

LE TERRITOIRE EN PERSONNE(S)

SEPT 2026
N° 146

GUYA MAG

EWAG.

**ÉTIENNE
LOE-MIE**

*contrôleur
de gestion*

**MALIKA
COCO-VILOIN
MAXO**

*directrice générale
d'Arcos Dorados
Guyane*

« 25 ANS, D'UNE HISTOIRE GUYANAISE »

**MARIE-LAURE
LOMBION**

*consultante
des opérations*

DOSSIER | QUI CROIT EN NOS IDÉES (ET LES FINANCE) ?

KARINE BASTE, l'Outre-mer chevillée au PAF ³⁸ • PERFORMANCES ET VALEURS SPORTIVES sont-elles compatibles ? ⁴² • 7 livres de la RENTRÉE LITTÉRAIRE pour plonger dans la Caraïbe ! ⁵⁶ • PORTFOLIO : La Martinique selon ChatGPT est-elle un paradis ? ⁴³

Prix au Plancher

garantie
5 ans
100 000 km



Kia Picanto

SANS APPORT

à partir de

269€
/mois⁽¹⁾
LOA 60 mois

ou à partir de

17900€



UN CRÉDIT VOUS ENGAGE ET DOIT ÊTRE REMBOURSÉ. VÉRIFIEZ VOS CAPACITÉS DE REMBOURSEMENT AVANT DE VOUS ENGAGER.

Exemple pour une location avec option d'achat de 17 856,26 € d'une durée de 60 mois et d'un kilométrage annuel de 10 000 km, 1er loyer de 0 € suivi de 60 loyers mensuels de 269 € hors assurance facultative, option d'achat finale de 7 143 €, soit un montant total dû sans option d'achat finale de 16 111 € hors assurance facultative. Montant total dû avec option d'achat finale de 23 253 € hors assurance facultative. Le coût mensuel de l'assurance facultative Décès, Perte Totale et Irréversible d'Autonomie, Incapacité Temporaire Totale de travail, souscrite auprès de Cardif Assurance Vie et Cardif Assurance Risques Divers, est de 20,3561364 € par mois qui s'ajoute au montant du loyer ci-dessus. Coût total de l'assurance facultative : 1 222 €. Loyer arrondi à l'euro supérieur. L'offre de location avec option d'achat pour un montant de 2 001 € à 200 000 € sur une durée de 25 à 61 mois pour l'achat d'un véhicule neuf, objet de la présente offre, réservée aux particuliers à usage privé. Kilométrage annuel maximum de 50 000 km plafonné à 150 000 km sur la durée du contrat. L'assurance facultative Décès, Invalidité, Maladie auprès de Cardif Assurance Vie et de Cardif Assurance Risques Divers s'ajoute au montant de la mensualité. Détail des conditions et limites de garantie disponible sur simple demande. L'assurance facultative Garantie Perte Financière qui intervient en cas de vol ou de destruction totale du véhicule en complément de l'assurance automobile est un produit de Cardif Assurances Risques Divers. Détail des conditions et limites de garantie disponibles sur simple demande. Le coût mensuel de cette assurance s'ajoute au montant de la mensualité ci-contre. Sous réserve d'étude et d'acceptation par Crédit Moderne Antilles Guyane (société détenue à 100 % par BNP Paribas Personal Finance), SA au capital de 18 727 232 € - Siège social : Imm. Le Sémaphore, ZAC Houelbourg Sud II, ZI Jarry, Rue René Rabat, 97122 Baie-Mahault - RCS Pointe-à-Pitre 341 891 653 - N° Oras 07 027 944 (www.oras.fr). Vous disposez d'un droit de rétractation. Offre valable jusqu'au 30/09/2026. *voir conditions en concession.

Pensez à covoiturer. #SeDéplacerMoinsPolluer

ÉDITO

Si besoin

Tout est prêt. C'est la rentrée, tout est prêt pour l'empoignade générale. Les chefs d'entreprise ont montré les muscles à la REF*, les hommes politiques en vue bombent le torse à 6 mois de la présidentielle, d'autres invitent à organiser des primaires à gauche, à droite, en haut, en bas, les écologistes veulent peser quelques semaines après les incendies et les canicules des grandes vacances, les souverainistes ont peur du grand remplacement, les retraités du grand déclassement, les jeunes de la grande extinction, les artistes du grand prompt, etc. Chacun est dans son rôle, les chaînes d'info en continu s'en délectent.

« En continu », c'est sans doute le problème, que l'on considère les catastrophes naturelles, les bonnes intentions face aux catastrophes naturelles, les vidéos à scroller, les offres promotionnelles et ainsi de suite. Le juste équilibre à trouver dans nos vies tiendrait-il à une pincée de parcimonie, un petit pas de côté « si besoin » ? « Si besoin », c'est la formule qu'emploient des soignants en unité psychiatrique en remettant, le soir, leurs anxiolytiques aux résidents. C'est Nicolas Demorand qui nous le raconte dans une série de podcast où il témoigne, après 10 mois d'absence des antennes de France Inter, de son passage forcé à la clinique Sainte-Anne à Paris. Si besoin, « un espace de liberté » qui change tout, « un pas grand-chose » qui peut chasser la fatalité, autorise à passer de l'habitude aux possibles.

La presse magazine, annoncée morte mille fois, s'inscrit d'une certaine manière dans cette précieuse philosophie du « si besoin ». La rédaction d'EWAG compose chaque mois un rendez-vous étoffé, exigeant et inspirant qu'elle met à disposition gratuitement dans des centaines de points de distribution et sur l'ensemble des réseaux sociaux. Si vous nous lisez, vous apprendrez beaucoup, sur vos territoires, vos voisins, Karine Baste, le smart money, la médiation, le programme Hello Women du groupe Orange, la rentrée littéraire caribéenne, les solutions d'affacturage... Sur vous-même. Si besoin.

Bonne rentrée.

*Rencontre des Entrepreneurs de France

Mathieu Rached et Floriane Jean-Gilles

Rédacteurs en chef

Guadeloupe Martinique Guyane



EWAG®

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

Directeur de publication
Laurent Nesty

Directrices de la Diffusion
Audrey Barty (0696 28 84 79)
Anouck Talban

Directrice de la stratégie commerciale
Aurélié 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 (0696 36 91 56)

Coordination
Amandine Sauvage (0690 68 34 49)

Rédacteurs
Sarah Balay - Sandrine Chopot - Caroline Babin - Anne de Tarragon - Axelle Dorville

Secrétaire de rédaction
Chantal Bigay

Photographes
Jean-Albert Coopmann - Lou Denim
Christophe Fidole - Stéphane Jumeat

Photo de couverture
Mathieu Delmer

Pour nous écrire :
prenomnom@ewag.fr

Consultez tous nos
magazines sur
www.ewag.fr



Suivez-nous sur les réseaux



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

AGENCES

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

Guadeloupe

Audrey Béral (0690 27 82 22)
Aurélié 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

**Cheffe de projet contenu
& social media manager**
Léo Vignocan (0696 28 75 26)
Community manager
Alice Colmerauer (0690 30 84 30)

VIDÉO

JRI
Arnaud Galipo (0690 34 90 01)
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.

W'buzz!

**SARGASSES :
L'ACTION PLUTÔT
QUE LES DISCOURS**



▶ 313,4 k vues
♥ 8,8 k interactions

**FÔS A FÔS :
LE DÉFI DU FLO**



▶ 164,1 k vues
♥ 7 k interactions

**CLEVELAND :
QUÊTE IDENTITAIRE**



▶ 172,6 k vues
♥ 2,5 k interactions

EcoLogic

**La nature n'a pas besoin
de votre grille pain,
mais chez l'homme,
il peut encore servir.**

Adoptez les 3R : Réparer, Réutiliser, Recycler.
ecologic-france.com

Visuel généré par IA

SOMMAIRE

LES VOIX DU TERRITOIRE

10 ARCOS DORADOS

Un anniversaire qui raconte un territoire

14 CiBTP

Construire un BTP plus attractif !

18 BPCE FACTOR

Transformer la trésorerie en levier de croissance !

22 CANAL + TELECOM

« La priorité est de fournir le meilleur service »



ET SI...

24 DOSSIER

Qui croit en nos Idées (et les finance) ?

34 KATALYZE KAYENN

Un Incubateur dédié à l'innovation sociale !

LES YEUX DU MÉDIA

38 Grand entretien KARINE BASTE

42 Les valeurs du **SPORT** résistent-elles à la quête de performance ?

43 **PORTFOLIO** Welcome to paradise

48 **IMAGE DU MOIS**

50 Reportage **UN MONUMENT AUX VIVANTS**

56 Sélection culture **LA RENTRÉE LITTÉRAIRE CARIBÉENNE**



L'ASSURANCE 100% OUTREMER 100% AU SERVICE DES ENTREPRISES

TPE, PME, indépendants, grandes entreprises : depuis plus de 35 ans, ADEP vous accompagne dans la protection sociale de vos salariés.

Notre différence :

- ✓ Une expertise des réalités ultramarines, pour des solutions adaptées à votre activité et aux spécificités de nos territoires.
- ✓ Des conseillers au plus proche, pour vous accompagner dans le choix et le suivi de vos garanties.

Déjà plus de 6 000 entreprises nous font confiance.

Pourquoi pas vous ?

Contactez nos conseillers spécialisés en santé et prévoyance d'entreprise pour bénéficier d'un bilan personnalisé gratuit.

Service Entreprises :

0594 25 11 00

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



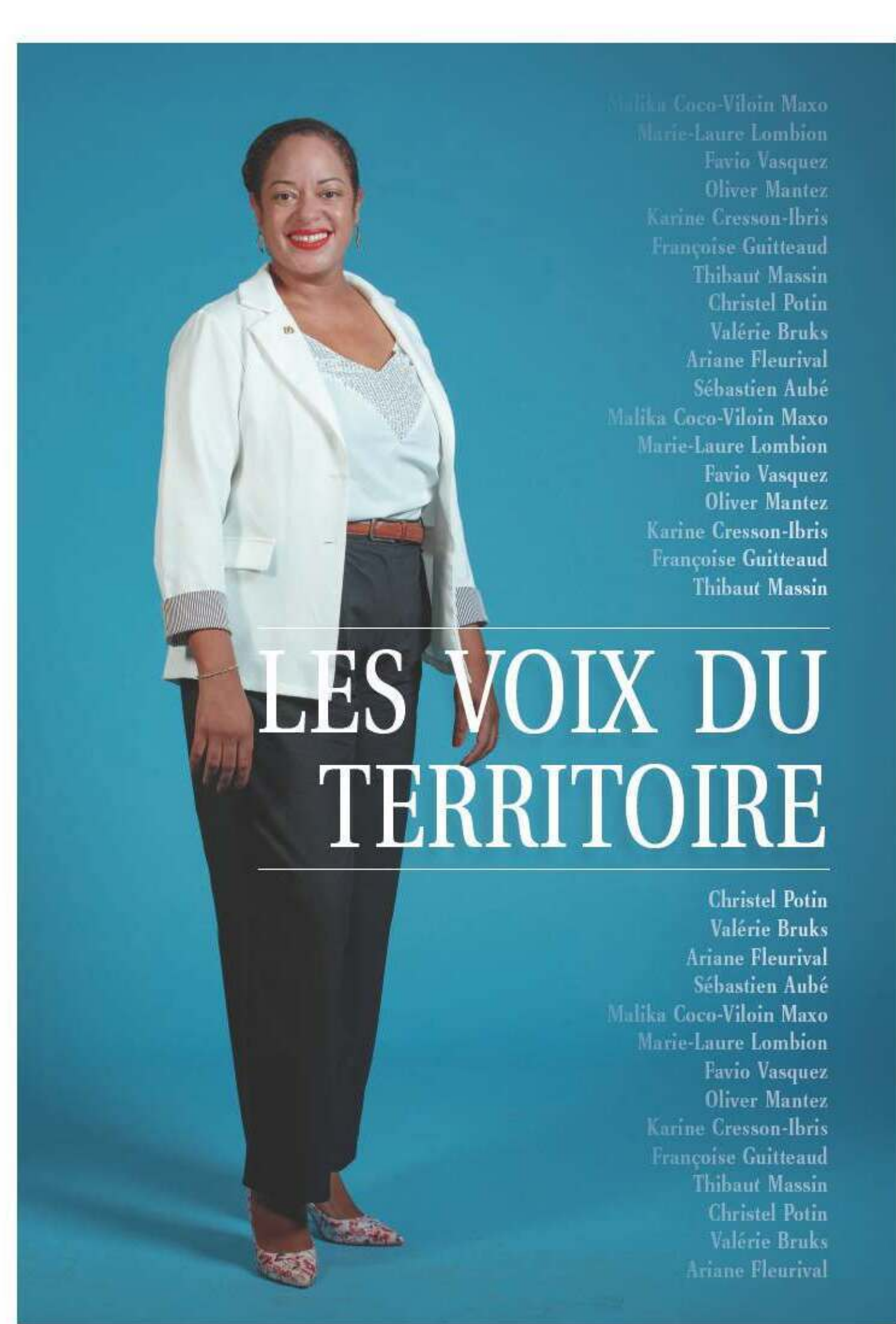


Professionnels

Nous vous garantissons
un chargé d'affaires dédié
pour vous accompagner
dans vos projets.

Caisse Fédérale de Crédit Mutuel, société coopérative à forme de société anonyme au capital de 5 458 531 008 euros,
4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen, 67913 Strasbourg Cedex 9, RCS Strasbourg B 588 505 354.

Crédit Mutuel
Antilles-Guyane



LES VOIX DU TERRITOIRE

Malika Coco-Viloin Maxo
Marie-Laure Lombion
Favio Vasquez
Oliver Mantez
Karine Cresson-Ibris
Françoise Guitteaud
Thibaut Massin
Christel Potin
Valérie Bruks
Ariane Fleurival
Sébastien Aubé
Malika Coco-Viloin Maxo
Marie-Laure Lombion
Favio Vasquez
Oliver Mantez
Karine Cresson-Ibris
Françoise Guitteaud
Thibaut Massin

Christel Potin
Valérie Bruks
Ariane Fleurival
Sébastien Aubé
Malika Coco-Viloin Maxo
Marie-Laure Lombion
Favio Vasquez
Oliver Mantez
Karine Cresson-Ibris
Françoise Guitteaud
Thibaut Massin
Christel Potin
Valérie Bruks
Ariane Fleurival

UN ANNIVERSAIRE QUI RACONTE UN TERRITOIRE

Depuis 25 ans, McDonald's Guyane accompagne les évolutions de la Guyane. Directrice générale d'**Arcos Dorados Guyane** depuis janvier 2026, Malika Coco-Viloin Maxo entend poursuivre cette dynamique en misant sur les talents locaux, la formation, l'inclusion et un ancrage local toujours plus affirmé.

Texte Sandrine Chopot – Photo Mathieu Delmer

Cette année, McDonald's Guyane célèbre ses 25 ans. Que représente cet anniversaire pour vous et pour les équipes ?

McDonald's Guyane compte aujourd'hui trois restaurants, à Cayenne, Matoury et Kourou, et près de 300 collaborateurs. Cet anniversaire est avant tout la célébration de leur travail et de cette histoire collective construite depuis 25 ans. Pour moi, cet anniversaire marque aussi une nouvelle étape, avec l'ambition de poursuivre cette aventure autour de trois priorités : développer nos talents locaux, renforcer notre ancrage en Guyane et accompagner notre croissance de manière durable.

Quelle place occupe aujourd'hui l'entreprise dans l'insertion professionnelle des jeunes en Guyane ?

Nous sommes un acteur important de l'emploi des jeunes. Nos équipes sont locales et reflètent la diversité de la Guyane. Nous voulons surtout leur offrir de véritables perspectives professionnelles grâce à la formation et à la promotion interne.

Nous avons notamment noué un partenariat avec France Travail. En septembre, avec le CFA de la CCI de Guyane et France Travail, nous lançons une formation de niveau Bac + 2 « Gestion des unités commerciales », spécialisée dans la restauration rapide. Cette formation en alternance accueillera 12 à 15 apprenants, notamment de jeunes diplômés et des

demandeurs d'emploi. La théorie sera dispensée au CFA et la pratique dans nos restaurants.

La sélection se fera sur dossier et entretien, avec un critère déterminant : la motivation. Nous recherchons des personnes qui ont envie d'apprendre, de s'investir et de construire leur avenir professionnel. L'objectif est de faire correspondre les besoins des entreprises avec les aspirations de ceux qui souhaitent se former et accéder à l'emploi.

Quelle est votre vision du management et quelles sont les attentes des nouvelles générations ?

Ma vision repose sur l'inclusion, la formation et la reconnaissance des talents. Nous travaillons notamment avec l'Agefiph et le SERAC Guyane pour favoriser l'alternance et l'emploi des personnes en situation de handicap. Deux réitérants handicap sera nommé en septembre.

La formation est également essentielle. Elle permet de développer les compétences, d'accéder à des promotions et de faire reconnaître les talents guyanais au sein du groupe Arcos Dorados, y compris au-delà de la Guyane. La parité est également importante pour moi. En tant que maman de trois enfants, je crois qu'une carrière satisfaisante doit pouvoir s'accompagner d'une vie de famille de qualité. C'est ce que je souhaite pour mes collaborateurs et collaboratrices.

Marie-Laure Lombion,
consultante
des opérations

Mon leadership est un leadership de terrain : exigeant et bienveillant à la fois. Je souhaite construire une relation basée sur la confiance, l'écoute et l'exemplarité. Mon objectif est simple : que chaque employé se sente respecté, à sa place et fier de progresser avec nous.

