

## HANDICAP

La sénatrice Annick Pétrus  
présente son rapport

## LOGEMENT SOCIAL

Objectif  
2031

## CARRIÈRE

Laetitia Limmois,  
journaliste

**Thomas  
Sereni**

directeur général de  
Caraïbes Incentive

« ST-MARTIN  
SÉDUIT LES  
ENTREPRISES  
DU MONDE  
ENTIER »

## DOSSIER

### ENTREPRISES

ENQUÊTE SUR LE POTENTIEL  
DES COSMÉTIQUES AUX  
ANTILLES-GUYANE

Découvrez nos  
Offres Rentrée Pro

**-25%\***  
de remise

Sur les forfaits  
No Limits et  
LIFE Pro 20Go



Retrouvez nos offres entreprises sur [digicelbusiness.fr](https://www.digicelbusiness.fr)

## COMMENT NOUS CONTACTER

Pour plus d'informations :

Par mail : [business@digicelgroup.fr](mailto:business@digicelgroup.fr)

Par internet : [www.digicelbusiness.fr](https://www.digicelbusiness.fr)

Par téléphone : 0 809 100 567 Service gratuit  
\* prix appel



DigicelBusiness.fr

\*Offre valable du 1er octobre au 30 novembre 2025 inclus, réservée aux clients professionnels. Remise de 25 % sur le montant de l'abonnement mensuel des forfaits Life Pro 20Go et No Limits avec un engagement de 24 mois, pendant 3 mois. Offre valable uniquement pour l'ouverture d'une nouvelle ligne. Remise non cumulable avec d'autres promotions en cours.

## Course de fond

« Le retard est immense. » Les mots de la sénatrice de St-Martin semblent hésiter entre désolation et appel au sursaut. Il faut dire qu'après plus de 150 auditions et des déplacements en Guadeloupe, à Saint-Martin et à Saint-Barthélemy, le rapport d'information sur la politique du handicap dans les territoires ultramarins décrit une situation « kafkaïenne » pour nos concitoyens en situation de handicap et leur famille. Des délais impossibles, une accessibilité empêchée, des financements sous-évalués... À quelques jours de la 29e Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH)\*, Annick Petrus décrit « une course de fond » à mener sur place et auprès de l'État.

Préparation, endurance et dépassement de soi seront également au menu pour un grand nombre des acteurs réunis dans cette édition. Caraïbes Incentive veut construire une offre de tourisme d'affaires à la hauteur des attentes du marché nord-américain, l'association Femmes Chefs d'Entreprises de Saint-Martin veut autoriser ses membres à rêver de nouveaux possibles, le commandant Kervoëlen s'attelle à dimensionner un Service territorial d'incendie et de secours (STIS) émancipé de la Guadeloupe, les jeunes de L'Atelier décrochent badge après badge la reconnaissance de leurs compétences, et l'ITSEE s'apprête à changer notre regard sur St-Martin à la loupe de nos propres données statistiques...

Autant de courses sur lesquelles la rédaction d'Ewag s'embarque, stylo à la main et appareil photo au poing pour rencontrer ces acteurs, saisir les dynamiques, documenter les épreuves qui se jouent dans la discrétion du quotidien. Autant de récits imprimés et diffusés dans ce magazine trimestriel, pour inviter les uns à prendre part, les autres à s'inspirer, et tous, élus comme citoyens, à fixer des lignes d'arrivée.

Bonne lecture.

\*lundi 17 au dimanche 23 novembre 2025

Mathieu Rached et Floriane Jean-Gilles  
Rédacteurs en chef St-Martin  
Guadeloupe Martinique Guyane

# édito



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

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

**Directeur de publication**  
Laurent Nesty

**Directrice 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**  
Ann Bouard – Virginie Geens – Sarah Balay  
Sandrine Chopot – Laetitia Juraver  
Axelle Dorville – Caroline Babin  
Colette Coursaget

**Secrétaire de rédaction**  
Chantal Bigay

**Photographes**  
Jean-Albert Coopmann – Lou Denim –  
Mathieu Delmer – Raphaël Novella

**Photo couverture**  
Souleyman Titah

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

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

**Guadeloupe**  
Audrey Béal (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)

**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



Raphaël Novella  
Photographe



Souleyman Titah  
Photographe



Sarah Balay  
Journaliste

## La Retraite Generali

# PRÉPAREZ DEMAIN, DÈS AUJOURD'HUI !



[gfacaraibes.fr](http://gfacaraibes.fr)



*Asiré nou la !*

Particulier, professionnel ou chef d'entreprise, GFA Caraïbes vous propose les solutions d'épargne retraite de Generali, adaptées à chaque profil et à chaque ambition. Construisez dès maintenant le confort de demain.



**GFA  
CARAÏBES**

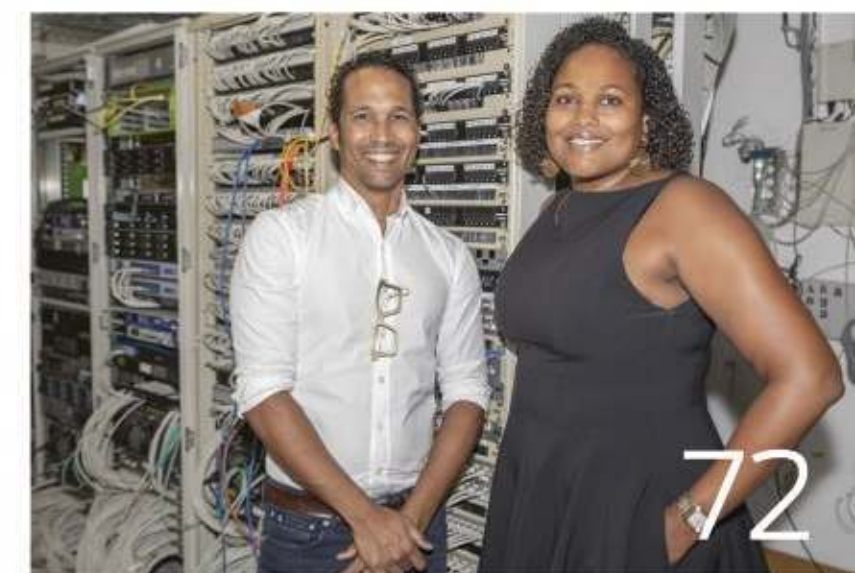
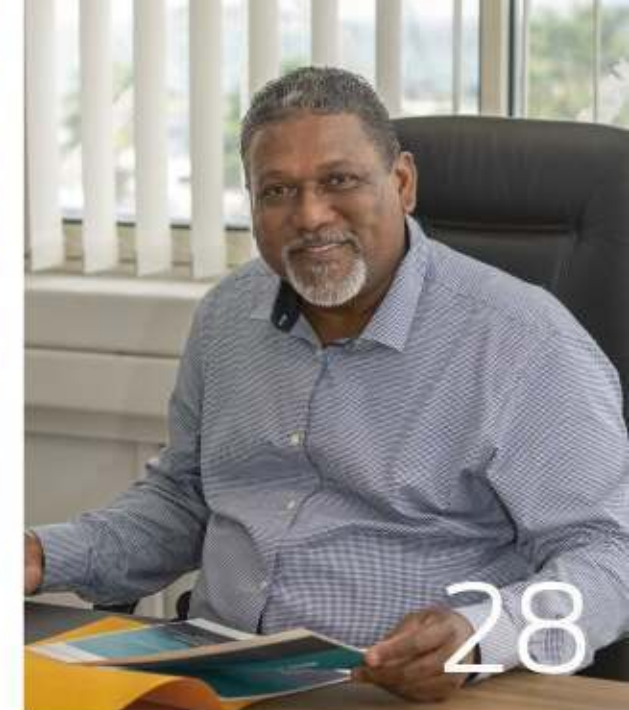
Document non contractuel à caractère publicitaire. Les garanties peuvent donner lieu à exclusions, limitations et franchises. Pour connaître le détail, l'étendue et les conditions de garantie, reportez-vous aux dispositions générales et particulières du contrat. La souscription d'un contrat ou de certaines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

## TERRITOIRES

- 12/ Illettrisme : actions choc dans les territoires
- 14/ Image du mois
- 16/ Brèves
- 18/ « Sur le handicap, nous n'avons plus le droit d'attendre »
- 20/ Zoom sur 2 associations du territoire
- 22/ La première pierre d'une politique ambitieuse
- 24/ SIKOA. 1 800 logements d'ici 2031 !
- 26/ Service territorial d'incendie et de secours. Un STIS pour Saint-Martin une nouvelle ère pour les secours
- 28/ ITSEE. Faire parler les chiffres du territoire !

- 32/ La construction de solutions locales
- 34/ "Que cherchez-vous ?" Quand l'expérience fait compétence
- 36/ Régiment du service militaire adapté. Engagé pour l'insertion !

## ENTREPRISES

- 38/ Carrière d'Ultramarin. Madame la présidente
- 40/ UDE-MEDEF et la Fédération des entreprises d'Outre-mer. « C'est le combat de tous »
- 44/ BTPR. Un partenaire solide dans les îles du nord
- 46/ Orange. La promesse du très haut débit
- 50/ Soremar. « Deux marques parfaites pour la clientèle Saint-Martinoise »

## DOSSIER

- // Antilles-Guyane : nouveau hub de la cosmétique ?
- 52/ Dossier de la rédaction

## EXPERTISE

- 70/ Bonfilon.info. Ça chiffre : l'emploi local en 2025
- 72/ Digicel Business. La connectivité, levier de compétitivité
- 74/ 5 choses à savoir sur le manager toxique

## LIFESTYLE

- 77/ Une journée à Saint-Martin...
- 78/ En balade avec Angèle Dormoy
- 80/ Quarante ans de magie à Cripple Gate
- 81/ Ewag buzz : ce qu'il ne fallait pas louper

sommaire

# MAGIQUE CARAÏBE

Luxe, calme, volupté... Saint-Martin, joyau mi-français, mi-néerlandais, est une destination très prisée des Américains, Canadiens, Européens. Tombé sous son charme, Thomas Sereni, cofondateur et directeur général de l'agence **Caraïbes Incentive**, basée à Saint-Martin et Sint Maarten, a fait le choix de faire rayonner cette destination en développant le tourisme d'affaires et de luxe.

Texte Sandrine Chopot – Photo Souleyman Titah

## Du sport professionnel au tourisme d'affaires

Titulaire d'un master en Management obtenu à SKEMA Business School de Nice en 2004, Thomas Sereni a travaillé pendant vingt ans dans l'univers du sponsoring sportif et l'événementiel, où il a occupé des fonctions stratégiques dans le football professionnel. « J'ai joué gardien de but au niveau régional, ce qui m'a donné l'envie de joindre ma passion pour ce sport et mon travail. J'ai collaboré avec plusieurs clubs professionnels de football de Ligue 1 et de Ligue 2 et pour la ligue guadeloupéenne de football, ce qui explique mon premier lien avec les Antilles », précise-t-il. 2024 marque la fin de cette première vie professionnelle.

## Corse et Guadeloupe, fusion parfaite

La nouvelle aventure commence en Corse, dont il est originaire. Sur l'île de Beauté, l'agence Corse Incentive, créée par des amis, est reconnue comme leader du Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions (MICE), organisant des événements sur mesure pour des entreprises en quête d'authenticité et de dépaysement. L'idée fait son chemin... « Avec mon épouse et mon associée Karine Creve-Cœur, nous nous sommes dit pourquoi ne pas développer le concept en Guadeloupe qui offre aux entreprises les mêmes atouts que ceux de la Corse », évoque-t-il. Début 2025, Thomas Sereni raccroche les crampons et mobilise toute son énergie sur le déploiement du projet. En mars 2025, un pont entre les îles reliant la Corse et les Caraïbes voit le jour, c'est la naissance officielle de Caraïbes Incentive, avec l'ouverture simultanée de l'agence en Guadeloupe et à Saint-Martin.

## Saint-Martin : coup de cœur

Lors d'un déplacement au salon SMART, un des plus grands forums entre professionnels du tourisme dans la Caraïbe, Thomas Sereni tombe sous le charme de Saint-Martin. Comme il le souligne, « un vrai exemple du vivre ensemble. Sur un territoire de 90 km<sup>2</sup>, cohabitent deux pays où 120 nationalités réussissent à vivre en harmonie ». En août 2025, le projet s'accélère avec l'installation de la famille à Saint-Martin. « Nous avons reçu un accueil très chaleureux des Saint-Martinois. Nous avons fait le choix stratégique de travailler uniquement avec des prestataires locaux et partenaires privés qui ont une très bonne connaissance des territoires où nous sommes présents. Nous avons également réussi à nouer un partenariat solide avec l'office de tourisme de Saint-Martin, ce qui renforce notre expertise locale, dont nous tenons à saluer la collaboration efficace », poursuit-il.

## Faire rayonner les Caraïbes

Caraïbes Incentive est une agence de voyages réceptive spécialisée dans le tourisme d'affaires d'exception. Elle accompagne des entreprises américaines, canadiennes, européennes et antillaises, dans l'organisation de leurs séminaires, congrès, conventions, team buildings, dans les Caraïbes, avec deux destinations de prédilection la Guadeloupe, Saint-Martin/Sint Maarten. Expertise, passion, énergie, adrénaline, accompagnent chaque événement. « Nous proposons à notre clientèle des packages personnalisés, all inclusive (vol, transfert, hébergement, activités terrestres, marines, soirée festive) leur assurant ainsi une expérience authentique, mémorable, fluide et sans contraintes », ajoute-t-il.

« Saint-Martin est un petit bijou qui dispose d'un fort potentiel en matière de tourisme de luxe »



### Tourisme de luxe

Saint-Martin est un petit bijou qui dispose d'un fort potentiel en matière de tourisme de luxe. En juin 2025, une deuxième marque voit le jour : Caribbean Luxury Vacations, spécialisée dans le tourisme de luxe à destination des particuliers, au travers d'un web site dédié. Le projet évolue en septembre, avec la création, en complément, de leur agence de voyages physique, implantée au cœur de Marigot. « Jusqu'à présent, la destination Saint-Martin est vendue depuis le Canada, les États-Unis, la France mais aucune destination n'est proposée à partir de Saint-Martin qui est pourtant un hub touristique caribéen. Aussi, nous avons fait le choix d'ouvrir une agence physique à Saint-Martin qui propose un panel de destinations dans le monde, ce qui nous permet d'assurer une proximité avec nos clients internationaux et de développer notre activité auprès de la clientèle locale », souligne-t-il.

### Des expériences exclusives

Sur le marché européen et canadien, Caribbean Luxury Vacations, travaille en direct avec des particuliers qui par le biais du site internet, aspirent à des vacances clés en main sur Saint-Barth ou Saint-Martin. Contrairement aux États-Unis, où l'agence traite uniquement avec des planners chargés d'organiser des vacances pour des familles basées à New York et en Floride par exemple, ou encore pour des célébrités américaines. Et d'ajouter, « les demandes portent, par exemple, sur la location de villas de luxe avec tous les services intégrés, la gestion des transferts privés, la location de catamarans de luxe ou de yachts intégrant tous les services requis à bord, l'organisation d'excursions privées. Les exigences sont très élevées et drastiques en matière de sécurité et de confidentialité ».

