LE TERRITOIRE EN PERSONNE(S)

# GUYAMAG

NOV/DEC 2026
N° 148

EWAG.



**PAUL-RICHARD VINGADASSALOM**
*président de la French Tech Guyane*

# L'ÉBULLITION AMAZONIENNE

## DOSSIER | À LA RECHERCHE DE LA PROCHAINE LICORNE

**NOAM SINSEAU** ne connaît pas le frac 50 • Retour sur la 8e édition du **FIFAC** 74
**PORTFOLIO** : Fort-de-France entre passé et présent 69 • Visite guidée du **MUSÉE DU PATRIARCAT** 58




# ÉDITO

## *31 %*

Les dernières semaines ont été agitées. Les mouvements de protestation contre la vie chère, que nous ne connaissons que trop bien, et la mobilisation des lycéens, née à Mayotte le 31 août dernier, se sont enracinés sur le continent. Partout la colère monte, le peuple est dans la rue. Et, pour la première fois, les Français qui s'identifient à une France « en colère et contestataire » (49 %) sont plus nombreux que ceux qui se disent simplement « mécontents » (48 %), selon la 14e édition de l'enquête Ipsos bva/CESI École d'ingénieurs Fractures françaises*.

Colère, contestation, clivage, opposition, polarisation de la société... Les mots ne manquent pas pour décrire le climat ambiant, un tableau bien sombre à quelques mois de l'élection présidentielle. Et paraît-il que même les IA s'y mettent, puisque les grands modèles de langage répondent plus efficacement à un prompt un peu sec voire virulent ! Miroir, miroir... ?

Notons aussi que 69 % des répondants de l'enquête Fractures françaises estiment que ce qui divise les Français est plus fort que ce qui les rassemble, soit 12 points de plus qu'en 2013. Chez Ewag, nous faisons résolument partie des 31 % restants. Ce qui nous rassemble est plus fort que ce qui nous divise. C'est ce que nous avons voulu montrer au fil des centaines de pages publiées en 2026 dans nos magazines KaruMag, GuyaMag et MadinMag. Vous le lirez encore dans cette dernière édition de l'année. Vous découvrirez les innovations d'entrepreneurs de génie dans notre dossier ; savourerez le talent de Noam Sinseau et serez émus par le travail photographique d'Adeline Rapon... L'avenir est peut-être plus brillant qu'il n'y paraît. À nous tous de le dire.

**publiée en novembre et menée pour Le Monde, le Cevipof, la Fondation Jean-Jaurès et l'Institut Montaigne.*

**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**
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)

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

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

**RÉDACTION**
**Rédacteurs en chef**
Mathieu Rached
Floriane Jean-Gilles (0696 36 91 56)

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

**Rédacteurs**
Sarah Balay - Axelle Dorville
Caroline Bablin - Karollyne Videira Hubert
Sandrine Chopot - Alix Delmas
Adeline Louault

**Secrétaire de rédaction**
Chantal Bigay

**Photographes**
Jean-Albert Coopmann - Lou Denim
Christophe Fidole - Aubane Nesty
Mathieu Delmer

**Photo de couverture**
Mathieu Delmer

Pour nous écrire :
prenomnom@ewag.fr

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

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

**Guadeloupe**
Audrey Béral (0690 27 82 22)
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)
Angela Fontana (0691 28 20 03)
Marie Prat (0691 24 28 92)

**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.

Consultez tous nos magazines sur
www.ewag.fr

Suivez-nous sur les réseaux

**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 !

### AQUAPONIE EN GUADELOUPE : VERS L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE



563 k vues
30 939 interactions

### DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE ARCHITECTURAL DE POINTE-À-PITRE



40 k vues
787 interactions

### QUE PENSENT LES JEUNES DE NOTRE MAGAZINE ?



43 k vues
285 interactions



# SOMMAIRE

## LES VOIX DU TERRITOIRE


10 **FRENCH TECH GUYANE** Le coeur de l'innovation amazonienne
14 **APEC** 60 ans au service des cadres et des entreprises
18 **GFA CARAÏBES** La solution 2 en 1 pour protéger son activité
22 **ECOFIP** Assurer la continuité et préparer l'avenir


## ET SI...


28 **FRIGODOM-LOGIDOM** Dans les coulisses de la supply chain
30 **GDI** Bioéconomie : la Guyane joue collectif en Amazonie
32 **DOSSIER** À la recherche de la prochaine licorne
46 **L'ACCORDEUR** Visages de Yana










## LES YEUX DU MÉDIA


50 Grand entretien **NOAM SINSEAU**
54 Brèves
58 Reportage **LE PATRIARCAT, UNE HISTOIRE ANCIENNE ?**
62 **L'EMPLOI ASSOCIATIF** décrypté par bonfilon
64 Reportage **FITNESS, BOULOT, DODO !**
66 Comment l'**IA** peut-elle aider les personnes diabétiques ?
69 **PORTFOLIO** « À mon... souvenir »
74 Reportage **LES NOUVEAUX RÉCITS DU CAMP DE LA TRANSPORTATION**
78 **IMAGE DU MOIS**
81 **SÉLECTION CULTURE** de Noël





Authorized Reseller

TechCare Apple Univers Tech

JEU CONCOURS

ACCUEIL . QUALITÉ . SERVICE

PARTICULIERS · PROFESSIONNELS

SCANNEZ ET TENTEZ
DE GAGNER VOTRE CADEAU

TIRAGE AU SORT LE 18 DÉCEMBRE À 18H

GUYANE

FAMILY PLAZA MATOURY
0594 24 63 99 / 0694 36 15 48

SAINT-LAURENT-DU-MARONI
0694 35 18 19

GUADELOUPE

JARRY HOUELBOURG IMMEUBLE ORION
0691 27 77 37

TÉLÉPHONIE - ACCESSOIRES - RÉPARATION - ASSURANCE

OMODA | JAECOO

JAECOO Hybride & Hybride rechargeable

SUV AVENTURIERS
Maintenant en GUYANE




JAECOO 5 JAECOO 7

7 ANS DE GARANTIE OU 150 000 KM*

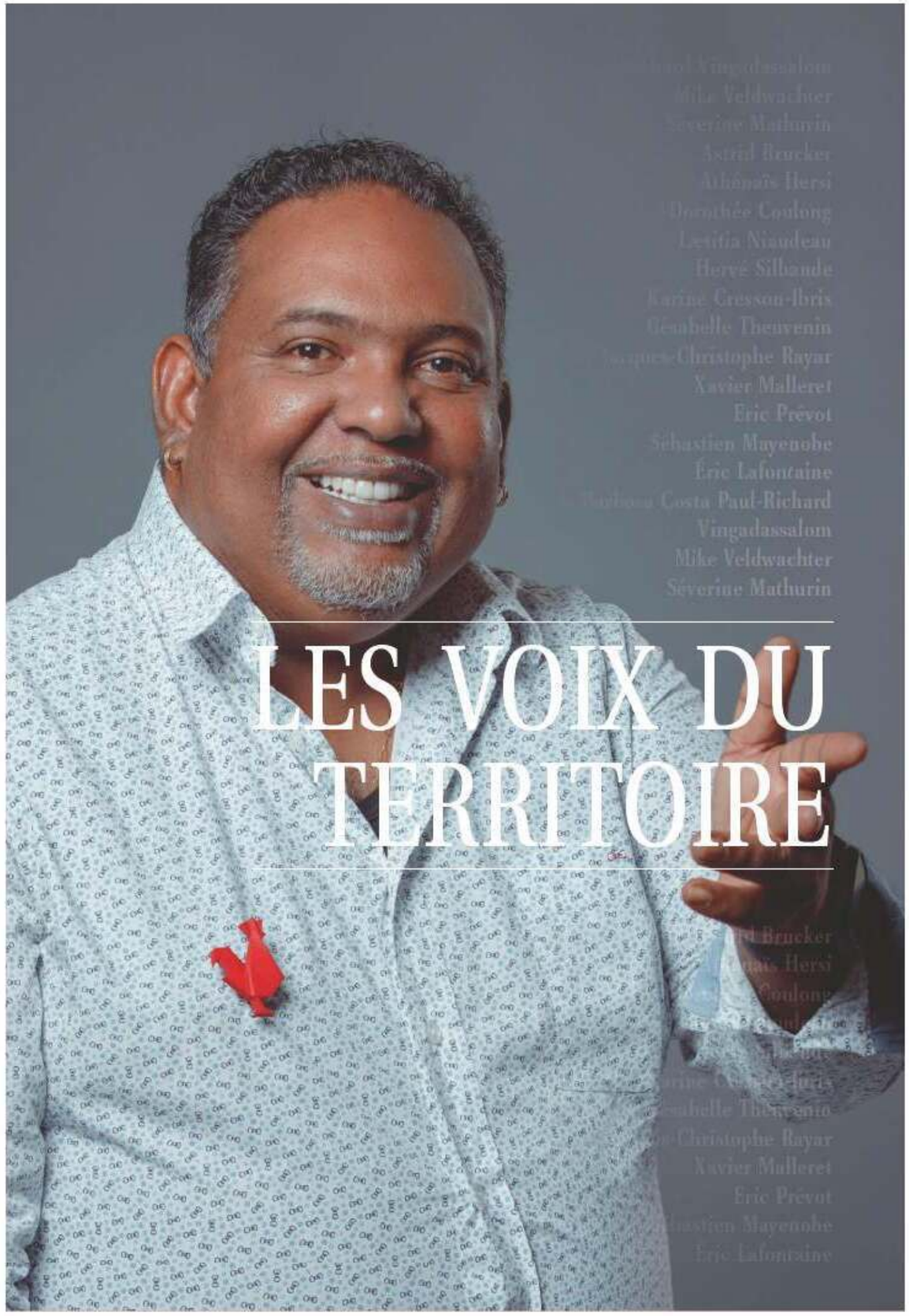
Consommation (cycle mixte WLTP) **Gamme JAECOO 5** SH5-H : 5,3 l/100 km - Émissions de CO2 (cycle mixte WLTP) : 120g CO2/km.
Consommation (cycle mixte WLTP) **Gamme JAECOO 7** SH5-H : 5,5 L/100 km - Émissions de CO2 (cycle mixte WLTP) : 125g CO2/km.

*Selon conditions, au premier des deux termes échus.




SOMASCO LE VILLAGE
**CAYENNE** - ZI COLLERY OUEST
**SAINT-LAURENT-DU-MARONI** - 1430 AV. GASTON MONNERVILLE

Pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer



# LE CŒUR DE L'INNOVATION AMAZONIENNE

Quatre projets guyanais seront présentés lors de la 11e édition du concours innovation Outre-mer (IOM), fin novembre, à Paris. Portée par la **French Tech Guyane**, qui ambitionne de placer l'Amazonie française sur la carte de la tech mondiale, la communauté des startupers guyanais ne cesse de croître. Rencontre avec Paul-Richard Vingadassalom, président de l'association.

Texte Floriane Jean-Gilles et Axelle Dorville - Photo Mathieu Delmer

L'histoire commence en 2017 avec la création de l'association Guyane Tech. Trois ans plus tard, en 2020, la structure est officiellement labellisée « French Tech Guyane », un tournant majeur pour cet écosystème en ébullition. Pour Paul-Richard Vingadassalom, cette reconnaissance agit comme un puissant accélérateur de projets. Il précise en effet que « le label permet d'avoir une légitimité au niveau du gouvernement, puisqu'on travaille directement avec le ministère de l'Outre-mer ». Il souligne également les relations solides établies avec la Direction générale des entreprises (DGE) et le ministère de la Transition numérique. « Nous sommes la première communauté de startups de Guyane. Notre principal objectif est de rassembler et d'accompagner cet écosystème amazonien sur le territoire régional, mais aussi au national et à l'international. Cette intégration au réseau mondial de la French Tech apporte ainsi un impact indéniable, ouvrant des portes stratégiques bien au-delà des frontières locales », poursuit le président de la French Tech Guyane.