Étienne Loe-Mie,
contrôleur de
gestion

« Depuis cinq mois, j'occupe le poste de contrôleur de gestion. Mon parcours a débuté par une immersion en restaurant, une expérience essentielle qui m'a permis de comprendre concrètement l'activité et les enjeux opérationnels. Aujourd'hui, mon rôle consiste à structurer et anticiper l'activité tout en respectant des délais exigeants. Dès septembre, j'aurai également la responsabilité d'encadrer une équipe de quatre personnes. Cette expérience m'apprend surtout l'humilité : chaque jour est une occasion d'apprendre, de progresser et de se remettre en question. »



Que recouvre la démarche « Coolture service » ?
C'est notre culture d'entreprise, structurée autour de cinq piliers : l'agilité, l'humilité, la vocation de service, l'inclusion et la générosité. Nous encourageons aussi les échanges et la mobilité au sein du groupe. Un collaborateur est déjà parti à Saint-Martin. Nous accueillons des collaborateurs d'autres pays, comme le Brésil, pour accompagner et former nos équipes. Nous voulons renforcer cette culture du partage.

Votre développement repose aussi sur un fort ancrage local. Comment cela se traduit-il ?
D'abord par nos équipes, qui représentent la diversité de la Guyane. Nos managers et responsables sont également jeunes, avec une vraie dynamique et beaucoup de talents.

Nous travaillons aussi avec des acteurs locaux, notamment dans le sport et la culture. Nous avons développé des projets autour de l'art tembé : en juin 2026, un artiste kourouzien a réalisé des œuvres pour habiller le drive de Kourou. À Cayenne, un artiste local a également créé une fresque autour du carnaval.

Les partenariats avec les producteurs locaux se développent également ?

Tout à fait. Nous voulons travailler davantage avec des fournisseurs locaux et privilégier, lorsque cela est possible, les produits issus de la Guyane. C'est une logique qui rejoint notre volonté d'être un véritable acteur du territoire. Nous avons déjà cette démarche sur certains produits et souhaitons aller plus loin.

Au-delà de l'activité économique, vous avez engagé plusieurs actions en faveur de l'environnement. Lesquelles ?

Nous travaillons sur plusieurs leviers d'économie circulaire. Toutes nos huiles usagées sont collectées pour être transformées en biocarburant. Depuis juin, nos biodéchets sont également revalorisés grâce à des larves de mouches soldats, puis utilisés pour produire des protéines pour l'élevage.

Nous devons aussi progresser sur le tri des déchets. Nos clients ont un rôle à jouer et nous devons mieux les accompagner pour adopter les bons gestes. Nos équipes jouent aussi un rôle pédagogique.

Pourquoi avoir signé une convention avec la Police nationale sur la prévention des violences sexistes et sexuelles ?

Nous avons signé cet accord dans le cadre de notre engagement en faveur du développement global de nos collaborateurs et de la promotion d'une culture d'entreprise fondée sur le respect, le vivre-ensemble et un leadership responsable. Cette initiative comprend des actions de sensibilisation et de formation visant à renforcer les relations interpersonnelles et le bien-être au travail.

Étant donné que de nombreux membres de nos équipes vivent leur première expérience professionnelle au sein de notre entreprise, nous sommes convaincus qu'accompagner leur développement personnel et professionnel est également une manière de contribuer positivement à la société.

Quels sont les grands défis qui attendent McDonald's Guyane dans les prochaines années ?

Notre premier défi est de continuer à former nos équipes pour être prêts à ouvrir de nouveaux restaurants et offrir de nouvelles opportunités professionnelles. Nous devons développer suffisamment de talents locaux pour que nos collaborateurs puissent demain prendre la responsabilité de nouveaux établissements.

Si vous deviez imaginer McDonald's Guyane dans les prochaines années ?

J'aimerais que McDonald's Guyane soit un modèle, avec des talents guyanais capables de faire rayonner leur savoir-faire au-delà du territoire.

Un message aux équipes qui ont construit cette aventure depuis 25 ans ?

Je veux leur dire qu'elles accomplissent un travail formidable. Je suis très fière de ce qu'elles réalisent chaque jour. Bravo pour tout le chemin parcouru et pour tout ce qu'il nous reste encore à parcourir ensemble !

Bio express : un parcours international, une vision locale

Forte de plus de 20 ans d'expérience en Europe, en Amérique Latine et dans les Caraïbes, diplômée de KEDGE Business School de l'ITESM de Monterrey, Malika Coco-Viloin Maxo accompagne les transformations des organisations. Elle a également enseigné à l'Université des Antilles. Son parcours international nourrit une vision multiculturelle du management et du développement commercial. En Guyane, elle place le développement des talents, l'ancrage local et la croissance durable au cœur de ses priorités.

« NOUS SOMMES UN ACTEUR IMPORTANT DE L'EMPLOI DES JEUNES. NOS ÉQUIPES SONT LOCALES ET REFLÈTENT LA DIVERSITÉ DE LA GUYANE »

Malika Coco-Viloin Maxo directrice générale d'Arcos Dorados Guyane



Rashanna Luckhoo,
manager

« Je pensais que travailler chez McDonald's était un simple emploi, mais j'y ai découvert un véritable esprit d'équipe, une organisation solide et de réelles opportunités d'évolution professionnelle. »



Lynoa Julian, équipier à Matoury

« Après 25 ans au service de nos clients, je suis fier du chemin parcouru. Grâce à l'engagement, au courage et à la volonté de chacun, nous avons contribué à construire une belle histoire dont les bénéfices continueront de profiter aux générations futures. »

Guisnaille Dorcelly, équipière à Cayenne

« Ce qui me motive au quotidien, c'est le travail en équipe, le sentiment d'être utile et les opportunités de progresser et d'évoluer professionnellement. »



Erika Sochandamandon,
coordinatrice de la communication

« Rejoindre McDonald's Guyane, c'est l'opportunité d'acquérir une première expérience professionnelle, de développer de nouvelles compétences et d'évoluer dans une entreprise reconnue pour sa formation et son accompagnement des jeunes. »

Flor Ortiz, coordinatrice LSM

« Mon meilleur souvenir est ma formation sur le terrain. J'y ai beaucoup appris, aussi bien professionnellement qu'humainement, tout en découvrant l'importance de l'humilité et du travail en équipe. »

Martilien Romain,
technicien

« Avec de la motivation et l'envie d'apprendre, chacun peut développer ses compétences et construire son avenir. »



Protection sociale

CONSTRUIRE UN BTP PLUS ATTRACTIF !

Bien plus qu'une caisse de congés payés, la **CiBTP Antilles-Guyane** protège les salariés, accompagne les entreprises et fait de la protection sociale un moteur de solidarité, d'attractivité et de performance pour le BTP au service des territoires ultramarins.

Texte Sandrine Chopot – Photo Christophe Fidole

Olivier Mantez, président de la CiBTP de la Guyane

Au-delà de la gestion des congés payés, la CiBTP Antilles-Guyane, membre du réseau national des douze caisses réunies au sein de CiBTP France, joue un rôle bien plus large dans le quotidien des entreprises et des salariés du BTP. Depuis plus de cinquante ans, cette institution de protection sociale sécurise les parcours professionnels, simplifie les obligations des employeurs et contribue à l'équilibre d'une filière essentielle. Présente en Guadeloupe, Guyane, Martinique, Saint-Martin et Saint-Barthélemy, l'ensemble des services est accessible aux salariés et entreprises du secteur installées sur ces territoires. Grâce à un système mutualisé, les salariés conservent leurs droits, même lorsqu'ils changent d'entreprise, tandis que les employeurs bénéficient d'un dispositif qui facilite leurs démarches et garantit une application homogène des règles sociales. Ce modèle favorise également une concurrence plus équitable entre les entreprises et participe à la lutte contre le travail illégal.

L'innovation sociale en action

Logement, emploi, formation, pouvoir d'achat, avantages sociaux, la CiBTP Antilles-Guyane a développé une offre de services unique au sein du réseau national. Son objectif : apporter des réponses concrètes aux besoins des salariés tout en aidant les entreprises à attirer et fidéliser leurs collaborateurs. Avec Club BTP, les salariés bénéficient gratuitement d'avantages destinés à soutenir leur pouvoir d'achat. Ensemble pour le logement, en partenariat avec Action Logement, facilite leurs parcours résidentiels. La plateforme ALEIS rapproche entreprises et candidats, tandis que La Marque BTP valorise les métiers et renforce l'image de la profession auprès des jeunes.

Cap sur 2030

La CiBTP Antilles-Guyane poursuit sa transformation avec Objectif 2030. Cette feuille de route repose sur une ambition claire : construire une caisse plus proche du terrain, plus cohérente entre les territoires et plus utile aux parcours professionnels. Sept orientations guident cette évolution : proximité, simplification, innovation numérique utile, gouvernance agile, attractivité des métiers, responsabilité environnementale et attractivité, préservation d'une culture humaine et solidaire. Le numérique n'a pas vocation à remplacer la relation humaine, il permet au contraire de dégager davantage de temps pour le conseil, l'écoute et l'accompagnement des entreprises comme des salariés. Face aux défis d'attractivité, de transition et de renouvellement des compétences, la CiBTP Antilles-Guyane mise sur l'agilité et l'innovation pour accompagner la transformation du BTP et contribuer à des territoires plus résilients et durables.

3 questions à Oliver Mantez, président de la CiBTP de la Guyane

QUELS SONT LES DÉFIS MAJEURS À RELEVER POUR LE BTP GUYANAIS ?

Nous devons investir dans une caisse plus digitale, agile et adaptée aux réalités du monde actuel. Les parcours professionnels ont changé : la digitalisation doit simplifier les démarches et améliorer les services, sans perdre notre proximité avec le terrain au service de nos entreprises adhérentes et de leurs salariés.

QUELLES SONT VOS PRIORITÉS POUR PRÉPARER L'AVENIR ?

Nous voulons poursuivre la structuration et la valorisation du BTP. Avec la marque BTP Antilles-Guyane, nous souhaitons fédérer toutes les organisations de la profession et offrir aux entreprises comme aux jeunes une meilleure lisibilité. Le BTP est une profession structurée qui propose prévoyance, mutuelle, congés payés, formations, avantages sociaux, mais aussi des rémunérations attractives. Il faut continuer à changer son image et montrer qu'on peut réussir une très belle vie professionnelle dans ce secteur.

À QUOI RESSEMBLERAIT UN BTP PLUS FORT EN 2030 ?

À un secteur mieux organisé, capable de jouer pleinement son rôle de moteur économique en pesant sur les décisions d'orientation. En Guyane, les besoins et les financements existent. Il faut désormais mieux coordonner les acteurs pour que les crédits soient consommés à 100 % et se transforment réellement en projets. Le BTP doit rester un secteur majeur pour l'emploi, notamment des jeunes. La caisse devra être encore plus aux côtés de ses chefs d'entreprise adhérents pour les accompagner dans un monde de plus en plus complexe et où tout va de plus en plus vite.



Caisse Congés BTP – Agence Guyane
Immeuble CRCPBTP Rocade de Baduel – BP 90842
97339 Cayenne CEDEX
05 94 29 75 00
<https://congesbtp-ag.fr/>

GUYANE RÉVÉLÉE : la parole politique engage, elle doit aussi rendre des comptes

Rendre compte de nos engagements ne devrait pas être une promesse politique. Cela devrait être une évidence démocratique. Lorsqu'un élu présente un programme, il engage sa parole. Cette parole oblige : à agir, bien sûr, mais aussi à expliquer, à rendre visible ce qui est fait, ce qui avance, ce qui doit être corrigé.

C'est cette exigence que nous avons placée au cœur de GUYANE RÉVÉLÉE.

Notre ambition est claire : **une parole donnée doit pouvoir être suivie, mesurée et confrontée aux résultats**. La transparence n'est pas un slogan. Elle est une méthode de travail et une responsabilité.

Une attente forte des Guyanais

Les échanges avec la population le montrent clairement : les Guyanais attendent des engagements à la hauteur des réalités du territoire, mais aussi une meilleure lisibilité de l'action publique.

Ils veulent savoir où nous allons, ce qui est prévu, ce qui est réalisé et à quel rythme les choses avancent. Ils souhaitent également pouvoir interroger régulièrement leurs élus sur les projets engagés. Cette attente est légitime. Car, la confiance ne se décrète pas. Elle se construit dans la durée, par la cohérence entre les paroles et les actes.

Un projet de territoire lisible et suivi

GUYANE RÉVÉLÉE n'est pas une addition de disposi-



Karine Cresson-Ibris, vice-présidente déléguée à l'emploi, l'insertion et la formation professionnelle

tifs. C'est un projet de territoire, tourné vers l'emploi, la formation et l'accompagnement des Guyanais dans leur parcours d'insertion. Son envergure impose une exigence nouvelle dans la manière de rendre compte de l'action publique.

C'est pourquoi son premier axe est consacré à la communication, avec deux outils structurants : un site Internet dédié au suivi du programme et un réseau social destiné aux publics en insertion et en formation accompagnés par la Collectivité territoriale de Guyane. L'objectif est simple : rapprocher l'action publique des citoyens et rendre l'information plus accessible, plus claire et plus utile.

Un site pour suivre l'action publique en temps réel

Le site Internet GUYANE RÉVÉLÉE ne sera pas une vitrine institutionnelle. Il sera un outil de suivi public du programme et de ses résultats. Chacun pourra y retrouver les engagements pris, les actions en cours, leur état d'avancement et, progressivement, les résultats obtenus.

Notre démarche est de passer d'une communication qui annonce à une communication qui rend compte :

- Dire ce qui est prévu
- Montrer ce qui est engagé
- Expliquer ce qui est réalisé
- Reconnaître ce qui doit être ajusté



Le programme

Les Villages

Nous rejoindre

Actualités

Médiathèque

OCT Guyane

f

i

v

in

« Guyane Révélée, une vision, des territoires, des parcours, un avenir partagé. »

« En Guyane, la formation ne doit plus être un parcours du combattant.

Elle doit devenir un levier de développement, accessible à tous, partout. »

Découvrir le programme



La transparence implique aussi le dialogue. Le site permettra donc **une interaction avec les citoyens**, afin de poser des questions, mieux comprendre les projets et participer au débat public. Cette dynamique pourra être complétée par des rendez-vous réguliers d'échange sur l'avancement des actions.

Rendre compte, y compris des difficultés

Rendre compte ne signifie pas démontrer que tout fonctionne parfaitement. C'est aussi accepter de dire quand un projet rencontre des difficultés, expliquer les retards, identifier les causes et présenter les solutions. C'est cela, la responsabilité politique. La transparence ne doit pas être une mise en scène. Elle doit être une pratique normale de l'action publique. Avec GUYANE RÉVÉLÉE, nous avons fait le choix d'intégrer cette exigence dès la conception du programme, et non après coup.

Mieux informer, mieux accompagner

La création d'un réseau social dédié aux publics en insertion et en formation professionnelle répond à un objectif concret : mieux connecter les dispositifs aux personnes concernées. Trop souvent, l'information existe mais reste difficile d'accès ou insuffisamment lisible. Nous voulons y remédier en rapprochant les opportunités des Guyanais. Une politique publique n'est efficace que si elle est comprise et accessible. Au-delà des outils, c'est une manière différente de concevoir l'action publique qui est en jeu. Je crois à une démocratie dans laquelle les citoyens peuvent suivre les engagements pris, comprendre

les décisions et interroger leurs représentants. Cela suppose de changer certaines habitudes.

Passer d'une culture de l'annonce à une culture du résultat et du compte rendu.

C'est l'engagement que nous prenons avec GUYANE RÉVÉLÉE. Un engagement pour restaurer la confiance, renforcer la participation citoyenne et améliorer la qualité de l'action publique. Car nous ne demandons pas aux Guyanais de nous croire sur parole. Nous leur donnons les moyens de vérifier, de comprendre et de juger.

Ce nouvel espace devra vivre grâce à une responsabilité partagée : celle de l'institution, qui doit informer avec rigueur et régularité, et celle des Guyanais, qui doivent s'en saisir. GUYANE RÉVÉLÉE porte une ambition forte pour notre territoire. Cette ambition nous oblige parce qu'une parole politique n'a de valeur que si elle se traduit en actes.

Le lancement du site Internet GUYANE RÉVÉLÉE, prévu le mercredi 23 septembre 2026, marquera une étape importante.

Il ne s'agit pas d'un aboutissement, mais d'un point de départ. À partir de ce moment, chacun pourra suivre l'avancement du programme, ses actions et ses résultats.



Affacturage

TRANSFORMER LA TRÉSORERIE EN LEVIER DE CROISSANCE !

Aux Antilles et en Guyane, l'affacturage est devenu bien plus qu'une solution de financement court terme : c'est un véritable outil de pilotage et de développement pour les entreprises. Jean-David Fourain, directeur régional Antilles-Guyane de **BPCE Factor**, revient sur les atouts d'un accompagnement de proximité au service de leur développement.

Texte Sandrine Chopot



Équipe Martinique (de gauche à droite) : Françoise Guitteaud, Thibaut Massin, Christel Potin, Valérie Brulu

BPCE Factor est implantée aux Antilles et en Guyane. Comment cette présence locale influence-t-elle votre manière d'accompagner les entrepreneurs ?

BPCE Factor est présente en Martinique, en Guadeloupe et en Guyane. Cette proximité nous permet de bien connaître les réalités économiques de ces territoires et de proposer des solutions sur mesure : financement, assurance-crédit, gestion du poste clients, relance et recouvrement. Nous privilégions la proximité, des circuits de décision courts et une grande réactivité, trois atouts essentiels lorsqu'un dirigeant doit sécuriser ou renforcer rapidement sa trésorerie. Nous connaissons les spécificités des secteurs clés

comme le BTP, le transport ou les services, ainsi que les délais de paiement de certains donneurs d'ordre. En lien avec nos partenaires bancaires, nous accompagnons durablement les entreprises, de la TPE aux grands comptes, en leur apportant des solutions d'affacturage adaptées à leurs enjeux et à leurs projets de développement.