### Ouvrir les destinations

Pour l'heure, Karine et Thomas ambitionnent d'ouvrir de nouvelles destinations sur les Caraïbes, comme Sainte-Lucie, Barbade, la Dominique, Grenade, la République dominicaine. La Martinique est ouverte depuis peu avec la société Majorine, un partenaire exclusif dédié sur place. « Nous accordons une importance capitale à bien maîtriser les destinations que nous proposons avant de les ouvrir, à avoir les bons relais sur place, pour ensuite pouvoir les proposer à notre clientèle. Sans pour autant perdre de vue de continuer à être un acteur du tourisme engagé et responsable, créateur de richesses pour les Caraïbes, à la fois sur le plan économique et social ! », conclut Thomas Sereni.



## Caraïbes Incentive Travel décroche le graal !

Acteur de référence aussi bien dans le tourisme que dans le tourisme d'affaires, Selectour est le premier réseau d'agences de voyages indépendantes en France. Caraïbes Incentive Travel vient tout juste d'obtenir son agrément. « Cette reconnaissance est un gage de confiance qui vient renforcer notre crédibilité sur les Caraïbes. Ce partenariat va nous permettre de proposer des solutions clés en mains en termes d'organisation de voyages partout dans le monde au départ de Saint-Martin et à des prix très compétitifs. C'est aussi garantir à nos clients un package d'assurances apportées par Selectour. Nous sommes très fiers de cet agrément, fruit d'un long travail de concertation et de négociation ! »

« Expertise,  
passion, énergie,  
adrénaline,  
accompagnent  
chaque  
événement »



Caraïbes Incentive / Caribbean Luxury Vacations  
Rue du Général de Gaulle  
Saint-Martin

09 70 70 87 81  
www.caraibes-incentive.com  
www.caraibes-incentive.com/  
luxury-vacations/



## Prendre des vacances n'a jamais été aussi simple.

À LA RECHERCHE D'UNE SOLUTION CLÉS EN MAIN POUR  
ORGANISER VOS PLUS BELLES VACANCES DANS LES CARAÏBES ?

AVEC **CARAÏBES LUXURY VACATION**,  
VOS RÊVES DE VOYAGE SONT À PORTÉE DE MAINS.

VOUS HABITEZ À ST-MARTIN / SINT MAARTEN ?  
BÉNÉFICIEZ DE REMISES PRÉFÉRENTIELLES SUR UNE SÉLECTION DE SÉJOUR  
ET DE FACILITÉ DE PAIEMENTS.

### POUR PLUS D'INFORMATIONS :

SITE : [CARAIBES-INCENTIVE/LUXURY-VACATIONS](http://CARAIBES-INCENTIVE/LUXURY-VACATIONS)  
MAIL : [INFOS@CARAIBES-INCENTIVE.COM](mailto:INFOS@CARAIBES-INCENTIVE.COM)  
TÉLÉPHONE : +590 590 87 07 29

SUIVEZ-NOUS



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

# FORÊT VIERGE



Roroima.

Organisée dans le cadre de la saison Brésil-France 2025, l'exposition **AMAZÔNIA. CRÉATIONS ET FUTURS AUTOCHTONES** vient de s'ouvrir à Paris, au musée du quai Branly Jacques Chirac. Elle prend le parti de présenter cette région, qui apparaît encore aux yeux des Européens comme un lieu plein de mystères, à partir des points de vue de ses premiers habitants, les peuples autochtones. Parmi la riche collection de photos, peintures, objets d'art et d'artisanat, on retrouve un travail de Denilson Baniwa qui procède en collant des images issues de la culture « pop » sur les photographies faites par les premiers anthropologues ayant sillonné l'Amazonie. En questionnant ainsi le rôle des images, des collectes ethnographiques et du savoir anthropologique dans la construction des stéréotypes, il laisse planer un parfum de science-fiction sur une rencontre entre des peuples, aussi absurde que violente.

**AMAZÔNIA. CRÉATIONS ET FUTURS AUTOCHTONES**  
30 septembre 2025 – 18 janvier 2026  
Musée du quai Branly Jacques Chirac

Denilson Baniwa, *Contatos Imediatos de Terceiro Grau (Série des chasseurs coloniales)*, 2021, Collage numérique  
Collection de l'artiste  
© Denilson Baniwa

## 5<sup>E</sup> ÉDITION DU FESTIVAL DE LA GASTRONOMIE

Le rendez-vous culinaire de la destination revient du 11 au 22 novembre, sous le parrainage du chef étoilé, Laurent Huguet. Le festival de la gastronomie de Saint-Martin mettra à l'honneur cette année le fruit de la passion, décliné de mille et une manières lors des ateliers de cuisine, dans les menus spéciaux des restaurants de l'île, au village de la gastronomie et même dans l'incontournable concours de BBQ !



## Une eau de meilleure qualité

Une convention de subvention de 350 000 € a été signée par Raphaël Sanchez-Orozco, président de l'EEASM et Gilles Chausse, directeur de l'Agence française de développement (AFD) en Guadeloupe, en présence du secrétaire général de Préfecture, Fabrice Thibier, représentant le préfet de Saint-Barthélemy et de Saint-Martin. Ce soutien permettra d'accompagner rapidement l'EEASM dans la conduite d'opérations visant à améliorer les services d'eau et d'assainissement sur le territoire et surtout la qualité de celle-ci. À terme, c'est une nouvelle usine de production qui verra le jour en 2029.



## Saint-Martin, un écran télévisuel

Trois épisodes des Mystères de l'Amour, série dérivée de l'iconique sitcom des années 90 « Hélène et les Garçons », seront tournés entre fin novembre et début décembre dans les lieux emblématiques de la partie française de l'île. Un casting XXL a été organisé localement par Kaktus Production, pour recruter les figurants, mais aussi quelques silhouettes et petits rôles qui donneront la réplique à Hélène, Cricri et les autres.



## 14 000 TONNES...

C'est la quantité de sargasses ramassées entre janvier et août sur les plages de Saint-Martin. Une année record pour les algues brunes. Pour rendre la collecte plus aisée, et limiter les nuisances subies par les riverains, la Collectivité de Saint-Martin projette la pose de filets déviants en juin 2026, juste avant le pic de la saison : trois sections en cascade devraient détourner environ 90 % des arrivages à Cul-de-Sac, tandis qu'un filet unique protégera la population de Quartier d'Orléans des émanations d'algues en décomposition.

## Premiers radars

Ils ont fait leur apparition sur le bord des routes saint-martinoises à la rentrée : les cinq premiers radars saint-martinois ! Pas encore répressifs, ils sont destinés à sensibiliser les usagers de la route au respect de la vitesse. Pour obtenir un sourire, il faut juste rouler à la bonne vitesse !



## CONTRE VENTS ET MARÉES

Jean-Seb Lavocat a laissé un grand vide, mais le Saint-Martin Surf Club lui survivra avec à la barre ses filles et leur maman. Une nouvelle qui ravit tous les surfeurs en herbe de l'île, qui espèrent ainsi suivre les traces de leurs aînés, aujourd'hui sur le circuit international et qui ont pris leur première vague, un jour, ici, sur le spot du Galion.



## Lifting coloré

Le plateau sportif de Sandy Ground, tout juste réhabilité, s'est offert une fresque géante dans le plus pur esprit Street-art. Une véritable œuvre d'art collective, qui rend hommage aux sports, de la boxe au basket, mais aussi aux paysages de l'île. C'est plein de couleurs et d'optimisme !

## MALAÏKA BELL MAXWELL, UNE NOUVELLE VOIE

Après avoir fait ses armes dans les différentes institutions du territoire et trois années passées au service des élus au sein du cabinet du président de la Collectivité, Malaïka Bell Maxwell est la nouvelle directrice du Conseil économique, social et culturel de Saint-Martin (CESC). Un nouveau challenge qu'elle a débuté fin septembre.



## INVINCIBLE !

Pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, Amélie Thiant a été sacrée championne de France de Beach Tennis avec sa partenaire Jade Guindé. La jeune joueuse du Friendly Caribbean Beach Tennis poursuit son ascension, et dans la foulée, a décroché le bronze, à Héraklion en Grèce lors des Championnats d'Europe juniors.



Interview

# « SUR LE HANDICAP, NOUS N'AVONS PLUS LE DROIT D'ATTENDRE »

En juillet, la ministre déléguée chargée du Handicap, Charlotte Parmentier-Lecocq, recevait le rapport d'information sur la politique du handicap dans les territoires ultramarins, rédigé après des mois d'enquête sur le terrain, par Audrey Bélim, sénatrice de La Réunion, Akli Mellouli, sénateur du Val-de-Marne et Annick Pétrus, sénatrice de Saint-Martin. En août, cette dernière le remettait symboliquement aux associations du territoire, car elle entend bien qu'il soit suivi d'effets.

Texte Ann Bouard — Photo Raphaël Novella



La sénatrice Annick Pétrus à Saint-Martin, en septembre 2025

**Pourquoi avoir accepté de porter ce rapport sur le handicap dans les outre-mer ?**

Annick Pétrus : Parce que c'est une urgence absolue. Dans nos territoires, la part des personnes en situation de handicap est encore plus importante que dans l'Hexagone, mais elles se heurtent à mille fois plus d'obstacles. Nous avons rencontré des familles épuisées, des associations qui se battent avec des moyens dérisoires, et des personnes qui vivent dans une maltraitance administrative permanente. Fermer les yeux aurait été irresponsable.

**Vous parlez de maltraitance administrative. De quoi s'agit-il ?**

Aujourd'hui, une personne qui dépose un dossier pour faire reconnaître son handicap attend entre onze mois et... deux ans et demi. La loi fixe un délai maximum de quatre mois ! Lorsque la reconnaissance est enfin obtenue, il faut tout recommencer deux ans plus tard : prouver que vous êtes toujours amputé, ou que vos facultés intellectuelles ne se sont pas miraculeusement rétablies. C'est humiliant, c'est indigne et profondément injuste.

**Comment expliquer de tels délais à Saint-Martin ?**

Le processus est kafkaïen. La commission locale examine une vingtaine de dossiers tous les deux mois. Le dossier est ensuite copié, transmis à la CAF locale, qui l'adresse à la CAF de Guadeloupe. Puis il faut attendre cinq ou six mois avant que la Collectivité notifie la décision. Tout se fait manuellement, faute de logiciel adapté. Conséquence : des vies mises entre parenthèses. Certaines personnes se retrouvent sans revenu pendant plus d'un an.

Nous demandons une réduction drastique des délais et une simplification des procédures. C'est la première étape. Mais, il faut aller beaucoup plus loin : mettre en place un vrai suivi administratif, automatiser certaines décisions, et surtout redonner de la dignité aux personnes.

**Au-delà de l'administration, qu'en est-il du quotidien des personnes en situation de handicap ?**

Le retard est immense. L'accessibilité reste un mirage : absence de transports adaptés, trottoirs impraticables, logements inaccessibles, places réservées occupées sans sanction... À cela s'ajoute un manque criant de professionnels médico-sociaux, comme les orthophonistes, psychologues ou psychomotriciens. L'école inclusive progresse, mais les places en IME\* sont trop rares et pour les adultes, il n'existe pratiquement aucune solution après la scolarité. Pourtant, certaines initiatives locales sont prometteuses. L'expérimentation de MAS\*\* hors les murs montre la voie d'un modèle plus souple et adapté.

**Le sport, l'emploi... les défis sont aussi là ?**

Oui, absolument. Comment parler d'intégration quand les structures ne sont pas accessibles ? Côté emploi, beaucoup d'entreprises préfèrent payer l'amende plutôt que de recruter une personne en situation de handicap. C'est dramatique, car l'emploi, c'est l'autonomie, la dignité et l'inclusion réelle.

**Le rapport comporte 16 recommandations. Pensez-vous qu'elles seront suivies d'effet ?**

Je veux être optimiste. Certaines avancées pourraient voir le jour avant la fin de l'année. Mais soyons lucides, c'est une course de fond. Il faudra changer les mentalités, mettre des moyens, et surtout écouter les premiers concernés.

Je tiens à dire à la population de Saint-Martin que je ne laisserai pas ce rapport dormir dans un tiroir. Nous avons été entendus par la ministre, mais c'est aussi à nous, sur le terrain, de faire bouger les choses. Les personnes en situation de handicap n'ont pas besoin de pitié, elles ont besoin de respect, d'accès concrets à leurs droits et d'une reconnaissance pleine et entière. Enfin, la question du financement est essentielle. La majoration forfaitaire de 20 % appliquée par la CNSA pour la vie chère ne reflète pas la réalité des surcoûts dans chaque territoire. Les frais liés au transport ou au logement sont largement sous-évalués, car les barèmes datent encore de 2005. C'est un combat de société, et il doit être collectif. Ensemble, collectivités, État, associations et familles, nous devons faire en sorte que le handicap cesse enfin d'être une double peine dans nos outre-mer.

\*Instituts Médico-Éducatifs

\*\*les maisons d'accueil spécialisées (MAS) accueillent des adultes en situation de handicap lourd



Remise du rapport sénatorial sur le handicap outre-mer co-écrit par Annick Pétrus à Fatima Boukhari, présidente de l'association Axes et Cibles Pour Tous

# ZOOM SUR 2 ASSOCIATIONS DU TERRITOIRE

Texte - Photos Virginie Geens et Ann Bouard

## LES AXES ET CIBLES POUR TOUS

### LA PERSÉVÉRANCE AU SERVICE DU HANDICAP

À Saint-Martin, la cause du handicap a trouvé en Fatima Boukhari une porte-voix infatigable. Présidente de l'association Les Axes et Cibles pour Tous, elle milite depuis plus de dix ans pour que les personnes en situation de handicap accèdent enfin à leurs droits dans des conditions dignes.



Fatima Boukhari, présidente de l'association Les Axes et Cibles

Victime de la poliomyélite dès l'enfance, puis d'une triple fracture en 2007, Fatima a fait de sa propre expérience un moteur : « Quand je suis arrivée à Saint-Martin il y a dix-sept ans, j'ai très vite constaté les difficultés d'accès aux droits. Tout était concentré à Concordia, les démarches étaient un véritable parcours du combattant ». Son engagement commence en 2012, lorsqu'elle accompagne bénévolement des personnes en situation de handicap dans leurs démarches administratives. Une rencontre décisive avec Raymond Helligar, premier taxi agréé pour le transport de personnes à mobilité réduite, donne naissance à une idée : créer une structure dédiée. Ensemble, ils déposent les statuts de l'association en mai 2016. « Raymond a été mon mentor, celui qui m'a ouvert les portes et m'a appris à défendre les dossiers les plus complexes. » À son décès en 2021, Fatima reprend le flambeau avec la même détermination : « J'ai mis six mois à retrouver la force, mais c'était une évidence : il fallait continuer pour tous ceux qui comptaient sur nous. »

## DES RÉALITÉS ENCORE TROP INVISIBLES

Aujourd'hui, Les Axes et Cibles pour Tous compte une cinquantaine d'adhérents actifs, trois cents depuis sa création, et intervient à domicile pour aider les usagers dans leurs démarches. Les besoins ne cessent d'augmenter, les moyens manquent et les obstacles sont nombreux. Pourtant, l'association incarne cette chaîne de solidarité invisible qui pallie les lenteurs institutionnelles.