## Acculturation au numérique

Pour structurer son action, La French Tech Guyane s'appuie sur quatre missions fondamentales : valoriser, identifier, communiquer et fédérer. Cette feuille de route se décline au quotidien par une volonté constante de faire rayonner les porteurs de projets et l'innovation sur le territoire, notamment à travers l'organisation de *Tech Talks*, des rendez-vous organisés tous les deux mois qui réunissent adhérents et sympathisants de la communauté tech. Ces rencontres permettent d'aborder des sujets de pointe, allant de l'intelligence artificielle à la cybersécurité, comme des questions plus pratiques autour de la propriété intellectuelle avec l'INPI ou de la facturation électronique. « Les *Tech Talks* sont également l'occasion de démontrer qu'il existe des solutions locales. Il faut faire confiance aux entreprises du territoire », insiste Paul-Richard Vingadassalom. L'association explore également de nouveaux formats de communication, tels que les podcasts, pour diffuser la culture tech au plus grand nombre et ainsi lutter contre la fracture numérique qui touche encore une partie du territoire. Valoriser les compétences locales et trouver des solutions en territoires isolés sont au cœur de la démarche de la French Tech Guyane, également membre du consortium du projet ACAI (Sensibilisation et formation en intelligence artificielle et cybersécurité en contexte Amazonien) qui porte les mêmes ambitions. Le projet ACAI, mis en œuvre par l'Université de Guyane, fait de la formation un levier central pour constituer un vivier d'experts en Guyane, en commençant par la création d'un Master Informatique — parcours Intelligence artificielle et cybersécurité, ouvert à la rentrée scolaire 2026-2027.

## Miser sur des atouts uniques

La French Tech Guyane s'appuie également sur de précieux atouts territoriaux. La stratégie de développement se concentre autour des domaines du spatial, du climat et des biotechnologies. Cette ambition locale s'accompagne d'une projection assumée vers l'international. En effet, Paul-Richard Vingadassalom porte une vision résolument tournée vers l'export. L'agenda des prochains mois s'annonce d'ailleurs particulièrement chargé puisque la délégation prépare activement sa participation à des événements d'envergure mondiale, tels que le prestigieux CES de Las Vegas, en janvier 2027, Vivatech et le Web Summit Rio prévu en juin de la même année. « Pour le CES de Las Vegas, nous allons déposer une candidature afin qu'au moins une startup puisse partir en *Learning Expedition* », précise Paul-Richard Vingadassalom. Pour l'heure, cap sur le concours IOM puis la Polynésie française dans le cadre de l'événement Outre-mer French Tech Days qui réunira les communautés French Tech ultramarines, du 30 novembre au 10 décembre 2026.



## BIO EXPRESS

Paul-Richard Vingadassalom est président de la French Tech Guyane depuis 2023. En 1999, il crée Netactions, une agence digitale spécialisée dans le conseil et la stratégie. Il a ainsi accompagné 21 mairies guyanaises vers la digitalisation avec son programme e-mairie. Vice-Président du MEDEF Guyane à l'innovation et à l'internationalisation, il est également président de l'association Parier numérique.

# ZOOM SUR LES 4 ENTREPRENEURS PRÉSENTS AU CONCOURS INNOVATION OUTRE-MER, DU 23 AU 27 NOVEMBRE 2026.

## Mike Veldwachter,
### fondateur de Private Cashless



« Private Cashless digitalise les événements des Antilles et de la Guyane : contrôle d'accès, paiement cashless et pilotage complet grâce à MyCopilotEvent, le copilote intelligent des organisateurs. Du grand festival à l'atelier de quelques dizaines de personnes, notre ambition est la même : dans un secteur sous forte contrainte, offrir aux organisateurs une traçabilité totale et une meilleure rentabilité. En moyenne, un événement opéré par Private Cashless gagne 20 % de rentabilité. Rejoindre la French Tech Guyane nous a permis de prouver notre concept et de développer notre clientèle, aux Antilles puis en Guyane. Aujourd'hui, l'accompagnement et l'expertise du réseau nous permettent de viser l'international. Je me sens moins seul dans mon parcours d'entrepreneur : nous avons sans cesse amélioré notre pitch, et nous avons été soutenus financièrement pour participer à plusieurs reprises à Innovation Outre-mer. C'est un véritable tremplin pour le développement de l'entreprise. »



## Astrid Brucker,
### créatrice de KDOPRO

« Forts de 20 ans d'expérience avec l'entreprise Guya Cadeau, émetteur de cartes cadeaux, nous avons créé il y a 3 ans KDOPRO, une suite logicielle en marque blanche permettant aux émetteurs régionaux comme nous, de piloter un programme de cartes cadeaux multi-enseignes locales, de la mise en circulation par les CSE d'entreprise et institutions jusqu'à l'acceptation par les commerçants. Ce sont nos propres besoins qui nous ont conduits à créer cette solution digitale complète et intégrée, aujourd'hui déployée en Guyane et à La Réunion. Elle se compose d'un back-office de gestion, d'une solution de scan pour les commerçants et d'une application pour les porteurs de cartes. Nous avons pu bénéficier de l'accompagnement et de l'écosystème de la French Tech Guyane dans le développement de notre *Proof of concept* pour KDOPRO. Cela nous permet également de participer à des challenges exigeants tels qu'Outre-mer Network. Grâce au réseau French Tech national et international, nous pouvons aujourd'hui approcher de nouveaux marchés, que ce soit en Outre-mer, en Hexagone ou ailleurs. C'est cela qui fait la puissance de ce réseau. »

## Séverine Mathurin,
### fondatrice de Zentra Technologies



« En avril 2026, je présentais officiellement le concept développé par Zentra Technologies : la première station autonome, en énergie et en connectivité, de scooters électriques en libre-service. Destinée aux usagers, et aux collectivités et employeurs souhaitant offrir des solutions de mobilité, notre station est intégrée dans un container maritime de 40 pieds, comprenant 7 boxes et un local technique alimenté par panneaux solaires. À l'aide d'une application dédiée, l'usager peut alors débloquer un scooter, pour une utilisation à la minute ou à l'heure, selon ses besoins. À peine 6 mois plus tard, grâce à la labellisation et l'accompagnement de la French Tech Guyane, nous avons déposé un brevet et la fabrication d'une première station est en cours, avec une livraison en Guyane prévue début janvier qui marquera le lancement de la phase de test. Nous avons également été qualifiés comme finalistes d'Innovation Outre-mer, une réelle fierté qui nous permet de montrer qu'en Guyane aussi, on peut innover. C'est aussi une belle opportunité de développer notre clientèle internationale. En nous apportant de la visibilité et de la crédibilité, cet accompagnement nous permet d'aller plus loin plus vite. »



## Athénaïs Hersi,
### créatrice d'Allo Service Numérique

« Ingénieure en cybersécurité de formation, je rentre en Guyane en 2022 et deviens conseillère numérique. Je constate alors que l'on peut utiliser WhatsApp au quotidien et pourtant rencontrer des difficultés lors de la réalisation de démarches en ligne de type CAF, Ameli ou France Travail. Aucun Guyanais ne devrait être exclu à cause du numérique. C'est ainsi que je décide de créer Allo Service Numérique et son application HEEZI, qui forme les personnes en situation d'illectronisme, voire d'illettrisme, à réaliser leurs démarches en ligne en toute autonomie. HEEZI reproduit les sites administratifs officiels pour s'entraîner sans risque et progresser à travers des missions et des consignes audios en langue maternelle. J'accompagne également les dirigeants et leurs équipes dans l'usage responsable du numérique et de l'IA. La labellisation French Tech Guyane est un vrai gage de légitimité et de visibilité dans le développement de mon entreprise. Elle m'ouvre des portes en termes de financement et de partenariats, et me permet de rencontrer des mentors, experts et d'autres entrepreneurs pour accompagner la structuration de mon projet et préparer son exportation. »

LA FRENCH TECH GUYANE

**GUYANE TECH / FRENCH TECH GUYANE**
1 rue Rolland barrat - 97300 - Cayenne

Rejoignez-nous sur **www.guyanetech.fr**
et **contact@guyanetech.fr**

Reseau sociaux :

*Parcours professionnel*

# 60 ANS AU SERVICE DES CADRES ET DES ENTREPRISES

Depuis sa création en 1966, l'**Association pour l'emploi des cadres (APEC)** adapte continuellement ses actions aux transformations du monde du travail et aux spécificités de l'emploi cadre en région. En Guyane, l'attractivité des talents, l'accroissement démographique et l'évolution des compétences constituent des enjeux spécifiques, aujourd'hui et demain.

Texte Axelle Dorville – Photo Christophe Fidole



*Dorothée Coulong, consultante en développement professionnel*

**Pourquoi l'APEC a-t-elle été créée et comment ses missions ont-elles évolué ?**

**Lætitia Niaudeau, directrice générale adjointe de l'APEC :** L'APEC est née de la volonté des organisations patronales et syndicales de créer un outil commun au service des entreprises et des cadres du secteur privé. Initialement destinée aux cadres demandeurs d'emploi, elle a rapidement élargi son accompagnement aux cadres en poste, en lien avec l'évolution du monde du travail. Ces 60 dernières années ont été marquées par la mondialisation et le développement de services à forte valeur ajoutée tels que l'informatique, qui ont progressivement modifié la structure de qualification des entreprises et créé une demande de compétences plus élevées pour les niveaux de technicien supérieur et d'encadrement. En 60 ans, la population cadre du secteur privé a ainsi été multipliée par 5 en France, en même temps qu'elle s'est davantage diversifiée. Le métier a lui aussi évolué : être cadre ne signifie plus nécessairement manager, il s'agit plutôt d'une notion d'expertise. La reconnaissance, l'autonomie et l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle sont par ailleurs des attentes de plus en plus fortes.

**En 60 ans, l'APEC a renforcé sa présence dans les territoires et notamment en ouvrant un centre en Guyane en 2023...**

**Lætitia Niaudeau :** En effet, notre objectif est d'être au plus près des cadres et des entreprises afin de mieux connaître les bassins d'emploi locaux et de pouvoir toujours proposer un accompagnement adapté aux besoins des territoires. Et cette proximité est d'autant plus nécessaire dans les territoires ultramarins, où le marché du travail est plus étroit et le vivier de compétences cadres limité. En lien avec notre réseau de partenaires (France Travail, l'université, les missions locales, Transition pro, Cap emploi, les OPCO, organisations patronales...), notre consultante en Guyane accompagne, gratuitement, les cadres à chaque étape clé de leur parcours professionnel, mais également les entreprises dans leurs recrutements : identification de candidats, valorisation de leur marque employeur, rédaction des offres ou encore définition des besoins ou des rémunérations.

**Quels sont les principaux défis auxquels l'APEC répond en Guyane ?**

**Hervé Silbande, responsable de centre Martinique et Guyane :** Trouver des profils pointus de niveau « ingénieur » est ici un réel défi. De nombreux secteurs – agroalimentaire, santé, BTP, etc. – étant confrontés à une pénurie d'experts, nous accompagnons les entreprises dans le développement de leur attractivité et travaillons à leur offrir une visibilité maximale auprès des candidats.

Le départ des jeunes diplômés est également un enjeu prégnant pour répondre au besoin en compétences qui augmente. Nous intervenons donc auprès des jeunes des missions locales ou à l'université, afin de valoriser les perspectives professionnelles en Guyane, d'offrir une meilleure connaissance du marché de l'emploi local et d'accompagner les étudiants dans la préparation de leur présentation et de la négociation salariale. Enfin, la Guyane étant un grand territoire, il est pour nous essentiel d'être présent sur les différents bassins, et c'est notamment le cas dans l'Ouest guyanais ou sur le territoire des Savanes, par le biais de permanences aux agences France Travail de Kourou et de Saint-Laurent-du-Maroni. En 2025, notre pôle Martinique/Guyane a ainsi pu accompagner 1 300 cadres et jeunes diplômés (à travers de l'accompagnement individuel et collectif, des rendez-vous, ateliers, job dating et webinaires) ainsi que 300 entreprises dans leurs besoins de recrutement.

**Le monde du travail est en constante évolution. Quel rôle joue l'APEC face aux transformations du travail ?**

**Lætitia Niaudeau :** Dans le cadre de son mandat de service public, l'APEC se tient en permanence en veille afin d'adapter son offre de services aux besoins des différentes typologies de cadres et entreprises. Nous produisons ainsi des études prospectives destinées à anticiper les grandes tendances – en termes de travail, de recrutement, de process – et à esquisser des scénarios dans lesquels se projeter. Il s'agit à la fois d'aider les individus à naviguer entre ces évolutions, notamment, les jeunes diplômés qui doivent s'approprier les codes de l'entreprise et construire leur projet professionnel dans un contexte incertain, et les entreprises à faire évoluer leurs pratiques. Les cadres, qu'ils soient experts ou managers, jouent ainsi un rôle majeur dans l'innovation et la transformation des organisations. Notre rôle est de toujours davantage enrichir notre accompagnement afin de préparer les uns et les autres à ces évolutions, pour rapprocher durablement les compétences des besoins économiques des bassins d'emploi.

