. Mais une affaire plane autour de l'ancien moulin, celle du procès de Jean-Baptiste Douillard-Mahaudière, en 1840. Il est accusé d'avoir séquestré et torturé une de ses esclaves, Lucile, pendant près de 2 ans, pensant qu'elle avait empoisonné son épouse. Le procès connaît un important retentissement. L'édition du lundi 15 et mardi 16 février 1841 de la Gazette des tribunaux décrit l'atmosphère qui règne au moment du procès : « L'affluence des curieux était extraordinaire. On y remarquait M. Schœlcher, auteur d'un livre publié en France contre l'esclavage, qui s'est récemment rendu dans les colonies pour vérifier les faits par ses yeux ». L'accusée sera finalement acquittée et Lucile vendue à un nouveau propriétaire.

Campêche
97121 Anse-Bertrand



© Jean-Albert Coopmann

MARTINIQUE

LE MOULIN DE L'HABITATION VAL-D'OR

Ce moulin à bêtes est le plus grand de ce type dans toute la Caraïbe. Construit sur deux niveaux, en 1770, il est haut de 18 mètres. Les ânes ou mulets, attelés à l'étage, actionnaient le mécanisme du manège autour de l'axe central, entraînant les rolls qui broyaient la canne. Le bâtiment est un symbole de l'architecture préindustrielle. La rénovation a été réalisée à l'identique, notamment grâce à des plans de 1792 : toiture en essentes de wapa, charpente en bois de Moabi, murs sculptés sur des contreforts et des piliers, restauration et consolidation des maçonneries et des murs en pierre de taille, remise en fonctionnement du mécanisme... Le site est classé monument historique depuis 1991.

Moulin du Val-d'Or
Route de l'Anse Trabaud - 97227 Sainte-Anne

02

LIFESTYLE

[INSTANT DÉCO]
avec GRANBLEU

Lumière sur les luminaires

Longtemps considérés comme un simple élément fonctionnel, le luminaire est aujourd'hui un marqueur esthétique et sensoriel, capable de transformer un espace, d'en révéler les volumes, les matières, les émotions.

Dans la maison contemporaine, les luminaires ne se contentent plus d'éclairer. Ils racontent une histoire, participent à une ambiance, donnent une intention. Que ce soit dans une chambre apaisante ou un salon chaleureux, la lumière agit comme un langage invisible, mais puissant. Appliques murales sculpturales, suspensions aériennes, lampes portables, spots dissimulés ou tubes rétro industriels : le choix du luminaire est devenu une décision de design à part entière.

COMPRENDRE LES TEMPÉRATURES DE COULEUR

Pour faire les bons choix, il est essentiel de comprendre les températures de couleur, exprimées en Kelvins (K). Elles déterminent le ton de la lumière émise par un luminaire. Lumière chaude (2 700 à 3 000 K) : douce, légèrement ambrée, propice à la détente. Elle est idéale pour les chambres à coucher, les salons ou les restaurants. Lumière neutre (3 500 à 4 000 K) : blanche et équilibrée, souvent utilisée dans les cuisines, bureaux ou zones de travail. Lumière froide (5 000 à 6 500 K) : bleutée, dynamique, stimulante. Elle s'emploie dans les espaces techniques, les garages, les entrepôts ou les espaces médicaux.



Cette échelle permet de concevoir une ambiance lumineuse cohérente selon les usages des pièces, les matériaux utilisés, la hauteur sous plafond et la couleur des murs.

LA PUISSANCE LUMINEUSE : PENSER EN LUMENS

Autre paramètre essentiel : la puissance lumineuse, aujourd'hui mesurée en lumens (lm) et non plus en watts. 300 à 500 lm suffisent pour un éclairage d'appoint ou une lampe de chevet. 1 000 à 1 500 lm sont nécessaires pour une pièce principale. 2 000 lm et plus seront utiles dans une cuisine, un atelier ou un garage. L'erreur fréquente est de suréclairer ou de sous-éclairer : un luminaire trop puissant dans une chambre nuit à la qualité du sommeil ; un éclairage trop faible dans une cuisine compromet le confort d'usage.

LE LUMINAIRE : UNE TOUCHE FINALE... OU UN POINT DE DÉPART

Dans tout projet d'aménagement ou de rénovation, le luminaire est souvent considéré comme la touche finale. Pourtant, il peut – et devrait – être pensé dès le début de la conception, au même titre que les sols, les peintures, les textiles ou le mobilier. La lumière est en réalité un voyage à part entière, une matière première sensorielle qui donne vie aux couleurs, révèle les textures et guide le regard. Qu'il s'agisse d'une maison de ville, d'un appartement contemporain, d'un restaurant caribéen, d'un chai industriel ou d'une cave à vin, l'éclairage est une clé narrative. Et le choix du luminaire est un geste d'élégance, de cohérence et de sensibilité.