Le 22 août 2025, la sénatrice Annick Pétrus lui remettait en main propre le rapport sénatorial sur le handicap outre-mer, fruit de neuf mois d'auditions. Une reconnaissance symbolique pour l'association, entendue parmi d'autres acteurs ultramarins. Le constat est sans appel : accessibilité insuffisante, transports quasi inexistants, logements inadaptés, procédures trop longues. « Les personnes handicapées doivent pouvoir travailler, se loger, se déplacer. Ce n'est pas une faveur, c'est un droit. » Pour Fatima Boukhari, l'enjeu dépasse le plaidoyer : il s'agit de changer la vie des gens.

[lacpt.sxm@gmail.com](mailto:lacpt.sxm@gmail.com)

## HANDYNAMIQUE

### QUAND LE SPORT TISSE DES LIENS ET CHANGE LES REGARDS

À Saint-Martin, l'association Handynamique s'est donnée pour mission de favoriser la rencontre entre enfants valides et enfants en situation de handicap, à travers le sport et les loisirs. Objectif : créer du lien, développer la tolérance et gommer les différences. Née en 2022 d'une discussion entre amis passionnés de sport, Handynamique s'appuie sur une idée simple : faire de chaque activité une expérience de partage. « Il faut que ce soit inclusif, que les enfants vivent des moments ensemble », résume Aurélie Soucy, présidente de l'association. Une philosophie qui se traduit concrètement tout au long de l'année par des événements aussi joyeux que fédérateurs.

## TROIS TEMPS FORTS PAR AN

Le Handysport, en mars, à la Halle Vanterpool, ouvre la saison avec des disciplines terrestres – basket, boxe, athlétisme ou encore futsal. En mai, le Handysplash, organisé en clôture du festival Arts, Langues et Culture, initie les jeunes aux plaisirs de l'eau. Et à l'automne, un troisième rendez-vous complète le calendrier. Ces journées sont aussi l'occasion pour les parents de participer ou, au contraire, de souffler un peu pendant que leurs enfants s'amusent. En trois ans, une cinquantaine d'enfants, orientés par le SESSAD, le CMP ou les dispositifs ULIS, ont pris part aux activités. Des bus desservent Sandy Ground, Quartier d'Orléans et Concordia afin que chacun puisse en profiter.

## LA PHILOSOPHIE DU PARTAGE

Mais au-delà de la découverte, l'ambition est d'aller plus loin : proposer des rendez-vous plus réguliers, des stages de vacances, et encourager l'intégration des enfants dans les clubs existants. Lors de la venue de la sénatrice, le constat a été clair : l'offre pour les jeunes après



Aurélien Soucy, présidente de l'association Handynamique, encadrée par Evelyne Fleming, adjointe au vice-recteur et Virginie Carlen, secrétaire générale du Comité Territorial Olympique de Saint-Barthélemy et Saint-Martin.

16 ans reste quasi inexistante. Handynamique souhaite aujourd'hui fédérer les acteurs locaux, mutualiser les forces et, pourquoi pas, participer à la création d'une Maison du Handicap. Derrière l'énergie d'Aurélien Soucy, c'est toute une équipe qui œuvre à améliorer les choses : Gilles Petit, vice-président, Alexina Paya, secrétaire et Claude Di Marco, trésorier, sans compter tous les bénévoles. Ensemble, ils défendent une même conviction : le sport est un formidable vecteur d'inclusion et d'humanité.

[handynamiquesxm@gmail.com](mailto:handynamiquesxm@gmail.com)

Logement

# LA PREMIÈRE PIERRE D'UNE POLITIQUE AMBITIEUSE

La pose symbolique de la première pierre de la résidence Isabella à Friar's Bay en septembre a marqué un tournant pour Saint-Martin. Derrière ce geste, c'est toute une stratégie qui se dessine : d'ici 2031, la Collectivité ambitionne de produire ou réhabiliter 1 800 logements, dont 810 logements sociaux. Une réponse attendue depuis longtemps à l'un des défis majeurs du territoire : l'habitat.

Texte et photo Ann Bouard



Pose de la première pierre de la résidence Isabella à Friar's Bay, en présence du président Louis Mussington et du secrétaire général de la préfecture, Fabrice Thibier

Dans l'ensemble des outre-mer, plus de 100 000 logements sont considérés comme indignes, soit 12 % du parc total. À Saint-Martin, la Collectivité entend inverser

la tendance grâce à une série de dispositifs structurants. Adopté en 2024, le Programme local de l'habitat (2025-2030) fixe cinq priorités : renforcer l'attractivité

résidentielle, diversifier l'offre, réhabiliter l'existant, optimiser la gestion foncière et coordonner les acteurs. Pour donner corps à ces objectifs, des conventions ont été

«Saint-Martin s'attaque  
à l'un de ses défis les plus urgents :  
offrir des logements dignes  
et accessibles à ses habitants»

signées avec l'Agence nationale de l'habitat et l'État, pour financer la réhabilitation des logements privés et soutenir les propriétaires modestes, avec Action Logement, pour accompagner la construction sociale, sécuriser l'accès à la location via la garantie Visale, et aider les ménages à se reloger ou accéder à la propriété. Depuis 2023, un Pôle territorial de lutte contre l'habitat indigne (PTLHI) réunit Collectivité, préfecture, CAF, DEAL et partenaires pour mieux repérer et traiter les situations critiques. Enfin, lors du conseil territorial d'août dernier, trois mesures clés ont été adoptées : un règlement définissant l'attribution des aides publiques, l'octroi d'une subvention à SIKOA pour la réhabilitation de 14 logements sociaux à Friar's Bay, et une garantie d'emprunt auprès de la Caisse des dépôts pour accélérer le démarrage des chantiers.

## Résidence Isabella : un premier chantier emblématique

Symbole de cette politique volontariste, la résidence Isabella sort de terre à Friar's Bay. Le projet consiste à transformer une villa à l'abandon en 14 logements modernes, réservés aux salariés. Dix-huit mois de travaux seront nécessaires pour métamorphoser le bâtiment, condamner l'ancienne piscine et aménager des appartements du T2 au T4, équipés de chauffe-eau solaires et conformes aux normes environnementales. Les loyers seront 30 % inférieurs à ceux du privé, un soulagement pour de nombreux actifs.

Le chantier illustre aussi la volonté de mobiliser un large partenariat financier : 500 000 € sur des fonds

propres de SIKOA ; 576 975 € de subvention de la Collectivité ; 1,2 M€ d'Action Logement ; 1,7 M€ de la Caisse des dépôts, avec, en soutien, une garantie d'emprunt de la Collectivité.

## Perspectives : Marigot, Chevrise et au-delà

La résidence Isabella n'est qu'un début. À l'horizon 2028, SIKOA prévoit de réhabiliter ou de construire 110 logements supplémentaires, en faisant appel en priorité aux entreprises locales, déjà mobilisées sur le chantier de Friar's Bay. Deux projets sont déjà dans les cartons : 14 logements au cœur de Marigot et 159 logements à Chevrise, dont 111 sociaux, pour un montant estimé à 28 M€. Plus largement, la Collectivité prévoit 1 000 logements supplémentaires d'ici 2031, alors que les demandes en attente avoisinent aujourd'hui les 3 000.

## Une réponse concrète à un défi social

Au-delà des chiffres, le président Louis Mussington insiste sur la dimension sociale du projet : « Le logement est un droit fondamental et un facteur de stabilité pour nos familles. Avec Isabella, nous ouvrons une nouvelle page qui doit répondre aux attentes pressantes de la population. »

La route est longue, mais la dynamique est enclenchée. Avec ses conventions, son programme local de l'habitat et ses premiers chantiers, Saint-Martin s'attaque enfin à l'un de ses défis les plus urgents : offrir des logements dignes et accessibles à ses habitants.

## MARIGOT

## Revitalisation urbaine

Trois sites emblématiques du centre de Marigot, vont bientôt changer de visage. Actuellement occupés par des bâtiments vétustes, ils feront l'objet d'une opération de requalification visant à renforcer l'attractivité de la ville, en alliant respect du patrimoine et modernité.

**Rue Maurasse**, le projet, actuellement à l'étude, consistera à rénover un bâtiment ou à construire un, un immeuble neuf de type R + 2 + Combles, intégrant des logements traversants, un commerce et des espaces de stationnement.

**Au 11 rue de la Liberté**, un bâtiment sans valeur patrimoniale sera démolé au profit d'une construction contemporaine, offrant six logements ainsi qu'un local commercial en angle de rue, conçu dans une architecture créole revisitée.

Enfin, **au 13 rue de la Liberté**, une maison créole dégradée de 631 m<sup>2</sup> sera restaurée. Une nouvelle construction en fond de parcelle viendra compléter l'ensemble, avec commerces en rez-de-chaussée et dix logements modernes, tout en valorisant l'architecture traditionnelle. Au total, ce sont 20 logements et 20 places de stationnement qui verront le jour, contribuant à la redynamisation urbaine de Marigot, à la fois tournée vers son histoire et résolument ouverte sur l'avenir.

Urbanisme

# 1 800 LOGEMENTS D'ICI 2031 !

Acteur central de l'aménagement du territoire en Guadeloupe, **Sikoa**, pôle immobilier d'Action Logement groupe, a pour ambition d'accélérer la production et la rénovation de logements sociaux et abordables sur Saint-Martin à l'horizon 2031. Explications avec son président, Thierry Romanos.

Texte Sandrine Chopot - Photo Sikoa

**L'ouragan Irma a causé des dégâts catastrophiques sur l'île de Saint-Martin. Quelle est la situation du logement aujourd'hui ?**

La question du logement, est devenue une préoccupation majeure pour la collectivité au point de la qualifier de « bombe sociale ». L'ouragan Irma en 2017 a détruit 1 700 logements avec aujourd'hui un besoin urgent estimé à 3 000 logements. Saint-Martin subit une pression immobilière importante avec une densité d'occupation six fois plus élevée que la moyenne nationale. Par ailleurs, le coût du foncier pour l'achat ou la location d'un logement est devenu prohibitif et les offres abordables sont insuffisantes face à une demande en croissance constante. Aussi, depuis fin 2024, la collectivité de Saint-Martin a pour la première fois approuvé son Programme Local de l'Habitat (PLH) sur l'île. Ce dernier prévoit d'accélérer la production de logements sociaux, durables et abordables avec un objectif de 1 800 logements sur la période 2025 à 2031, tous bailleurs confondus. De son côté, sur la période 2025-2028, Sikoa prévoit la construction de 110 logements pour un investissement à hauteur de 28 millions d'euros.

**Le 13 février dernier, Action Logement a signé une convention tripartite avec l'État et la collectivité de**

**Saint-Martin. Une avancée majeure en matière de logements et d'habitats pour l'île ?**

Ce partenariat va permettre de faciliter l'intervention du groupe paritaire Action Logement sur le territoire, d'impulser une nouvelle dynamique en proposant des solutions adaptées aux besoins des Saint-Martinois et en participant au développement économique du territoire. Cette signature a permis de débloquent des fonds, notamment à travers la PEEC\*, la participation des entreprises à l'effort de construction, ce qui permet maintenant d'envisager de nombreuses opérations. Cette convention s'articule autour de trois enjeux prioritaires : le développement de logements sociaux durables et abordables ; la facilitation de l'accès au parc locatif privé à travers la garantie Visale pour sécuriser les bailleurs, accompagner les salariés et faciliter le parcours résidentiel ; l'accession à la propriété pour les ménages modestes grâce au prêt accession d'Action Logement.

**Quid de la réhabilitation et de la rénovation du parc existant ?**

L'objectif de cette convention est aussi de renforcer la réhabilitation et la rénovation du parc existant en luttant activement contre l'habitat indigne. Il s'agit en priorité de revitaliser le centre-ville de Marigot et les quartiers prioritaires, en engageant des actions

« Sur la période 2025-2028, Sikoa prévoit la construction de 110 logements pour un investissement à hauteur de 28 millions d'euros »



Thierry Romanos, président de Sikoa, filiale du groupe Action Logement national

ambitieuses à Sandy Ground, quartier d'Orléans et Marigot Saint James mais aussi en intervenant sur des opérations structurantes comme Friar's Bay ou Galisbay, en soutenant la mixité sociale et l'activité économique.

**La résidence Isabella est l'exemple concret de cet engagement pour la rénovation ?**

Le 4 septembre dernier, une première pierre, symbole d'engagement entre la collectivité de Saint-Martin, l'État, le comité territorial d'Action Logement présidé par Jacques Fayel, et Sikoa que j'ai l'honneur de présider, a été posée. Situé à Friar's Bay, un quartier en développement, il s'agit de transformer un bâti existant abandonné en une nouvelle offre de 14 logements intermédiaires, allant du T2 au T4, dédiée aux salariés saint-martinois. Dans ce projet, une subvention de près de 600 000 € a été octroyée à Sikoa, par la collectivité de Saint-Martin, accompagnée d'une garantie du prêt par la CDC.

Isabella, c'est tout à la fois, une opération de réhabilitation, de rénovation, de construction !

## Des bureaux à Saint-Martin

Avec environ 80 millions d'euros d'investissements par an, Sikoa, filiale du groupe national Action Logement, œuvre pour loger des familles guadeloupéennes depuis plus de 55 ans. « Nous avons le projet d'ouvrir un bureau à Saint-Martin pour accompagner au plus près la collectivité dans sa politique locale de l'habitat, identifier des fonciers disponibles et produire des solutions nouvelles pour les salariés saint-martinois. L'ADN d'Action Logement est aussi de faciliter l'accès au logement afin de favoriser l'emploi », précise Thierry Romanos.

\*Participation des Employeurs à l'Effort de Construction.

Inauguration

# UN STIS POUR SAINT-MARTIN UNE NOUVELLE ÈRE POUR LES SECOURS

Depuis le 1er septembre, le **Service territorial d'incendie et de secours (STIS)** de Saint-Martin a pris officiellement son indépendance vis-à-vis du SDIS de Guadeloupe. À sa tête, le commandant Kervoëlen, nouveau directeur, mène un chantier d'envergure : bâtir une structure locale, adaptée à la taille et aux besoins du territoire.