« ÊTRE CADRE NE SIGNIFIE PLUS NÉCESSAIREMENT MANAGER, IL S'AGIT PLUTÔT D'UNE NOTION D'EXPERTISE »

Laetitia Niaudeau, directrice générale adjointe de l'APEC

apec

4 Rue de l'Astrolabe
Batiment Horizon
97354 Rémire-montjoly
www.apec.fr
https://corporate.apec.fr/toutes-nos-etudes

PUBLI-COMMUNIQUÉ

# L'innovation inclusive

**Formation et insertion en guyane : réinventer les codes par l'audace cognitive et technologique**

**Face aux défis uniques de notre territoire, les méthodes traditionnelles de formation atteignent parfois leurs limites. En tant que vice-présidente déléguée à l'emploi, l'insertion et la formation professionnelle à la CTG, je porte une conviction forte : « Innover, ce n'est pas systématiquement faire plus, c'est faire autrement ». Je vous propose donc un focus sur deux expérimentations de rupture qui s'apprêtent à bousculer l'ingénierie pédagogique guyanaise en plaçant le cerveau humain et l'intelligence artificielle au cœur de l'action publique.**




©CTG

*Karine Cresson-Ibris, 10e vice-présidente déléguée à l'insertion, à la formation professionnelle et à l'apprentissage*

## Première expérimentation : lever les verrous du décrochage par les neurosciences

**Une méthode nouvelle pour que chacun trouve sa place**

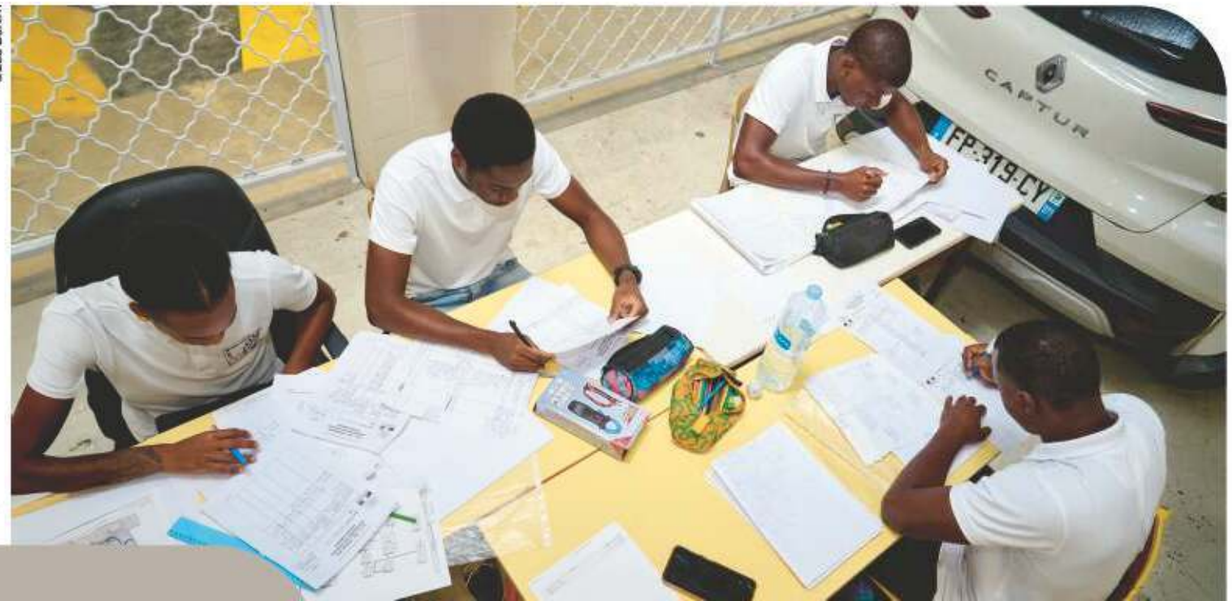
Ce n'est pas par manque de volonté que tant de jeunes et d'adultes abandonnent l'école ou leur formation professionnelle, mais parce qu'ils souffrent de blocages ou de troubles de l'apprentissage (comme la dyslexie ou les problèmes d'attention) qui restent invisibles. Face à des cours traditionnels, ils se découragent. Pour changer cela, la CTG souhaite tester sur le terrain une démarche totalement inédite en Guyane et en France, et notre territoire devient un laboratoire de pointe en faisant le lien direct entre la recherche scientifique sur le cerveau et la réalité des salles de classe. Pour cela, un partenariat avec des chercheurs, le Rectorat et l'université s'avère nécessaire comme terrains d'application.

**Objectif : comprendre comment le cerveau apprend pour mieux accompagner l'apprentissage**

La méthode visée explique que pour apprendre une compétence, notre cerveau doit réussir 4 étapes, comme lorsqu'on construit une maison :

1- La découverte : On reçoit l'information (on apporte les briques) ;
2- Le rangement : On organise l'information dans sa tête (on monte les murs proprement) ;
3- La mémoire : On répète pour que ça reste dans le temps (on coule le béton pour que ce soit solide) ;
4- L'action : On utilise ce qu'on a appris sur le terrain, en entreprise (on habite la maison).

« Si un stagiaire échoue sur le chantier, le formateur sait enfin exactement où ça coince dans sa tête et comment l'aider, sans le juger. »




©Lou Denim

*Élèves de lycée professionnel, filière mécanique*

**Pourquoi former et outiller les formateurs change tout ?**

Aujourd'hui, il est faux de dire « il n'est pas fait pour ça » quand un stagiaire ne réussit pas un exercice en atelier. En formant nos enseignants et nos formateurs d'adultes à la méthode, nous ambitionnons de leur donner des lunettes de professionnels. Si un stagiaire bloque, le formateur peut diagnostiquer le problème immédiatement : l'information a-t-elle été mal comprise au départ (étape 1) ou a-t-il juste manqué d'entraînements pour s'en souvenir (étape 3) ? C'est une plus-value immense : on ne se contente plus de déverser des cours théoriques. On donne aux formateurs les clés pour réparer la machine à apprendre de chaque élève. En réussissant leur formation, ces stagiaires reprennent confiance en eux, décrochent leur diplôme et entrent enfin avec fierté sur le marché du travail en Guyane. C'est aussi cela, l'inclusion positive.

## Seconde expérimentation : l'intelligence artificielle au secours des bras et des talents

**Quand la technologie efface la barrière de la langue pour accélérer l'accès à l'emploi**

En Guyane, nous avons une chance immense : notre territoire regorge d'adultes courageux, qui ont déjà un métier dans les mains (maçons, agriculteurs, mécaniciens) mais qui ne parlent pas encore le français ou pas suffisamment. Jusqu'ici, le parcours classique consiste à passer de longs mois à apprendre le français avant de pouvoir retoucher un outil. Ou encore, la méthode actuellement populaire, qui couple à la fois l'apprentissage de la langue et l'apprentissage du métier : une surcharge cognitive ! C'est le meilleur moyen de les décourager. La CTG a décidé de renverser complètement les règles du jeu avec une idée simple mais innovante : le geste d'abord en langues maternelles, la langue française ensuite ! Et pour réussir ce pari, nous allons utiliser une alliée magique : l'Intelligence Artificielle (IA).

**Étape 1 : on valide le métier dans sa langue maternelle grâce à l'IA**

Imaginez une classe ou un atelier. Le formateur parle français, et l'apprenant grâce à des oreillettes connectées à une IA, dispose, en temps réel, des consignes directement traduites dans sa langue maternelle (le brésilien, l'espagnol, le sranan tongo...). « Ce qui compte sur le terrain, c'est que la brique soit droite et que le panneau solaire fonctionne, pas que la phrase soit parfaite. » L'adulte écoute, comprend instantanément, et exécute le bon geste. Le formateur évalue son savoir-faire réel, sans que la langue ne vienne gâcher ses chances. L'apprenant prouve qu'il est compétent, sa fierté est intacte.

**Étape 2 : le français devient un outil de travail, pas une corvée**

Une fois que le métier est maîtrisé et validé, le plus dur est fait. C'est à ce moment-là que l'apprentissage du français commence, mais d'une manière très concrète. On ne va pas lui apprendre des poésies, mais le français de son quotidien : le nom de ses outils, les règles de sécurité de son chantier, les mots pour parler avec son patron. L'apprenant connaît déjà le geste technique (par exemple, poser un disjoncteur), il n'a plus qu'à coller le mot français sur ce qu'il sait déjà faire. En inversant ainsi le parcours, la CTG raccourcit le temps vers l'emploi. Nous redonnons de la valeur aux compétences de chacun et nous offrons à nos entreprises locales des travailleurs immédiatement prêts à bâtir la Guyane de demain.

Ces expérimentations incarnent le droit à l'erreur et à l'essai. L'ambition de la CTG est claire : passer d'une politique de guichet rigide à une politique de solutions sur mesure pour optimiser l'insertion de tous nos publics, d'où qu'ils viennent.

Collectivité Territoriale de Guyane — l'Europe s'engage en Guyane

*Accompagnement*

# LA SOLUTION 2 EN 1 POUR PROTÉGER SON ACTIVITÉ

Que l'on soit artisan, commerçant, professionnel libéral ou responsable d'une association, un sinistre ou un litige peut fragiliser son activité. Pour mieux faire face à ces risques, **GFA Caraïbes** propose une nouvelle offre associant responsabilité civile professionnelle et protection juridique professionnelle.

Texte Axelle Dorville - Photo Jean-Albert Coopmann



*Gésabelle Theuvenin, responsable de pilotage produits GFA Caraïbes*

**Quel est l'intérêt de souscrire à un contrat de responsabilité civile pour un professionnel ?**

**Gésabelle Theuvenin, responsable de pilotage produits chez GFA Caraïbes** : Bien que tout professionnel s'efforce toujours d'offrir un service de qualité, le risque zéro n'existe pas. Une entreprise ou une association peut être à l'origine de dommages causés à des tiers à l'occasion de la livraison d'un produit, de la réalisation d'une prestation, ou encore en cas d'erreur, d'omission ou de négligence professionnelle. Qu'elle soit obligatoire ou simplement recommandée au regard de l'activité exercée, souscrire une assurance de responsabilité civile s'avère indispensable pour protéger sa structure contre des dépenses imprévues susceptibles de fragiliser son activité.

**Comment votre nouvelle offre protège nos entreprises et associations locales ?**

Nous avons fait évoluer notre contrat de responsabilité civile pour moderniser les garanties et en simplifier la compréhension pour nos assurés. Notre nouvelle solution associe responsabilité civile professionnelle et protection juridique professionnelle, qui peuvent être souscrites ensemble ou séparément selon les besoins. La responsabilité civile professionnelle protège l'activité contre les conséquences financières des dommages causés aux tiers. La protection juridique complète cette protection en apportant conseils et accompagnement en cas de litige garanti, de la recherche d'une solution amiable jusqu'à une éventuelle procédure judiciaire.

**Les frais de prévention inclus dans votre offre constituent par ailleurs une garantie innovante...**

Cette garantie permet d'aller au-delà de la seule indemnisation. Elle peut prendre en charge certains frais engagés pour prévenir un dommage imminent ou limiter les conséquences d'un dommage déjà survenu, dès lors que celui-ci est ou aurait été garanti par le contrat. L'objectif est simple : agir au bon moment pour éviter le dommage ou en réduire l'ampleur et mieux protéger l'activité de nos assurés. Enfin, le parcours de souscription a également été modernisé pour être plus simple, plus fluide et plus sécurisé.

GENERALI | GFA CARAÏBES

**GFA Caraïbes**
www.gfacaraibes.fr
08 08 80 01 01




Protection Entreprise & Association
RC Pro & Protection juridique

PROTÉGEZ CE QUI VOUS ENGAGE.



gfacaraibes.fr

*Asiré nou la !*

Derrière chaque activité, il y a des projets, des responsabilités et des engagements. Avec Protection Entreprise & Association, GFA Caraïbes vous accompagne pour exercer votre activité plus sereinement, avec une solution qui associe Responsabilité Civile Professionnelle et Protection Juridique.