Les entreprises ultramarines évoluent dans un contexte économique particulier. Quels sont aujourd'hui leurs principaux enjeux de trésorerie ?

La hausse des coûts, les tensions sur les approvisionnements et l'allongement des délais de

paiement fragilisent la trésorerie des entreprises, même lorsqu'elles disposent d'un carnet de commandes bien rempli. L'affacturage apporte une réponse concrète en transformant les factures en trésorerie disponible sans attendre l'échéance des factures (30, 60 ou 90 jours). Au-delà du financement, nous proposons également la gestion des créances et une assurance-crédit qui protège contre les impayés*. Notre objectif est d'accompagner chaque entreprise avec une solution adaptée à son activité, à ses enjeux et à ses perspectives de développement.

BPCE Factor revendique une gestion 100 % locale avec un interlocuteur unique. Pourquoi est-ce un véritable facteur de différenciation ?

Les dirigeants recherchent avant tout de la proximité, de la simplicité et de la réactivité. Chaque client bénéficie d'un interlocuteur unique qui connaît son activité, son environnement et ses enjeux. Cette relation de confiance permet d'apporter un accompagnement personnalisé et des réponses rapides, à chaque étape de la relation. C'est un fonctionnement qui crée de la confiance et qui nous différencie. Nos clients savent qu'ils peuvent joindre une personne qui les connaît réellement et qui est en mesure de les accompagner dans la durée. Je pense à un entrepreneur guyanais, spécialisé dans le transport scolaire, qui participait à un salon professionnel en Guadeloupe. Il est venu spontanément saluer l'ensemble de notre équipe de gestion à l'agence. Cet exemple, parmi tant d'autres, illustre parfaitement la relation de confiance que nous construisons avec nos clients.

La Guyane connaît une forte dynamique économique portée par de grands projets structurants. Comment accompagnez-vous cette croissance ?

La Guyane bénéficie d'une dynamique portée par les infrastructures, le BTP, la transition énergétique ou encore le secteur spatial. Mais cette croissance s'accompagne de besoins de trésorerie importants, notamment pour répondre aux appels d'offres et mener les chantiers. BPCE Factor accompagne les entreprises en transformant rapidement leurs factures en trésorerie afin qu'elles puissent poursuivre leur développement sans fragiliser leur équilibre financier. Nous proposons également des solutions de gestion du poste clients, incluant les encaissements, les relances et le recouvrement, ainsi qu'une assurance-crédit qui sécurise leur activité face au risque d'impayés*.

* Impayés résultant d'une insolvabilité judiciairement constatée dans les conditions prévues contractuellement.



Équipe de Guadeloupe (de gauche à droite) : Dominique Descusse, Karine Adda-Lutin, Jean-David Fourain, Noëlia Mounigadou et Cindy Inseque

Proximité, Expertise, Réactivité

- Plus de **40 ans d'expertise** en affacturage.
- Plus de **20 ans de présence** aux Antilles et en Guyane.
- Une gestion **100 % locale** avec **11 collaborateurs** dédiés au développement commercial et à la gestion.
- **2 agences** implantées en Martinique et en Guadeloupe.
- **97 % de satisfaction client** en Martinique et en Guadeloupe, **100 %** en Guyane en 2025 (Source : Enquêtes téléphoniques réalisées par Skeepers – Moai sur l'année 2025, sur un échantillon de 75 clients BPCE Factor).
- **3 distinctions** : le **Label Excellence Services** récompense la qualité de la relation client, la **Médaille d'Or EcoVadis**, qui distingue l'engagement de BPCE Factor en matière de responsabilité sociétale (RSE), et la certification **Great Place To Work® 2026**, qui témoigne de la confiance de nos collaborateurs et de notre ambition de faire de BPCE Factor une entreprise où il fait bon travailler.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

De la feuille de route aux actes, la jeunesse comme fil conducteur



Faire de la jeunesse une priorité de mandature était un engagement. En 2026, cet engagement se traduit progressivement dans les travaux du CESECE Guyane. Temps de l'enfant, participation citoyenne, mobilité régionale, emploi-formation, patrimoine ou vie chère : sous l'impulsion de sa présidente Ariane Fleurival, le Conseil déploie une feuille de route transversale avec une méthode : partir du terrain, écouter et transformer les réalités vécues en propositions pour l'action publique.

Ariane Fleurival, présidente du CESECE

©Mathieu Delmer

Une feuille de route qui prend corps

En début de mandature, le CESECE Guyane a choisi de placer la jeunesse au cœur de ses priorités. Quelques mois plus tard, études, autosaisines, rencontres de terrain et partenariats en constituent les premières traductions. Un fil conducteur s'affirme : écouter, comprendre, co-construire, proposer et évaluer.

Cette orientation traverse désormais plusieurs champs d'intervention : éducation, mobilité, formation, emploi, santé, coopération régionale, patrimoine ou évaluation des politiques publiques. Une transversalité qui répond à une évidence : penser l'avenir de la Guyane suppose d'intégrer sa jeunesse à toutes les dimensions de son développement.

Focus — Temps de l'enfant : partir du terrain

L'étude sur les Temps de l'enfant en Guyane constitue l'un des premiers marqueurs de cette démarche. École, transport, sommeil, famille, loisirs, sport, culture et numérique : elle appréhende la vie quotidienne des jeunes dans sa globalité.

Avec la Caravane Jeunesse, le CESECE a complété l'expertise par l'« aller vers ». Collégiens et lycéens ont été rencontrés dans dix territoires, de Cayenne à Saint-Georges, en passant par Kourou, Mana, Saint-Laurent-du-Maroni ou Saül. Leurs témoignages ont nourri huit grandes orientations pour l'action publique et consacré un principe : « ne pas parler de la jeunesse sans la jeunesse ».

Focus — Ouvrir la Guyane sur son bassin régional

Avec le projet d'« Erasmus de bassin », le CESECE souhaite explorer de nouvelles possibilités de formation et d'échanges avec le Brésil, le Suriname, le Guyana, la Caraïbe et l'Amérique du Sud. L'objectif : faire de la géographie guyanaise une opportunité, diversifier les parcours des jeunes, développer leurs compétences linguistiques et renforcer leur ouverture sur leur environnement régional.

Focus — Former aux métiers de demain

Préparer l'avenir implique aussi d'anticiper les besoins économiques. Des tableaux de bord Emploi-Formation sont envisagés dans trois secteurs stratégiques : BTP, santé et agriculture. Métiers en tension, formations disponibles, compétences recherchées et besoins futurs devront être

rapprochés pour répondre à une question centrale : formons-nous aujourd'hui les jeunes Guyanais aux emplois dont la Guyane aura besoin demain ?

Focus — Transmettre pour créer des vocations

La jeunesse rejoint également les travaux sur le patrimoine bâti traditionnel créole, autochtone et bushinengue. Le projet, préparé avec le lycée polyvalent Georges Othily, prévoit des visites de terrain et des rencontres avec les détenteurs de savoir-faire. L'enjeu est de préserver et transmettre ce patrimoine, mais aussi de montrer qu'il peut ouvrir vers des compétences, des formations et des métiers.

Agir — La vie chère, un enjeu pour toutes les générations

Autre chantier majeur : la vie chère en Guyane. Lancée en mai et finalisée en juillet 2026, l'autosaisine conduite par une commission ad hoc a croisé auditions, données et réalités de terrain : formation des prix, fret, transport, fiscalité, production locale, stockage et situation des communes isolées.

Une mission dans l'Ouest guyanais a permis de mesurer les effets concrets de l'enclavement et des surcoûts logistiques. Au-delà du pouvoir d'achat, cette question concerne directement les jeunes : se nourrir, se déplacer, étudier, se former, travailler et construire un projet de vie. L'étude doit désormais nourrir des propositions opérationnelles en faveur d'une plus grande équité territoriale.

Une dynamique engagée, des résultats à construire

Tout n'est pas achevé, mais une dynamique est engagée. Terrain, études, mobilité, formation, emploi, patrimoine et conditions de vie dessinent progressivement une feuille de route mise en actes.

Sous l'impulsion d'Ariane Fleurival, cette ambition se traduit à travers la mobilisation de son assemblée, de ses instances de travail ainsi que de la direction et de l'équipe administrative qui accompagnent et mettent en œuvre les travaux du Conseil. Une dynamique collective pour faire de la jeunesse une priorité des politiques publiques, et un véritable partenaire du développement du territoire.

Car investir dans la jeunesse, ce n'est pas seulement préparer la Guyane de demain. C'est reconnaître que les jeunes contribuent déjà à construire celle d'aujourd'hui.

Télécommunications

« LA PRIORITÉ EST DE FOURNIR LE MEILLEUR SERVICE »

Depuis le 1er juillet, Sébastien Aubé a pris la tête de **CANAL+TELECOM**, opérateur sur le marché des outre-mer et filiale à 100 % de **CANAL+**. Développer, transformer, optimiser... « Ce qui me plaît, c'est de simplifier les problématiques complexes », confie le nouveau directeur général.

Texte Caroline Bablin - Photo Aubane Nesty



Sébastien Aubé, directeur général de CANAL+TELECOM

Avant votre nomination en tant que directeur général de CANAL+TELECOM, quel a été votre parcours ?

Ingénieur en télécom de formation, j'ai travaillé pour différents opérateurs, dans l'Hexagone puis aux Antilles pendant quinze ans. Quand j'ai commencé, les télécoms étaient en pleine explosion et l'objectif était la croissance, puis il a fallu transformer et optimiser. J'ai notamment travaillé sur la digitalisation et la simplification des processus de vente. Et cet enjeu de transformation, je l'ai ensuite appliqué pour un éditeur de logiciels de comptabilité qui souhaitait passer de la vente de licences à l'abonnement mensuel. Enfin il y a un an, j'ai rejoint **CANAL+TELECOM** en tant que directeur BtoB. J'ai ainsi eu le temps de découvrir l'entreprise en profondeur, comprendre ses spécificités et son mode de fonctionnement.

Selon vous, quels sont les points forts de CANAL+TELECOM ?

Depuis trente ans, nous avons développé une vraie expertise et un ancrage local fort. Surtout, nous sommes le seul acteur qui opère depuis les Caraïbes et la Guyane jusqu'à La Réunion et Mayotte, sous la même entité juridique. C'est la même entreprise, les mêmes équipes. Chacun parle à ses clients, mais derrière, c'est la même team, notamment pour le support technique. Finalement, il y a toujours quelqu'un de réveillé chez **CANAL+TELECOM** pour répondre à un client.

Mais ce qui nous différencie le plus est notre appartenance à **CANAL+**, qui nous permet d'associer une connectivité performante, une marque reconnue et une plateforme de contenus que personne d'autre n'est en mesure d'offrir.

Quelles seront vos priorités ?

La première est de fournir le meilleur service, pour que la connexion soit performante, fiable, et surtout qu'elle se fasse rapidement. Quand vous passez commande sur Internet, vous voulez suivre votre colis et savoir quand vous serez livré. Là, c'est pareil. Quand vous souscrivez un abonnement fibre en boutique, vous voulez savoir quand vous serez connecté.

La seconde priorité est de valoriser ce qui fait notre spécificité : la richesse et la qualité des contenus du groupe. La réglementation a changé, nous pouvons

désormais proposer des offres groupées, associant la connexion et l'abonnement aux contenus **CANAL+**.

Enfin, notre objectif est de devenir un partenaire incontournable sur le marché des entreprises. Nous devons anticiper leurs besoins pour aller vers de nouveaux services. Cela va de la cybersécurité à la gestion de réseaux managés, avec des technologies comme du SD-WAN par exemple, en passant par des offres d'hébergement sécurisées et certifiées, des infrastructures fiables et dimensionnées à leurs besoins...

Y a-t-il des spécificités selon les territoires ?

Bien sûr. La Réunion, par exemple, est un marché ultra-dynamique, 96 % du territoire est fibré, alors que la Martinique est un peu en retrait, mais c'est en train de se structurer. Les Antilles sont des marchés insulaires avec une très forte concurrence. L'enjeu est la proximité et la qualité de service. En Guyane, le territoire est beaucoup plus étendu, avec

une population dispersée, les raccordements pour amener la fibre chez le client peuvent être longs et complexes, mais on est sur une bonne dynamique et on va encore renforcer nos équipes sur ce marché. Et puis la Guyane présente des atouts spécifiques car il n'y a ni cyclones, ni tremblements de terre... Ça devient donc un territoire intéressant pour y installer des infrastructures critiques comme un data center.

On vient d'ailleurs d'en ouvrir un - après celui de Guadeloupe - qui nous permet de sécuriser tous nos services et de proposer à nos clients des solutions d'hébergement souveraines et adaptées à leurs besoins.

C'est votre première rentrée en tant que directeur général. Quel message souhaitez-vous adresser à l'ensemble des collaborateurs ?

Depuis un an, j'ai pu voir des équipes passionnées, expertes, attachées à leur entreprise et leur territoire, aussi je souhaite d'abord les remercier pour leur engagement, leur professionnalisme et l'énergie qu'elles mettent chaque jour au service de nos clients. Tous les collaborateurs peuvent être fiers du chemin parcouru depuis trente ans et je compte aussi sur eux pour prendre des initiatives et faire bouger les lignes, car quand on travaille avec des gens compétents, ce serait du gâchis de ne pas leur faire confiance...

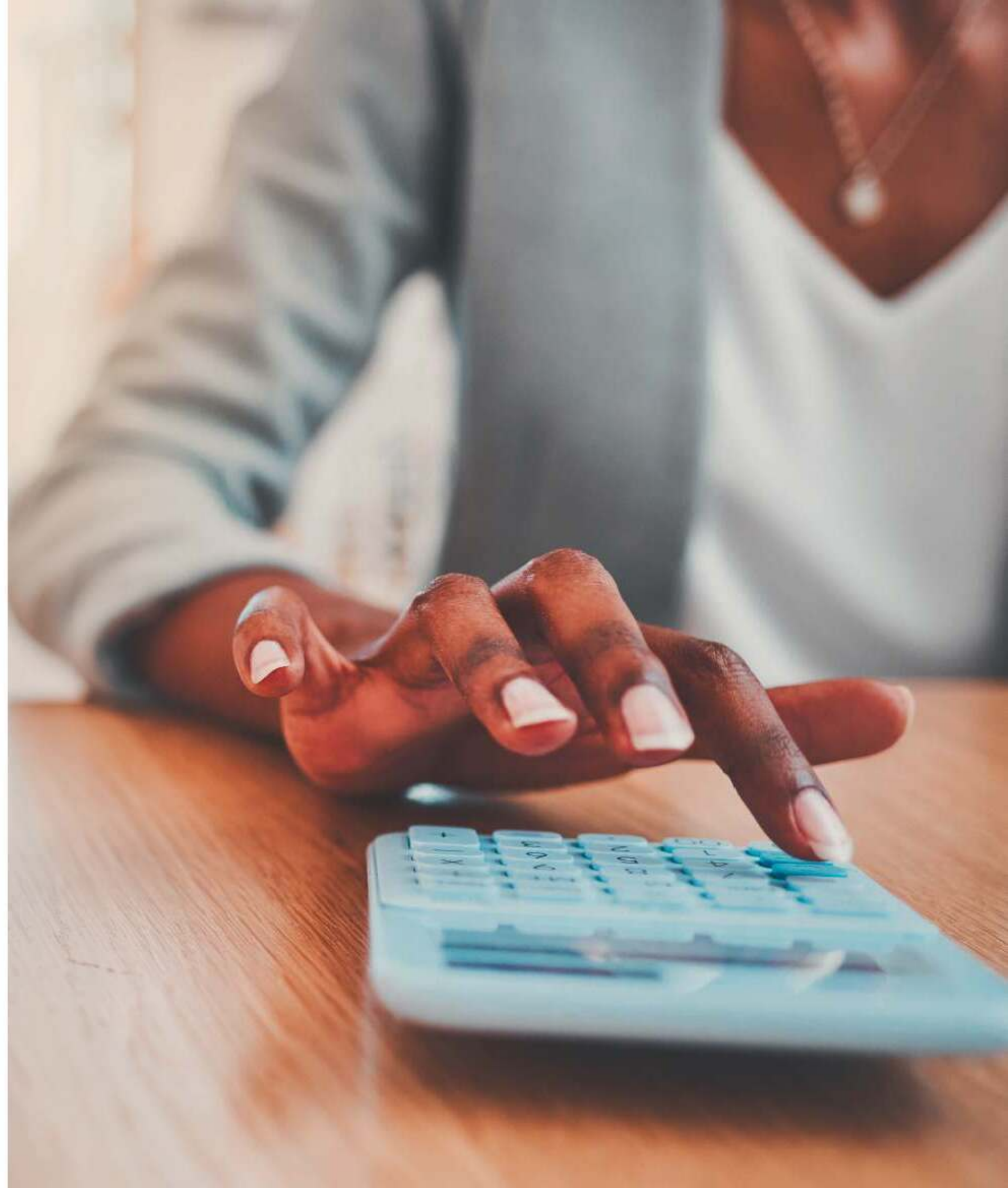
« NOUS SOMMES LE SEUL ACTEUR QUI OPÈRE DEPUIS LES CARAÏBES ET LA GUYANE JUSQU'À LA RÉUNION ET MAYOTTE »

Sébastien Aubé,
directeur général de CANAL+TELECOM

QUI CROIT EN NOS IDÉES **(ET LES FINANCE) ?**

L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL ULTRAMARIN DÉBORDE D'ÉNERGIE. SELON LA NOTE D'ANALYSE ANNUELLE DE LA BPI, LES RÉGIONS D'OUTRE-MER ONT BÉNÉFICIÉ, EN 2025, D'UNE DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE EN CROISSANCE ET EN ACCÉLÉRATION : LES ÉVOLUTIONS ANNUELLES SONT SUPÉRIEURES À 10%*. POURTANT, UN OBSTACLE PERSISTANT EMPÊCHE TROP SOUVENT LE PASSAGE À L'ÉCHELLE : L'ACCÈS AUX CAPITAUX.