Texte et photo Ann Bouard

Jusqu'à présent, les pompiers de Saint-Martin dépendaient du SDIS de Guadeloupe. Désormais, le STIS devient un établissement à part entière, placé sous la double tutelle du préfet, pour la partie opérationnelle, et du président du conseil territorial, pour la gestion administrative. « Mon rôle, explique le commandant Kervoëlen, c'est de transformer le STIS en un véritable service territorial, avec la même rigueur qu'un SDIS, mais à l'échelle de Saint-Martin. » Cette autonomie permet une gestion plus directe des effectifs, du matériel et du budget, ainsi qu'une meilleure réactivité dans les décisions locales. Le STIS compte aujourd'hui 30 pompiers professionnels, un effectif appelé à doubler avec la création d'un centre d'appel 18 et d'un état-major complet. Le volontariat constitue l'autre pilier du dispositif : « On ne peut pas fonctionner sans eux. Le modèle français repose sur environ 80 % de volontaires », rappelle le directeur, qui envisage la création d'une section de jeunes sapeurs-pompiers pour susciter des vocations locales. L'objectif est de stabiliser le potentiel opérationnel journalier autour de dix à douze pompiers disponibles chaque jour, contre huit actuellement.

## Des moyens à adapter aux réalités du terrain

Si les équipements sont récents, leur adaptation au climat et aux routes de Saint-Martin reste un défi. Les ambulances (VSAV), achetées en 2021 via la Guadeloupe, connaissent des pannes répétées. Or, ces véhicules représentent 80 % des interventions, essentiellement des secours aux personnes. Le commandant souhaite donc

« Le modèle français repose sur environ 80 % de volontaires »

Commandant Yannik Kervoëlen, directeur du STIS de Saint-Martin

prioriser le renouvellement et la maintenance des VSAV dans le budget 2026, avant de s'attaquer au reste du parc – fourgons, véhicules de secours routier, camions incendie. Le financement du STIS repose à 100 % sur la Collectivité de Saint-Martin, qui cumule les compétences communales, départementales et régionales. Contrairement à la métropole, où les SDIS sont cofinancés, le modèle saint-martinois demande un effort budgétaire important, mais il garantit un service taillé sur mesure pour le territoire. La Guadeloupe conserve pour l'instant un rôle

d'assistance technique, notamment pour la formation et la gestion administrative, le temps que le STIS monte en puissance.

## Un chantier structurant pour l'avenir

Le programme de modernisation de la caserne de la Savane avance à grands pas. La première phase, comprenant la réhabilitation des chambres, de la cuisine et des installations techniques, est achevée. La phase 2, en attente de signature, prévoit une nouvelle remise pour les ambulances, des espaces de désinfection et des locaux plus sûrs pour le personnel. En parallèle, un état-major va s'installer dans un bâtiment indépendant, près de l'aéroport de Grand-Case, offrant de meilleures conditions de travail et un atelier mécanique sécurisé. Avec la mise en place progressive de son organigramme, de ses instances et de ses outils opérationnels, le STIS entre dans une phase décisive. « Avant d'investir dans du neuf, il faut redonner du sens à ce qu'on a déjà », insiste Yannik Kervoëlen. Redonner confiance aux équipes, moderniser le matériel et structurer les services : autant d'étapes pour faire du STIS un service pleinement autonome, efficace et ancré dans une réalité saint-martinoise.



## Steven Cocks

PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU STIS

« La création du STIS est une étape historique pour Saint-Martin. Nous gagnons en autonomie, en réactivité et en efficacité dans la gestion des secours. C'est un outil essentiel pour garantir la sécurité des habitants et renforcer la proximité entre les équipes et le territoire. Notre priorité, c'est d'accompagner la montée en puissance du service en lui donnant les moyens humains, matériels et budgétaires nécessaires, tout en valorisant l'engagement des pompiers, qu'ils soient professionnels ou volontaires. »



Commandant Yannik Kervoëlen, directeur du STIS de Saint-Martin

Statistiques

# FAIRE PARLER LES CHIFFRES DU TERRITOIRE !

Les chiffres et les données sur le territoire existaient, mais ils étaient peu exploités. Depuis un peu plus de deux ans, l'**Institut territorial de la statistique et des études économiques** de Saint-Martin (ITSEE) a entrepris de les analyser. 2025 a été un tournant, avec des premiers résultats et déjà une projection sur de futures enquêtes.

Texte Ann Bouard - Photo Raphaël Novella



Expert-comptable de formation et service président de la collectivité de St-Martin, Alain Richardson est également président de l'institut territorial de la statistique et des études économiques de Saint-Martin (ITSEE).

Comme l'indique Alain Richardson, président de l'ITSEE, « la statistique publique n'est pas un luxe, c'est un instrument essentiel de pilotage et d'anticipation ». Disposer de chiffres fiables et savoir les interpréter est un nouvel atout pour le territoire.

## Enquêtes au long cours

Le recensement de la population, effectué chaque année, constitue la base des études en cours. Les nouvelles attendues en fin d'année, viendront alimenter un ensemble d'enquêtes désormais régulières. C'est le cas du tourisme, dont le 1<sup>er</sup> bilan annuel produit en juillet dernier, à partir des données fournies par les acteurs du secteur, permet d'avoir une vision plus claire de l'offre, des tendances et des attentes des visiteurs. Autre outil, le baromètre du commerce de détail établi à partir d'une enquête bimestrielle. En 2026, l'enquête sera trimestrielle et permettra de calculer un indice de confiance de l'économie locale. L'éducation fait également l'objet d'une attention particulière. Depuis 2025, une étude suit le parcours des anciens lycéens, un an puis trois ans après leur sortie. Les premiers résultats seront publiés début 2026 et ce dispositif sera reconduit chaque année avec de nouvelles cohortes. Enfin, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration est scruté, notamment au titre des besoins en formation, à travers une enquête menée en collaboration avec le Carif Otef. Les conclusions, attendues en fin d'année, viendront compléter le portrait de l'emploi dans ces filières clés du territoire.

## 2026 : inflation, emploi, observatoires

Après l'alimentaire, sont désormais suivis les prix du tabac, des carburants et de certains biens de consommation avec un élargissement aux services prévu en 2026. La relance de l'Observatoire des prix, des marges et des revenus (OPMR), pilotée par la préfecture accélère le calendrier et s'appuiera sur les enquêtes de l'ITSEE dès la fin d'année. Pour 2026, l'ITSEE envisage la mise en place d'une enquête pour établir un taux de chômage conforme aux standards internationaux, en remplacement de l'estimation actuelle de 30 % issue du recensement. Une enquête auprès de 1 500 ménages permettra de produire un indicateur fiable et comparable, notamment avec Sint Maarten. L'ITSEE sera également sollicité dans le cadre de la mise en place d'observatoires tels que celui de l'habitat ou de l'énergie notamment.

La mise en ligne du site internet de l'ITSEE à la fin de l'année, donnant au public un accès direct aux données produites, marquera une étape majeure dans la diffusion des informations statistiques du territoire.



AGENCE DE SUIVI DE TRAVAUX  
TOUT CORPS D'ÉTAT À SXM

# Boostez vos projets

Nos experts vous accompagnent avec des stratégies sur mesure pour une croissance durable

- PLANS / DÉCLARATIONS
- ACCOMPAGNEMENT
- SUIVI DE CHANTIER

Parlons-en !

0590 38 74 40





© DR

Au commencement, il y a une graine. Petite, presque invisible, mais chargée d'un élan vital que rien ne peut contenir. C'est l'idée... fragile, indocile, née d'une intuition, d'un manque ou d'un rêve. La femme qui la porte devient alors jardinière de l'impossible. Elle retourne la terre de ses certitudes, affronte la sécheresse des regards, sème malgré le vent. Les premiers jours sont incertains. Le sol doute, le ciel hésite. Autour d'elle, certains murmurent qu'il serait plus sage de ne pas trop espérer. Pourtant, elle arrose son projet de patience et de courage. Ses mains tremblent parfois, mais son regard ne vacille pas. Elle sait que toute floraison exige de traverser l'ombre. Alors viennent les saisons : celle des bourgeons timides, des pousses qui ploient, des tempêtes qui cassent. Elle taille, répare, recommence. Chaque obstacle devient compost, chaque erreur nourrit la racine. Elle apprend

à reconnaître la différence entre la pluie qui détruit et celle qui fait grandir.

Puis, un matin, la graine devient l'arbre. Pas encore un tamarinier, mais un être debout, solide de son parcours. Autour d'elle, d'autres arbres s'élèvent, issus d'autres femmes qui ont, elles aussi, osé planter leur rêve. Ensemble, elles forment une forêt... bruisante, vivante, indomptable.

Car l'entrepreneuriat au féminin, c'est cela : La promesse d'un jardin qui s'étend à mesure qu'on s'y risque.

Seule, nous sommes invisibles.  
Ensemble, nous sommes invincibles

*Le bureau de l'association Femmes Chefs d'Entreprises de Saint-Martin et Saint-Barthélemy : Marie-Angèle Coudrieu, Sabrina Carti, Tiguidé Diakité, Charlotte Bloche, Fatima Boukhari et Bahia Yacine*



Scannez et  
rejoignez-nous  
notre groupe  
Whatsapp

# Gedimat

## Saint-Martin



*Au cœur  
de l'ouvrage.*



**Face à Leader Price-13 Rue de Griselle**

Du lundi au vendredi 7h30-15h30 - Le samedi 7h30-11h30.

0590 77 35 02 - Gedimat Saint-Martin - gedimat.saintmartin

Emploi

# LA CONSTRUCTION DE SOLUTIONS LOCALES

À petit territoire, grandes initiatives. Zoom sur deux approches qui transforment une certaine réalité de terrain ainsi que nos perspectives.

Texte et photo Virginie Geens

## DE L'EFFICACITÉ DE LA MICRO-CERTIFICATION



Parmi les filières représentées à L'Atelier : menuiserie, carrelage, entretien du logement, couture, jardinage ou initiation au numérique

À Saint-Martin, la microcertification n'est pas qu'un outil : c'est une reconnaissance du talent local et de la capacité de chacun à progresser, badge après badge.

À Quartier d'Orléans, un projet inédit prend racine : « L'Atelier », tiers-lieu de formation inclusif né

de l'alliance entre les Compagnons Bâtisseurs de Saint-Martin, chef de file du consortium, la CCISM, l'ADIE, Initiative Saint-Martin, Jielle Formation et FORE IDN. Ensemble, ces acteurs ont choisi de miser sur la microcertification, une démarche innovante qui valorise les savoir-faire acquis dans des ateliers pratiques. L'ambition affichée est de renforcer l'employabilité, reconnaître les compétences et favoriser l'insertion professionnelle. La microcertification s'articule autour de deux badges, délivrés par Odalicéa, opérateur local de badges numériques. Le badge de participation atteste de l'implication des bénéficiaires dans les activités. Le second, badge d'aptitude, sanctionne la capacité à mobiliser ses compétences dans un cadre professionnel précis. Les badges numériques, validés selon des critères techniques, servent de preuve de compétences auprès des employeurs. Grâce à la plateforme sécurisée Badgefolio mise gratuitement à disposition par Odalicéa, les bénéficiaires peuvent valoriser et partager leurs acquis en ligne.

### Reconnaître l'expérience par la pratique

Chaque semaine, le tiers-lieu accueille de petits groupes autour d'activités concrètes : menuiserie, carrelage, entretien du logement, couture, jardinage ou initiation au numérique. Ces ateliers courts permettent de se remobiliser, de tester un métier ou de préparer

une reconversion. De nouvelles filières – soudure, ébénisterie, revalorisation textile ou conception d'îlots de fraîcheur – viendront compléter le programme d'ici la fin de l'année. Cette logique répond à une réalité locale : de nombreux habitants disposent de compétences pratiques mais peinent à les faire reconnaître faute de diplôme. La microcertification constitue ainsi une réponse adaptée, en rendant visible ce qui reste souvent implicite. Elle facilite aussi le travail des employeurs, confrontés à une forte demande en main-d'œuvre qualifiée.

### Premiers pas et perspectives

Les premières actions se sont tenues cet automne. Une semaine consacrée à la menuiserie a permis aux candidats de valider leurs acquis techniques, suivie d'un module carrelage. Les candidats ayant validé tous les critères sont repartis avec un badge d'aptitude, symbole d'un savoir-faire reconnu. Ces débuts encourageants ouvrent la voie à de nouvelles perspectives. Le consortium souhaite inscrire durablement la microcertification dans le paysage de la formation et de l'insertion à Saint-Martin, en adaptant les parcours aux besoins économiques et aux métiers de la transition écologique. Qu'il s'agisse de jeunes en quête d'avenir, de personnes en reconversion ou d'artisans sans diplôme, L'Atelier offre à chacun la possibilité de transformer ses compétences en tremplin vers l'emploi.

## QUAND RECYCLAGE RIME AVEC SOLIDARITÉ



Le bois de récupération devient une création originale

Avec ses chantiers participatifs, ses créations originales et son engagement auprès des habitants, Friendly Upcycling incarne une autre façon de construire : ensemble, pour tous, et à partir de ce que l'on croyait perdu.

Arrivée à Saint-Martin il y a cinq ans, Yolande Lambert n'a pas tardé à remarquer un besoin criant : donner une seconde vie aux matériaux abandonnés. Forte d'une expérience dans le BTP en métropole, elle décide de transformer cette observation en projet concret. Ainsi naît, il y a deux ans, Friendly Upcycling, une jeune association qui s'impose déjà comme un acteur créatif et solidaire du territoire.

Son quartier général ? Trois modestes containers installés entre Concordia, Sandy Ground et les Terres Basses. Son credo ? La récupération, en particulier du bois, qu'elle sublime en créations originales. Ici, pas question de fouiller les poubelles : tout repose

sur le bouche-à-oreille. Grâce à une équipe de bénévoles passionnés, les collectes se multiplient et les projets se succèdent, chacun différent du précédent.

### Le chantier, école de savoir-faire

Pour Yolande, recycler ne se limite pas à une démarche écologique ou à lutter contre le gaspillage. C'est aussi une manière d'aider, de transmettre et de créer du lien. Tables sur mesure, fenêtres réparées, structures inédites : les demandes affluent. Mais la règle est claire : chacun doit mettre la main à la pâte. Car ici, le chantier est aussi un atelier d'apprentissage. Les bénéficiaires participent, découvrent l'usage d'outils, assimilent des techniques de base et repartent avec plus qu'un objet fini : un savoir-faire et la fierté d'avoir contribué à sa réalisation.

### Des créations uniques pour les associations

La fibre solidaire de Friendly Upcycling s'exprime aussi à travers ses collaborations avec d'autres structures locales. Jeux géants, mobiliers ludiques, installations originales : chaque commande donne naissance à

des pièces uniques. Jardinières murales en palettes, panneaux d'affichage en bois récupéré, bar à bonbons, morpion géant, livre pour sensibiliser les enfants à la protection de l'environnement... La créativité est sans limites et les coûts restent imbattables. Les modestes revenus générés sont réinvestis dans l'achat d'outillage et de quincaillerie, afin de perpétuer la dynamique collective.

### Plateau sportif : une expérience formatrice

Dernier projet marquant en date : la réhabilitation d'un plateau sportif avec la participation de treize jeunes de la Mission locale, partenaire de l'association. Encadrés par Friendly Upcycling, ils ont pu s'impliquer concrètement dans le chantier avec la construction du mobilier, acquérir des techniques utiles et surtout valoriser cette expérience grâce à un certificat de reconnaissance. Ce document, validé en accord avec France Travail, atteste des compétences acquises et pourra figurer sur leur CV. Une manière concrète pour l'association de lier recyclage, transmission et insertion professionnelle.