GENERALI | GFA CARAÏBES

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

PUBLI-COMMUNIQUÉ

# Jeunesse en Guyane

## Leur quotidien doit peser dans les décisions

**Les jeunes veulent contribuer aux choix qui engagent leur avenir. Encore faut-il leur donner la possibilité de s'exprimer, là où ils vivent. Avec sa caravane territoriale consacrée aux temps de l'enfant, le CESECE Guyane est allé à la rencontre des collégiens et des lycéens. Cette consultation a enrichi son étude et nourri huit recommandations pour des politiques publiques plus proches des réalités guyanaises.**



©Cesece Guyane

*Rencontre avec les élèves du LPO Melkior et Garré à Cayenne*



©Cesece Guyane

*Rencontre des lycéens du lycée Agricole de Matiti, l'EPLEFPA de la Guyane*

### Une démarche de démocratie participative avec et pour la jeunesse

À quelle heure faut-il se lever pour rejoindre son établissement ? Combien de temps reste-t-il, au retour, pour faire ses devoirs, pratiquer une activité ou simplement se reposer ? Peut-on accéder à un équipement sportif, participer à un atelier culturel, retrouver ses amis près de chez soi ? Ces questions traversent le quotidien des enfants et des adolescents. Elles disent aussi beaucoup des possibilités que leur offre leur territoire. C'est à partir de cette réalité que le CESECE Guyane a abordé son étude sur les temps de l'enfant, en considérant ensemble le temps scolaire, les activités périscolaires, les loisirs et la vie familiale. Car ces moments s'influencent mutuellement : un trajet trop long peut réduire le sommeil, une activité éloignée peut devenir inaccessible, et une organisation mal adaptée peut compliquer toute la journée d'un enfant et de sa famille. Pour comprendre ces situations, le Conseil a choisi de recueillir directement la parole des jeunes.

### Une caravane pour aller à leur rencontre

Plutôt que d'attendre les jeunes dans les espaces institutionnels, le Conseil est allé à leur rencontre à travers une caravane territoriale. L'idée est simple : pour entendre la jeunesse guyanaise, il faut se déplacer dans ses bassins de vie. Les rencontres auprès des collégiens et des lycéens, avec le concours du corps enseignant, ont permis d'aborder leurs besoins et leurs attentes à partir de situations qu'ils connaissent. Ariane Fleurival, présidente du CESECE Guyane, Francette Désir-Asselos, la vice-présidente déléguée à la jeunesse, citoyenneté et sport, ainsi que la directrice Marthe Panelle-Karam et Christ-Laur Philipps ont sillonné Cayenne, Macouria et Matiti, Kourou, Sinnamary, Mana, Saint-Laurent-du-Maroni, Cacao, Saül, Régina et Saint-Georges. Cette diversité géographique compte : elle permet de confronter des expériences difficilement perceptibles depuis un seul lieu de consultation. La caravane a ouvert un dialogue avec des jeunes parfois éloignés des espaces habituels de concertation et leur a donné l'occasion de formuler des propositions pour leur territoire. Leur contribution a nourri le travail d'analyse du Conseil.

### Des journées qui révèlent les inégalités territoriales

Les enfants et les adolescents ne disposent pas des mêmes possibilités selon leur lieu de vie. L'accès aux activités sportives, culturelles ou éducatives varie fortement d'un territoire à l'autre.

Dans les territoires isolés, l'éloignement des services et les déplacements importants pèsent sur l'organisation quotidienne. L'étude relève également des ruptures éducatives liées à l'internat : la continuité du parcours doit se penser avec les conditions de vie qui accompagnent la scolarité.

Dans les territoires urbains, la saturation des équipements peut limiter l'accès aux activités, tandis que les parcours périscolaires restent parfois fragmentés. Les territoires fluviaux et frontaliers présentent, eux aussi, des contraintes particulières de mobilité, avec des réalités multiculturelles et des parcours de vie transfrontaliers qui appellent des réponses adaptées.

Ces constats invitent à regarder précisément ce que chaque bassin de vie permet ou empêche. Une offre disponible dans une commune ne répond aux besoins des jeunes que s'ils peuvent effectivement y accéder.

### Une stratégie commune autour des temps de l'enfant

La recommandation centrale du CESECE Guyane consiste à construire une stratégie territoriale des temps de l'enfant. L'objectif est de coordonner l'État, la Collectivité territoriale de Guyane, les communes, les associations, les familles et les jeunes. Chacun intervient sur une partie du quotidien. Leurs décisions gagnent donc à être pensées ensemble pour mieux articuler les temps scolaires, périscolaires, extrascolaires et familiaux. Cette coordination permettrait d'examiner les conséquences d'une organisation sur l'ensemble de la journée : un horaire, une activité ou un service doit trouver sa place dans un parcours cohérent.



©Cesece Guyane

*Rencontre avec les élèves du collège Saint-Paul à Cacao Roura*



©Cesece Guyane

*Rencontre avec les élèves du collège Anne-Marie Javouhey à Cayenne*

Dossier préparé par Marthe Panelle-Karam
**CESECE GUYANE**
Pôle Présidence/Direction
1 Place Théodore Héder - BP 47025 - 97307 Cayenne Cedex
0594 289 604/0594 300 600
www.cesece-guyane.fr
marthe.panelle-karam@ctguyane.fr
Retrouvez notre actualité
sur les réseaux sociaux

*Défiscalisation*

# ASSURER LA CONTINUITÉ ET PRÉPARER L'AVENIR

De retour en Guyane après plusieurs années à l'international, Jacques-Christophe Rayar rejoint **ECOFIP** comme responsable commercial. Il entend assurer la continuité tout en insufflant une nouvelle dynamique au développement de l'entreprise.

Texte Sandrine Chopot – Photo Christophe Fidole



**Votre parcours est marqué par l'international. Quelles expériences vous ont conduit aujourd'hui chez ECOFIP ?**
Diplômé en 2016 d'un master en commerce international, après une première formation à l'EGC en Guyane, j'ai choisi de poursuivre mon parcours en Asie, où j'ai passé six ans. J'y ai travaillé dans différents secteurs, du marketing à l'événementiel en passant par le commerce international. Cette expérience m'a notamment permis de développer mon adaptabilité et mon ouverture aux cultures.
Après un retour en Guyane en 2020, j'ai poursuivi mon parcours en métropole dans le commerce international, la qualité et la formation. Lorsque le directeur d'agence doit s'absenter pour des missions de terrain, je suis un relais de confiance et j'assure la continuité des activités.

**En tant que responsable commercial. Quelles sont vos priorités ?**
J'assure la coordination de l'activité commerciale de l'agence de Guyane, composée de six collaborateurs, dont trois dans l'équipe que j'encadre au quotidien. Ma priorité est d'assurer la stabilité et la cohésion de l'équipe, tout en veillant à la qualité du suivi des dossiers.
Je souhaite également améliorer nos procédures et fluidifier les échanges avec les exploitants et les fournisseurs. L'enjeu est de consolider notre présence et de développer de nouveaux marchés, notamment dans le matériel industriel, en conservant la qualité de notre accompagnement pour nos clients historiques.

**Quelle importance accordez-vous à la dimension humaine dans votre fonction ?**
Elle est essentielle. Mon expérience en Asie m'a appris la tolérance, l'écoute et la capacité à m'adapter à des environnements différents. En Guyane, cette ouverture est particulièrement précieuse compte tenu de la diversité des cultures et des profils d'entrepreneurs.
La défiscalisation ne consiste pas seulement à faciliter un investissement. Elle implique aussi des droits et des devoirs. Notre rôle est d'expliquer, de conseiller et d'accompagner les bénéficiaires pour sécuriser leurs projets. Cela demande proximité, pédagogie, et aussi beaucoup de rigueur administrative.

**Comment percevez-vous le potentiel économique de la Guyane et les besoins des entreprises ?**
Je vois une économie dynamique, portée par la création d'entreprises et de réelles perspectives de développement. Elle reste toutefois fragile, confrontée notamment aux coûts logistiques, à la dépendance aux importations et aux difficultés de financement.
Le commerce et les services occupent une place importante, mais l'industrialisation représente aussi un enjeu majeur. Le BTP, l'agroalimentaire et l'agriculture sont autant de secteurs éligibles à la défiscalisation qui méritent d'être accompagnés. ECOFIP peut contribuer à cette dynamique en facilitant le financement des investissements professionnels.

**Concrètement, quels types de projets accompagnez-vous ?**
Historiquement ECOFIP est présent auprès des exploitants agricoles, que nous accompagnons dans l'acquisition de matériels ; nous accompagnons aussi tous types d'investissements pour des entreprises d'autres secteurs éligibles : du véhicule utilitaire pour l'artisan, en passant par la mini-pelle ou la pelleteuse pour l'entrepreneur du BTP, le poids lourd du transporteur, jusqu'aux véhicules de tourisme pour les loueurs automobiles de courte durée.
Tous ces investissements sont indispensables au bon fonctionnement de l'activité de nos clients et permettent d'améliorer leurs rendements.

> « MON AMBITION EST DE CONFORTER LA PLACE D'ECOFIP COMME ACTEUR DE RÉFÉRENCE DE LA DÉFISCALISATION EN GUYANE »
>
> Christophe Rayar,
> responsable commercial ECOFIP

**Quelle est votre ambition pour les années à venir ?**
Mon ambition est de conforter la place d'ECOFIP comme acteur de référence de la défiscalisation en Guyane. Il s'agit de préserver ce qui a été construit, de renforcer notre ancrage et de nous adapter aux évolutions du marché comme de la législation.
J'arrive avec humilité, mais aussi avec la volonté de m'investir durablement. Ma conviction est simple : derrière chaque investissement, il y a des femmes, des hommes et des entreprises. Cette dimension humaine doit rester au cœur de notre engagement.

ECOFIP
Ingénierie & Financement Outre-Mer

**ECOFIP**
Route de la Madeleine - Entrée de la roseraie
Cayenne
05 94 39 15 56
outremer.ecofip.com/nos-implantations/guyane

PUBLI-COMMUNIQUÉ

# Orange fait entrer le cinéma dans votre salon

**Avec son nouveau Décodeur Home Cinema, Orange réinvente le divertissement à domicile. Son immersif, image haute définition, simplicité d'utilisation : une innovation désormais accessible aux Antilles et en Guyane, en même temps que dans l'Hexagone.**

## Une nouvelle dimension pour vos soirées télé

Regarder un film, vibrer devant un match, retrouver l'ambiance d'un concert ou dévorer sa série préférée… Et si votre salon devenait votre nouvelle salle de cinéma ? Avec son Décodeur Home Cinema, Orange franchit une nouvelle étape dans l'expérience du divertissement à domicile en associant qualité sonore, technologies d'image avancées et simplicité d'utilisation. Sa particularité ? Intégrer directement quatre haut-parleurs dans un équipement compact, sans nécessiter l'achat d'une barre de son. Un woofer pour des basses profondes, deux haut-parleurs latéraux pour spatialiser le son et une voie centrale pour restituer clairement les dialogues : tout a été pensé pour donner une autre dimension aux contenus.

## Le meilleur du son et de l'image

Pour concevoir ce décodeur, Orange s'est entouré de références technologiques reconnues. La signature Audio by Bang & Olufsen garantit un son soigneusement ajusté, tandis que la technologie Dolby Atmos offre une immersion sonore tridimensionnelle avec les contenus compatibles. Côté image, la 4K, le HDR10 + et le Dolby Vision, sous réserve de compatibilité du téléviseur et des contenus, permettent de profiter de couleurs éclatantes, de contrastes renforcés et d'une luminosité optimisée. Pour aller encore plus loin, deux enceintes immersives sans fil peuvent compléter l'installation. Grâce à la technologie Dolby Atmos FlexConnect, elles se calibrent automatiquement selon la configuration de la pièce, sans imposer de contraintes particulières de placement.




## La technologie au service de la simplicité

Autre atout : sa facilité d'installation. Un câble HDMI, une connexion wi-fi et une télécommande unique suffisent pour accéder à son univers de divertissement. Les principales plateformes de streaming et les services de replay sont pré-installés. Le Google Play Store permet également de télécharger des applications et des jeux. Le décodeur propose par ailleurs le contrôle du direct, l'enregistrement multi-écrans et peut même servir d'enceinte connectée pour écouter la musique de son smartphone. Une innovation qui intègre également une démarche d'écoconception : le décodeur et ses enceintes sont fabriqués à partir de plastiques et de tissus 100 % recyclés et recyclables.