* Source : Observatoire de la création d'entreprise. « La création d'entreprise en France en 2025 ». Note d'analyse annuelle, juin 2026



DE 500 À 15 000 €

LE MICROCRÉDIT PROFESSIONNEL

Solution de financement prévu pour les personnes qui ne peuvent obtenir un crédit bancaire classique en raison de faibles revenus et/ou d'une situation de précarité sociale.



Sylvie Zélateur, conciergerie médicale ADM's services

CRÉER SON ENTREPRISE SANS ACCÈS AU CRÉDIT BANCAIRE CLASSIQUE RESTE UN OBSTACLE POUR DE NOMBREUX PORTEURS DE PROJETS. DEPUIS PLUS DE 35 ANS, L'ASSOCIATION POUR LE DROIT À L'INITIATIVE ÉCONOMIQUE (ADIE) LEUR DONNE LES MOYENS DE SE LANÇER GRÂCE À DES MICROCRÉDITS PROFESSIONNELS POUVANT ATTEINDRE 15 000 EUROS ET À UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ.

L'Adie défend une conviction forte : chacun, même sans capital, même sans diplôme, peut devenir entrepreneur. Elle s'appuie sur un réseau de salariés et de bénévoles présents partout en France, y compris en Guadeloupe, en Martinique et en Guyane. En 2025, l'Adie a prêté 181 millions d'euros à plus de 30 000 entrepreneurs. Au total, 30 971 microcrédits professionnels ont été accordés, permettant de financer 18 098 créateurs d'entreprise et de contribuer à la création de 21 718 emplois. Derrière ces chiffres, se cachent autant de femmes et d'hommes qui ont pu créer leur activité malgré un refus bancaire. Voici quelques-uns de leur parcours. Conversations avec Sarah Balay

« Acheter le véhicule indispensable à mon activité »

Sylvie Zélateur, 55 ans, gérante de ADM'S Services Conciergerie, en Guadeloupe

« Après de nombreuses années comme aide-soignante à l'hôpital dans l'Hexagone, puis en Guadeloupe, j'ai constaté des manquements dans la prise en charge des patients, notamment sur le plan humain. Je ne retrouvais plus le sens que je donnais à mon métier. La crise sanitaire a marqué un tournant. Faisant partie du personnel suspendu, je suis restée presque sept mois sans salaire et j'ai tout perdu. Après ma rupture conventionnelle, fin 2022, j'ai bénéficié de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE). C'est durant cette période que j'ai intégré une couveuse d'entreprise pour structurer mon projet. En septembre 2025, j'ai créé une conciergerie paramédicale et médicale destinée à faciliter le parcours de soins des patients. Un concept innovant que j'ai d'ailleurs fait breveter. Pour me lancer, j'avais besoin d'un véhicule nécessaire

aux besoins de la société et des clients, mais aussi d'un fonds de roulement. Après ces mois très difficiles, ma situation financière ne me permettait pas d'obtenir un prêt bancaire. L'Adie m'a alors accordé un microcrédit de 8 000 €, en décembre 2025. Il m'a permis d'acheter un véhicule d'occasion et de démarrer l'activité, en février 2026, dans de bonnes conditions. L'association a été sensible à l'impact social de mon projet sur le territoire. Les prix que j'ai remportés lors des concours CréAdie Antilles-Guyane 2026 et 101 Femmes entrepreneures ont aussi, sans doute, renforcé la crédibilité de ma démarche.

Concrètement, mon rôle est celui d'une assistante personnelle de santé : je coordonne les rendez-vous, les démarches administratives ainsi que les échanges avec les médecins et les familles. J'interviens auprès de tous les publics, à l'exception des enfants. Ce sont toutefois principalement les familles, les aidants, les personnes âgées, celles qui se trouvent temporairement en situation de handicap qui font appel à ma structure. J'apporte un soutien rassurant à celles et ceux qui n'osent plus ou pas se rendre seules à leurs consultations ou à l'hôpital. C'est cette dimension humaine qui me motive au quotidien. Je compte aujourd'hui une quinzaine de clients, grâce au bouche-à-oreille. La prochaine étape est de trouver un local et d'embaucher trois personnes afin de poursuivre mon développement tout en conservant la qualité de l'accompagnement. Sans ce premier microcrédit, j'aurais peut-être fini par y arriver, mais cela m'aurait pris beaucoup plus de temps. »



Magalie Blanquin, gérante de Corail Esthétique



« Développer mon institut de beauté étape par étape »

Magalie Blanquin, 39 ans, gérante de Corail Esthétique à Saint-Joseph (Martinique)

« L'Adie m'a fait confiance et j'ai fait confiance à l'Adie... Tout a commencé en 2009. Après deux années de salariat dans un institut de beauté, je n'éprouvais qu'une seule envie : devenir ma propre patronne. Lorsque j'ai décidé de créer mon entreprise, je n'ai pas envisagé un instant de frapper à la porte d'une banque. Je suis allée directement à l'Adie. Selon moi, c'était plus simple et moins contraignant. Grâce à un premier microcrédit de moins de 5 000 €, j'ai pu acheter une table de massage, des appareils pour les soins et l'épilation, ainsi que les produits nécessaires pour démarrer sereinement. J'ai commencé à proposer des prestations à domicile : soins du visage, épilation, ongles, massages, etc. J'intervenais principalement sur Fort-de-France et ses alentours. J'ai exercé ainsi plusieurs années. Mais à force d'être constamment sur la route, il est devenu de plus en plus difficile de concilier mon activité avec ma vie de famille. J'ai alors ressenti le besoin de me poser dans un lieu fixe.

En 2017, après mon déménagement à Saint-Joseph, j'ai trouvé un local et j'ai sollicité un 2^e microcrédit de 8 000 €. Il a financé les travaux, le mobilier, le matériel, tout en me laissant une petite trésorerie. Cette évolution m'a permis d'embaucher une salariée en 2018, qui travaille toujours à mes côtés. Quelques années plus tard, j'ai souhaité franchir une nouvelle étape en m'installant dans un local plus grand. C'est tout naturellement vers l'Adie que je me suis à nouveau tournée. En 2022, un 3^e microcrédit de 8 000 € a pris en charge les travaux, l'achat du matériel nécessaire à l'aménagement de quatre cabines fermées. C'était important pour moi d'offrir un meilleur confort à ma clientèle.

Aujourd'hui, je vis de mon activité et mon prochain objectif est de créer un centre de formation en esthétique dans une pièce encore inoccupée de l'institut. Sans l'Adie, j'aurais certainement créé mon entreprise mais je n'aurais sans doute pas évolué aussi rapidement. J'aurais probablement continué à exercer à domicile plus longtemps, le temps d'économiser pour financer chaque étape. Leur confiance m'a donc été très précieuse. »

« Relancer mon parcours d'entrepreneur »

Xavier Monduc, 47 ans, créateur des marques d'huiles et de sauces pimentées Boom Shaka Wizz et Mamichou, en Guadeloupe

« Le premier microcrédit obtenu auprès de l'Adie, en 2018, m'a permis de transformer une ancienne boutique de téléphonie en restaurant snack, à Basse-Terre : le Old's Cool Café. Les 4 738 € ont surtout servi à financer les deux mois et demi de travaux nécessaires pour mettre le local aux normes, ainsi que l'achat de mobilier et d'une partie du matériel. Je percevais alors l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE). Je n'avais donc pas suffisamment de bilans pour convaincre une banque de me suivre. Les portes se fermaient les unes après les autres et l'Adie s'est présentée comme la solution. Au-delà du financement, j'ai découvert un véritable accompagnement. Le suivi, la proximité et la relation de confiance font toute la différence. L'Adie accepte de soutenir des personnes qui ne présentent pas toutes les garanties exigées par les établissements bancaires, à condition que le projet soit solide. Malheureusement, le restaurant n'a pas eu le temps de se consolider. Quelques mois plus tard, la crise Covid a frappé de plein fouet le secteur. En 2021, l'Adie m'a accordé deux nouveaux microcrédits de 4 000 € puis de 3 000 € qui ont permis d'apurer mes dettes de loyer

et de repartir sur un nouveau projet. Car, durant cette crise sanitaire, j'ai commencé à développer une recette d'huile pimentée. Après la fermeture du restaurant, j'ai repris un emploi salarié dans la restauration afin de retrouver un revenu stable, tout en développant ma marque Boom Shaka Wizz le soir et le week-end. Mais rapidement promu manager, je disposais de moins en moins de temps pour faire avancer mon projet. À 47 ans, je me suis dit que si je ne le faisais pas maintenant, je ne le ferais probablement jamais. J'ai donc démissionné, en août 2024, pour m'y consacrer pleinement.

Aujourd'hui Boom Shaka Wizz est dédiée aux produits fumés boucanés distribués en épicerie fine. J'ai également créé une seconde marque, Mamichou, en hommage à ma mère, avec un positionnement différent (sauces originales) et une distribution plus large auprès d'autres points de vente. Je viens d'obtenir un 4^e microcrédit de 6 000 € pour un nouveau projet, encore confidentiel. Le matériel est déjà acheté et ma banque est désormais prête à m'accompagner. Avec le recul, je vois le microcrédit comme une impulsion. Ce ne sont pas des sommes qui règlent tout, mais elles permettent de débloquer une situation et de lancer une dynamique. Ensuite, c'est à l'entrepreneur d'utiliser ces fonds intelligemment. Le microcrédit, c'est souvent le coup de pouce qui permet d'aller plus loin. »



Xavier MONDUC fondateur des marques Boom Shaka Wizz et Mamichou et président de Capsicum Caraïbes



Noémie Dudit, créatrice d'Ebéno Bwa

« 3 800 euros pour fabriquer quatre toilettes sèches »

Noémie Dudit, 38 ans, créatrice d'Ebéno Bwa, en Guyane

« Avant de créer mon entreprise, j'ai connu plusieurs vies professionnelles. En 2010, lorsque je suis arrivée en Guyane avec mon CAP d'ébénisterie, j'ai rapidement trouvé un emploi dans une entreprise de menuiserie. Mais les contraintes physiques du métier ont fini par avoir raison de ma santé. J'ai développé un syndrome du canal carpien, reconnu comme maladie professionnelle, et j'ai été licenciée pour inaptitude en 2015. J'ai bien essayé de me reconverter. J'ai passé plusieurs permis professionnels (poids lourds, super poids lourds, chauffeur routier...) et multiplié les expériences dans différents secteurs. Mais je ne trouvais jamais vraiment ma place.

En 2020, en pleine crise sanitaire, j'ai décidé de repartir de ce que je savais faire, mais autrement. J'ai créé une entreprise tournée vers la menuiserie durable, avec la fabrication de toilettes sèches et de composteurs. Au départ, je proposais principalement de la location pour l'événementiel. Mais les manifestations n'étaient pas assez nombreuses, j'ai donc cherché un débouché plus pérenne et identifié les besoins du secteur du BTP. Pour répondre à cette demande,

je devais fabriquer quatre cabines supplémentaires. C'est à ce moment-là que je me suis tournée vers l'Adie. Elle a cru en mon projet et m'a accordé, fin 2024, un microcrédit de 3 800 €, montant nécessaire pour l'achat des matériaux (bois, panneaux, etc.). Les premiers contrats sont arrivés très vite, grâce au bouche-à-oreille surtout. Au total, depuis la création de mon entreprise, j'ai fabriqué huit toilettes sèches mobiles (TSM) destinées aux chantiers, dont deux ont été vendues à un client. Pour l'événementiel, j'ai également réalisé trois TSM, ainsi que deux toilettes sèches et une extension PMR intégrées à une caravane sanitaire.

Désormais, je peux continuer à développer mon activité sur mes fonds propres. Sans ce microcrédit, j'aurais certainement fini par fabriquer ces cabines, mais une par une. J'aurais travaillé en permanence dans l'urgence, avec le risque de ne pas pouvoir répondre à la demande. 3 800 € peuvent sembler modestes, mais ils ont fait toute la différence. Ils m'ont permis de structurer mon activité, de gagner en sérénité et de franchir un cap. C'est exactement à cela que doit servir un microcrédit : financer l'essentiel pour permettre à un projet de décoller. »



EN CHIFFRES

D'après le rapport d'activité Antilles-Guyane 2025 de l'Adie.

Nombre d'entrepreneurs financés (en moyenne ou en 2025) : **3 034** entrepreneurs financés sur l'ensemble de la Région, dont **2 395** entreprises et **639** activités informelles.

Montants globaux alloués (par territoire) :

- Guyane : **4 636 767,59 €**
- Martinique : **8 962 301,12 €**
- Guadeloupe : **6 901 688,63 €**
- Saint-Martin : **2 235 333,20 €**

Soit un total de **22 736 091 €** injecté dans l'économie des Antilles et de la Guyane.

DE 3 000
À 90 000 €



LE PRÊT D'HONNEUR

Il peut être accordé à tout type d'entreprise. Certains secteurs d'activités, comme l'exportation, l'agriculture, la pêche et aquaculture, la promotion ou la location immobilière ou l'intermédiation financière, sont exclus du dispositif.

EN 2025, INITIATIVE MARTINIQUE ACTIVE (IMA) A ACCORDÉ 75 PRÊTS D'HONNEUR ET 57 GARANTIES BANCAIRES S, PERMETTANT DE MOBILISER PLUS DE 3,3 MILLIONS D'EUROS DE FINANCEMENTS BANCAIRES AU PROFIT DES ENTREPRENEURS MARTINICAIS. L'ASSOCIATION A AINSI CONTRIBUÉ À LA CRÉATION OU AU MAINTIEN DE 175 EMPLOIS SUR L'ÎLE. 3 QUESTIONS À MICHAËL ALMON, CHARGÉ DE MISSION CHEZ INITIATIVE MARTINIQUE ACTIVE.

Propos recueillis par Floriane Jean-Gilles

En tant que membre du réseau Initiative France, vous accordez des prêts d'honneur. Comment ce dispositif fonctionne-t-il ?

Nous intervenons aussi bien au moment de la création ou de la reprise d'une entreprise que lors de sa phase de développement. Pour le prêt d'honneur Création-Reprise, le montant peut atteindre 25 000 €, et jusqu'à 20 000 € pour le prêt d'honneur IMA Relance. Dans les deux cas, il s'agit de prêts à la personne accordés à taux zéro. Lors d'une création, le prêt d'honneur permet de constituer l'apport personnel de 20 à 25 % quasi systématiquement exigé par les banques. Ces prêts sont remboursables sur une durée allant jusqu'à 7 ans, avec un différé possible pouvant atteindre 6 mois. Dans le cadre d'une création ou d'une reprise, les fonds servent principalement à financer les investissements de démarrage, les travaux d'aménagement ou à renforcer la trésorerie.

Vous adossez également à votre offre la garantie de prêt bancaire France Active. Quel est son rôle ? La garantie de prêt constitue un véritable filet de sécurité pour les banques : c'est un outil d'aide à la décision qui nous permet de partager le risque avec elles. Pour le porteur de projet, elle présente l'avantage majeur de limiter, voire d'exclure la caution personnelle.

Lorsqu'un porteur de projet sollicite un financement bancaire, Initiative Martinique Active (IMA) peut ainsi se porter garante jusqu'à 50 000 € en phase de création, en couvrant 50 à 80 % du montant du prêt selon le profil.

En cas de défaillance de l'entreprise, la banque active notre garantie. Sa force réside dans son attribution : contrairement à d'autres organismes comme Bpifrance, dont l'analyse intervient au moment du sinistre, la garantie France Active est définitivement acquise dès sa validation par notre comité d'engagement, sans réinstruction ultérieure.

Voilà 10 ans que les conventions de garantie ont été signées avec les banques, quel bilan tirez-vous ?

Le bilan est très positif : nous sécurisons de mieux en mieux les projets. Les personnes disposant de peu de ressources sont le cœur de cible d'Initiative Martinique Active. La garantie France Active permet ainsi d'éliminer ces points discriminants (financiers et sociaux). De plus, grâce au schéma délégataire mis en place avec nos partenaires bancaires, les banques peuvent positionner directement cette garantie et nous orienter les profils identifiés. Chaque projet bénéficie ainsi d'une triple expertise : celle de la banque, celle de notre instructeur et celle du jury en comité d'agrément.

2 PRINCIPAUX RÉSEAUX NATIONAUX

Le montant du prêt d'honneur varie en fonction du réseau qui l'accorde :
- Entre 3 000 à 50 000 euros pour Initiative France ;
- De 15 000 à 50 000 euros (30 000 à 90 000 euros pour les projets de développement structurant) pour Réseau Entreprendre.
Son remboursement s'étale sur une durée de 1 à 7 ans. Source : Bpifrance

2 PLATEFORMES À CONNAÎTRE

LA FABRIK DES ENTREPRISES

Lancée en 2024, la Fabrik des entreprises est un guichet unique d'orientation et de suivi personnalisé par lequel tout porteur de projet doit passer pour obtenir un accompagnement. Co-construit par GDI et 30 structures d'accompagnement locales, ce dispositif s'inscrit dans le programme territorial d'accompagnement des entreprises financé par la CTG et le Feder. À travers une plateforme numérique et un réseau de partenaires locaux (BGE Guyane, CCI Guyane, Les Premières, etc.), la Fabrik permet aux porteurs de projet d'accéder à un suivi sur-mesure. Grâce à un système d'algorithmes, la plateforme redirige le porteur de projet vers une structure d'accompagnement dédiée aux besoins de son projet. En simplifiant l'accès aux ressources et en renforçant la mise en réseau des acteurs économiques, ce dispositif contribue à dynamiser l'entrepreneuriat guyanais.