Les jeunes de la mission locale le jour de l'obtention de leur certificat

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.

**bonfilon**  
by EWAG

Vous recherchez un **talent** ?

Vous recherchez un **emploi** ?



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

Inscrivez-vous

ANTILLES-GUYANE  
contact@bonfilon.info



Formation

# ENGAGÉ POUR L'INSERTION !

Une Maison du Service militaire adapté a ouvert ses portes à Marigot pour offrir à plus de jeunes Saint-Martinois l'opportunité d'intégrer ses offres de formation. Entretien avec le Colonel Laurent Nobel, commandant le **Régiment du service militaire adapté** de Guadeloupe.

Texte Anne de Tarragon - Photo Lou Denim



Colonel Laurent Nobel, chef de corps du régiment du service militaire adapté de la Guadeloupe

## Quelle est la mission du RSMA ?

Depuis sa création dans les années 1960, le RSMA est au service de Saint-Martin et de sa population, une coopération sous la forme de chantiers pédagogiques ou d'appui lors de catastrophes naturelles. Mais, c'est surtout par la formation et l'insertion professionnelle que l'action du RSMA est la plus concrète. Ainsi, nous proposons chaque année à tous les Saint-Martinois, hommes ou femmes de 18 à 25 ans qui le souhaitent, d'intégrer le régiment pour suivre une formation et revenir ensuite s'insérer dans la vie socio-économique de leur île par la formation, en tant que volontaire stagiaire, ou par l'emploi et l'expérience professionnelle en tant que volontaire technicien, rémunéré. Ils suivent un programme socio-éducatif et sont accompagnés dans plus de vingt filières, pensées pour répondre aux besoins du territoire, afin d'acquérir compétences sociales et professionnelles. L'objectif est qu'ils décrochent un emploi à l'issue de leur formation au RSMA.

## Pourquoi cette Maison du SMA ?

La Maison du SMA, mise en place à Marigot en septembre, marque clairement notre volonté d'intensifier notre implication sur l'île. Par l'installation d'une présence permanente, nous voulons renforcer notre coopération avec l'ensemble des acteurs de la formation, de l'emploi et de la jeunesse qu'ils soient institutionnels, associatifs ou économiques. C'est un bureau actif, ouvert à côté de nos partenaires historiques, la Mission locale et LADOM, pour faire un recrutement au plus près de la population, intégrant offre de renseignements et tests médicaux préalables. Notre objectif est clair : œuvrer davantage pour le territoire, en favorisant le retour dans le tissu économique local des jeunes Saint-Martinois qui nous ont fait confiance pour leur formation. Les convaincre qu'ils ont un avenir sur leur île est un défi ; leur en offrir un aussi. Pour ce faire, à l'été 2026, 4 cadres seront affectés définitivement à Saint-Martin afin de répondre aux besoins de la jeunesse locale.

## Comment relever ce défi de l'insertion ?

En reconnectant main-d'œuvre et entrepreneurs et en créant des contrats de partenariats forts, reposant sur la confiance et des intérêts communs. Les entreprises ont besoin des jeunes, autant que les jeunes de ces entreprises. Il importe de les faire à nouveau se

rencontrer, y compris physiquement. L'autre point clef est d'être à l'écoute des besoins des futurs employeurs, du marché de l'emploi, ou des spécificités du territoire comme le tourisme ou l'accompagnement à la création d'entreprise. C'est le sens des échanges que nous avons déjà initiés avec des partenaires comme la CCI ou l'UDE-MEDEF. C'est aussi l'objet du Conseil de perfectionnement annuel, mis en œuvre pour la première fois à Saint-Martin en juin 2025, sous la présidence du préfet et en collaboration avec tous les acteurs économiques locaux. C'est aussi l'objectif de la soirée Partenaires du 3 octobre, qui réunit le président Mussington, le préfet, l'UDE Medef, la CCI, et tous les grands partenaires économiques.

## Quels sont vos liens avec le monde de l'entreprise ?

Nous sommes très reconnaissants au monde socio-économique de Guadeloupe avec lequel nous œuvrons en toute transparence et qui nous soutient. Nous souhaitons instaurer ces liens forts à Saint-Martin, mettre en place des partenariats, des parcours sécurisés vers l'emploi. Pourquoi pas répliquer ou nous inspirer d'expériences qui fonctionnent, comme le « tremplin pour l'emploi » mené avec GBH. Nous avons aujourd'hui un taux de 80 % d'insertion à l'issue du RSMA. Nous lançons un appel au monde de l'entreprise saint-martinoise pour œuvrer de concert pour ces jeunes et pour le territoire.

## La plus-value d'une formation au sein du RSMA

Notre marque de fabrique, qui a fait ses preuves repose sur cinq règles d'or :

- Être à l'heure,
- Agir en sécurité,
- Travailler en équipe,
- Être dans la bonne tenue,
- Respecter son chef et ses camarades.

Des bases indispensables dans la vie de tous les jours, a fortiori en entreprise. Nous transmettons ces savoir-être qui sont aussi complétés de savoir-faire pour offrir à chaque jeune un savoir devenir.

# LET'S CHAT CARIBBEAN GIRL !

Petite, elle rêvait de devenir chirurgienne. La journaliste martiniquaise Laetitia Limmois, reconnue par ses pairs comme précurseur du traitement de l'information sur les plateformes numériques est aujourd'hui l'un des visages incontournables du quotidien *Le Monde*.

Texte Alix Delmas - Photo Aubane Nesty

Un charisme, un style, un ton juste, c'est le combo réussi de Laetitia Limmois pour rendre l'information accessible à tous : « C'est en tout cas ce que je défends, car nous n'avons pas tous les mêmes clés de compréhension. Beaucoup cherchent à s'informer, or un jeune de 14 ans ne va pas forcément écouter France Inter qui s'adresse à un public déjà averti », nous explique-t-elle. Avec des mots simples, des illustrations et formats qui parlent au plus grand nombre, les vidéos de la jeune journaliste martiniquaise vont droit au but, instructives, inscrites dans l'ADN du *Monde*, quotidien national de référence, pour lequel elle travaille depuis maintenant 3 ans.

## Trajectoire d'une battante

Elle quitte son île à 18 ans, direction Paris sans réseaux ni codes pour percer dans le métier. « Je me suis sentie totalement désarmée à la sortie de l'école de journalisme », nous confie-t-elle. La recherche de ses premières piges ? Une succession de portes fermées à double tour. Laetitia Limmois s'envole alors 4 mois pour la Cité des Anges, en 2014, où elle est accueillie par David Diomandé et sa famille. Elle effectue un stage pour une agence de presse au cœur de l'actualité politique de la première puissance mondiale, les élections de mi-mandat de la présidence Obama. Elle sait qu'elle est faite pour ça. À son retour, les jobs alimentaires s'accumulent. Vendeuse chez Zara, elle travaille aussi dans une boîte de nuit tout en enchaînant les stages faute de décrocher un premier emploi.

## Une première clé

Auditrice du podcast « Le Tchup » sur Arte Radio consacré aux cultures noires, elle contacte François Oulac, l'un des co-animateurs. Le courant passe. Elle lui fait part de ses ambitions de réaliser des vidéos, de s'affranchir du médium TV pour investir

les pure players. Ce dernier l'encourage à postuler chez Loopsider, media naissant. Elle est embauchée, ses idées interpellent ; elle devient ainsi pionnière en France d'un journalisme dit « incarné ». En 2019, elle reçoit le grand prix CB News pour l'émission hebdomadaire « Hello World » diffusée sur Snapchat : « j'y ai mis beaucoup de moi, de l'humour, un ton décontracté au service d'une information fiable », se souvient-elle.

## Journalisme incarné, journalisme engagé

Laetitia Limmois produit également du contenu pour ses plateformes comme « Let's chat », discussion intime de personnalités inspirantes autour des questions d'identité, d'antiracisme et d'émancipation. Là encore, son aura, son caractère entier, indissociable de son talent de journaliste lui permet de saisir la vérité des êtres. Elle prend à bras le corps ces sujets qu'elle conçoit comme de véritables capsules d'émotion et récits de vie. Elle enseigne également le journalisme web et vidéo à l'IPJ Paris Dauphine et au CFI.

## Voie(x) caribéenne

Celle qui voulait devenir chirurgien mais qui faute de bons résultats en mathématiques a délaissé la blouse pour s'emparer d'une caméra, sur les conseils de sa mère qui avait décelé en elle les germes d'une personnalité littéraire, curieuse de tout, solaire et engagée, évoque les traces de sa carrière de journaliste dans ses jeux d'enfant. Au Robert, quartier sable blanc, elle enregistrait avec sa cousine des émissions de radio sur des cassettes ; les miroirs de la maison familiale gardent en mémoire les journaux télévisés improvisés. Une éclosion qu'elle aimerait faciliter pour les générations futures en Martinique : « la création d'une prépa de journalisme chez moi est quelque chose qui m'anime tout comme un jour, participer à la naissance d'un média caribéen qui nous ressemble, qui parle de nous », sourit-elle.

## Dates clés

- 1991 : Naissance à la Martinique
- 2009 : Bac scientifique (Lycée Frantz Fanon de Trinité)
- 2014 : Diplôme de journalisme ESJ Paris, après une licence de lettres modernes à la Sorbonne nouvelle (Paris 3) - Stage de 4 mois à Los Angeles
- 2019 : Lauréate du grand prix des médias CB News, « Hello World » récompensé « meilleure stratégie social média »
- 2022 : Journaliste « vidéos verticales », *Le Monde*
- 2023 : Voyage en Asie de l'est, apprentissage du japonais

Entreprises

# « C'EST LE COMBAT DE TOUS »

Dans un contexte « anxigène » pour les chefs d'entreprise, l'UDE-MEDEF et la Fédération des entreprises d'Outre-mer revendiquent la nécessité de continuer à créer de la richesse.

Texte Caroline Bablin - Photo Lou Denim



Hervé Mariton, président de la FEDOM et Bruno Blandin, président de l'UDE MEDEF

« Nos sociétés ont besoin d'un tissu économique fort et dynamique afin de porter le développement du territoire en créant de la richesse et des emplois », notait le nouveau préfet de Guadeloupe, Thierry Devimeux, en ouverture du séminaire organisé conjointement par l'UDE-MEDEF Guadeloupe et la FEDOM (Fédération des

entreprises d'outre-mer), le jeudi 18 septembre, au Caribbean Business Center, à Jarry, et consacré au financement des entreprises. En effet, qu'il s'agisse de lutter contre la vie chère ou contre le chômage et l'exode des jeunes, ces dernières ont un rôle prépondérant à jouer. Et si Bruno Blandin, président de l'UDE-MEDEF Guadeloupe, appelle à

l'optimisme et au pragmatisme, il n'ignore pas les difficultés et freins auxquels elles sont confrontées. « Éloignement des centres d'approvisionnement, problèmes de créances avec des besoins en fonds de roulement plus importants que dans l'Hexagone, coût de l'assurance plus élevé après les événements survenus en Nouvelle-

Calédonie et en Martinique l'an dernier... Le financement des entreprises ultramarines est souvent plus difficile », constate, de son côté, le président de la FEDOM, Hervé Mariton. Ce séminaire a donc été l'occasion d'aborder la question sous différents aspects.

Ce que l'on peut en retenir en trois phrases clés :

## « Des mesures mortifères pour notre économie »

Si la menace s'est quelque peu éloignée avec le changement de gouvernement, les projets de loi de finances et de loi de financement de la Sécurité sociale 2026 (PLF et PLFSS 2026) n'ont pas fini d'inquiéter les chefs d'entreprise ultramarins. C'est dans ce contexte « anxigène » – comme l'a qualifié Isabel Michel-Gabriel, présidente de la commission Économie et finance de l'UDE-MEDEF Guadeloupe – que s'est tenu ce séminaire consacré au financement des entreprises guadeloupéennes.

L'enjeu est de taille, au moment où, au plus niveau de l'État, il n'est question que d'austérité budgétaire, faisant planer sur nos territoires la menace d'un « coup de rabot » sur la Lodeom (Loi pour le développement économique des outre-mer) dans le PLF 2026, que ce soit au niveau des allègements de charges sociales ou des aides fiscales à l'investissement productif outre-mer. « Ce qui a été annoncé, constate Hervé Mariton, c'est le massacre de ces dispositifs créés afin de pallier les handicaps structurels auxquels sont confrontées les entreprises ultramarines, tels que l'éloignement géographique, l'exiguïté des marchés, les risques climatiques, etc. ».

Hervé Mariton, Bruno Blandin et Patrick Vial-Collet, président de la CCI-IG, ont donc appelé les élus locaux à intervenir urgemment pour « défendre les outre-mer sans concession » : « Nous allons mener la plus dure "bataille du rabot fiscal" qu'on ait jamais connue dans les outre-mer. Ce n'est plus seulement

le combat des chefs d'entreprise, c'est le combat de tous... »

## « Le temps de l'entreprise n'est pas le temps de l'administration »

Si les financements publics sont importants, « leur mobilisation n'est pas toujours facile, et peut même s'avérer longue et laborieuse quand il s'agit des financements européens », notait, dès son introduction, le président de la FEDOM. Des propos qui ont trouvé un écho auprès de chefs d'entreprise qui ont tenu à exposer certaines difficultés qu'ils rencontrent, liées à la longueur des délais de traitement des dossiers de demande de financements européens. Des délais à rallonge, aussi, pour le paiement des factures par certaines collectivités et établissements publics de santé, même si la situation tend à s'améliorer, comme l'a souligné Jean-Yves Le Gall, directeur régional des finances publiques (DRFIP). Ce délai est passé, en moyenne, de 90 à 62 jours. Cependant, « améliorer encore ces délais de paiement est un enjeu majeur pour les entreprises ». Et Yves Dareau, secrétaire général pour les affaires régionales de la préfecture de Guadeloupe, d'enfoncer le clou : « Les entreprises ne peuvent servir de banquiers aux collectivités locales ».

## « On trouve toujours des solutions pour des projets bien structurés, des gestions cadrées et rigoureuses »

L'objectif du séminaire était de présenter un panel le plus diversifié possible des aides et solutions de financement à disposition des entreprises : crédits bancaires, subventions, préfinancements et prêts à conditions financières adoucies accordés par divers organismes et agences tels que l'Agence française de développement (AFD), la Banque publique d'investissement (BPI), le Réseau Entreprendre, l'Ademe, etc.



Hervé Mariton, président de la FEDOM

Sans oublier tous les dispositifs intercommunaux, régionaux, nationaux et européens.

Les solutions de financement existent, elles sont nombreuses et « ces aides publiques aux entreprises ne sont pas une particularité française, c'est un levier de développement qu'on retrouve dans le monde entier », tient à souligner Guillaume Gallet de Saint-Aurin, vice-président de la FEDOM. Encore faut-il disposer de l'ingénierie nécessaire pour monter les dossiers et optimiser son plan de financement. C'est ici que les cabinets de conseil peuvent intervenir, ou des outils tels que celui déployé par l'UDE-MEDEF de Guadeloupe, « Mon aide publique », qui permet de savoir à quelles aides on peut prétendre et d'être accompagné dans le montage de son dossier.