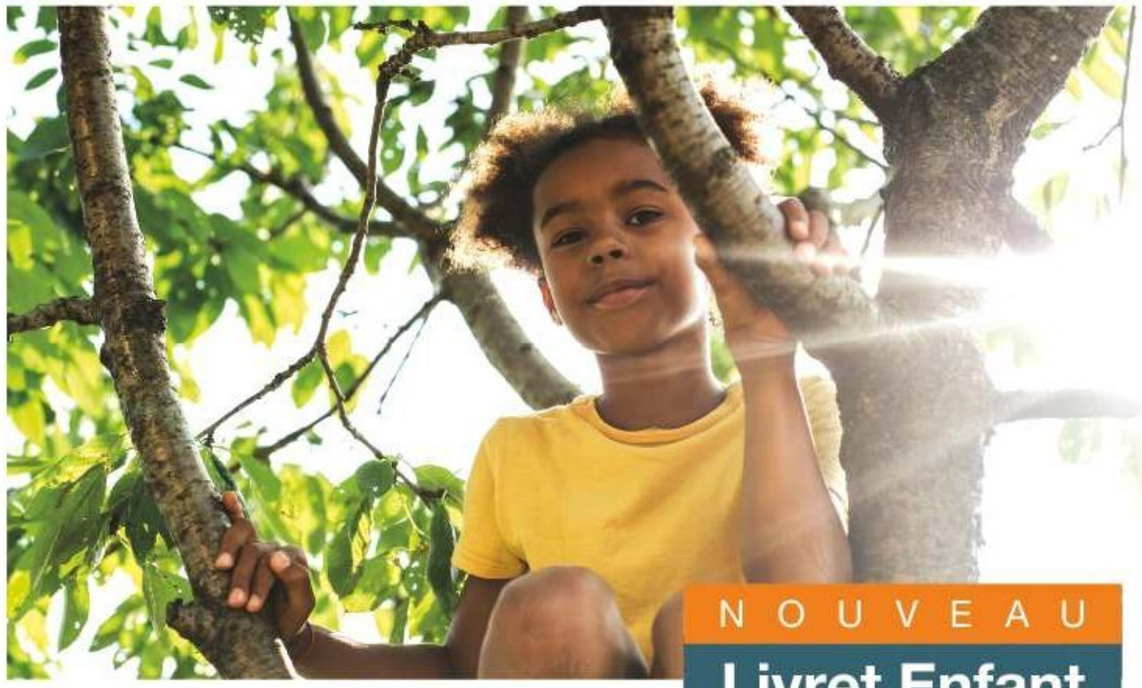
## Une innovation disponible aux Antilles Guyane

« Nous sommes particulièrement fiers du lancement de cette innovation aux Antilles et en Guyane au même moment qu'en Hexagone », souligne Thierry Marigny, directeur Orange Antilles Guyane. Accessible aux nouveaux clients comme aux abonnés Orange déjà équipés, le Décodeur Home Cinema accompagne les offres Livebox Infini Fibre et Livebox Ultra Fibre, sous réserve d'éligibilité. Avec cette nouveauté, Orange confirme son ambition : proposer une expérience numérique toujours plus complète, où la performance de la connexion s'accompagne d'un véritable confort de divertissement au quotidien.

orange™




Les rêves de demain commencent avec l'épargne d'aujourd'hui.



Crédit photo : Shutterstock

NOUVEAU

Livret Enfant

5,45 % brut(1)

Disponible de 0 à 11 ans(2) jusqu'à 1 600 €, cumulable avec d'autres livrets d'épargne.

Jusqu'à 60 € offerts

pour son ouverture, la mise en place d'un versement programmé et l'ouverture simultanée d'un Livret Bleu(3).

Crédit Mutuel

(1) Taux nominal annuel brut au 01/08/2026, susceptible de modifications. Les intérêts sont soumis à l'impôt sur le revenu et aux prélèvements sociaux selon la réglementation fiscale applicable. (2) Souscription possible jusqu'au 10 ans et 10 mois de l'enfant. (3) Offres valables pour les souscriptions réalisées avant le 31/12/2026 auprès d'une Caisse de Crédit Mutuel dans les conditions suivantes :
• Vous souscrivez un premier livret d'épargne bancaire au nom de l'enfant mineur (tel que Livret Enfant, Livret VIP Junior, Livret Jeune et Livret Bleu) : 20 euros versés sur le livret au moment de son ouverture ;
• Vous souscrivez en même temps deux livrets d'épargne bancaire au nom de l'enfant mineur parmi la liste ci-dessus et l'un d'entre eux est un Livret Bleu : 20 euros versés à la fois sur le Livret Bleu et sur le second livret au moment de leur ouverture (soit 40 euros au total) ;
• Au moment de la souscription du premier livret au nom de l'enfant mineur, vous demandez la mise en place d'un versement programmé sur ce dernier : 20 euros versés sur ce premier livret au moment de son ouverture, cette offre étant cumulable avec l'une des deux offres indiquées ci-dessus.
Le Livret Bleu ainsi que le Livret Jeune sont des produits d'épargne réglementés, non imposables et soumis à une obligation de mono détention. Les livrets Enfant et VIP Junior sont des livrets fiscalisés mais dont la détention est limitée à un seul produit par titulaire. Voir conditions en Caisse.

Caisse Fédérale de Crédit Mutuel – RCS Strasbourg B 588 505 354.

DELABIE

D.P.S
PLOMBERIE / SANITAIRE
ASSAINISSEMENT

Z.I. Terca - Carrefour du Larivot - MATOURY - Tel : 05 94 35 09 89



# ET SI...

## *on apprenait à investir dans nos propres idées ?*

**Nous cherchons souvent le succès au-delà de nos frontières, en oubliant que nos territoires regorgent d'esprits créatifs et de solutions novatrices. L'innovation n'est pas qu'une simple étincelle ; elle exige du capital, de la prise de risque et une conviction inébranlable.**

© Tom Merton/Caia Image / Adobe stock

*Logistique*

# DANS LES COULISSES DE LA SUPPLY CHAIN*

Depuis plus de 20 ans, le **groupe Frigodom-Logidom** accompagne ses clients dans la gestion de leurs flux de marchandises, de leur arrivée sur le territoire jusqu'à leur expédition, dans les meilleurs délais. Un savoir-faire de spécialiste de la supply chain, comme l'explique son directeur général, Xavier Malleret.

Texte Caroline Bablin



© Lou Denim

*Xavier Malleret, directeur général du groupe Frigodom-Logidom*



© Jean-Albert Coopmann

*Sébastien Mayenobe, directeur général adjoint du groupe*

« Dans nos métiers, quand on n'entend pas parler de nous, c'est qu'on le fait bien », sourit Xavier Malleret, directeur général du groupe Frigodom-Logidom. En tant que prestataire logistique, le groupe qu'il dirige est un maillon essentiel de la chaîne d'approvisionnement de nos territoires.

Présent en Guadeloupe, en Martinique, en Guyane, à Saint-Martin et au Havre, le groupe Frigodom-Logidom emploie quelque 200 personnes, toutes recrutées ou formées localement. Son cœur de métier ? Intervenir à chaque étape clé de la chaîne logistique : groupage, réception et dépotage des conteneurs, contrôle des marchandises, stockage, gestion des stocks, préparation de commandes, reconditionnement et expédition. Le tout pour le compte de clients variés : enseignes de la distribution, grossistes, restaurateurs... Ce sont ainsi des milliers de cartons qui entrent et sortent des entrepôts chaque jour, dans un ballet incessant de transpalettes et chariots élévateurs, et selon un process quasi chronométré.

## Une chaîne qui ne s'arrête jamais

Lorsque le bateau arrive, les marchandises ne partent pas directement vers leur destination finale. Les conteneurs sont d'abord livrés et dépotés dans les entrepôts Frigodom pour les produits frais et surgelés, ou Logidom pour les produits secs, textiles, quincaillerie, matériel de sport, etc. C'est là qu'ils seront contrôlés et stockés avant d'être expédiés. En amont, depuis Le Havre, le groupe assure même le groupage et la consolidation des conteneurs.

« La journée commence avant l'aube », précise Éric Prévot, directeur d'exploitation de Frigodom Guyane. Les transporteurs viennent chercher les marchandises préparées la veille et les livrent à leurs destinataires.

Puis un second flux se met en place. Les conteneurs sont réceptionnés, vérifiés, dépotés et la marchandise est soigneusement contrôlée avant d'être stockée. Enfin, la préparation des commandes occupe les équipes jusqu'en soirée : prélèvement, reconditionnement si nécessaire, puis expédition. « Toute commande passée avant midi est livrée le lendemain », précise Xavier Malleret. La durée de stockage dépend des produits. Les produits frais, avec une DLC (date limite de consommation) courte, ne font que passer. Sitôt livrés et contrôlés, ils repartent vers leurs destinataires. En revanche, pour les produits secs ou surgelés, elle peut être beaucoup plus longue, d'où l'importance d'une gestion des stocks rigoureuse.

## Des rouages bien huilés

Orchestrer le stockage et le déstockage des marchandises est l'opération la plus délicate. Tous les entrepôts sont en effet équipés de racks mobiles. Le gain d'espace est considérable mais en contrepartie, toutes les marchandises ne sont pas accessibles en même temps. C'est pourquoi un logiciel compile toutes les commandes et indique aux agents dans quel ordre bien précis il faut récupérer chaque produit. Les racks sont ainsi successivement ouverts puis fermés jusqu'à ce que toutes les commandes soient prêtes.

Des rouages bien huilés – au sens propre comme au sens figuré – garantissent le bon déroulement des opérations en un temps record. Car dès le lendemain, avant l'aube, les transporteurs seront là pour récupérer les commandes, et il faudra tout recommencer...

## Mutualiser les coûts

« Par notre activité, nous contribuons à maîtriser les coûts logistiques, car nous les mutualisons entre nos différents clients », constate Sébastien Mayenobe, directeur général adjoint. « Un client qui vient chez nous bénéficie d'un prix variable. Il n'a pas de coûts fixes tels que la location ou l'entretien d'un entrepôt, des équipes à payer tous les mois, et ce quelle que soit son activité. Chez nous, il est facturé au volume confié », poursuit-il.

Ce modèle offre aussi une grande souplesse : un client peut lancer un nouveau produit, tester une nouvelle gamme ou se développer sur un autre territoire, aux Antilles, en Guyane ou à Saint-Martin, sans avoir à investir dans son propre entrepôt.

*chaîne d'approvisionnement



© Christophe Fidole

*Éric Prévot, directeur d'exploitation de Frigodom Guyane*

## Logidom s'installe à Matoury

10 000 places-palettes, un bâtiment configuré comme ceux de Guadeloupe et Martinique, équipé des mêmes racks mobiles... La construction du futur entrepôt Logidom est en cours à Matoury, juste en bout de piste de l'aéroport. Il devrait ouvrir ses portes et accueillir les premiers conteneurs en mars 2027.

**FRIGODOM**
PAE Degrad des Cannes, Remire-Montjoly
Tél. 05 94 30 03 15

**LOGIDOM**
1604 Route nationale 2, Matoury
Tél. 05 94 30 03 15



*Coopération*

# BIOÉCONOMIE : LA GUYANE JOUE COLLECTIF EN AMAZONIE !

*Éric Lafontaine, directeur de GDI*

Initié et porté par **Guyane Développement Innovation (GDI)**, le réseau d'incubateurs pan amazoniens (RIPA) entend connecter les acteurs de l'innovation du plateau des Guyanes. Éric Lafontaine, directeur de GDI, présente les ambitions du réseau et ses perspectives pour les entreprises guyanaises.

Texte Sandrine Chopot – Photo Christophe Fidole

**Pouvez-vous présenter le RIPA et son ambition ?**
Le RIPA répond à une ambition d'intégration économique régionale, inscrite dans le Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) approuvé en 2022. Son objectif est de créer un réseau transfrontalier réunissant incubateurs et accélérateurs des territoires de One Guiana (Guyane française, Suriname, Guyana et nord du Brésil). Il s'agit de favoriser les projets innovants, de partager nos expertises et de renforcer les chaînes de valeur locales. Le RIPA constitue ainsi un levier d'intégration régionale, de transformation économique et d'innovation durable.