ZÉT WAL

Le réseau Zetwal est né en 2018. Initié pour simplifier le parcours des entrepreneurs locaux, Zetwal agit comme un guichet virtuel unique. Il fédère l'écosystème de la création et du développement d'entreprise en Martinique afin d'éviter que les porteurs de projets ne se perdent dans la multiplicité des interlocuteurs. Il répertorie les structures d'orientation et de financement locales (Chambres consulaires, pépinières, couveuses, technopôle, associations de financement). Il regroupe l'ensemble des dispositifs financiers disponibles sur le territoire et centralise les ateliers, formations, concours et événements de networking entrepreneurial organisés sur l'île. En partenariat avec Bpifrance, la plateforme propose également un outil de suivi pas à pas pour construire son business plan et solliciter des conseils d'experts.



NOMBRE DE CRÉATIONS D'ENTREPRISES, EN 2025

En Guadeloupe : 9 147 entreprises,
un nombre en hausse de
+ 11,8 % par rapport à 2024.

En Martinique : 8 104 entreprises,
+ 10,8 % par rapport à 2024.

En Guyane : 3 966 entreprises,
+ 12 % par rapport à 2024.

Source : « Observatoire de la création d'entreprise. La création d'entreprise en Guadeloupe/en Martinique/en Guyane. Fiche statistique pour l'année 2025. Bpifrance Création, février 2026.



DU LOVE MONEY AU SMART MONEY

Le love money est, pour de nombreux entrepreneurs, un passage obligé. Il désigne l'argent apporté par le cercle de proches (famille, amis, relations) pour financer le démarrage d'une entreprise. C'est généralement la toute première source de financement externe à laquelle fait appel un entrepreneur, en phase de recherche et développement.

Le smart money désigne l'argent apporté par des investisseurs. Il s'agit de combiner le financement à un accompagnement stratégique (M&A, ingénierie financière, conseil en gestion), donnant aussi accès à un réseau de partenaires institutionnels et économiques locaux et internationaux.

DE 5 000 À 50 000 €

[LES BUSINESS ANGELS]

Particuliers qui entrent au capital de l'entreprise



ILS N'EXISTENT PAS QUE SUR LE PLATEAU TÉLÉVISION DE « QUI VEUT ÊTRE MON ASSOCIÉ ? », SUR M6 ; DES CHEFS D'ENTREPRISE OU SIMPLES PARTICULIERS QUI SOUHAITENT INVESTIR LOCALEMENT POURRAIENT FAIRE LA DIFFÉRENCE. LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE OU SOCIÉTAL POURRAIT ENCOURAGER CHACUN À REGARDER D'UN ŒIL NOUVEAU SON ÉCOSYSTÈME DE PROXIMITÉ ET À Y PARTICIPER DIRECTEMENT. AU NIVEAU NATIONAL LE RÉSEAU DE BUSINESS ANGELS ENCOURAGE ET STRUCTURE CES MISES EN RELATIONS, UNE ASSOCIATION CRÉÉE EN GUYANE VEUT JOUER CE RÔLE SUR NOS 3 TERRITOIRES. INTERVIEW AVEC JEAN-CHRISTOPHE LALEU, PRÉSIDENT DE BUSINESS ANGELS GUYANE. Texte

Mathieu Rached

Qui peut devenir un business angel ?

C'est avant tout un particulier, généralement entrepreneur ou ancien cadre supérieur à la retraite, avec des capitaux personnels, et qui souhaite diversifier ses placements en investissant dans des sociétés non cotées, et plutôt des startups. Autrement dit, c'est quelqu'un qui est capable de prendre des risques (celui de perdre son argent) et d'investir dans des projets avec un retour sur investissement potentiel x10, x100... À côté de cette définition très anglo-saxonne du business angel, il existe une dimension à ne pas sous-estimer notamment sur nos territoires ultramarins, celle d'investir son argent dans des projets qui ont un certain sens davantage qu'ils ne rapporteront.

Ça signifie investir dans une entreprise qui n'aura pas la trajectoire de croissance d'une startup ?

C'est-à-dire que, par exemple, vous pourriez choisir d'investir dans la boulangerie d'à côté, parce qu'en habitant dans un endroit, on peut avoir envie que ce commerce essentiel et de proximité nous ressemble, qu'il ressemble aux gens du territoire, à la culture territoire, et qu'il ne s'agisse pas d'un produit industriel importé tel quel d'ailleurs. Donc, il y a des gens qui sont susceptibles d'investir dans des projets, pas forcément pour la rentabilité, mais pour avoir des produits qu'ils souhaitent avoir à disposition près de

chez eux. Bien sûr, ils ne veulent pas perdre d'argent, mais ils savent qu'ils se positionnent sur des projets à potentiel financier restreint.

On peut donc devenir business angel pour diverses raisons et à différentes hauteurs d'investissement ?

Absolument et c'est l'une des vocations de Business Angels Guyane : informer les acteurs du territoire et encourager les entreprises à structurer leur business, leur plan d'action, et à s'entourer des professionnels compétents pour pouvoir se présenter ensuite à des investisseurs privés potentiels de différentes envergures. Avant de faire les mises en relation, l'association assure une étape de filtre pour identifier les projets qui ont du sens et un avenir.

Sur quels critères les évaluez-vous ?

Nous sommes deux cofondateurs avec de nombreuses années d'expertise et le réseau qui va avec. Dans mon activité professionnelle, je dirige un cabinet conseil en stratégie organisation, spécialisé dans les TPE et PME. Autrement dit, je monte des boîtes tous les jours depuis 20 ans, principalement dans la tech à Paris et depuis 5 ans ici, en Guyane, dans différents secteurs (construction, BTP, etc.). Abhinav Agarwal est, lui, également entrepreneur et formateur, spécialiste de l'innovation par les contraintes.

Beaucoup d'entreprises sont-elles financées de la sorte aux Antilles-Guyane ?

L'association a permis de concrétiser 10 accords pour un montant total d'à peu près 100 000 euros investis par des particuliers. On est toujours en phase de démarrage et de pédagogie auprès des porteurs de projets comme des investisseurs. Les gens nous contactent et prennent des informations, et chaque mois nous nous déplaçons avec la CCI dans une nouvelle ville pour des réunions d'information avec l'ensemble de l'écosystème d'accompagnement aux créateurs d'entreprise. À terme, d'ici quelques mois, constituer un pool d'adhérents aux Antilles-Guyane permettra de leur faire bénéficier du réseau national, en ouvrant l'investissement à des financeurs d'Hexagone par exemple et aussi en ciblant des investisseurs experts (alimentation, santé, cosmétique, etc.) pour des entreprises guyanaises spécialisées dans ces domaines.

Informations : <https://guyaneangels.org>

Interviewé en décembre 2025, Daniel Hierso, président d'Outre-mer Network, regrettait qu'il n'existe « que trois fonds d'investissement privés opérationnels pour l'innovation dans les Outre-mer (CAOMIE Elevation capital, Smalt et Amazon Invest) ». Un nouveau venu devrait renforcer ce trio à partir du mois d'octobre : depuis deux ans, en étroite collaboration avec Outre-mer Network, la DGOM, la Banque des Territoires, la société de gestion INCO travaille en effet à la création d'un fonds d'investissement dédié aux Outre-mer.

À côté des 4 acteurs principaux, des microfonds d'investissements ont pu échafauder des solutions de financement et d'accompagnement décisives pour des startups locales. Tremplin Capital, défini comme un « investisseur dans l'égalité des chances », oriente ainsi son soutien vers des modèles de startups à fort impact économique dans les Quartiers Prioritaires de la Ville (QPV), notamment en Outre-mer. Tout est parti de Malia Metella, guyanaise et ex-championne olympique qui a délaissé les bassins de natation pour dénicher des startups « imaginées depuis un OPV et qui s'engagent à avoir un impact positif sur la société et la planète ». Avec des dotations de 30 000 € à 100 000 €, le microfonds d'investissement a déjà servi au pré-amorçage de huit entreprises dont Crowdaa, à La Réunion, dont l'interface aide les non-développeurs à fabriquer une application à gérer seuls, ou encore SmartBiotic, la startup martiniquaise fondée par Mathieu Raad. En 2021, anesthésiste réanimateur au CHUM, celui-ci met au point un logiciel d'aide à la prescription antibiotique en bactériologie pour les deux premiers jours d'hospitalisation, « un outil très pointu, de niche, qui faisait défaut dans notre pratique quotidienne », explique-t-il. Après avoir remporté, en 2022, le Prix Start BPI / KPMG au concours Innovation Outre-Mer



Malia Metella, Daniel Hierso et Alice Bonhomme-Biais.

(IOM), son projet séduit conjointement Tremplin Capital et des investisseurs québécois qui, ensemble, réalisent une levée de fonds de 200 000 € pour SmartBiotic. La somme permet à l'aventure de se lancer concrètement, « suivie de près par Daniel Hierso qui fut celui qui permit le closing du deal avec Tremplin capital », raconte Mathieu Raad, insistant sur le rôle joué par le président d'Innovation Outremer. « Il a intimement à cœur que les startups réussissent et il est très direct, ce qui vous fait gagner du temps et de la maturité. » Quatre ans plus tard, SmartBiotic poursuit sa croissance et change de dimension. Fort d'une seconde levée de fonds de 1,2 million en décembre 2025, Mathieu Raad vise la rentabilité dans un an, avant de recommencer un cycle pour aller chercher le marché américain avec d'autres montants issus de fonds d'investissement.

Texte Mathieu Rached



DE 30 000 À 100 000 €

[LES MICROFONDS D'INVESTISSEMENT]

Pour permettre une levée de capitaux qui serviront au pré-amorçage des entreprises.

UN INCUBATEUR DÉDIÉ À L'INNOVATION SOCIALE !

Porté par le Groupe Aprosep, avec le PTCE L'Accordeur et Guyanasso, l'Incubateur KatalyZe Kayenn, accompagné par KatalyZe Amiens, lance sa première session le 9 octobre pour une durée de 4 mois. Une dizaine de porteurs de projets seront retenus.

Texte Adeline Louault



Mégane Geoffroy de KatalyZe Kayenn (avec la pancarte), entourée de l'équipe de KatalyZe Amiens, Gabrielle Grenu, Camille Roumazeilles et Sébastien Ridoux.

Avec la volonté de compléter et même de collaborer avec les dispositifs d'accompagnement déjà existants – Guyane Développement Innovation, positionné sur l'innovation technologique ; Les Premières de Guyane, sur l'entrepreneuriat féminin ou le Réseau Entreprendre, plus orienté commerce – KatalyZe Kayenn revendique un positionnement singulier : l'innovation sociale. Une notion que Jean-David Poquet, directeur de l'Aprosep, distingue de l'économie sociale et solidaire classique : le statut juridique – association ou entreprise – importe moins, selon lui, que la finalité du projet, résolument tournée vers l'humain et l'action sociale. Les candidatures sont ouvertes à tous, sans restriction de secteur, dès lors que le projet répond à un besoin non couvert localement.

Une déclinaison d'un modèle national

La création de ce nouveau dispositif d'accompagnement découle d'une rencontre avec l'équipe de l'incubateur national KatalyZe (créé à Amiens en 2022), adossé à un pôle territorial de coopération économique (PTCE) comme L'Accordeur. KatalyZe a formé l'équipe guyanaise et lui a transmis ses outils pédagogiques.

Première déclinaison territoriale, KatalyZe Kayenn s'inscrit dans la continuité de « Start-up de Territoire », un programme d'écoute citoyenne mené en 2025-2026 par l'Aprosep et Guyanasso. Cette enquête avait fait émerger quatre grands besoins : le développement de la seconde main et de l'économie locale, la consommation responsable, le renforcement du lien intergénérationnel et la prévention du décrochage scolaire. Des thématiques que l'incubateur entend désormais nourrir à travers les projets qu'il soutiendra.

Un accompagnement fondé sur le volontariat

Gratuit, l'accompagnement combine ateliers collectifs, interventions d'experts, coaching individuel, temps d'échange et mise en réseau. La formation se décline en cinq grandes thématiques – créer et structurer son projet, piloter son activité, développer son entreprise, manager et organiser, développer sa posture entrepreneuriale – et se déroulera chaque vendredi, en présentiel, à L'Accordeur. « Le fonctionnement repose entièrement sur le volontariat de professionnels dans une perspective de transmission solidaire de compétences, de savoirs et

de stratégies propres au territoire guyanais », précise Jean-David Poquet. Issus de domaines allant de la comptabilité au droit en passant par le marketing, le management ou les ressources humaines, résidents de l'Accordeur ou intervenants extérieurs, ces experts s'engagent, selon leurs disponibilités, sur un nombre d'heures variable par trimestre.

Une sélection encore à formaliser

« La sélection des futurs incubés – entre huit et quatorze par session – se fait devant un jury composé notamment des experts et de l'équipe porteuse, sur la base d'un pitch et de critères tels que la faisabilité du projet, la cohérence du périmètre, la capacité à convaincre, etc. », indique Mégane Geoffroy, chargée de communication de l'Aprosep. Trois portes d'entrée sont prévues selon la maturité du projet – immersion, construction ou développement – avec un même jury en clôture pour évaluer le chemin parcouru. La session guyanaise se déroulera en parallèle de celle de KatalyZe Amiens, avec l'idée d'organiser des ateliers de partage d'expérience en visioconférence entre incubés et experts des deux territoires.

S'adapter aux spécificités locales

Sur la méthode, l'équipe guyanaise dit vouloir s'écarter d'un accompagnement plaqué uniformément sur tous les territoires, en s'inspirant du « Living Lab », un laboratoire recherche et développement expérimenté par KatalyZe à Amiens : tenir compte des réalités locales (éloignement, diversité culturelle, niveaux de qualification) plutôt que chercher à appliquer un modèle d'accompagnement unique. « Les diversités sont importantes au sein même de la Guyane : on n'a pas accès aux mêmes outils, aux mêmes facilités, que l'on vive à Cayenne, Maripasoula ou Saint-Laurent-du-Maroni », conclut Jean-David Poquet.

Appel à candidatures

- Vous êtes porteur de projet ? Vous pourrez le présenter au jury qui vous permettra de rejoindre la session du 9 octobre 2026 au 7 février 2027 : 4 mois accompagnés par une équipe d'experts, gratuitement.

- Vous souhaitez contribuer au développement de l'entrepreneuriat guyanais ? Rejoignez le réseau de professionnels pour animer des ateliers, partager votre expérience et conseiller les porteurs de projets.



Infos et candidatures :
www.groupe-aprosep.com/incubateur
katalyze-kayenn@gmail.com
0594 30 21 36

PARTENARIAT

Chaque mois, en partenariat avec l'Accordeur, lieu de rencontres pour tous les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire de Guyane, EWAG met en lumière un projet structurant pour le territoire dans Guyamag et sur ewag.fr.



Camille Roumazeilles (KatalyZe Amiens), aux côtés de Jean-David Poquet et Mégane Geoffroy (Groupe Aprosep et KatalyZe Kayenn).

bonfilon

by **EWAG**
OCTOBRE 2026

N°3

COMPRENDRE
LE MARCHÉ DU TRAVAIL
AUX ANTILLES-GUYANE

Dans votre magazine d'octobre,
retrouvez le livret bonfilon by Ewag
dédié à l'emploi.



Édition de mai dernier

/ ALTERNATIVES AU SALARIAT /
/ ADAPTER SON PROFIL AU TERRITOIRE /
/ CRÉER SON RÉSEAU /
/ TRAVAILLER SON PERSONAL BRANDING /
/ LES CHIFFRES CLÉS DE L'INSTALLATION /



LES YEUX DU MÉDIA

Articles à lire
sur ewag.fr

45' POUR MIEUX COMPRENDRE
L'interdiction des réseaux sociaux aux
mineurs de moins de 15 ans



LE CHIFFRE
18 milliards



TEANDANCE AU TRAVAIL
BY BONFILON
Ça bouge au bureau !



© Aubane Nesty



EN SEPTEMBRE SON FILS RENTRERA EN 4^E, ET ELLE REPRENDRA LE CHEMIN DES STUDIOS POUR LA 3^E SAISON DE C PAS SI LOIN. DE SES ANNÉES DE COLLÉGIENNE À SAINT-JOSEPH DE CLUNY, EN MARTINIQUE, KARINE BASTE A CONSERVÉ LA VALEUR DE L'EXIGENCE. ELLE EN USE AUJOURD'HUI ENCORE AVEC DÉTERMINATION AUX COMMANDES DE SON ÉMISSION, OÙ ELLE DÉPLACE CHAQUE JOUR L'ATTENTION DU PUBLIC DE FRANCE 5 SUR LES OUTRE-MER, DANS UN FORMAT OÙ COEXISTENT RÉALITÉ SOCIÉTALE, CONTEXTE GÉOPOLITIQUE ET SOLUTIONS LOCALES. RENCONTRE AVEC UNE JOURNALISTE INSULAIRE DEVENUE FIGURE NATIONALE.

« Je voulais être Anne Sinclair »

Propos recueillis par Mathieu Rached - Photo Aubane Nesty

Que retenez-vous de votre première partie de carrière, sur le terrain, avec Martinique La lère ?