Concernant les financements privés, la dimension humaine a été largement soulignée. Une demande claire et structurée, présentée par un chef d'entreprise convaincu et convaincant, aura bien plus de chances d'aboutir.

Enfin, « on peut avoir tous les financements, toutes les aides à disposition, si les entreprises ne sont pas capables de produire leurs comptes, de les déposer dans les délais, ce sera toujours un frein à l'investissement », met en garde le directeur régional des finances publiques.



## RESPONSABILITÉ, SOLIDARITÉ, ENTRAIDE, PROXIMITÉ : DES VALEURS MUTUALISTES FORTES POUR VOTRE COMPLÉMENTAIRE SANTÉ

DEPUIS PLUS DE 40 ANS,  
LA MIP OFFRE À SES  
ADHÉRENTS **UNE  
COMPLÉMENTAIRE SANTÉ**  
QUI RÉPOND VRAIMENT  
À LEURS BESOINS.

**O**rganisation à but non lucratif, régie par le Code de la mutualité, la MIP (Mutuelle interprofessionnelle de prévoyance) s'est développée au fil des années sur les piliers d'entraide, solidarité et de démocratie. La gouvernance est assurée par les adhérents eux-mêmes qui élisent leurs

représentants au Conseil d'administration. Solidarité et responsabilité sont des valeurs fortes, inscrites dans l'ADN de la MIP depuis plus de 40 ans. La mutuelle s'inscrit dans le domaine de l'économie sociale et solidaire.

 **RESPONSABILITÉ,  
SOLIDARITÉ**

Nos contrats sont dits « responsables » et « solidaires ». Des notions importantes pour les adhérents qui sont incités à respecter le parcours de soins coordonnés, notamment en passant par leur médecin traitant.

Quant au volet « solidaire », la MIP n'exige aucun questionnaire de santé lors de la souscription d'un contrat. C'est le principe d'entraide qui prime. La tarification n'est pas basée sur l'état de santé de l'adhérent.

**LA MIP N'EXIGE AUCUN  
QUESTIONNAIRE DE SANTÉ  
LORS DE LA SOUSCRIPTION  
D'UN CONTRAT. C'EST LE PRINCIPE  
D'ENTRAIDE QUI PRIME.**

### **ENTRAIDE, PROXIMITÉ**

Présente en Guadeloupe, en Martinique et à Saint-Martin, la MIP est fière de son ancrage caribéen et se veut toujours plus proche de ses adhérents, dans les grands événements de la vie — Des primes sont offertes lors d'une naissance ou d'un mariage et aussi dans le quotidien, à travers le forfait « sportif », ou le forfait « aidants familiaux ». Un service d'assistance est inclus et un partenaire de téléassistance est mis à votre disposition.

La MIP est une mutuelle à taille humaine, formée d'une équipe dynamique et chaleureuse, qui n'a d'autre objectif que de répondre aux besoins de ses adhérents, qu'ils soient indépendants, chefs d'entreprise, salariés du privé ou d'une collectivité notamment grâce à des contrats labellisés. La MIP participe activement à l'animation culturelle et sportive au travers des différents acteurs des territoires.

*Contactez-nous, nos équipes  
sont à votre disposition !*



### **DES CONTRATS DE PRÉVOYANCE**

EN PARALLÈLE À LA COMPLÉMENTAIRE SANTÉ, ET POUR RÉPONDRE À UN BESOIN EXPRIMÉ PAR SES ADHÉRENTS, LA MIP PROPOSE ÉGALEMENT DES CONTRATS DE PRÉVOYANCE AFIN DE MIEUX RÉPONDRE À CHAQUE SITUATION PARTICULIÈRE.



**EN GUADELOUPE**  
15, Cc Cœur de Jarry  
Impasse des Palétuviers  
97122 BAIE-MAHAULT  
Tél. 05 90 21 05 80

18, rue Paul-Baudot  
97100 BASSE-TERRE  
Tél. 05 90 99 37 20

N° VERT 0810 204 262

**EN MARTINIQUE**  
Rond-point Distillerie Dillon  
6, immeuble Bardinet  
97200 FORT-DE-FRANCE  
Tél. 05 96 71 60 50

**À SAINT-MARTIN**  
7, rue du Général-de-Gaulle  
19, résidence La Corvette  
97150 MARIGOT  
Tél. 05 90 87 15 04

Salariés du BTP

# UN PARTENAIRE SOLIDE DANS LES ÎLES DU NORD

Depuis près de cinquante ans aux Antilles-Guyane, le groupe **BTPR** accompagne les entreprises et les salariés du secteur de la construction à Saint-Martin et à Saint-Barthélemy. Particulièrement engagé dans l'action sociale au service des salariés, son rôle dépasse largement la simple gestion administrative.

Texte Axelle Dorville - Photo Lou Denim



Fortuné Ebrac et Bruno Joseph, président et vice-président de BTPR sommitale. La sommitale est une instance qui regroupe des membres du conseil d'administration de la caisse de retraite et des membres du conseil d'administration de la caisse de prévoyance.

**Comment BTPR accompagne les salariés du secteur du BTP de Saint-Martin et Saint-Barthélemy ?**

**Raoul Lebrave, directeur général de BTPR :** La force de BTPR est de regrouper trois caisses en une seule structure, afin de simplifier la vie des salariés comme des chefs d'entreprise. Nous protégeons d'ailleurs la majorité des salariés du secteur des deux territoires au travers de la retraite complémentaire obligatoire, de la prévoyance et de la mutuelle santé collective, et leur offrons ainsi un interlocuteur unique sur ces sujets. En cas de maladie ou d'accident sur le chantier, les adhérents sont couverts ainsi que leur famille par extension, ce qui est essentiel dans ce secteur à risques.

**Un des atouts du groupe BTPR est de proposer des prestations d'action sociale. En quoi cela consiste ?**

L'action sociale territorialisée fait partie de l'essence même de BTPR qui est d'être au service du secteur et de ses travailleurs. Ceux qui bâtissent nos territoires n'ont souvent pas le temps ni les moyens de prendre soin d'eux. Concrètement, cette aide sociale territorialisée vise à apporter une aide financière aux salariés et retraités pour soutenir leurs projets de vie. Construction, réparation ou rénovation du logement, financement du permis de conduire ou des études de leurs enfants, prêt bancaire, acquisition d'équipements de protection individuelle nécessaires à leur activité... Tous ces besoins peuvent faire l'objet d'aides qui constituent de véritables avantages sociaux. Prenons un salarié dont la toiture est endommagée : nous pouvons financer jusqu'à 2 000 € de travaux. Or, peu d'entreprises peuvent se permettre d'offrir une prime de 2 000 € à leurs salariés. Pour l'entreprise, ces prestations sociales sont donc un atout de fidélisation, et pour le salarié, c'est un soutien qui va bien au-delà de son salaire. C'est un vrai cercle vertueux : les salariés sont mieux protégés, plus fidèles, et les entreprises adhérentes renforcent leur attractivité. Voilà l'intelligence collective du BTP en action.

**BTPR développe également des projets structurants pour la filière. Pouvez-vous nous en dire plus sur les projets prévus dans les îles du Nord ?**

En effet, nous avons notamment un projet de crèche

dédiée aux enfants des salariés du BTP en Guyane. Nous adaptons toujours nos projets aux besoins de chaque territoire. En Martinique ou en Guadeloupe, face au vieillissement de la population, nous développons des offres orientées sur le bien-être des seniors et retraités. Dans les îles du Nord, nous prévoyons d'accompagner de grands projets structurants de Saint-Barthélemy dès 2026. À Saint-Martin, bien qu'un besoin de crèches soit d'ores et déjà identifié, nous attendons la définition du plan territorial afin de lancer des actions adaptées aux besoins du territoire.

**Quelles sont les perspectives pour les prochaines années ?**

2025 marque les 50 ans de BTPR, et cela se fête. Nous organisons en novembre 2025 une soirée, à Saint-Martin, pour mettre à l'honneur les chefs d'entreprise et salariés qui ont bâti ces territoires. Surtout, à partir de 2026, nous allons renforcer notre présence en ouvrant une permanence mensuelle à Saint-Martin, en lien avec les autres caisses du BTP. L'objectif est d'aboutir à une véritable agence locale au deuxième semestre 2026, et pouvoir assurer des permanences à Saint-Barthélemy. Après 50 ans d'existence, notre engagement demeure intact : sécuriser les droits sociaux des salariés et renforcer la solidité des entreprises locales, tout en adaptant ses actions aux réalités de chaque île.

## Deux produits d'action sociale

**Kaznef :** n dispositif d'accompagnement à la réalisation de gros travaux de rénovation, tels que la rénovation de toiture.

**L'action sociale prévoyance standardisée :** une aide orientée sur le confort et la sécurisation de l'habitat. Il peut s'agir de l'installation de la climatisation ou du remplacement d'une baignoire par une douche à l'italienne pour éviter les chutes, pour les adhérents retraités.



**BTPR Saint-Martin, Saint-Barthélemy, Guadeloupe**  
Rue Amédée Abarre  
Route de Providence  
97139 Les Abymes  
05 90 82 22 57

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, Gourbeyre, 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<sup>er</sup> 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-Tonnegrande, 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.

« 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

## 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.

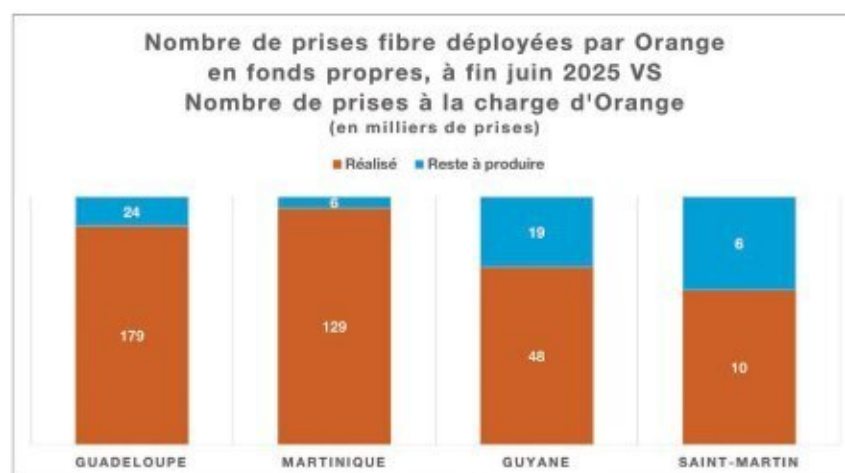
### Quel est l'engagement d'Orange pour la connectivité dans la région ?

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

Automobile

# « DEUX MARQUES PARFAITES POUR LA CLIENTÈLE SAINT-MARTINOISE »

Le Groupe Loret, distributeur officiel de KIA depuis 30 ans à Saint-Martin via sa filiale **Soremar**, élargit son offre avec deux nouvelles marques du constructeur chinois Chery Automobile : Omoda et Jaecoo. Des modèles au design futuriste, dotés de technologies de pointe et proposés à des prix très compétitifs. Entretien avec Stéphane Assimon, directeur de Soremar, pour comprendre ce virage stratégique.

Texte Ann Bouard – Photo Raphaël Novella



Jean-Jacques Loussala, chef des ventes, et Stéphane Assimon, directeur de Soremar devant un modèle Jaecoo

## Pourquoi avoir choisi Chery Automobile pour développer votre offre à Saint-Martin ?

Chery est un acteur majeur de l'industrie automobile chinoise. Fondé en 1997, le groupe a été l'un des premiers à dépasser le million d'unités vendues et s'est

très vite imposé à l'international. Aujourd'hui, il est le premier exportateur chinois de voitures particulières depuis 21 années consécutives, présent dans plus de 80 pays et régions du monde. Au-delà des chiffres, Chery bénéficie d'une expertise de près de trente ans dans la

conception et la fabrication automobile. Sa philosophie repose sur la qualité, la fiabilité et l'innovation. Les marques Omoda et Jaecoo, spécifiquement créées pour l'exportation, incarnent cette montée en gamme. Elles répondent parfaitement aux attentes de la clientèle saint-martinoise, en quête de véhicules élégants, bien équipés et technologiquement avancés. Nous avons choisi Chery pour la solidité de son groupe, la qualité de ses modèles et sa vision tournée vers l'avenir.

## Qu'est-ce qui rend ces nouveaux modèles si particuliers ?

Le premier atout, c'est le design. Les lignes sont résolument avant-gardistes, avec une attention portée à chaque détail, jusqu'à la protection des moteurs contre la poussière et l'érosion – un point essentiel sous nos latitudes. Mais au-delà du look, c'est l'expérience à bord qui surprend : le confort est remarquable. Chez Omoda, la marque mise sur un style futuriste et des équipements haut de gamme : grands écrans connectés, aides à la conduite, motorisations hybrides ou électriques... Le modèle phare, l'Omoda C5, combine dynamisme, sécurité et respect de l'environnement, tout en offrant un plaisir de conduite exceptionnel. Jaecoo, de son côté, s'adresse à ceux qui aiment les SUV puissants et élégants. Inspirée par l'aventure et la sophistication, la marque trouve le juste équilibre entre le confort premium et les performances tout-terrain.

## Des véhicules haut de gamme... mais accessibles ?

Tout à fait. Nous proposons des tarifs très compétitifs pour des voitures de ce niveau de finition. Chez Omoda, le modèle C5 est disponible en version Confort ou Luxe. Côté Jaecoo, deux modèles : la J7 en version Luxe ou Premium et la J8, disponible en version Luxe, avec la Premium sur commande. Les prix sont « clé en main », carte grise et TGCA incluses. L'Omoda C5 démarre à 17 990 €, et la Jaecoo J8 à 33 490 € – des prix imbattables sur le segment. Nous recevons de nouveaux véhicules chaque mois, avec la possibilité pour les clients de personnaliser leur commande, notamment au niveau des coloris en fonction des propositions du constructeur. Et bien sûr, Soremar assure le service après-vente à Galisbay, avec une garantie de 7 ans ou 200 000 km, un gage de confiance et de durabilité.

## D'autres modèles sont-ils déjà prévus ?

Oui, en 2026, trois nouveaux modèles viendront compléter notre gamme : l'Omoda C3 (la plus compacte), la C7 (modèle intermédiaire), et la Jaecoo J5. Notre ambition est claire : proposer à Saint-Martin des véhicules innovants, fiables et accessibles, tout en accompagnant la transition vers une mobilité plus moderne et plus durable.

## Omoda ou Jaecoo ?

Depuis le lancement en octobre, impossible de ne pas en entendre parler. Entre réseaux sociaux et bouche à oreille, l'engouement pour les deux marques chinoises est bien là. Modernes, sécurisées, bien équipées et avec leurs couleurs originales, elles ont tout pour plaire. Le prix ? Presque secondaire. Mais puisqu'il est plus qu'attractif... comment choisir ? Nous avons demandé l'aide de Jean-Jacques Loussala, chef des ventes chez Soremar.