EXPERT

FG L2H1 120 CV BVM

à partir de

27 990 €*

ÉLIGIBLE À LA DÉFISCALISATION

PEUGEOT EXPERT FG L2H1 120 CV BVM - DIESEL BLUE HDI - EURO 6.4 - CONSOMMATION MIXTE WLTP (L/100KM) : 6,6 - ÉMISSIONS DE CO2 WLTP (G/KM) : 174. *Offre TTC valable chez AUTO GUADELOUPE PROFESSIONNEL ET PEUGEOT BAILLIF du 01/09/2025 au 30/09/2025 jusqu'à épuisement des stocks, réservée aux professionnels, pour l'achat d'un véhicule neuf ou immatriculé, PEUGEOT Expert FG L2H1 120 CV BVM, au prix coutant de 34 990€, moins une remise de 7 000€, soit un prix promotionnel de 27 990€. Voir conditions en concession et sauf erreur typographique. Photo non contractuelle.

Retrouvez également nos offres pour les marques : Citroën, Fiat, MG & Maxus en concession.



AGP | Impasse Emile Dessout - Baie-Mahault 97122 - 0590 93 89 89

HORAIRE D'OUVERTURE : LUNDI AU VENDREDI - 8H30 - 17H30 | SAMEDI - 9H00 - 12H00

03

LIFESTYLE

[45 MINUTES]
(ou presque)
pour mieux comprendre

VOUS AVEZ DIT « MASCULINISME » ?

Le 1^{er} juillet dernier, un jeune homme de 18 ans a été mis en examen pour « association de malfaiteurs terroriste en vue de la préparation d'un ou plusieurs crimes d'atteintes aux personnes ». Il prévoyait d'attaquer des femmes au couteau. Il se revendiquait du mouvement masculiniste incel. En mars, la mini série britannique *Adolescence* défrayait la chronique ; en toile de fond l'impact, sur les plus jeunes, des discours mascus, massivement relayés sur la toile. Un phénomène de société, dans la fiction et au quotidien. Éclairage.

Texte Floriane Jean-Gilles - Photo Getty Images



00:00

48:30



Francis Dupuis-Déri, politiste : « Les "incels" forment l'une des communautés très actives du mouvement masculiniste aujourd'hui » - Le Monde
Pour comprendre l'un des termes du lexique masculiniste, « incel », notamment à travers sa forme la plus violente.



4:00



Masculinisme : une longue histoire de résistance aux avancées féministes - The Conversation
Définition et histoire d'un phénomène de société, qui s'est construit en réaction aux combats féministes.



6:30



Sur les réseaux sociaux, les masculinistes en plein essor - Le zoom de la rédaction - France Inter
Les réseaux sociaux : canaux privilégiés des discours masculinistes.



4:57



Quand les masculinistes envahissent les réseaux sociaux - Le dessous des images - ARTE
Un éclairage essentiel sur la forte résonance politique du mouvement masculiniste.



11:00



Contre #MeToo et porté par Trump, jusqu'où l'inquiétant regain du masculinisme peut-il aller ? - Ouest France
Analyse autour du dernier rapport annuel du Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes sur l'état du sexisme en France.



4:00



En Corée du Sud, l'offensive des masculinistes contre les féministes - RFI
Ce reportage, de 2021, pour illustrer que le mouvement masculiniste gagne du terrain, partout dans le monde.



19:30



Retrouvez
la playlist
complète

PRORENT
LOCATION DE VOITURES

Pour une rentrée
sans galère,
*Pensez à notre
flotte d'utilitaires!*

11m³ 6m³ 3m³

www.pro-rent.com

LARGE CHOIX DE VEHICULES

TARIFS ATTRACTIFS

NAVETTE AEROPORT & PORT

Z.I. JARRY

228 RUE ALFRED LUMIERE

0590 26 73 44

reservationpro-rent@orange.fr



Prorent Guadeloupe

EWAG BUZZ

Ce qu'il ne fallait pas louper !

Encore un goût de grandes vacances dans nos 3 contenus qui ont buzzé. Entre performances vibrantes, héritage linguistique et réalités climatiques, vous avez été des milliers à réagir, commenter et partager. Voici les trois vidéos qui ont marqué la rentrée.



DICTÉE CRÉOLE

45 fautes plus tard... On a survécu à notre première dictée 100 % créole. Un épisode un peu spécial de Fòs a Fòs, avec Kaynou Sainte-Marie, où notre kreyòl a été mis à rude épreuve. Parce que le créole, ce n'est pas qu'une langue qu'on parle. C'est un héritage. Une identité. Une fierté. Et vous, vous pensez gérer une dictée créole sans panique ?