Le contact ! Travailler comme journaliste sur une île, ça apprend avant tout le contact et la proximité. En fait, on se rend compte qu'à l'échelle de l'insularité, l'information ne peut pas exister hors sol. Et que tout ce qu'on va constater, annoncer, raconter (un fait divers, un événement climatique, une fermeture d'entreprise...) a des conséquences immédiates sur les gens et parfois même sur des personnes qu'on connaît personnellement.

Ça représentait donc une certaine responsabilité en tant que jeune journaliste diplômée et de retour au péyi ?

(Rire) Oui et ça oblige à une rigueur immense dès le début ! On se rend bien compte que ce qu'on fait est vu, lu et entendu tout de suite par des personnes réelles, des gens que je croisais dans la rue juste après, au quartier du coin, à la Galleria... Prendre conscience très vite du rôle et de l'impact de notre métier fut une vraie chance et quelque chose de très formateur pour moi.

Vous êtes partie étudier dans l'Hexagone à tout juste 18 ans et vous avez commencé à travailler à votre retour à 21 ans. C'était une évidence le retour au péyi ?

J'avais extrêmement envie de revenir chez moi, c'était comme une nécessité je dirais. Et puis, je considérais aussi que le territoire où j'avais grandi méritait de partager ce que j'avais appris. Donc oui, après ma dernière année à Nice et un stage à Cannes TV, je suis revenue sans même me poser de questions.

Mais vous saviez dès le départ que vous reviendrez en Martinique ou c'est venu à la fin de vos études ?

C'était l'évidence dès la première année !

Parce qu'en réalité, quand on part à plus de 7 000 km de son domicile à même pas 18 ans, le pays vous manque tellement qu'on n'a qu'une envie pour après, c'est revenir. La question ne se posait même pas. Les deux années suivantes, je me suis un peu plus interrogée, et je me suis laissée un peu porter par le vent. Et puis, quand j'ai terminé et qu'il a fallu chercher un stage, je savais que j'allais rentrer chez moi.

Vous avez souvent cité votre admiration, enfant, pour la journaliste Anne Sinclair*. Avez-vous eu d'autres modèles qui vous ont marquée ?

Plusieurs, oui. Au collège d'abord où les personnes qui m'inspiraient étaient celles qui essayaient de nous élever, de nous dire que l'exigence ce n'était pas une punition mais que c'était nous apprendre à donner le meilleur de nous-mêmes. Je me rappelle ainsi de mes professeurs d'anglais et d'histoire, Mme Jérôme et Mme Beauroy Eustache, toutes deux très exigeantes (sourire) et qui m'ont marquée. Ensuite, il y a eu Serge Bilé que je regardais présenter le Journal télévisé tous les jours. Le JT m'a toujours beaucoup inspirée, sans doute parce que mes parents le regardaient du matin au soir et l'écoutaient en radio du matin au soir... Ça coulait en quelque sorte dans mes veines sans que je ne m'en rende compte. Et puis, il y avait effectivement l'émission du dimanche soir, 7 sur 7, où Anne Sinclair, avec cette rigueur, ce sourire, cette pertinence, incarnait à mes yeux LA femme, la réussite et la fiabilité. C'était à elle que je voulais ressembler.

Et aujourd'hui, pensez-vous qu'à votre tour vous êtes devenue une sorte de modèle pour les jeunes Antillais et les jeunes Ultramarins ?

C'est très difficile comme question... Parce que quand on aime ce qu'on fait, qu'on le fait avec passion, on a du mal à se rendre

compte de ce qu'on peut dégager, de ce qu'on peut inspirer. En revanche, ce qui est certain, c'est que lorsqu'une jeune ultramarine ou un jeune ultramarin vient me dire « Je ne savais pas qu'une femme qui me ressemble pouvait faire ce métier », « Je ne savais pas qu'une femme qui venait de 7 000 kilomètres pouvait présenter un jour le 20h à Paris », là forcément je mesure la responsabilité qui est la mienne. Car si, dans mon histoire, en tant qu'enfant et ado, ça ne m'a pas manqué d'avoir quelqu'un qui me ressemblait dans sa couleur de peau, ses traits ou ses origines je me rends compte que ça manque aux jeunes d'aujourd'hui. Et si, à travers moi, ces jeunes-là peuvent croire en leur chance, c'est une responsabilité qui me rend fière.

Avec le rendez-vous quotidien de C pas si loin sur France 5, vous embrassez une grande variété de sujets sur les Outre-mer. Quel est celui dont vous êtes la plus fière ? C'est très difficile de répondre parce que c'est l'info dans sa globalité qui amène à la compréhension du monde. Je citerais un des sujets de fin de saison où nous sommes revenus sur les enfants de la Creuse et sur le Bumidom (ma mère est passée par le Bumidom), des moments de notre histoire commune que nos jeunes ne connaissent pas encore aujourd'hui. Or, ce sont des histoires de vie très réelles, elles expliquent des parcours, des comportements, des réticences et des attentes. Ça touche profondément à l'être humain, à notre histoire commune de France, qu'elle soit hexagonale ou ultramarine.

Dans l'information, ce qui compte c'est donc toujours l'humain ?

En tout cas, elle y est forcément liée et, c'est cette dimension qui va toujours m'habiter, me toucher plus profondément. Ça vaut pour mieux comprendre notre histoire et notre place en tant que peuple, comme pour des sujets de société, notamment la question des violences sexuelles faites aux femmes et aux enfants, dont on détourne souvent le regard parce que l'insularité impose plus qu'ailleurs le silence. Ce sont des thématiques qui sont très, très, très importantes à mes yeux.

À quoi ça sert le journalisme ? À changer le monde ?

Ça sert à rétablir une présence. Ça sert à faire exister le récit collectif, empêcher en tout cas que le récit collectif ne disparaisse.

Ça ne sert pas seulement à informer, ça sert à comprendre, à faire exister l'histoire et les personnes. Parce que les gens, ce n'est pas uniquement les influenceurs qu'on voit sur YouTube et sur Instagram, c'est aussi la grand-mère de 85 ans dans un village reculé d'Outre-mer ou dans une cité en banlieue parisienne qu'on va voir dans notre émission.

Et dans cette logique-là, c'est quoi l'impact de C pas si loin ?

Il faudrait poser la question à ceux qui nous regardent. Ce qui est certain, c'est que nous sommes la seule émission dans le paysage audiovisuel français, à dégager 26 minutes quotidiennes sur l'Outre-mer. Il n'y a d'ailleurs que dans l'audiovisuel public qu'on peut voir ça. Et il est très important, de se rappeler que la France ne s'arrête pas au périphérique parisien ni à l'Hexagone, qu'il y a des France multiples. Les Marseillais ne sont pas comme les Bretons, ils ne fonctionnent pas de la même façon, tout comme les Ultramarins ne sont pas comme les Français continentaux. Il me semble capital de connaître nos diversités culturelles, traditionnelles, historiques... C'est ce qui permet de comprendre le pourquoi d'aujourd'hui et de construire le comment de demain.

Ce qui donne à votre émission une vocation pédagogique et citoyenne ?

Il y a de ça oui. Parce qu'il faut connaître notre histoire commune pour appréhender certaines questions sociétales (comme l'immigration, par exemple). Et parce que nos territoires sont souvent aux avant-gardes de pas mal de choses, en termes de biodiversité, de climat, de lutte contre des maladies, à l'instar du chikungunya, de la dengue, du zika transmis par le moustique tigre qui envahit désormais le sud de la France.

On comprend que l'impact de C pas si loin est étroitement lié à celui d'un « service public » ?

Oui, absolument ! En dépit des propos de la commission du député Charles Alloncle il y a quelques mois, l'audiovisuel public, c'est clairement et factuellement l'unique endroit où on peut consacrer 26 minutes au surendettement aux Antilles, 26 minutes à l'immigration à Mayotte, 26 minutes à la mémoire de l'esclavage, au fond marin du Pacifique ou aux langues régionales ! C'est le seul endroit où on va parler de tennis,

autant que de pétanque, et autant que de yole martiniquaise. Je veux dire, nulle part ailleurs, dans le paysage audiovisuel français, on ne parle des Outre-mer, on ne propose 60 sports différents ; nulle part ailleurs, on ne va proposer de l'accompagnement scolaire durant une crise sanitaire ; nulle part ailleurs, on ne va suivre des concerts. Je le dis de façon très factuelle, on est les seuls à faire une place aussi complète à nos réalités, qu'elles soient culturelles, sportives, sociétales, politiques... Sur le marché audiovisuel, les chaînes privées vont produire des contenus qui sont rentables, le service public produit des contenus qui sont nécessaires. On n'est pas là pour faire de l'audience, on est là pour être utile.

Vous mettez, chaque soir, des solutions et projets développés dans les Outre-mer. Comment les sélectionnez-vous et comment réalisez-vous cette veille, depuis Paris ?

C'était l'objectif de cette émission dès le départ : décrypter l'actualité, selon la ligne éditoriale de France 5, et toujours proposer des solutions. Donc, dans le sujet qui suit le grand format, on essaye de mettre en lumière une solution. Par exemple, après un grand format sur la pollution plastique dans l'atmosphère dans l'Océan Indien, Mayotte et la Réunion, nous avons rencontré des élèves du lycée Schœlcher en Martinique qui ont été distingués pour la mise au point d'une solution pour dépolluer l'eau. Pour réussir ces mises en lumière quotidiennes, nous avons la chance d'avoir énormément de monde mobilisé. Edenpress, qui produit l'émission, dispose d'un vivier de quelque 70 journalistes répartis sur la planète. Ce sont des journalistes qui sont à la fois dans les territoires ultramarins, mais aussi les territoires voisins de nos territoires français. Donc on est autant en Martinique qu'au Venezuela, autant à la Réunion qu'à Madagascar.

Plus vous en parlez, plus on comprend que votre métier relève aussi d'un engagement à la fois personnel et citoyen. Absolument, c'est une passion et une conviction permanente ! Je fais les choses par passion, il faut que ça m'anime, et c'est d'ailleurs ce que je dis à mon fils tous les jours « quel que soit le métier que tu choisiras, il faut que tu l'aies dans tes tripes ! » (rire)



La passion, ça suffit pour devenir Karine Baste ?

(Rire) Non. Quels que soient son domaine et son rêve, la rigueur et l'esprit critique sont tout aussi indispensables. C'est l'autre grand enseignement que je valorise auprès de mon fils et des jeunes en général. Dès qu'il me pose une question, je lui dis, « toi, qu'est-ce que tu en penses ? » et ensuite on en parle, je lui donne mon avis, on vérifie, on fouille... À l'heure de l'accélération de nos vies et des fake news, douter, vérifier, s'interroger et apprendre à se faire une idée par soi-même sont les choses les plus importantes qu'on puisse transmettre à la jeunesse. Et avant de faire les gros titres, c'est l'essence même du journalisme.

*Journaliste phare des années 1980 et 1990, chaque dimanche soir, elle interviewait en face-à-face les personnalités et hommes politiques les plus en vue.

Les valeurs du sport résistent-elles à la quête de performance ?

AGATHE ALAÏS-SOPHIE

Texte Sarah Baly - Photo Christophe Fidole

Quel est l'intitulé de votre thèse ?

Ma thèse s'intitule : « Les valeurs du sport et de l'Olympisme : la condition d'une éducation à construire. Un point sur les acteurs du sport performance et le cas de la Guyane ». Elle est dirigée par Isabelle Hidair-Krivsky, professeure à l'université de Guyane (UG).

Quand et où avez-vous soutenu ?

J'ai soutenu le 4 juillet 2024, à l'UG. Une date symbolique à quelques jours de l'ouverture des Jeux olympiques et paralympiques de Paris.

Si vous deviez résumer vos travaux en une seule phrase ?

J'étudie la manière dont les sportifs de haut niveau, les entraîneurs et les dirigeants du sport perçoivent et transmettent les valeurs du sport et de l'olympisme, comme le respect, l'excellence et l'amitié, et les liens qui peuvent exister entre performance et éducation à ces valeurs.

Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?

Cette étude met en évidence les tensions qui peuvent exister entre les valeurs promues par le sport et les exigences de la performance. Réalisée auprès de sportifs, entraîneurs et dirigeants du sport performance (sport de haut niveau et sport professionnel) en Guyane, elle tient compte des spécificités du contexte sportif, marqué par des contraintes géographiques et structurelles. L'analyse, fondée sur les notions d'identification, de transmission et d'adhésion aux valeurs, montre que les acteurs se déclarent fortement attachés à elles, mais éprouvent des difficultés à les incarner dans leurs pratiques face aux logiques compétitives et institutionnelles. L'étude souligne toutefois la place des valeurs dans le sport performance, à condition qu'elles fassent l'objet d'un travail pédagogique explicite, articulant éducation et performance. Ces résultats contribuent aussi à enrichir les recherches sur les valeurs et l'éthique dans le sport.

Que faites-vous aujourd'hui ?

Aujourd'hui, dans le cadre de mes fonctions, je contribue à la mise en œuvre et à l'application des politiques publiques en matière de sport, d'éducation et de jeunesse. J'interviens également, en tant que docteur en sciences de l'éducation, auprès des étudiants de la filière STAPS (sciences et techniques des activités physiques et sportives) de l'UG. Je souhaite poursuivre mon engagement dans ces deux domaines que sont l'action publique et l'enseignement supérieur, tout en développant mes activités de recherche, via la publication d'articles scientifiques. À terme, j'aimerais me tourner vers l'entrepreneuriat afin de valoriser mes travaux de recherche.



JORDAN BEAL

Insert film this side up.
Do not remove this darkslide.

Welcome
to paradise.

polaroid

20/20 Creative Briefs
polaroid.com

Artiste martiniquais, Jordan Beal travaille le son et l'image. Sa pratique expérimentale mêle différentes techniques pour témoigner de l'impossibilité de fixer un paysage. Il explore, dans ses œuvres, les territoires insulaires, la mémoire, la relation entre l'homme et son environnement, dans un monde en perpétuelle tension. Son travail a fait l'objet de plusieurs expositions dans la Caraïbe, en Guyane et en Europe. Lauréat 2025 de la bourse de soutien à la création contemporaine caribéenne et amazonienne (approche/La Station Culturelle/Rubis Mécénat), il a également reçu le prix Découverte – Fondation Røederer – aux Rencontres photographiques d'Arles en 2026.



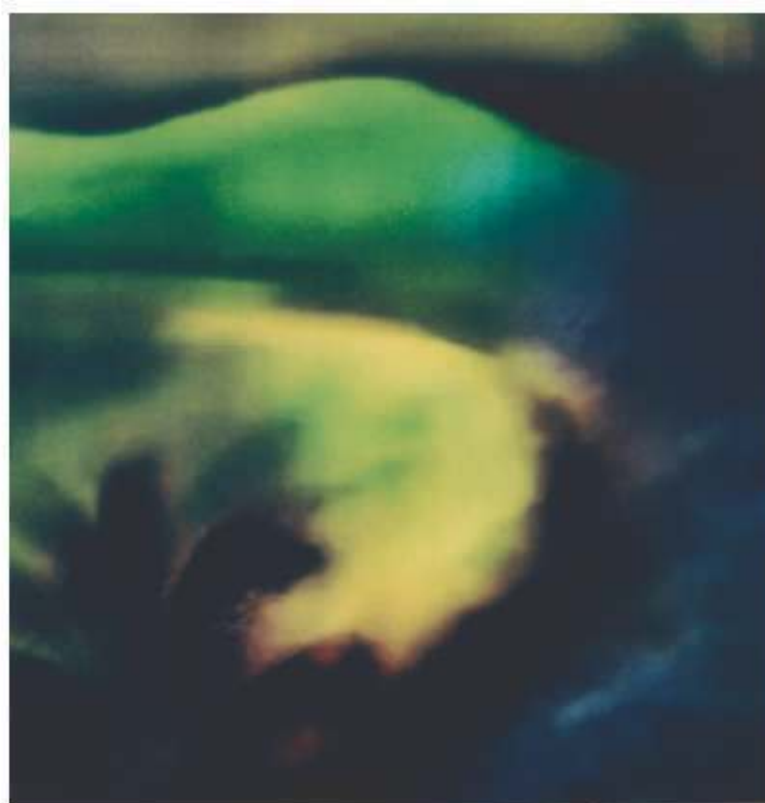
*A photo of a house in Martinique
76% complete (2024)
10,7 x 8,8 cm
Polaroid SX-70couleur*

LA SÉRIE *LINEÁMENTS* A ÉTÉ PRÉSENTÉE PAR LA STATION CULTURELLE (MARTINIQUE) DANS LE CADRE DU PRIX DÉCOUVERTE 2026 – FONDATION RCEDERER – AUX RENCONTRES PHOTOGRAPHIQUES D'ARLES.

CES IMAGES ONT ÉTÉ PRODUITES PAR INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE, PUIS PHOTOGRAPHIÉES SUR UN ÉCRAN À L'AIDE D'UN POLAROID - OBJET DE LA TRIVIALITÉ MAIS AUSSI DE L'AUTHENTICITÉ EN PHOTOGRAPHIE.

LES TITRES SONT LES PROMPTS UTILISÉS, SIMPLISTES À DESSEIN, AINSI QUE LE NIVEAU D'ACCOMPLISSEMENT DE LA DEMANDE.

CERTAINES IMAGES SONT DES IMAGES CAPTURÉES ALORS QUE L'IA CONSTRUISAIT (OU « HALLUCINAIT ») ENCORE L'IMAGE ; SEULES LES LIGNES ESSENTIELLES (LES LINEÁMENTS) COMPTENT.