## LA PLUS CONFORT ?

Toutes ! Les constructeurs chinois misent avant tout sur le confort, pour le conducteur comme pour les passagers.

## L'OMODA C5 ?

Elle correspond aux besoins d'une jeune famille, d'un couple, avec en plus un design sympa et dynamique.

## LA JAECCO J7 ?

Plus carrée, plus affirmée, elle est parfaite pour une famille avec deux ou trois enfants, qui cherche un look stylé mais des formes puissantes. C'est un bon compromis entre élégance et robustesse et dans sa version Premium pour les amateurs de tout-terrain.

## LA JAECCO J8 ?

Là, on monte en gamme. Véhicule de luxe, six places, elle a été pensée pour les grandes familles, les professionnels du transport ou ceux qui aiment rouler confort.

## ET L'OMODA C3, CELLE QUI ARRIVE EN 2026 ?

Compacte, pratique, idéale pour une personne seule ou un jeune conducteur. Même design que la C5, mais plus petite et plus surélevée qu'une Picanto. Elle plaira à ceux qui veulent du style sans encombrement.

## ET CÔTÉ SAV ?

On a anticipé. Les pièces détachées sont déjà arrivées à Galisbay en même temps que les voitures. Et elles sont toutes garanties sept ans !

## VERT OLIVE OU BLEU CIEL ?

Les deux sont superbes... mais il y en a d'autres, toutes plus atypiques les unes que les autres.

## MATCH NUL DONC.. ?

(rires) C'est à vous de décider. Bonne nouvelle, vous pouvez toutes les essayer\*.

\*sur rendez-vous, à la concession Soremar de Bellevue.

**SOREMAR**

# ANTILLES, GUYANE... **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 Fiddle

— DOSSIER —

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

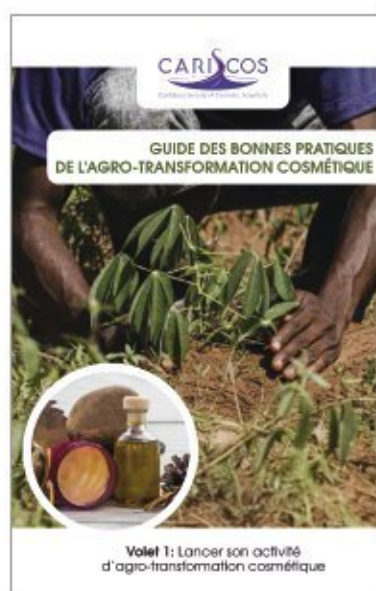
Texte Mathieu Rached

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



© Christophe Fidoie

Il se passe quelque chose dans le monde de la cosmétique. Les « majors » sont toujours là, indétrônables, 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 porteurs 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<sup>e</sup> 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



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



© Christophe Fidoie

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

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<sup>e</sup> 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 Fidole

## 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 Denim

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<sup>e</sup> 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, shampoing...), 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'aidera à concevoir son espace



## 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.



de laboratoire et à faire venir le matériel. Aujourd'hui, depuis ses 30 m<sup>2</sup> 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 cheffe 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 1 000 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<sup>e</sup> 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 parfumeurs et guérisseurs posa les bases du Réseau cosmétopée 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 cosmétopée locale ainsi qu'un jardin pilote qui feront partie des approches développées en septembre 2025, lors de la 2<sup>e</sup> édition de la journée de la cosmétopée, 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.»

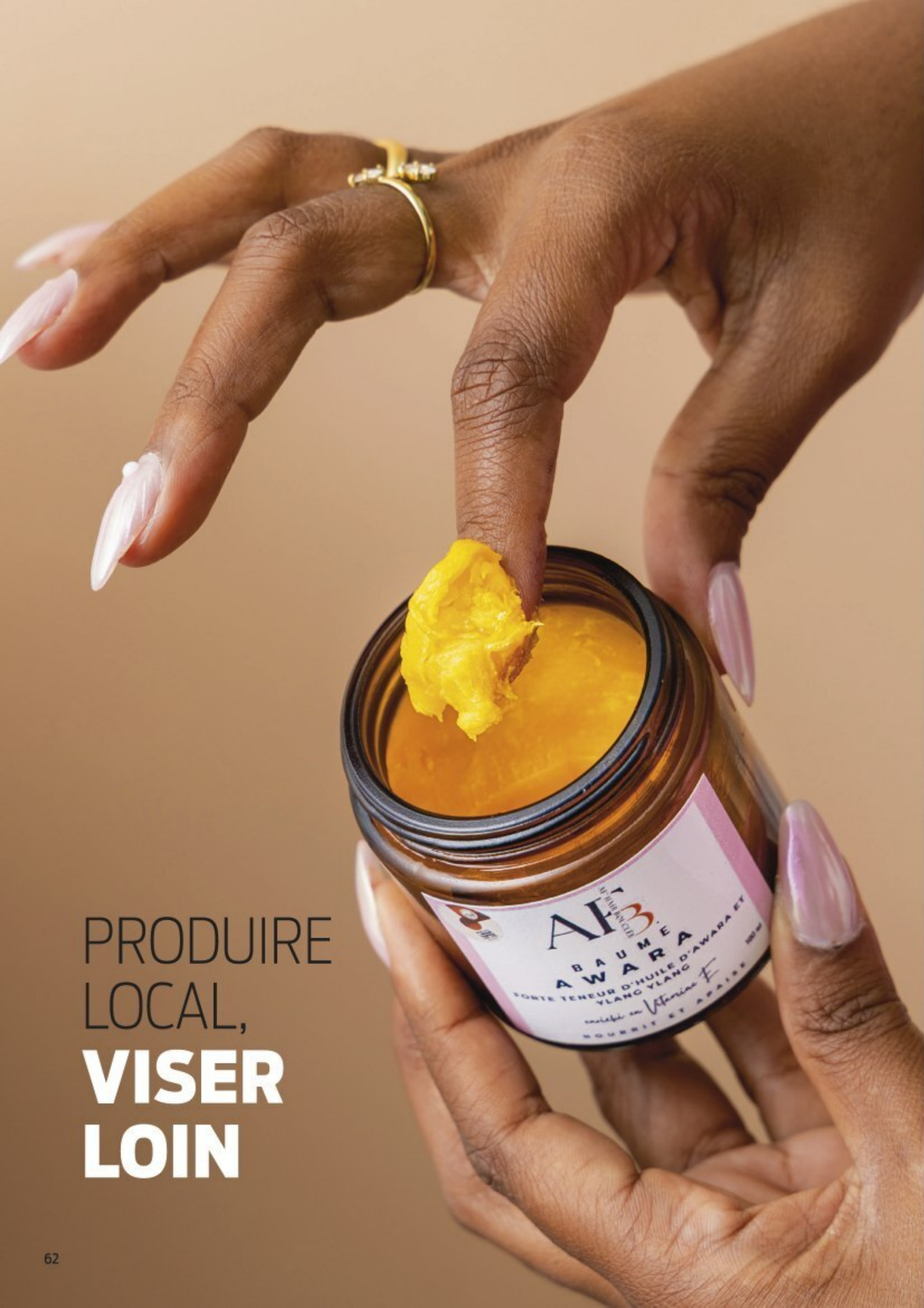


© Christophe Fiddle



© Christophe Fiddle

## PRODUIRE LOCAL, VISER LOIN



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

Vanessa Gonzil, créatrice  
de la marque AF'HAIR BOUCLÉE

Texte Sarah Balay



**P**endant 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 shampoing,

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



© Jean-Albert Coopmann



**V**ous 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

**L**es 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. »



© N'S Creation

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

Kelly Joseph, fondatrice de Kymëa Cosmetics

Texte Sarah Balay



© Christophe Fidoie

« 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 M<sup>2</sup> »

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 m<sup>2</sup>, à Remire-Montjoly, qui nous permet de produire jusqu'à 20 m<sup>3</sup> 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'ordinaire 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 Fidoie



## « JE SUIS NÉE POUR ÊTRE DANS LE BIEN-ÊTRE »

Maritsa Barrotelle,  
fondatrice de Bulles et Beautés en 2021

Texte et photo Virginie Geens



**A**près dix ans passés dans l'univers du luxe – de Bordeaux à Courchevel, en passant par le prestigieux Cheval Blanc LVMH –, la jeune esthéticienne décide de rentrer sur son île natale, elle jongle depuis entre cosmétique artisanale, ateliers pédagogiques et prestations bien-être. « Je me suis demandé ce que je voulais vraiment faire de ma vie. L'idée s'est imposée d'elle-même : revenir à Saint-Martin, regrouper mes passions et bâtir ma micro-entreprise. Le projet s'est mis en place naturellement ». Bulles et Beautés a démarré avec la fabrication de savons, avant d'étoffer son catalogue avec des gammes complètes pour le corps et le visage. Les formulations, créées dans son propre laboratoire, associent rigueur scientifique et inspiration locale. « Je cherche à retranscrire la beauté et la richesse naturelle



de Saint-Martin. L'idée est de prendre les joyaux de l'île pour les reproduire en cosmétiques. La papaye, l'hibiscus, le romarin ou encore le guavaberry deviennent la matière première de mes produits », explique Maritsa. L'approvisionnement se fait en circuit court, avec des partenaires comme la ferme du Colombier ou Moringa Powder Farm, ce qui lui permet de valoriser le terroir et de travailler en proximité. Si l'entreprise s'impose dans plusieurs points de vente de l'île dont l'aéroport de Grand-Case, elle ne se limite pas à la production. Maritsa anime également des ateliers, auprès d'adultes en quête de savoir-faire, mais aussi d'adolescents en décrochage directement dans les établissements scolaires. « C'était enrichissant, pour moi comme pour eux, de montrer comment les mathématiques, la biologie ou la chimie trouvent une application concrète dans la cosmétique ». À cette dimension éducative s'ajoute une dimension bien-être à travers des massages à domicile ou en partenariat avec des hôtels de luxe, tout aussi déterminante dans ses choix professionnels. « Je suis née pour être dans le bien-être. Donner de la relaxation et de la bonne énergie aux gens est ce qui me fait avancer. » Près de quatre ans après ses débuts, la jeune trentenaire n'entend pas ralentir. Sa marque est désormais solidement implantée, et chaque année elle innove : la prochaine gamme, prévue en novembre 2025, sera réalisée autour du fruit de la passion, ingrédient phare en lien avec le Festival de la gastronomie. Elle rêve aussi, à long terme, d'ouvrir une « boutique-sanctuaire » mêlant soins et vente de ses créations.

## « 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 téko), 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. »

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'EMPLOI

ANTILLES-GUYANE  
contact@bonfilon.info

Numérique

# LA CONNECTIVITÉ, LEVIER DE COMPÉTITIVITÉ

**Digicel Business** accompagne la transformation numérique des entreprises et collectivités des Antilles françaises, de la Guyane, de la Réunion et de Mayotte. Sa force : allier expertise technologique, ancrage local et accompagnement de proximité.

Texte Marie Ozier-Lafontaine - Photo Lou Denim, Jean-Albert Coopmann

« Chez Digicel Business, nous relevons un double défi : délivrer des solutions de pointe tout en les adaptant aux réalités locales », indique Astrid Dollin, directrice BtoB des entités françaises du groupe. Concrètement, cela signifie proposer aux organisations des réseaux fiables et sécurisés, dimensionnés selon leurs besoins.

La gamme des offres du groupe est large. Tout d'abord, les solutions d'accès internet, qui reposent désormais essentiellement sur la fibre optique, aujourd'hui généralisée sur nos territoires. Aussi, le groupe propose des réseaux privés sécurisés aux organisations implantées sur plusieurs sites, garantissant la transmission de leurs données à l'abri des vulnérabilités d'internet. « Côté téléphonie, nos offres évoluent elles aussi, avec, notamment, la mise en place de standards hébergés sur notre cloud, gérés et maintenus par les équipes techniques », précise la directrice. Dès cinq utilisateurs, les entreprises, même les plus petites, bénéficient de services professionnels : accueil personnalisé, messagerie vocale, redirections d'appels.

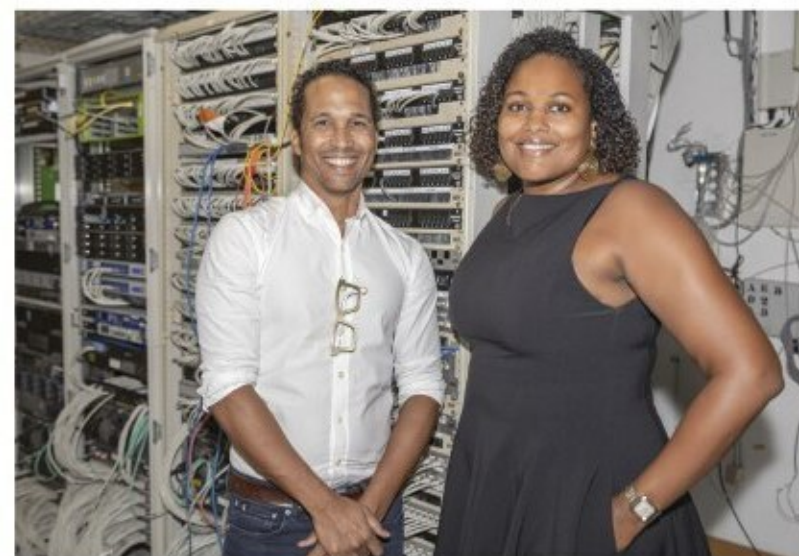
Pour répondre au besoin de sécurité et de continuité de service, Digicel Business fournit de l'espace de stockage de données, dans un environnement sécurisé, au sein de ses data centers régionaux. « Avec un hébergement local, les entreprises conservent l'accès à leurs données, même en cas d'incident majeur », précise Astrid Dollin. Digicel

Business accompagne également ses clients dans le renforcement de leur cybersécurité, enjeu vital pour protéger leurs activités et leurs données sensibles. Enfin, le groupe développe des solutions M2M IoT

(Machine to Machine Intranet of Things) dédiées à la connectivité des objets, ouvrant la voie à des usages innovants, de la logistique intelligente à la gestion technique des équipements.



Astrid Dollin, directrice BtoB des entités françaises du groupe



Sébastien Pamela, chef de produit M2M & IOT et Audrey Fardin, responsable pôle ingénierie avant-vente

## Un partenaire de proximité

Cette capacité technique repose sur un ancrage fort dans chaque territoire. « Nous ne vendons pas un simple catalogue, insiste Astrid Dollin. Nous co-construisons des solutions sur mesure avec nos clients ». Les équipes commerciales, d'ingénierie et de support sont présentes localement et disponibles

sept jours sur sept. Parcours d'activation, appels de bienvenue, suivi proactif de la satisfaction : la relation client est placée au cœur du service. « Notre mission est claire : accompagner les organisations dans leur développement, en assurant fiabilité, performance et proximité », conclut Astrid Dollin.