▶ 80 k vues
♥ 1,5k Interactions



PRINCESS LOVER

Des répétitions intimistes à la scène enflammée du Ladies Break Festival, on a suivi la chanteuse iconique @princesslofficiel dans les coulisses de son passage en Martinique. Choix du set, instants de doute, montée d'adrénaline, communion avec le public... Une voix, une vibe, une grâce qui traverse les générations. Un follow exclusif pour comprendre ce que veut dire chanter vrai.

▶ 230 k vues
♥ 10,2 k Interactions



LOI CHALEUR, ET NOUS ALORS ?

En Hexagone, une nouvelle loi protège les salariés en cas de fortes chaleurs. Mais ici, aux Antilles, les seuls météo « officiels » sont rarement atteints... Résultat : beaucoup travaillent sous un soleil brûlant, sans protections équivalentes. On a tendu le micro à celles et ceux qui vivent cette réalité. Une vidéo Rimèd x EWAG.

▶ 100 k vues
♥ 2,1k Interactions



@EWAG.FR



Le mag santé qui nous ressemble

Comme Noémie, suivez-nous sur nos réseaux Rimèdbyewag



Pour recevoir le mag santé en avant-première scannez-moi



Guadeloupe - Guyane - Martinique

« Objets inanimés... »

On connaît la phrase célèbre de Lamartine : « Objets inanimés, avez-vous donc une âme qui s'attache à notre âme et la force d'aimer ? »

En prêtant une âme aux objets, Lamartine provoque la réflexion car en toute rigueur, les objets n'ont pas d'âme, tout simplement parce que ce ne sont pas des êtres vivants.

Alors, pourquoi nous attachons-nous aussi fort à certains objets ? Peut-être, parce que, comme le disent les philosophes : « l'homme est un animal symbolique ». C'est-à-dire que nous sommes capables de produire des univers de significations comme le langage, la science ou l'art. Bref, que nous sommes capables de produire des récits à partir des choses qui nous entourent et sur les choses qui nous entourent. Pour le dire autrement, les objets n'ont pas d'âme, mais nous, nous, les animons de nos émotions, de nos rêves, de nos souvenirs, de nos imaginaires et en retour, ils deviennent les accessoires et le décor de notre existence.

Cet attachement peut passer inaperçu, on le découvre souvent en perdant l'objet en question, quelle que soit sa valeur monétaire : qui n'a pas déjà regretté un vêtement préféré qui a été déchiré ou taché ? Une certaine tasse pour boire notre thé ou notre café ébréchée et devenue inutilisable ? Un fauteuil confortable, éventré dont il faut se séparer ? Etc.

Attachement tout à fait admis et même encouragé chez les enfants, pour les rassurer, avec un jouet préféré ou une peluche, qui deviendra « un doudou », un consolateur officiel et reconnu comme tel.

On pourrait croire qu'au vingt et unième siècle, avec tous les robots sophistiqués qui nous entourent, nous parlent, nous surveillent, nous allons être encore plus attachés aux objets inanimés, tous devenus des « doudous ». Mais la situation est différente car nous n'y mettons spontanément rien de nous-mêmes, ni de notre histoire, la dépendance est forcée, elle est née du besoin qui s'impose à nous. Le smartphone par exemple est un outil, vite devenu indispensable, auquel nous nous attachons forcément par l'usage quotidien et l'étendue de ses possibilités, mais sans la valeur sentimentale que l'on accorde à un vêtement par exemple, qui nous a réchauffés de nombreuses années. Ce qui compte pour nous, dans ces objets techniques, c'est la somme d'informations que nous leur avons confiée... Un peu comme si nous avions déposé dans un coffre tout ce à quoi nous tenons, mais l'objet en lui-même nous laisse indifférents, il est interchangeable et comme il devient vite périmé, obsolète, nous n'aurons pas envie de le garder en souvenir. Alors, même s'il nous appelle par notre prénom, même s'il nous rappelle nos traitements médicaux, même s'il nous sauve la vie, en appelant les secours, ressentirons-nous la même tendresse pour lui que pour notre vieux fauteuil ?



Octobre 2025

L'âge de raison(s)

EW'AG.360°

GUYAMAG KARUMAG MADINMAG

Ce mois-ci, on explore les projets qui construisent demain.

Urbanisme, aménagement, innovation...
Place aux idées audacieuses et durables pour faire des Antilles-Guyane des territoires d'avenir.

VIDÉOS

Les visages de l'innovation, de la santé et de la culture.

Des formats courts, impactants, ancrés dans le réel.
À découvrir sur nos réseaux.



RIMÈD

Le magazine santé revient avec un dossier sur les plantes créoles.