A photo of Martinique - 65% complete - 02 (2024) 10,7 x 8,8 cm - Polaroid SX-70couleur



A highly realistic photo of slave trade abolition in Martinique (2024) - 10,7 x 8,8 cm - Polaroid SX-70couleur



A highly detailed photograph of a mangrove in Martinique (2024) - 10,7 x 8,8 cm - Polaroid SX-70couleur

EN VIDÉO ▶

AU-DELÀ DES IMAGES

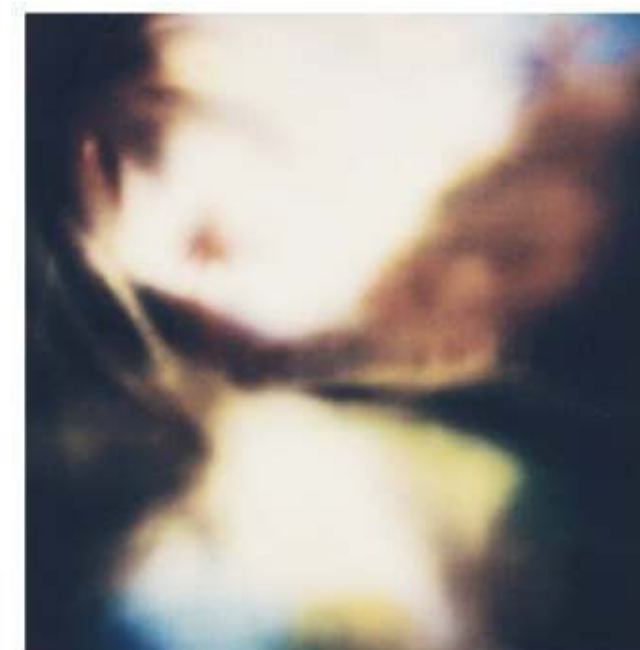
Découvrez l'interview vidéo de Jordan Beal pour plonger au cœur de sa démarche. L'artiste y décrypte les coulisses de sa création et son rapport intime au territoire martiniquais.



*A photo of the discovery of Martinique
65% complete (2025)
10,7 x 8,8 cm
Polaroid SX-70couleur*



*A photo of the abolition of slavery
in Martinique (2024)
10,7 x 8,8 cm
Polaroid SX-70noir et blanc*



*A photo of the paradise
76% complete 02 (2025)
10,7 x 8,8 cm
Polaroid SX-70couleur*

L'ODYSSÉE GÉOSTATIONNAIRE

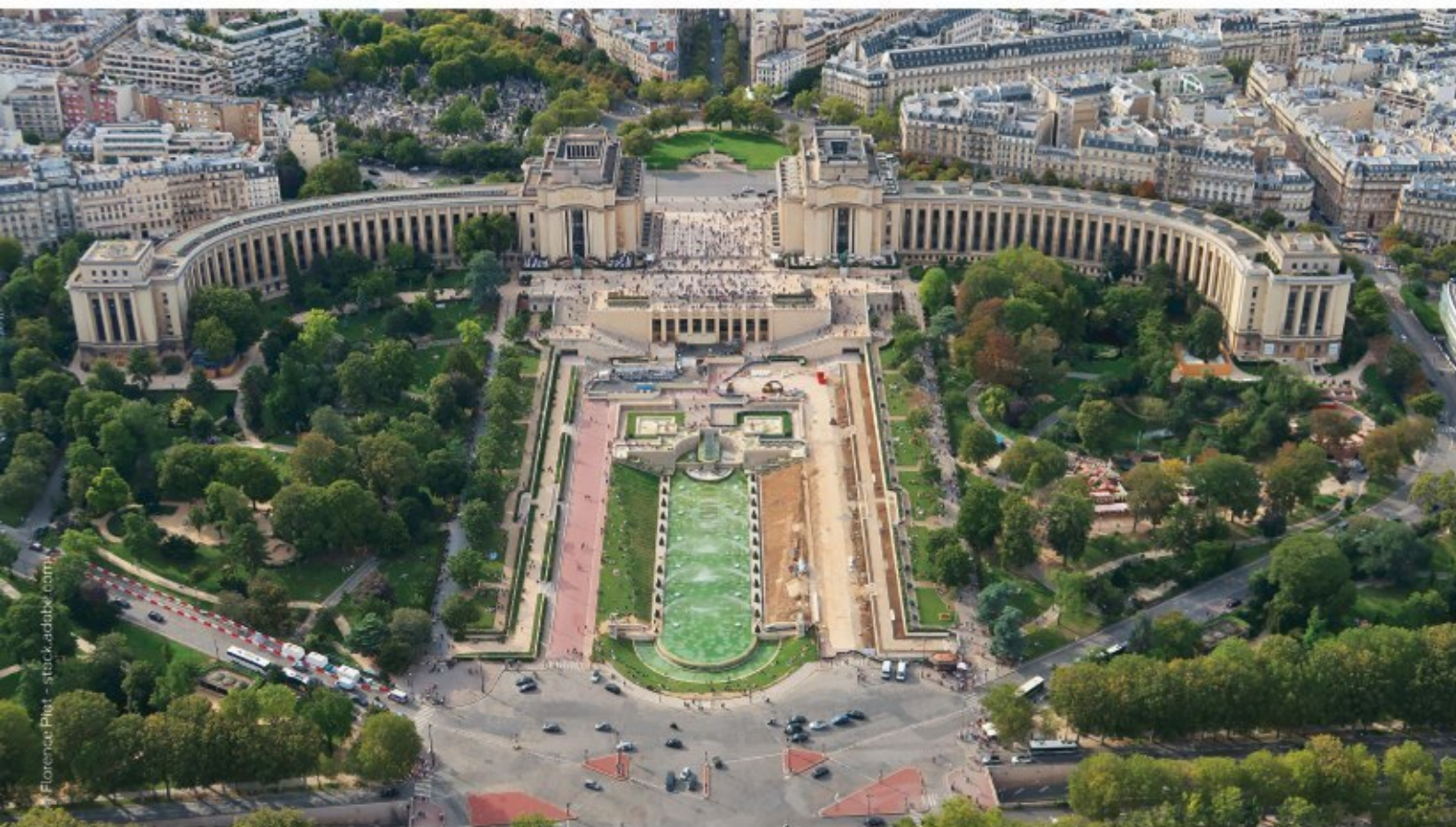
Une fusée qui décolle de Kourou, la routine. Ariane 6 qui réussit à positionner un satellite en orbite géostationnaire, une première. En permettant au satellite météo qu'elle emportait de se positionner à 36 000 km de la Terre, Ariane 6 a démontré, le 27 août, de sa compétence pour un type de mission qu'elle n'avait encore jamais réalisée. Un succès technique salué, et un atout commercial stratégique pour le groupe européen qui pourra répondre à une gamme plus large de missions et conforter l'accès autonome de l'Europe à l'espace, toujours depuis la Guyane. *MR*

Décollage du lanceur Ariane 6 pour le vol VA270 en zone de lancement n°4 (ZL4) du Centre spatial guyanais, le 27 août 2026. Cette mission a permis de placer sur l'orbite de transfert géostationnaire (GTO) le satellite météorologique imageur MTG-I2.
© CNES/ESA/Arianespace-ArianeGroup/Optique Vidéo CSG/S Martin, 2026

UN MONUMENT AUX VIVANTS

PARIS, TROCADÉRO : ALORS QUE LE CHANTIER VIENT TOUT JUSTE DE COMMENCER, LE FUTUR MÉMORIAL NATIONAL DES VICTIMES DE L'ESCLAVAGE S'APPRÊTE À REDESSINER LE PAYSAGE DE LA CAPITALE. CONÇU COMME UN VASTE JARDIN DE 5 000 M², LE MÉMORIAL A ÉTÉ PENSÉ POUR ÉPOUSER PARFAITEMENT LA TOPOGRAPHIE DES LIEUX, SUIVANT LES MÉANDRES D'UNE ANCIENNE RIVIÈRE, ENTRE DIALOGUE ET DÉAMBULATION.

Texte Floriane Jean-Gilles



Vue aérienne panoramique sur la place du Trocadéro, le Palais de Chaillot et les jardins du Trocadéro (Paris)

« C'est un jardin mémoriel. C'était la commande, ce n'est pas nous qui l'avons inventé. Et ça signifie quelque chose. Ce n'est pas un objet, ce n'est pas un monument, c'est un lieu. Et précisément, ce

lieu est un jardin qui, d'ailleurs, vient s'installer dans un jardin qui préexiste. C'est en ceci qu'il est exceptionnel », confie Michel Desvigne, paysagiste, qui signe, avec Philippe Prost, le projet lauréat.

Quand le 22 décembre 2023, Philippe Vigier, alors ministre délégué chargé des Outre-mer et Anne Hidalgo, maire de Paris, lancent l'appel à candidatures de maîtrise d'œuvre pour la réalisation

La couleur comme fil conducteur

Chacun des 5 territoires représentés (la Guadeloupe, Saint-Martin, la Martinique, la Guyane et la Réunion) est associé à une couleur : le vert, le violet, le bleu, l'orange et le rouge. Loin de se limiter à des choix purement esthétiques, la palette chromatique du Mémorial a été pensée de manière chorale pour guider le visiteur dans le vaste jardin. L'idée des panneaux de couleur a été suggérée par le premier graphiste qui a travaillé sur le projet, Pierre di Sciullo, puis affinée par l'équipe de l'atelier graphique Écouter pour voir, qui a pris le relais. Les nombreux tests qui ont été réalisés avec l'entreprise chargée de réaliser ces plaques, Empreintes, ont permis d'affiner les nuances. La lave émaillée est une pierre de lave d'abord traitée, afin d'imprimer dessus, puis cuite. La cuisson entraîne une variation de la couleur, contrairement à une impression standard. « On est complètement dans un procédé artisanal. Il faut faire des échantillons pour s'assurer que les couleurs que nous avons choisies sur nos écrans, celles de nos nuanciers et le rendu sur la plaque émaillée soient identiques. Cela suppose d'affiner les dosages, progressivement, pour arriver au plus près de la gamme qu'on voulait avoir. On est vraiment dans l'artisanat, dans le bon sens du terme et dans la noblesse de faire avec les matériaux organiques que sont la lave et l'émail », détaille Martin Malte, directeur artistique du studio Écouter pour voir. Ce nuancier trouve ensuite sa déclinaison dans la bande fleurie imaginée par l'équipe de Michel Desvigne.

du projet de Mémorial, c'est en effet un élément essentiel. Il invite « à proposer des projets de jardin faisant honneur aux "nouveaux libres", par respect pour ceux qui ont trop longtemps été relégués à l'oubli ». Philippe Prost, architecte du Mémorial international de Notre Dame de Lorette et du Mémorial de Bobigny, reconnaît là le caractère singulier du projet. « Je me suis dit, se souvient-il, là c'est un autre sujet, parce que ce n'est pas un monument aux morts, c'est un monument de naissance à la citoyenneté pour 215 000 personnes. »

Le jardin dans le jardin

Nous sommes sur la colline de Chaillot, dans le 16^e arrondissement de Paris. Elle est occupée par le Palais de Chaillot, construit à l'occasion de l'Exposition internationale de 1937

et offre une vue imprenable sur la Tour Eiffel. Entre les deux ailes du bâtiment, le Parvis des libertés et des droits de l'homme, est inauguré un soir de juin 1985 par François Mitterrand. Une dalle est scellée au sol. Elle comporte l'inscription « Les hommes naissent et demeurent libres et égaux en droits », d'après l'article 1 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, en souvenir du 10 décembre 1948, le jour où le texte a été ratifié dans ce même Palais de Chaillot. En contrebas de cette esplanade du Trocadéro, s'étalent deux jardins à l'anglaise sur 10 hectares. C'est ici, sur l'un des sites les plus touristiques de Paris, qu'il a fallu imaginer un jardin mémoriel, un « lieu de calme et de recueillement », souligne Carla Greco, directrice de projet au sein de l'agence Michel Desvigne Paysagiste. « Il se trouve



Palette de couleurs qui distingue les 5 territoires



Essai d'impression sur plaque de lave émaillée



Un jardin dans le jardin. Mémorial national des victimes de l'esclavage, Paris. Michel Desvigne paysagiste, Philippe Prost, architecte / AAPP



Vue en coupe du chemin des noms

© Michel Desvigne Paysagiste

qu'il y a, à cet endroit-là, une rivière artificielle qui préexistait, la rivière suisse, poursuit Michel Desvigne. Elle m'a profondément inspiré, quand on était sur place. Je me suis dit que nous pourrions utiliser physiquement cette rivière. Elle matérialise l'idée d'un parcours, d'un écoulement, d'un itinéraire, d'un voyage presque... L'inspiration était donc de faire du jardin un territoire deltaïque, qui jouerait avec les ramifications de la rivière. On trouvait que c'était une belle structure métaphorique et de façon plus pragmatique, les tresses alluviales y coulent, à cet endroit, selon des pentes assez faibles. Cela nous permettait aussi d'avoir des parcours qui soient accessibles aux personnes à mobilité réduite. » Il a ainsi fallu adapter le projet aux contraintes du site, car si les zones de rivière sont des zones presque à plat, la colline de Chaillot présente des pentes parfois supérieures à 8 %. « La complexité du terrain a rendu le travail numérique moins précis. Nous sommes retournés plusieurs fois sur site pour affiner les maquettes que nous avions

présentées au concours, explique Philippe Prost. On voulait se rendre compte de la façon dont on percevait les choses sur place. On a alors tendu des fils entre des piquets, pour figurer les courbes et les contre-courbes. C'était indispensable. Et d'ailleurs, Michel Desvigne et son équipe ont considérablement modifié les tracés des chemins à cette occasion-là. C'est un projet qui tient beaucoup à sa qualité d'exécution, à sa matérialité et à la stratégie d'accord avec le contexte : son sol, sa topographie, sa perspective. C'est pour cette raison que Michel Desvigne a pris la décision de ne pas toucher au sol, on ne creuse pas, on se pose sur l'existant. C'est le jardin dans le jardin. » Le végétal est une des composantes essentielles, c'est le lien qui tient tout ensemble. Le jardin se compose d'un cordon arbustif persistant qui garantit sa structure toute l'année et crée la continuité visuelle. « Cette végétation ligneuse, dans les tons vert foncé, permet de créer des perspectives et des variations dans la perception des différents cheminements. La

dimension paysagère est confiée à une rive de fleurs, qu'on appelle, dans nos documents, la bande fleurie. En tête des panneaux, sur une largeur d'1,50 m, sera disposée une bande de plantes vivaces et ornementales, selon une palette de 4 couleurs : bleu, orange, rose, rouge orangé, associée aux couleurs des panneaux. Le jardin prend ainsi toute son ampleur », précise Carla Greco.

La tectonique des plaques

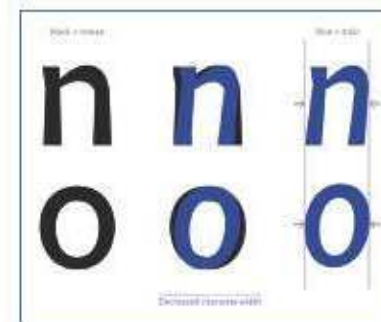
Au cœur du jardin, des centaines de panneaux colorés en pierre de lave émaillée seront déployés en éventail le long des cheminements. Les prénoms et noms de famille des nouveaux libres seront inscrits dessus en lettres blanches. « On a pensé qu'on pouvait utiliser la lave pour plusieurs raisons, détaille Philippe Prost. D'abord en hommage aux territoires volcaniques précédemment cités. Et dans cette dimension symbolique s'est immédiatement imposé un impératif de pérennité. Les panneaux doivent résister aux intempéries, mais aussi aux dégradations

3 infos sur le caractère typographique

1. La police de caractères choisie pour le Mémorial s'appelle « Infini ». Créée par Sandrine Nugue, c'est une police libre de tous droits, donc accessible à tous, idéale pour un monument public.
2. Le catalogue d'exposition *Oser la liberté*, paru en 2023, a été une source d'inspiration. Cette même police y était utilisée.



3. Le contraste entre ces différentes variantes, du light au bold, offre un confort de lecture et a permis, à l'époque, d'envisager plusieurs techniques d'inscription. En effet, pendant la phase concours, on ne savait pas encore comment allaient être réalisés les panneaux de noms. La police « Infini » permettait donc d'avoir une souplesse dans le procédé utilisé.

L'île des esclaves sans nom. Mémorial national des victimes de l'esclavage, Paris
Michel Desvigne paysagiste, Philippe Prost, architecte / AAPP

© adago 2025

éventuelles. Malheureusement, nous devons aussi penser à cela. Il se trouve que le choix de ce matériau est également un clin d'œil à l'histoire de Paris. En effet, les premières plaques signalétiques des rues de Paris ont vu le jour du temps du préfet Chabrol de Volvic, originaire de Volvic, en Auvergne. Il est l'initiateur des plaques bleues en lave émaillée, avec un liseré vert et le nom des rues en blanc. » Près de 200 ans plus tard, c'est de ces mêmes carrières de Volvic que seront extraits les blocs de lave destinés au Mémorial.