**Quelles sont les filières stratégiques accompagnées par GDI et comment définissez-vous la bioéconomie en Guyane ?**
GDI accompagne plusieurs filières de la bioéconomie : chimie du végétal et cosmétique, alimentation saine et durable, écomatériaux, écoconstruction, usages numériques et énergie. Avec les acteurs de l'innovation du territoire, nous avons élaboré une définition adaptée aux réalités guyanaises : « La bioéconomie regroupe les activités qui mobilisent des ressources locales renouvelables issues du vivant et les co-ressources associées pour produire, transformer et valoriser des biens et services. L'objectif est de réduire progressivement la dépendance aux énergies, intrants et produits importés, de créer de la valeur localement et de préserver les écosystèmes, grâce à une gouvernance inclusive ».

**En quoi cette coopération peut-elle bénéficier aux entreprises guyanaises ?**
Nous devons comprendre le développement de la bioéconomie chez nos voisins et la structuration de leurs chaînes de valeur. Prenons la cosmétique ou l'alimentation : la Guyane est en concurrence et même en distorsion de concurrence avec les pays voisins. Il faut identifier les segments où nos entreprises peuvent être compétitives et les étapes où elles incorporent le plus de valeur ajoutée, de la culture des plantes à la mise en marché.
Le RIPA doit renforcer l'accompagnement des entreprises innovantes, favoriser les projets communs et leur apporter des informations stratégiques pour se positionner face aux concurrences régionales et internationales, notamment asiatiques. Nos voisins peuvent aussi devenir des partenaires d'affaires au sein de chaînes de valeur partagées.

**Pourquoi la Guyane a-t-elle le souhait d'accueillir la première *Learning Expedition* du RIPA et quels en seront les temps forts ?**
L'idée de ce réseau a pris forme après une mission à Georgetown, en 2024. Lors d'une conférence, le président du Guyana a évoqué les coopérations avec le Suriname et le Brésil, sans mentionner la Guyane française. Cela nous a interpellés : ne risquons-nous pas de devenir un territoire ultrapériphérique de l'Amérique du Sud ? Il était essentiel de prendre notre place dans cette dynamique.
Organisée à Cayenne, cette *Learning Expedition* doit être la première rencontre physique des membres fondateurs. Nous souhaitons signer un mémorandum d'entente (MoU), formaliser une feuille de route et un plan d'action pour 2027-2028. Nous travaillons également à un accord de consortium et à la recherche de financements, notamment dans le cadre du programme Interreg/PCIA.
Au programme : une plénière sur la bioéconomie, des ateliers pour faire émerger des projets de « champions régionaux », des échanges sur les usages numériques et les données spatiales.

**Quelles retombées concrètes pour les entreprises guyanaises et la dynamique économique amazonienne ?**
La réponse est simple : soit nous continuons à regarder ailleurs sans nous préoccuper de nos voisins, soit nous prenons notre place. Si nous restons dans une posture non offensive, alors nous risquons de nous faire dépasser.
Le RIPA doit nous permettre de mieux connaître notre environnement économique, de disposer de données sur les marchés voisins, de mesurer notre compétitivité et d'identifier les opportunités pour nos entreprises. Nous devons savoir où nous sommes performants et quels débouchés saisir.
Cela passe par les rencontres, le partage d'informations et la construction de projets communs, équilibrés et respectueux des intérêts de chacun. L'enjeu est de dépasser la proximité géographique pour bâtir une véritable coopération économique régionale.

GUYANE DÉVELOPPEMENT INNOVATION
Réseau ARDI

**GDI**
Pépinière d'entreprises innovantes
Pôle universitaire de Guyane - Campus de Troubiran
Cayenne
05 94 39 24 60
contact@ardi-gdi.fr - https://www.ardi-gdi.fr/

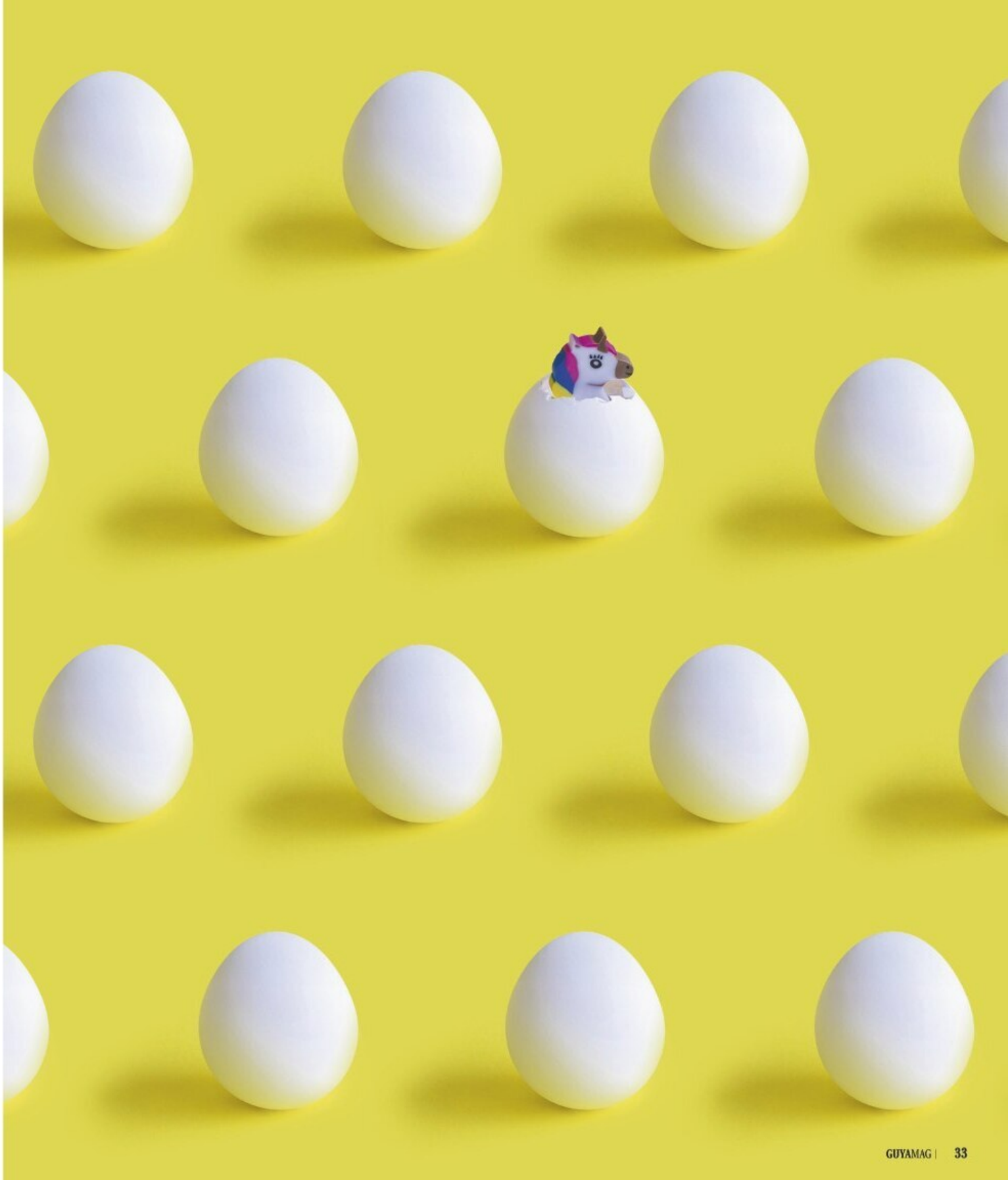
# À LA **RECHERCHE** DE LA PROCHAINE **LICORNE**

**LICORNE, NOM FÉMININ**

1. ANIMAL FABULEUX AYANT UN CORPS DE CHEVAL, UNE TÊTE DE BOUC, UNE LONGUE CORNE AU MILIEU DU FRONT ET SOUVENT DES PIEDS FOURCHUS.

**2. START-UP NON COTÉE EN BOURSE DONT LA VALORISATION, BASÉE SUR UN POTENTIEL DE CROISSANCE TRÈS IMPORTANT, DÉPASSE LE MILLIARD DE DOLLARS.**

SOURCE : DICTIONNAIRE LAROUSSE






*Francesca Ribac (KairnUp), Jerome Idylle (Babypoom), Fabien Félixine (Jobbiz), Georges-Emmanuel Arnaud (CFC Db) et Cédric Contaret (DOSCCAR)*

C'est bien de startups dont il sera question dans ce dossier ! En avril dernier, l'association Webmonster, une communauté tech qui rassemble plus de 850 professionnels du numérique en Martinique, Guadeloupe et Guyane, a lancé la plateforme hubmonster.io. La plateforme propose un espace centralisé pour découvrir des initiatives locales, collaborer et accélérer la croissance de projets à fort potentiel. « Je crois fermement que les Antilles-Guyane regorgent de talents et de projets innovants qui méritent d'être mis en lumière. Avec hubmonster.io, notre objectif est de créer une plateforme où ces idées peuvent s'épanouir et atteindre leur plein potentiel », se réjouissait Xavier Simacourbe, président de l'association, lors du lancement. Même enthousiasme du côté de Jeffrey Monlouis, vice-président et développeur autodidacte : « Je suis convaincu que les projets digitaux développés par les talents locaux sont un puissant levier d'émancipation pour les économies émergentes ». Début novembre, la plateforme comptabilisait 125 projets référencés, 106 utilisateurs et un trafic d'environ 1 000 visites par mois.

« Nous souhaitons répondre à un besoin croissant de structurer et de renforcer l'écosystème entrepreneurial caribéen en facilitant les synergies entre les talents, les idées et les financements », poursuit Xavier Simacourbe.

Pensée pour un large public – entrepreneurs, startups, investisseurs, mentors ou simples curieux – la plateforme se distingue par son ancrage territorial et sa dimension communautaire. Elle offre une vitrine accessible pour valoriser les projets locaux tout en facilitant les mises en relation stratégiques. Ce positionnement unique en fait un levier clé pour l'inclusion numérique et le développement d'un tissu économique innovant dans la Caraïbe française. En favorisant la collaboration et le partage de connaissances, hubmonster.io ambitionne de contribuer à la création de nouvelles opportunités économiques, à la montée en compétences des acteurs locaux et à la structuration d'un écosystème durable. À terme, la plateforme entend devenir un référent régional en matière d'innovation et d'outils digitaux pour PME. »

Nous avons donc souhaité laisser la part belle à ces innovations et demandé à Xavier Simacourbe de nous dresser la liste des potentielles licornes antillo-guyanaises. En voici les portraits.

Merci à Tropiques Atrium, scène nationale de la Martinique, de nous avoir permis de photographier ces start-up dans le grand escalier du hall d'entrée.



# FIDDEO

## LA CARTE DE FIDÉLITÉ LA PLUS SIMPLE AU MONDE

Conversation avec Mathieu Rached

« LEUR PRINCIPE EST GÉNIAL, IL POSE LES BASES POUR UNE NOUVELLE MANIÈRE DE CONSOMMER, SANS LA CONTRAINTE PHYSIQUE OU NUMÉRIQUE DES INNOMBRABLES PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ ET APPLICATIONS DE MARQUES. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster - Photo Marion Dolivet

**Jean-Michel et Rénald, 21 ans, Guyanais et Haïtien, démocratisent la création de programmes de fidélité performants pour tout commerce. Côté consommateurs : plus de carte papier à tamponner ni d'application à installer, une carte de fidélité stockée sur le Apple Wallet et le Google Wallet des Smartphones. www.fiddeo.fr**

« Il y a deux ans, durant notre cursus en BUT informatique en Martinique, nous nous sommes mis à développer nos services (création de sites internet, applications web...) car on se rendait compte que nos compétences techniques s'étoffaient et pouvaient être mises à profit des entreprises locales qui ont beaucoup de mal à se digitaliser. Aujourd'hui nous sommes en master en ingénierie logiciel et nous poursuivons le développement de Fiddeo, notre projet le plus abouti.

Il part du constat que de nombreux commerçants utilisent des cartes de fidélité papier, qui ne leur permettent pas de suivre efficacement les habitudes de consommation et la fréquence des visites de leurs clients. Sans compter que les clients peuvent les perdre, les oublier, et que finalement ils ne profitent jamais réellement de leurs avantages fidélité. C'est le phénomène de la 11e pizza gratuite à laquelle personne n'a finalement jamais droit (rire). Par ailleurs, d'autres commerçants vont, eux, développer leur propre appli pour créer leur programme de fidélité, ce qui démultiplie les comptes et applications qu'un consommateur doit installer sur son téléphone. Dans les deux cas, nous avons étudié le problème avec la conviction que la solution serait numérique. Pour simplifier ces réalités de terrain, il nous fallait créer une carte de fidélité numérique et sans application à télécharger, c'est-à-dire directement intégrée au Wallet qui équipe tous les smartphones (Apple Wallet ou Google Wallet).