Quelles plantes pour mieux dormir, digérer, déstresser ? On vous guide.
En octobre, place aussi aux témoignages d'Octobre Rose, à l'endométriose, à la beauté et aux rituels bien-être d'antan.

ÉVÉNEMENT

Un mois sous le signe de l'échange et de la réflexion.

Conférences, meetups, projections...
Des formats vivants pour connecter les acteurs, ouvrir le débat et imaginer ensemble des solutions durables.

Vous souhaitez communiquer ?
CONTACTEZ-NOUS

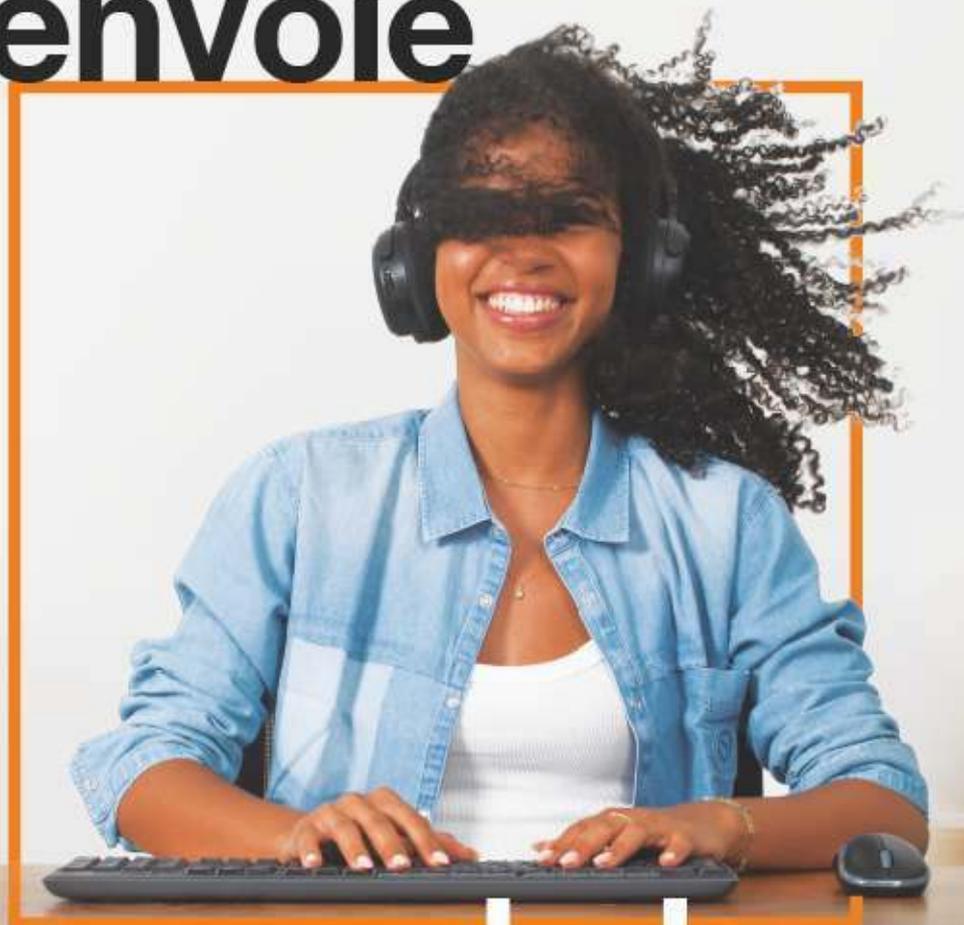
GUYANE
0694 26 55 61

GUADELOUPE / SAINT-MARTIN
0690 37 54 82 / 0690 27 82 22

MARTINIQUE
0696 07 62 64 / 0696 81 60 43



Ça envoie



du lourd !

Livebox Infini Fibre

39,90€*

/mois pendant 6 mois

Profitez d'une connexion **plus rapide et plus stable** à la maison avec la puissance du **Wifi 7** dernière génération.

*Offre avec engagement de 12 mois soumise à conditions valable aux Antilles-Guyane françaises à partir de 21/08/2025, réservée aux particuliers, sous réserve d'éligibilité technique. Détails et conditions sur orangecaraibe.com.

Réduction tarifaire de -25€/mois pendant 6 mois valable, pour toute souscription à une offre Livebox Infini Fibre (hors offres Open), réservée aux nouveaux clients Internet Orange et pour toute migration d'une offre ADSL vers une offre Fibre. Offre Livebox Infini Fibre à 39,90€/mois pendant 6 mois puis 64,90€/mois. 08/25 © Orange - S.A au capital de 10 640 226 396 € - Siège Social : 111, quai du Président Roosevelt 92130 Issy-les-Moulineaux - 380 129 866 RCS Nanterre.

orange™

est là