Le défi graphique était immense pour ordonner une telle quantité de texte sans créer un bloc illisible. « Tout va s'articuler autour d'un axe. Habituellement, quand on regarde la plupart des monuments commémoratifs, les noms s'enchaînent les uns à la suite des autres, comme une liste. Là, l'idée, c'était de vraiment mettre en valeur les noms de famille et les gens d'une même famille. À gauche, se trouveront uniquement les prénoms et, à droite, les noms », explique Benjamin Fernandes, graphiste. Cette composition des tables mémorielles s'inspire directement des registres d'état civil dans lesquels les noms des nouveaux libres ont été consignés pour la

première fois. Elles s'ouvrent comme des pages. C'est là qu'intervient, de nouveau, le travail de précision de l'atelier Écouter pour voir. « Très vite est apparue la nécessité incontournable de mettre en place un nouveau travail de relecture et de correction, car nous sommes tombés sur des erreurs cachées. Or c'est aussi de la qualité éditoriale des listes qu'émane le soin donné à la mémoire des individus. La moindre erreur orthographique peut empêcher les regroupements par famille. En avançant dans les corrections, on s'est aperçu que, de temps en temps, il n'y avait pas d'accent là où il en fallait un ou que deux lettres avaient été interverties. Serge Romana est parvenu à remobiliser une équipe de travail déterminée et consciencieuse. À ce jour, nous avons passé le cap des 8 200 corrections et près de 2000 personnes ont pu rejoindre leur famille », se félicite Guillaume André, de l'atelier Écouter pour voir.

À la croisée des chemins

À l'échelle du Mémorial, deux parcours complémentaires se dessinent. Le chemin des noms qui permet une déambulation méditative et le chemin de l'histoire qui, dans une démarche didactique, raconte l'enfer de l'esclavage. Le



Mémorial national des victimes de l'esclavage, Paris

comité scientifique du projet a choisi de rédiger plusieurs textes, accompagnés de cartes, pour la raconter. Le motif de la lave est repris mais, cette fois, ce sont des blocs de lave brute qui serviront de support au texte, tous choisis directement dans la carrière, par l'équipe pluridisciplinaire. En termes graphiques, le noir et blanc s'opposent à la flamboyance colorée du chemin des noms. Les seules touches de couleurs émaneront de la cartographie. À la croisée des chemins, 4 lieux ont été identifiés comme des points de halte, au milieu de clairières, autour de 4 thématiques : « l'esclavage, une histoire mondiale », « l'esclavage dans les colonies françaises », « l'esclavage colonial, lieu de violences » et « les deux abolitions de l'esclavage ». Les stèles de l'île des esclaves sans nom constituent le troisième élément structurant de ce Mémorial : 4 grands blocs verticaux pour les 4 millions de personnes réduites en esclavage. « Il n'y aura aucune inscription sur ces stèles. Les blocs seront taillés et posés sur la petite île au milieu de la rivière. Il y a quelque chose de très solennel dans cette mise à distance, car l'île est inaccessible », détaille Philippe Prost.

« Le dernier élément du programme est le message à la nation, à chaque entrée du Mémorial, un totem expliquera brièvement la genèse de ce projet. Nous avons choisi de marquer symboliquement ces entrées par un traitement particulier au sol, les seuils seront recouverts d'un matériau en pierre de lave », conclut Carla Greco. Plusieurs options, telles que l'éclairage scénographique ou la sonorisation d'ambiance, ont, pour le moment, été écartées afin de ne pas dépasser le budget de 2,3 millions d'euros alloué au jardin. Toutefois

une campagne de mécénat a été lancée, en début d'année. Animée par Serge Romana, coprésident du comité de pilotage du Mémorial, l'objectif est de collecter 1,2 million d'euros d'ici l'inauguration prévue en mars 2027.

¹ L'Oppic (Opérateur du patrimoine et des projets immobiliers de la Culture) en assure la maîtrise d'ouvrage déléguée. Michel Desvigne est le mandataire du groupement de maîtrise d'œuvre. Le groupement est complété par les cotraitants suivants : AAPP (Atelier d'Architecture Philippe Prost), Les Éclaireurs, OGI, Eco+Construire, Écouter pour Voir, Labeyrie & Associés.

À RELIRE ▶

LE PREMIER ÉPISODE DE NOTRE SÉRIE SUR MÉMORIAL NATIONAL DES VICTIMES DE L'ESCLAVAGE

Le projet du Mémorial du Trocadéro a été lancé par le monde associatif. Dans le premier reportage que nous avons réalisé, paru dans nos éditions de janvier-février 2026, nous avons mis en lumière le travail d'archives exceptionnel réalisé par les bénévoles. Extrait : « La grande nomination qui a eu lieu après l'abolition est un moment crucial de notre histoire collective et fondatrice de nos identités individuelles. On estime qu'environ 85 500 personnes ont ainsi été nommées en Guadeloupe, 2 000 à Saint-Martin (même si ce chiffre est très incertain), 70 000 en Martinique, 12 800 en Guyane et 60 000 à La Réunion. »



Pour accéder à notre reportage, scannez ce QR code

VOTRE ENTREPRISE EST ICI NOS EQUIPES AUSSI



CANAL+ TELECOM PARTENAIRE TELECOM DES ENTREPRISES

Depuis **plus de 30 ans**, nous accompagnons les Entreprises et Collectivités avec des solutions télécom performantes et évolutives. De Cayenne à Fort-de-France, de Pointe-à-Pitre à Saint-Denis, nos équipes sont à vos côtés.

■ INTERNET ■ RESEAU MULTISITES ■ TELEPHONIE ■ HEBERGEMENT

WWW.CANALPLUS-TELECOM.COM

CONTACTEZ-NOUS :

0 808 805 808 Service gratuit + prix appel

CANAL+
TELECOM

CANAL+ TELECOM SAS au capital de 2 185 000 € - RCS de Pointe-à-Pitre 351 555 792 - Zac de Moudong 97122 Baie-Mahault

RENTREE LITTÉRAIRE : 7 LIVRES POUR PLONGER DANS LA CARAÏBE

EN CETTE RENTRÉE LITTÉRAIRE, OÙ PRÈS DE 500 TITRES SERONT PUBLIÉS, LA CARAÏBE S'IMPOSE COMME LE THÉÂTRE VIBRANT DE FICTIONS, D'ESSAIS ET MÊME D'OUVRAGES D'ART. DÉCOUVREZ NOTRE SÉLECTION POUR ARPENTER LA RÉGION.

Texte Floriane Jean-Gilles

HAÏTI



Thélyson Orélien, *C'était ça ou mourir*, éditions Grasset, 272 pages, 2026

Quand Jonas a regardé sa maison partir en fumée, il a ri, puis il est parti pour un voyage dont il ignorait la destination. C'est ainsi qu'il est devenu un migrant. Sur cette route de l'exil, les épreuves, les humiliations, les violences, le rejet jalonneront les 12 000 kilomètres qu'il va parcourir. Dans une récente interview, Thélyson Orélien déclare : « Ce qui m'intéressait aussi, ce n'était pas seulement le trajet géographique, c'était la transformation intérieure d'un homme qui perd ses repères, son statut et parfois même sa dignité, et qui tente malgré tout de préserver quelque chose de lui-même ».

Extrait : « Parce que c'est ça, le vrai voyage d'un migrant : ce n'est pas le trajet, c'est le retranchement, la dépossession, la lente érosion de soi. Chaque étape t'enlève quelque chose. Une chemise. Une photo. Un numéro. Une habitude. Une illusion. Et ce qui reste au bout du compte – ce qui tient dans ce sac –, c'est toi. Mis à nu. Replié. Ramené à l'essentiel. »

San Juan, Puerto Rico. La mère de Bimbo a été assassinée devant la boîte de nuit où elle travaillait. Dans son désir de vengeance, Bimbo va entraîner sa bande d'amis dans une spirale de violence, des filets du narcotrafiquant le plus redouté de l'île jusqu'à dans l'œil menaçant de l'ouragan Maria.

Extrait : « Alors on s'est avancés, on s'est penchés sur le cercueil en bois brun de Maria et son capitonnage blanc, et on a tous posé la main sur le pistolet. Après quoi on est restés plantés là un long moment au-dessus du corps de Maria, épaule contre épaule, tels les frères que nous étions. Aucun d'entre nous ne savait exactement ce que Bimbo entendait par ce geste partagé, mais on avait compris qu'il s'agissait d'une promesse, en notre nom à tous. Au fond, on s'en foutait. C'était notre pote, et on l'aimait. »



Gabino Iglesias, *La Maison des os et de la pluie*, éditions Sonatine, 400 pages, 2026
Traduit de l'anglais (États-Unis) par Pierre Szczeciner

PUERTO RICO

CUBA



Mayra Montero, *Le Soir où Bobby n'est pas venu jouer*, éditions Métailié, 288 pages, 2026
Traduit de l'espagnol (Cuba) par René Solis

C'est une tranche de vie que dévoile l'auteure cubaine Mayra Montero dans ce roman. Mais la frontière entre fiction et réalité est mince quand l'auteur, de son propre aveu, s'inspire d'une histoire personnelle. Celle de sa rencontre avec Bobby Fischer, le maître des échecs, de passage à La Havane pour y disputer un tournoi. Celle d'une nuit qui transformera leur existence.

Extrait : « C'est début octobre que fut fixée la réunion où nous devons discuter les détails du plan, un troc dont nous avons été informées, mais auquel je n'avais pas du tout réfléchi. Regina avait lâché la bombe une semaine plus tôt, sans détour parce qu'elle voulait qu'on tombe toutes raides mortes, livides, pâmes : on nous offrait Rubber Soul des Beatles, un 33 tours dans une pochette impeccable, en échange de l'autographe d'un joueur d'échecs américain qui devait bientôt venir à Cuba. »

« Henri, c'est un jeune homme qui quitte sa terre natale, en Guadeloupe, à l'âge de 18 ans, parce qu'il n'a qu'une envie, c'est avoir la liberté, être indépendant et puis peut-être aussi voir Paris. On est au début des années 1960. Il va débarquer à Paris où il ne connaît absolument rien, et il va faire un petit peu son éducation sentimentale, politique, familiale aussi parce qu'il va atterrir chez sa sœur aînée », raconte Estelle-Sarah Bulle, dans une interview.

Extrait : « C'est quand il a tapoté mon épaule que j'ai décidé de quitter la Guadeloupe. Ce geste était une brûlure. Une bombe placée dans ma main. Son sourire était insupportable, mais les types comme lui n'y pensent pas. C'est fou comme ça vient vite, le sentiment de supériorité. Surtout de la part de ceux récemment arrivés dans l'île. »



Estelle-Sarah Bulle, *Finalement tout s'est bien passé*, éditions Liana Lévi, 224 pages, 2026

GUADELOUPE

HAÏTI



Magali Bessone, *Ce que nous devons à Haïti*, éditions La Découverte, 2026

À l'heure où la question des réparations pour les injustices héritées de l'esclavage et de la colonisation s'impose comme un enjeu mondial, Magali Bessone propose, à partir du cas d'Haïti, une réflexion sur la justice réparatrice, en articulant analyses juridiques, enquêtes historiques et réflexion philosophique.

Extrait : « C'est bien précisément parce que la logique corrective et compensatoire du droit international positif ne peut répondre aux injustices structurelles actuelles nées de préjudices du passé non redressés qu'on a besoin de les penser en termes de justice réparatrice. Nous devons réparation à Haïti, c'est une obligation de justice et la justice réparatrice a pour fonction de transformer le monde, pas de le corriger : telle est, en quelques mots, la thèse qui sera soutenue dans ce livre. »



Adéola Bambé, *Chap*, autoédition, 182 pages, 2026

Autoédité à 60 exemplaires numérotés, *Chap* est un livre de photographies, entièrement réalisé et relié à la main. Entretien avec Adéola Bambé, son auteur.

Vous traduisez *Chap* par « évasion » dans une publication sur Instagram, mais on a plutôt l'impression d'un retour aux sources, d'un ancrage sur le sol guadeloupéen, comment avez-vous construit ce projet ?

Je travaille sur ce projet depuis 5 ans environ, et ça fait à peu près 14 ans que je fais de la photographie. Pendant la période du Covid, je me déplaçais partout avec mon appareil photo. La plupart des clichés qui sont dans cet ouvrage ont été réalisés entre 2019 et 2021, en Guadeloupe, période durant laquelle j'étais particulièrement attentif au réel, notamment pendant le confinement. L'évasion vient du fait que *Chap* est né de mes déambulations. Il y a d'ailleurs un côté très paradoxal dans ce titre, car bien souvent les chemins qu'on emprunte pour échapper à sa destinée sont ceux qui nous y ramènent. Dans ce livre je propose une expérience plutôt qu'une narration linéaire, où je laisse les photos parler d'elles-mêmes.

***Chap* est un objet artisanal, dans sa conception, d'où est venue l'idée d'un ouvrage fait main ?**

J'attache une importance particulière à l'objet livre, que j'envisage comme un espace de création à part entière. Au fil de la conception de *Chap*, j'ai même réalisé deux maquettes à la main pour m'approprier l'ouvrage. Puis quand j'ai découvert le travail d'Eugenia Koval, j'ai retrouvé dans le soin et la délicatesse qu'elle apporte à la fabrication des livres édités par une petite maison d'édition italienne, l'esprit de *Chap*. J'ai ressenti ce qu'elle faisait dans la façon qu'elle a de communiquer sur le processus de fabrication d'un livre. Elle le fait avec amour. La conception de ce livre est un parcours passionnant et je suis très satisfait que *Chap* ait pris cette forme, pensée et réalisée en grande partie à la main. *Chap* a été bien accompagné, c'est une composition humaine. J'ai travaillé avec Daniel Goudrouffe, Kim Thue, Élie Monferrier et Steeven Macal. Le livre se termine par un texte original d'Amel Phaliah, traduit en créole guadeloupéen (par Stanley Fifi) et en anglais caribéen (par Sally Stainier), pour URURIMI.

J'ai choisi différents papiers, dont le papier en fibres de bananier, fabriqué en Guadeloupe par Nicolas Verres (LVDEV) et le papier « kowné pistach » pour que la matière, la texture et les variations de teinte participent pleinement à la narration, au rythme et à l'expérience sensible du livre, tout en inscrivant *Chap* dans un territoire et une matérialité qui lui sont propres. Ces papiers convoquent aussi une mémoire collective.

Pourquoi avoir choisi le noir & blanc ?

La photographie noir et blanc est naturelle pour moi. Elle correspond à ma pratique et à la façon dont je ressens l'image. Je m'intéresse moins à la représentation d'un sujet qu'à la relation que je peux établir avec ce que je photographie, à ce qui se crée dans cette rencontre entre mon regard et les éléments présents dans l'image. Ralph Gibson expliquait que le noir et blanc créent une distance avec le réel, rendant l'image moins descriptive et plus ouverte à l'interprétation. Je suis assez d'accord avec ça. Quand on photographie, on transforme déjà le réel en une image en 2 dimensions. En supprimant la couleur, on creuse encore cet écart avec la réalité et on renforce la dimension dramatique. Cela laisse davantage de place à l'imagination et il y a là, pour moi, une forme de beauté.

Qu'est-ce que la Piezography ?

La Piezography est une technique d'impression fine art, de très grande qualité, en noir et blanc, à base d'encre de charbon. C'était la technique la plus appropriée pour l'impression sur le papier en fibres de bananier. La couverture du livre a été imprimée selon cette technique, par Patrick Borie-Duclaud.

Pour ceux qui ne connaîtraient pas votre travail, comment décririez-vous votre démarche artistique ?

Je pratique une photographie instinctive et subjective qui explore la relation intime que j'entretiens avec le réel, où celui-ci devient le point de départ d'une expérience sensible faite de tensions, de résonances et d'une certaine forme d'abstraction. Je considère *Chap* comme l'espace où cette écriture photographique prend forme.

EN VIDÉO ▶

DU CÔTÉ DE LA MARTINIQUE



Le créateur de contenu Thibaud Duval signe un recueil poétique et interactif sublimant le quotidien. En librairie dès le 10 septembre.



Pour accéder à l'interview de l'auteur, scannez ce QR code

NOUVEAU JEEP® COMPASS

IL N'EN EXISTE QU'UN SEUL, L'ORIGINAL.



Jeep
THERE'S ONLY ONE®

NOUVEAU JEEP® COMPASS ALTITUDE - MHEV 145CH : CONSOMMATION MIXTE WLTP (L/100 KM) : 5,6 - ÉMISSION DE CO2 WLTP (G/KM) : 127
Photo non contractuelle. *Seule Jeep est unique.

SOMASCO
LE VILLAGE

CAYENNE
ZI COLLERY OUEST LOT MARENGO
SAINT-LAURENT-DU-MARONI
1430 AV. GASTON MONNERVILLE

UN NUMÉRO UNIQUE POUR NOUS JOINDRE :
09 70 38 70 38 (TARIF NON SURTAXÉ)

agir au péyi



Notre réseau relie les territoires. Notre engagement est de contribuer à leur développement.

Et cet engagement est porté et incarné par les femmes et les hommes d'Orange Antilles-Guyane, qui chaque jour installent, entretiennent, innovent, conseillent et accompagnent.

Car derrière chaque appel, chaque message, chaque vidéo partagée, chaque entreprise qui se développe, chaque étudiant qui suit ses cours, chaque famille qui reste connectée, il y a un collectif déterminé à rendre tout cela possible.

Chez Orange, nous croyons qu'un réseau ne se mesure pas seulement à sa vitesse ou à l'étendue de sa couverture mobile. Il se mesure à la confiance qu'il inspire, à sa disponibilité quand chacun en a besoin, à l'innovation qu'il apporte, à tout ce qu'il rend possible au quotidien.

C'est cette conviction qui guide nos actions : déployer la Fibre et la 5G, moderniser et sécuriser nos infrastructures, innover toujours plus.

Et parce que contribuer au développement d'un territoire ne se limite pas seulement à déployer les technologies, nous accompagnons aussi les familles, en mettant nos équipes et leur expertise à leur service, pour connecter, rapprocher et accompagner chaque génération vers un numérique plus sûr.

Connecter les territoires est notre métier. Les faire grandir est notre manière d'AGIR AU PEYI.



est là