*Jean-Michel Harrow et Rénald Désiré*

Dès lors, avec Fiddeo, tout se passe lors du premier achat dans un commerce : le client scanne un QR code, ajoute sa carte au Wallet du téléphone, c'est fini. Et pour le commerçant, à chaque passage en caisse, il scanne la carte sur le smartphone et pilote ensuite la fidélité de ses clients depuis son interface Fiddeo à lui.

Pour concevoir le prototype, l'offre, les fonctionnalités, nous avons pu compter sur l'écoute et les conseils d'Erol Elisabeth, attaché temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) à l'IUT et fondateur de l'entreprise Beepway.com ainsi que de Christophe Jean, directeur des études du BUT Informatique.

Aujourd'hui, Fiddeo est accessible en ligne et entre dans une phase de déploiement, avec trois mois offerts pour permettre aux commerçants de découvrir et de tester la solution. Notre objectif est désormais de faire connaître Fiddeo auprès des commerçants et de leur montrer comment la fidélité digitale peut contribuer à renforcer leur relation client. La création de carte de fidélité numérique d'une enseigne sans téléchargement préalable d'application constitue une première en Outre-mer, mais aussi à l'échelle européenne. En nous concentrant sur l'étendue des fonctionnalités du Wallet, notre marque peut démocratiser et simplifier les modalités des cartes de fidélité. pour tous les commerces et tous les consommateurs en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane, et au-delà. »

Trois formules pour les commerçants selon le niveau de pilotage du suivi client requis (customisation, suivi, relance, vision globale, multi-enseignes...) Fiddeo go 24 € - Fiddeo essentiel 29 € - Fiddeo pro 79 €.

# BABYPOOM

## LA MARQUE QUI DÉPOUSSIÈRE LE FAIRE-PART DE NAISSANCE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

« LE CRITÈRE DE RÉUSSITE BASIQUE SUR INTERNET, C'EST LE NOMBRE D'UTILISATEURS. C'EST LA PREUVE QUE TON PRODUIT FONCTIONNE. AUJOURD'HUI, UNE STARTUP DE CHEZ NOUS CARTONNE, C'EST BABYPOOM : 2 MILLIONS D'UTILISATEURS DANS LE MONDE ! ET POURTANT LE PROJET PASSE TOUT À FAIT INAPERÇU. »

Xavier Sirnacourbe, président de Webmonster

**À la naissance de sa fille, en 2015, Jerome Idylle a voulu annoncer la nouvelle à ses proches. Il code une petite application intégrant une mécanique de gamification : il crée ainsi une expérience où ses proches découvrent bébé par le jeu. On doit deviner le prénom pour découvrir une première photo, on peut revivre les moments forts de la grossesse ou écrire dans un livre d'or, etc. Le succès est au rendez-vous, ses proches le sollicitent pour réutiliser l'outil. Avec 600 000 naissances/an en France et un besoin partagé, Jerome lance une version grand public quelques mois plus tard. www.babypoom.com**



*Jerome Idylle, créateur de Babypoom*

« Si j'ai pu toucher près de 2 millions de familles, c'est parce que j'ai pensé une distribution la plus digitale possible. C'était le moyen de faire tomber les frontières géographiques. L'étroitesse du marché est une réalité. Avec 3 000 naissances par an, en moyenne, en Martinique et autant en Guadeloupe, même si je les avais toutes, je n'aurais pas pu faire tourner l'entreprise. 98 % de ma clientèle est hors de nos territoires et il ne pouvait pas en être autrement puisque mon produit génère de petites marges, donc il me fallait du volume. C'est tout l'enjeu du Product Market Fit (PMF), c'est-à-dire l'adéquation produit/marché : est-ce que le produit correspond au marché ? J'ai analysé les avis des consommateurs, les taux de conversion après une campagne de publicité et les recommandations. J'ai aussi observé un fort taux d'acquisition organique. Quand un parent partage son annonce, il cible, en général, des personnes de la même tranche d'âge que lui. Beaucoup de ces personnes viennent ensuite chez nous. Et les parents qui ont utilisé Babypoom reviennent pour annoncer une 2e ou une 3e grossesse. Le marché aime le produit, il est recommandé, il est bien noté donc on a un PMF. La majorité des acquisitions a été faite en ligne, même si j'ai eu des parutions dans quelques magazines spécialisés. Aujourd'hui, je cherche encore à diversifier l'acquisition en internationalisant le produit. Quand je fais des études de marché, j'ai des outils qui me permettent de savoir ce que les gens recherchent, quels mots-clefs sont utilisés et dans quelle proportion surtout. Il y a entre 50 000 et 70 000 requêtes « faire-part de naissance » par mois en France. Je procède de la même manière pour tous les pays. J'adapte ensuite ma stratégie, et tout le défi est là : comment je fais savoir que mon service existe quand les utilisateurs font ce type de recherches ? Car je suis loin d'être le seul sur ce marché. Internationaliser un produit demande un certain temps, il faut être complet sur l'ensemble du système, j'y travaille en ce moment en me concentrant uniquement sur ce qui a fonctionné. Je suis reparti de zéro sur cette partie-là. Une fois que la mécanique est faite pour une langue, elle est facilement duplicable sur une autre. J'ai aussi fait un pas de côté en écoutant les besoins des utilisateurs qui demandaient souvent si on pouvait annoncer des mariages. Tout ce travail que j'ai recommencé intègre du coup un modèle beaucoup plus large en sortant de la verticale de la naissance. Ce sera PoomStudio, on garde l'esprit et on se positionne comme un acteur du souvenir sur 52 événements de la vie ! Le modèle est prêt.

J'ai mis beaucoup d'énergie sur ce projet depuis sa conception. Je l'ai financé sur fonds propres. En fait, j'ai tout fait pour être autonome sur la phase *go to market*. J'ai beaucoup *bootstrapé* au début, comme beaucoup d'entrepreneurs, c'est-à-dire que j'ai fait avec les moyens du bord, pour valider le maximum d'hypothèses. J'avais toutes les compétences pour lancer le produit. Aujourd'hui, je me suis entouré de personnes qui ont des compétences précises, pour renforcer les composantes essentielles du business qui permettront d'aller plus loin. Moi je suis tech, mais il fallait un meilleur tech que moi ; sur le graphisme aussi, parce qu'il faut réussir à transmettre des émotions. Ces deux personnes m'ont rejoint il y a 2 ans environ.

Actuellement, nous proposons un modèle freemium, c'est-à-dire qu'on peut créer son annonce de naissance gratuitement avec la version « basic ». Notre modèle économique repose aussi sur une version « premium », payante, plus personnalisable. On peut ajouter de la musique, changer les thèmes ou ajouter plus de photos par exemple. La 3e offre, « souvenir », payante elle aussi, intègre un album de naissance version papier. Car si le digital est super pour le partage, rien ne vaut le print pour le souvenir. On est très sensible au produit : on a une interface fluide, une appli opérationnelle, on est présents sur tous les supports, y compris sur WhatsApp. L'expérience tech est totale. »

# DIKO KRÉYOL

## LE DICTIONNAIRE COLLABORATIF DU CRÉOLE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles- Photo Jean-Albert Coopmann

« DIKO KRÉYOL EST UN OUTIL SCIENTIFIQUE QUI VISE À INSCRIRE LA LANGUE DE FAÇON DURABLE ET OFFICIELLE AU NIVEAU INTERNATIONAL. C'EST UN TRAVAIL ESSENTIEL, À PARTIR DUQUEL ON POURRA DÉVELOPPER ENSUITE DES OUTILS DE TRADUCTION AUTOMATIQUE QUI CRÉERONT DE LA VALEUR. »

Xavier Sirnacourbe, président de Webmonster

**Quand ses enfants lui demandent régulièrement « Comment on dit en créole ? », Loïc Clérima peine à trouver des réponses rapidement. Peu d'outils sont disponibles sur Internet, il y voit une opportunité, il crée, en 2022, un dictionnaire collaboratif, le Diko Kréyol. www.diko-kreyol.com/fr**

« On a pris le parti d'amener la langue, et la culture, puisqu'elles sont liées, sur le terrain de la tech dans la construction du dictionnaire. Passée la phase d'apprentissage, je me suis orienté vers une ONG, SIL Global (Société internationale de linguistique), qui crée des dictionnaires, même si dans leur cas, c'est dans un but religieux. J'ai effectué plusieurs séances de travail avec eux pour que le logiciel support puisse accueillir deux langues : le créole martiniquais et le créole guadeloupéen. C'est ce logiciel qui permet de référencer les mots en respectant les règles de la lexicographie professionnelle. J'étais encore seul à ce stade. Je me suis ensuite rapproché de la communauté Webmonster pour m'aider à y voir plus clair sur l'aspect développement informatique du projet. C'est à ce moment qu'on a eu l'idée d'un dictionnaire collaboratif. Tout le monde peut y contribuer, il y a ensuite un système de validation en interne pour que les mots, et leur définition, soient référencés. On réunit pour cela un groupe de modérateurs composé d'une dizaine de personnes. Nous n'avons pas eu recours à l'intelligence artificielle (IA) comme générateur de mots car c'est un outil qui connaît très mal nos réalités. En revanche, nous avons implémenté l'IA pour façonner l'outil et pour lier les citations et les exemples aux mots référencés. Bien qu'on ait l'outil, on a mis en pause le projet, en 2023, car nous nous sommes aperçus que nous n'avions pas la structure adéquate pour soutenir ce projet et engager une communauté. On a donc créé l'association Kreyogene qui vise à intégrer le créole dans le quotidien, à travers des jeux et un espace numérique, Kreyospot, qui accueillera le dictionnaire.

L'objectif du dictionnaire est de démocratiser la langue. Alors, on peut se poser la question de l'intérêt d'un dictionnaire à l'heure de Google Translate ! En fait,

les outils que nous avons actuellement à disposition fonctionnent avec l'existant, or l'existant ne reflète ni la maturité de la langue ni la richesse de son vocabulaire. On s'est aussi posé la question de la souveraineté : qui dispose des données et qui les produit ? Aujourd'hui une personne qui cherche une traduction va spontanément utiliser l'IA. Mais on ne sait pas vraiment qui crée la traduction. C'est pour cette raison qu'on a donc d'abord voulu revenir aux mots en créant un dictionnaire, plutôt qu'un traducteur. Même si à l'heure actuelle, nous sommes déjà en mesure de le proposer. Mais avant de lancer cette phase « traducteur », nous voulons enrichir la langue. C'est un maillon essentiel pour un traducteur performant. On est actuellement dans cette phase de collecte de mots, la communauté de notre chaîne WhatsApp est très active à ce niveau-là. La prochaine étape prévoit une relecture de la base par l'équipe de modérateurs et une publication officielle pour diffuser plus largement une base de données pour le développement de sites internet voire tout autres solutions numériques ou physiques utilisant la langue. Le processus collaboratif sera, à ce moment-là, plus largement étendu. On a prévu d'intégrer d'autres outils au fur et à mesure : des vocaux, des images, etc. Le côté gamification existe aussi avec un système de points quand on ajoute des mots et des classements. On souhaite que les jeunes s'emparent de l'outil et qu'il serve de lien avec les personnes plus âgées pour capter des mots. Le Diko Kréyol va au-delà du dictionnaire, c'est un lien patrimonial. Le travail sur les mots et les expressions permet aussi de mieux s'approprier son environnement immédiat, d'agir et de s'ancrer dans sa réalité. C'est ça aussi l'enjeu. Le créole est une solution pour nos sociétés, il crée du lien, il crée aussi de l'emploi (professeurs, traducteurs...) donc de la valeur. Nous sommes dans une dynamique économique. Le créole devient un outil économique, en partant du mot, on peut remonter à des ouvrages, à de la musique... En cliquant sur un mot, l'utilisateur aura accès à tous ces éléments. On crée un écosystème. Nou ka mété doubout an laliwonnay. »