## OBJETS CONNECTÉS : EFFICACITÉ ET ÉCONOMIES

**SÉBASTIEN PAMELA, CHEF DE PRODUIT M2M & IOT**

« L'internet des objets se déploie dans des usages concrets : compteurs d'eau intelligents, suivi de camions et conteneurs, surveillance d'équipements industriels, éclairage public, télémedecine... Derrière ces applications, le principe est simple : des cartes SIM M2M assurent la connectivité entre les objets, et une plateforme logicielle permet de superviser les données, de géolocaliser ou de recevoir des alertes. Nous sommes aujourd'hui le seul opérateur régional à proposer une data M2M illimitée. Cela élimine le risque de surcoût lié aux pics de consommation. Pour une collectivité, un industriel ou une PME, le bénéfice est double : réduire les interventions humaines et fiabiliser les données, pour des économies d'échelle immédiates. L'IoT est un véritable outil de performance. »

## Cybersécurité : protéger le réseau et les utilisateurs

**AUDREY FARDIN,  
RESPONSABLE PÔLE  
INGÉNIERIE AVANT-VENTE**

« Hôpitaux, collectivités, entreprises privées : nos territoires subissent aujourd'hui des ransomwares (demandes de rançon), des vols de données ou la paralysie complète des systèmes. Nous avons donc développé une double approche : une protection native de notre cœur de réseau, complétée par des solutions sur mesure – firewalls physiques ou virtuels, antivirus certifiés auprès de partenaires de renommée internationale comme Fortinet, Check Point ou Stormshield (constructeur certifié ANSSI), filtrage d'URL pour la maîtrise des usages internet au sein de l'entreprise. La majorité des attaques proviennent d'erreurs humaines : un mail frauduleux ouvert, un lien malveillant cliqué. C'est pourquoi nous mettons aussi l'accent sur la formation et la sensibilisation. Et nous accompagnons les entreprises dans la recherche de financements publics, souvent méconnus. Aujourd'hui, la cybersécurité n'est plus une option, mais une condition sine qua non de pérennité. »

# 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.



secretariatcaag@gmail.com

# L'EXPERTISE APRÈS UN SINISTRE MATÉRIEL : UNE ÉTAPE INDISPENSABLE POUR SE RELEVER



## Le rôle de l'expert

L'expert n'est pas seulement un technicien : c'est aussi un interlocuteur. Il chiffre la valeur des biens abîmés, identifie les causes du sinistre et propose des solutions concrètes de réparation ou de remplacement. Mais il joue aussi un rôle humain important, en accompagnant les assurés dans un moment difficile, en expliquant les étapes à venir et en veillant au respect du contrat d'assurance.

## Et les délais ?

Dans la plupart des cas, l'expertise a lieu dans les jours ou semaines qui suivent la déclaration du sinistre. Lors de catastrophes naturelles, des délais particuliers sont fixés par la loi, une fois que l'arrêté officiel est publié. L'objectif reste toujours le même : permettre une indemnisation rapide, sans précipitation, et surtout adaptée à la réalité des pertes.

## Un pas vers la reconstruction

Au-delà des chiffres et des constats, l'expertise marque le début d'un retour à la normale. C'est elle qui ouvre la voie à la réparation des logements, au remplacement du mobilier ou à la reprise d'activité pour les professionnels touchés.

En d'autres mots : c'est grâce à cette étape que l'on peut tourner la page du sinistre et se projeter à nouveau vers l'avenir.

## Pourquoi une expertise ?

Lorsqu'un incendie, une inondation ou un cyclone endommage une maison, l'émotion est forte et les dégâts parfois difficiles à estimer. L'expertise matérielle est alors une étape indispensable : elle permet de constater les dommages de manière objective et de préparer le chemin vers une indemnisation. C'est une façon d'éviter toute contestation et d'assurer que la réparation sera faite sur des bases solides.

## Comment ça se passe ?

Après avoir déclaré le sinistre à son assureur, un expert est mandaté pour venir sur place. Il prend rendez-vous avec la famille sinistrée, visite les lieux, prend des photos, consulte les factures ou devis, et échange directement avec les habitants. Selon les cas, d'autres spécialistes peuvent intervenir : un ingénieur bâtiment, un technicien électroménager ou encore un garagiste pour les véhicules.

## Petit plus

En cas de sinistres majeurs, les assureurs et experts locaux font appel à des experts de la Métropole pour avancer plus rapidement sur les expertises et donc les indemnisations.

# Outre-Mer

vol 3 | by EWAG | **Économie Sociale et Solidaire**

**EWAG.**  
AU CŒUR DES TERRITOIRES  
ULTRAMARINS



Feuilletez notre hors-série en ligne



## 01 — LIFESTYLE

### Une journée à Saint-Martin...

Besoin d'une pause et d'une reconnexion avec la nature ? Pour cette édition, on a eu envie de partir sur les sentiers de Saint-Martin, d'observer la faune et la flore, de renouer avec les bienfaits de la mer ou de l'océan, et que l'on nous conte des histoires encore et encore...

Texte et photo Ann Bouard



#### IMMERSION NATURELLE

Les étangs font partie du patrimoine naturel de l'île. Et s'il en est un qui mérite que l'on s'y attarde, c'est bien celui que l'on nomme la mare de Baie Lucas. Sur les 16 étangs de la partie française, c'est le plus petit, mais aussi l'un des plus charmants. Dans le giron du Conservatoire du littoral, il a retrouvé depuis peu toute sa splendeur avec une rénovation complète de l'observatoire entièrement détruit lors du passage d'Irma en 2017. Le site est classé par arrêté de protection de biotope depuis 2006 et a reçu, en 2011, le label RAMSAR, reconnaissant sa valeur en tant que zone humide d'importance internationale. Le point de vue est idéal pour observer les tortues, les oiseaux... On peut s'y attarder aussi, avec un livre, pour apprécier tout le calme de l'endroit.

#### EN EXCURSION AVEC ACS ZEPIN

L'association sportive et culturelle, qui a fêté ses 27 ans en septembre dernier, a su garder son esprit d'origine : partager les savoirs et valoriser le patrimoine saint-martinois. Son leitmotiv ? Faire découvrir l'île autrement, son histoire, ses trésors cachés, son héritage architectural ou culturel, lors d'événements et d'ateliers, et ce tout au long de l'année. Petit coup de cœur pour les visites historiques guidées avec Xavier Mirre-Minori, le président de l'association, mais aussi pour les rallyes à faire en équipe pour trouver les indices qui jalonnent le parcours et résoudre les énigmes. C'est une manière différente, et très ludique, de renouer avec son environnement et d'en apprendre toujours un peu plus.



ACS Zepin  
06 90 36 96 20



#### LONGER AU COUCHER DU SOLEIL

Le longe-côte, autrement dit la marche aquatique, mais dynamique, fait de plus en plus d'émules aux Antilles et un tout nouveau club a vu le jour à Saint-Martin en début de saison. Le Friendly Longe-côte, dont le parrain n'est autre que l'inventeur de la discipline, Thomas Wallyn, lui-même, propose des séances pour tous niveaux, en semaine ou le week-end le matin ou le soir. Celles en fin de journée, sur les plages de Friar's Bay, Anse Marcel, Grand Case ou Orient Bay, allient le plaisir d'une activité sportive à un instant suspendu quand le soleil rejoint la mer.

Friendly Longe-Côte  
06 90 47 40 34

[ LA MAISON  
DU PÈRE NOËL ]

## Quarante ans de magie à Cripple Gate

Chaque année, à l'approche des fêtes, Cripple Gate se transforme en un lieu hors du temps. La Maison du Père Noël, décorée avec passion depuis quatre décennies, accueille petits et grands dans un univers féerique où traditions, solidarité et émerveillement se mêlent.

Texte et photo Virginie Geens

### UNE HISTOIRE NÉE D'UN SAPIN

L'aventure commence il y a quarante ans, quand Bernadine Joe, affectueusement surnommée « Mama Noël », décide de prolonger une tradition familiale. Enfant, elle était fascinée par le sapin que son grand frère préparait pour elle. Adulte, elle perpétue cette magie pour ses filles, ses voisins, puis pour toute l'île. De fil en aiguille, son sapin devient maison, puis musée vivant, enrichi au fil des ans de décors venus du monde entier. Sapins, anges, villages miniatures, guirlandes à perte de vue : plus de deux mois de travail sont nécessaires pour donner vie à ce spectacle. Rapidement, la maison devient une véritable institution, un passage incontournable de la période des fêtes à Saint-Martin.

### LES ANNÉES DE DÉFI

Mais la magie n'est pas toujours facile à préserver. En 2017, l'ouragan Irma épargne miraculeusement la plupart des décors, stockés dans une cabane du jardin. Grâce au soutien de généreux donateurs, la toiture est reconstruite et la maison peut rouvrir ses portes dès 2018, comme un symbole de résilience.

Deux ans plus tard, un autre défi surgit : la pandémie. Pour la première fois, en 2020, la maison ne peut accueillir le public. Plutôt que d'abandonner, la famille Joe choisit d'innover. Les illuminations ont lieu virtuellement, la thématique « Season of Hope » rend hommage aux soignants, et des concours sont organisés pour les enfants. Les plus chanceux, tirés au sort, découvrent l'intérieur de la maison. Les « lutins », quant à eux, concoctent des soupes pour les aînés et partagent recettes et secrets culinaires en ligne. Même à distance, l'esprit de Noël demeure.

### LA RELÈVE EST ASSURÉE

Aujourd'hui, la maison continue de briller de mille feux, sous la responsabilité de Monique, la fille de Bernadine. Si « Mama Noël » est toujours présente pour raconter l'origine de ce conte, elle a transmis le flambeau, confiante dans l'avenir. La troisième génération est déjà prête à prendre la suite, garantissant que la tradition ne s'éteindra pas. Chaque soir de novembre à janvier, à la tombée de la nuit, le spectacle attire familles, visiteurs et curieux. Au-delà des décorations scintillantes, c'est une histoire de transmission et de partage qui se joue à Cripple Gate. La maison du Père Noël n'est pas seulement un décor : c'est un patrimoine vivant, qui incarne l'attachement de toute une famille – et de toute une île – à la magie de Noël.



**COLORS**  
**PRIM**

Une  
IMPRESSION  
*plus vraie*  
QUE NATURE !

- Impression offset et numérique
- Création graphique

Flyers, dépliants, affiches, brochures, carnets, tickets, liasses, blocs, chemises, pochettes à rabats, pelliculage mat et brillant, tampons, gravure plaques...



Carrefour du Larivot • 97351 MATOURY • Fax. 0594 35 10 14

Tél. 0594 29 60 90

colorsprim973@orange.fr • www.colorsprim.com

# 03

LIFESTYLE

INTERVIEW

## En balade avec Angèle Dormoy

Présidente de la CCI de Saint-Martin, femme d'affaires et entrepreneure accomplie, Angèle Dormoy cultive aujourd'hui encore ces petits plaisirs qui viennent de l'enfance... Avec comme ligne directrice la famille, son pilier, son ancrage.

Texte et Photo Ann Bouard



© Ann Bouard

### QUEL LIEU SYMBOLISE VOTRE ENFANCE ?

Le village de Rambaud, que l'on l'appelait « children village », le village des enfants. Il me ramène au plus profond de mon enfance. Nous étions reliés à la nature et il existait une vraie complicité avec la famille, les cousins, les cousines car nous vivions à quelques mètres les uns des autres. Il y avait aussi ce rapport au travail. Chaque enfant avait un petit job à faire comme aller chercher de l'eau à la rivière pour remplir la douche extérieure.

### AUJOURD'HUI, QUEL EST VOTRE LIEU PRÉFÉRÉ POUR VOUS RESSOURCER ?

La plage de Friar's Bay, très tôt le matin ou alors après 18 h. Et c'est là aussi que je me plie à cette tradition antillaise qui s'appelle le « bain démaré ». C'est le premier bain que l'on prend pour la nouvelle année et c'est sur cette plage que je le prends, le plus tôt possible.

### OÙ AIMEZ-VOUS ALLER VOUS BAIGNER ?

Bien sûr Friar's Bay, vous l'aurez compris, mais j'aime beaucoup aussi Petite Plage et les plages de Grand Case en général.

### QUEL EST VOTRE POINT DE VUE PRÉFÉRÉ ?

Pic Paradis, car chaque été lorsque nous étions petits, nous faisions beaucoup de randonnées en famille, et l'on finissait par pique-niquer sur place, là où nous avions l'impression de voir tout Saint-Martin à 360 degrés. Mon grand-père organisait ces randonnées pour nous, avec à chaque fois un objectif, comme apprendre à découvrir les différents fruits sauvages où à faire la différence entre les différentes variétés de mangues.

### UN ENDROIT POUR DÉGUSTER VOTRE PLAT PRÉFÉRÉ ?

Mon plat préféré est un plat traditionnel saint-martinois qui s'appelle le « locré » et que l'on ne trouve pas dans les restaurants. Il est cuisiné à la maison, c'est un peu comme une paëlla et il permettait d'utiliser les restes. Il se compose de poulet, de riz, de légumes avec une touche de curry ou de colombo. Ma maman le cuisine encore et nous le dégustons en famille. Je ne sais pas encore le réaliser, car on laisse souvent cette tâche à l'aînée de la famille, mais il va falloir prendre la relève (sourire).

### OÙ AIMEZ-VOUS PASSER DU TEMPS EN FAMILLE ?

Dans la cour des parents ! On a essayé de reproduire l'ancienne méthode familiale de Saint-Martin, où tout le monde avait une cour pour se réunir. On apporte à boire, on fait à manger ou un barbecue... On a recréé cela chez mes parents et c'est l'endroit où nous retrouvons dès qu'il y a un moment fort. On retrouve ce principe dans beaucoup de familles saint-martinoises.

# 04

LIFESTYLE

EWAG BUZZ

## Ce qu'il ne fallait pas louper !

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

♥ 1,5 k 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 seuils 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

♥ 2,1 k Interactions



@EWAG.FR

## « 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 ?

# Que

# 404

Page Not Found



## pour les pros

Votre vie de pro mérite **Orange Pro.**

Avec la solution **5G Work**, profitez depuis votre bureau du **Très Haut Débit en illimité** sur le réseau 5G d'Orange.



Découvrez toutes  
nos solutions Pros

Flybox 5G+ nécessaire (location incluse). Réservez aux particuliers pour toutes nouvelles souscriptions. Connexion accessible exclusivement au domicile du client aux Antilles-Guyane sous couverture 5G. Débit maximum théoriques de connexion aux Antilles françaises : jusqu'à 2,6 Gbit/s en réception et jusqu'à 140 Mbit/s en émission en zones couvertes en 3,5GHz. Disponible uniquement dans les zones couvertes en 5G (déploiement en cours). Offre non compatible Open. Perte de la remise en cas de changement d'offre. Sous réserve d'éligibilité et de compatibilité technique sur réseaux compatibles. Détails et conditions sur [orangecaraibe.com](http://orangecaraibe.com), 10/25 © 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.



# Pro

OMODA | JAECOO

NEW IN SXM

THE FUTURE OF DRIVING  
STARTS HERE



OMODA C5 & JAECOO 8

**SOREMAR**

ZAC de Bellevue • Marigot • 0590 51 18 92