*Loïc Clérima, créateur de Diko Kréyol*

# JOBBIZ

## LE FUTUR GÉANT DE L'INTÉRIM

Conversation avec Mathieu Rached- Photo Jean-Albert Coopmann

« LA SOLUTION A ÉTÉ CONSTRUITE À PARTIR D'INGÉNIERIE, DE RÉFLEXION, DE DISCUSSION AVEC LES ENTREPRISES. AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL, IL N'Y A PAS D'ÉQUIVALENT, MÊME FRANCE TRAVAIL AURAIT DÛ FAIRE UN TRUC COMME ÇA. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

**En simplifiant toutes les démarches qui régissent le marché de l'intérim, Fabien Félixine remet l'humain au centre du jeu et révolutionne un secteur. www.jobbiz.fr**

« Tout est parti de 80 € qui ne m'ont jamais été versés à l'issue d'une mission d'intérim où je faisais de la mise en rayon en hypermarché, il y a 6 ans de ça. J'avais 19 ans, mon relevé d'heure a été égaré, ni l'entreprise ni l'agence d'intérim ne l'ont retrouvé, et je n'ai jamais été payé pour cette journée de travail. On peut se dire que "ça arrive" mais en réalité, des outils numériques calibrés permettent précisément que ça n'arrive jamais (sourire). C'est comme ça qu'est né le projet Jobbiz, avec l'objectif de pallier les innombrables défauts du système classique reposant exclusivement sur des agences traditionnelles avec des heures d'ouverture fixes pour consulter les annonces, apporter un justificatif, déposer ses relevés d'heures, etc. Le numérique apporte aux intérimaires plus de fluidité et d'agilité, exactement ce que, par ailleurs, leur statut exige avec des missions du jour au lendemain. Pour donner un exemple, tout juste hier matin, à Jarry, notre commercial présente Jobbiz dans un commerce qui se révèle avoir besoin d'une vendeuse pour l'après-midi même. Avec la plateforme en ligne, le commercial a créé son compte en direct, l'annonce a été publiée, les profils correspondants ont reçu la notification, une personne a accepté la mission et Jobbiz a validé son profil. À 13h35, la vendeuse était là. C'est un cas rare évidemment, mais ça illustre la puissance du numérique et des fonctionnalités que nous avons façonnées pour simplifier la vie de tout le monde : employeur et intérimaire. On a tout créé de A à Z, une application pour les professionnels où ils formulent les demandes, et une application pour les collaborateurs non permanents où ils reçoivent les demandes. Surtout, on a pris 5 ans pour arriver à ce niveau d'optimisation. Attention, on parle de numérique mais pas d'automatisation bête et méchante ! Le numérique simplifie toute la chaîne, de l'annonce au recrutement, pour pouvoir laisser l'humain à sa juste place. Car la plus value d'un recruteur d'intérim est avant tout dans le contact humain, dans la recherche du bon profil, l'analyse des soft skills, dans la capacité à identifier, écarter, valider les bonnes associations entreprise / intérimaire. C'est ce que nous faisons pour 100 % des missions qui sont contractualisées via notre marque, c'est toujours une personne de chez nous qui finalise. C'est presque ça, le plus important ! Le code informatique des fonctionnalités Jobbiz, c'est un moyen simple et fiable pour arriver à ce type de confiance et de performance dans les recrutements. Avec 20 000 candidats inscrits, 250 entreprises, des centaines de postes validés, 2 territoires, le modèle est déjà validé par le marché. Je ne regarde qu'une chose : la marge de progression. Devenir une licorne je ne sais pas (sourire) mais devenir LA référence de l'intérim, inventée en Outre-mer, on va tout faire pour. »



*Fabien Félixine, président et cofondateur de Jobbiz*

# LIMIÈ KILTI

## OU L'ART DE DIGITALISER L'HISTOIRE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

« C'EST PRIMORDIAL QUE LES GENS SACHENT QU'IL EXISTE UNE VRAIE TECH CULTURELLE CHEZ NOUS, ALORS QU'ELLE EST TRÈS PEU REPRÉSENTÉE DANS L'HEXAGONE. MÉLODY MOUTAMALLE EST UN PILIER DU NUMÉRIQUE CULTUREL, ET POURTANT LA PLUPART DE CE QU'ELLE PRODUIT EST INVISIBLE. » Xavier Simacourbe, président de Webmonster

**Limiè Kilti est une entreprise culturelle. Son ambition est de mettre en valeur l'histoire de la Martinique via différents outils et supports. www.limiekilti.fr**

« Je me suis spécialisée sur les supports digitaux, j'adore ça. Je conçois aujourd'hui des expositions et des parcours digitalisés pour des communes notamment. Cet apport digital vient en complément de panneaux physiques pour les expositions, car je suis persuadée que le digital ne remplacera jamais totalement le physique, c'est pour ça que j'aime parler de « phygitalisation ».
Limiè Kilti a évolué avec le temps, au départ, en janvier 2019, j'ai créé le site pour faire du community management (CM) culturel, ce qui me permettait d'allier mes deux centres d'intérêt : l'histoire et les réseaux sociaux. Ça n'a pas vraiment pris, donc j'ai laissé le site en stand-by quelque temps. Puis, il s'est avéré que mon projet allait

au-delà des réseaux sociaux et de mon blog Pitak. Limiè Kilti est devenu l'expression d'une manière de digitaliser l'histoire, à travers un site internet, un circuit dans une commune, comme « Foyal noir » ou un escape game. Je m'amuse beaucoup à imaginer ces contenus. La ligne éditoriale de Limiè Kilti a complètement changé à ce moment-là : je ne raconte plus seulement l'histoire, je la montre aussi en rendant accessible des archives, je cherche à la rendre vivante par l'immersion.

On retrouve trois services sur le site Limiè Kilti. Le premier c'est la factory culturelle où je conçois des projets historiques, patrimoniaux, culturels ou mémoriels. On est là sur de l'ingénierie culturelle digitale pure. Le deuxième volet, c'est la partie originelle du site, le CM culture ! J'ai, par exemple, animé cette année le compte Instagram du festival de Fort-de-France. Le troisième service tourne autour du marketing culturel, mais je suis toujours en train de travailler ce service pour y intégrer du podcast, du copywriting, etc. On travaille d'ailleurs avec mon graphiste à la refonte complète du site.

Les levées de fonds pour la culture sont très compliquées, il y a peu d'acteurs, hormis la DAC Martinique qui me suit toujours, et les enveloppes accordées ne sont pas très élevées. Pour les fonds européens, les dossiers sont tellement complexes que je refuse de me lancer là-dedans toute seule. On manque, par ailleurs, cruellement d'expertise sur



*Mélody Moutamalle, créatrice de Limiè Kilti*

le territoire pour gérer ces dossiers. Le projet Limiè Kilti souffre de ce manque de financements, je n'ai pas encore les moyens de mener ce projet là où j'aimerais. Mais Limiè Kilti est toujours là et continue d'évoluer. »

# SARGAWATT

## CRÉER LE MARCHÉ DE LA SARGASSE SÈCHE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

> « SARGAWATT EST UN VRAI PROJET INDUSTRIEL. C'EST EXCEPTIONNEL EN TERMES DE TECHNOLOGIE ET DE SIMPLICITÉ D'UTILISATION. DE LA COLLECTE À L'ANTICIPATION DES ÉCHOUAGES, TOUT EST PRÉVU. »
>
> Xavier Simacourbe, président de Webmonster

**Sargawatt propose des solutions pour collecter plus efficacement et plus massivement les sargasses en vue de leur valorisation industrielle. www.sargawatt.com/fr/**

« Matthieu Bergot, mon associé, m'a contacté fin 2022 car il connaissait mon intérêt pour la problématique des sargasses. Il voulait qu'on identifie les freins à leur industrialisation, aussi bien en termes de coûts énergétiques que de coûts financiers. On travaille donc du brin de sargasse jusqu'à la valorisation. Dans un premier temps nous nous intéressions à la valorisation énergétique, d'où le « watt » de Sargawatt. Le constat est le suivant : en l'état actuel des choses, si on ne fait rien, la sargasse a un coût, économique, sanitaire, environnemental, qu'on évalue à plusieurs centaines de millions d'euros par an à l'échelle de la Caraïbe. Notre objectif est de réduire ce coût, tout en réduisant le coût des initiatives mises en œuvre dans la lutte contre les sargasses (mobilisation des ressources, dimensionnement des opérations de collecte, optimisation du positionnement des barrages, etc.). Sargawatt se décline en 3 volets, dont l'état d'avancement diffère. Le premier volet concerne la collecte. Depuis 2024, on développe un outil de ramassage qui se situe à mi-chemin entre le Sargator et le Sarga Quick, qui sont les deux principaux outils utilisés aujourd'hui : le SargaJet. C'est un système automatique qui permet de remplir des filets de sargasses à la chaîne. On a éliminé toute la manutention qui consiste à devoir fermer et réinstaller un nouveau filet à chaque fois qu'un filet est plein. Notre outil peut générer une vingtaine de filets en un passage dans une nappe de sargasses et ne nécessite pas de modification du bateau. L'objectif c'est que ça soit un outil supplémentaire à la panoplie d'outils que les marins-pêcheurs ont à disposition dans le cadre du marché de collecte. Nous avons inauguré notre premier site technique caribéen, un atelier de conception, de production et de stockage des Sargajets, au Robert, le 21 octobre dernier. Donc ça, c'est notre produit principal.

Le deuxième volet c'est SargaMap, un outil de prévision d'échouement. On utilise pour cela des modèles hydrodynamiques grand public qui donnent les prévisions des courants et des vents jusqu'à 10 jours dans le futur. On utilise ensuite un modèle de dispersion que j'ai développé dans le cadre de The Ocean Cleanup, qui permet de discrétiser les nappes de sargasses en milliers de particules que nous faisons voyager depuis la zone où elles sont détectées jusqu'à la côte, en leur faisant suivre les lignes de courant et de vent. Là où notre modèle de projection est performant c'est qu'il nous permet de localiser les endroits où les pointes des côtes vont créer une espèce de barrière naturelle qui va empêcher les sargasses de rentrer dans la baie. On a développé un module associé qui permet ensuite d'évaluer la performance des systèmes d'interception (les barrages). On va observer les échouements sur plusieurs années et en fonction de la localisation et de l'orientation du barrage, on peut savoir par kilomètre de barrage quelle proportion de sargasses a été interceptée. Et ça, combiné à une composante un peu plus ingénierie, où on va jusqu'à prendre en compte tout ce qui est ancrage. Donc regarder le nombre d'ancres, quel est le poids nécessaire en termes d'ancrage, la solidité des amarres, en fonction de la profondeur du barrage, de sa porosité, etc. C'est un outil plus B2B, mis à disposition des poseurs de barrage pour quantifier les différents éléments relatifs à leur système.



*Bruno Sainte-Rose, Cofondateur de Sargawatt*

L'autre levier pour diminuer le coût de collecte de sargasses réside dans les revenus générés par leur valorisation, c'est là qu'on introduit SargaDry, le troisième volet du projet. Nous estimons que les sargasses sèches ont un meilleur potentiel que les sargasses fraîches, car le séchage permet à la fois de stabiliser la matière, de lisser les flux et de l'exporter plus facilement à l'international. Le séchage doit donc être le plus efficace possible et le moins cher possible. Si on est capable de démocratiser un outil de séchage, cela peut stimuler la collecte pour créer le marché de la sargasse sèche. L'objectif est de travailler un design en open source, afin que les plans soient accessibles au plus grand nombre. L'idée est de dire : on vous paye pour sécher les sargasses, on récupère les sargasses sèches et on les vend. Selon nos estimations, on serait entre $500 et $1 000 la tonne de sargasses. On est au stade embryonnaire pour la phase SargaDry. On est en train de monter des dossiers pour déclencher des financements. Les risques associés à cette technologie sont relativement élevés, on ne sait pas encore si on va y arriver. Il y a aussi toute la problématique des effluents de ce procédé. Pour être efficace dans le séchage, il faut d'abord enlever mécaniquement le maximum d'eau des sargasses avant la phase de séchage proprement dite. Or, tout ce qui va sortir des sargasses pendant cette phase de séchage sera chargé en arsenic et en métaux lourds. On s'est associé à des laboratoires spécialisés pour intégrer des techniques de captation de ces métaux à notre solution de séchage. On travaille sur un programme de 18 mois, les premiers plans devraient sortir au plus tard au 4e trimestre 2027. Pour l'instant, on n'est pas encore sur des montants qui feraient fuir les financiers. On a jusqu'à récemment réussi à *bootstraper* la première phase de notre développement, mais dès qu'on va commencer à rentrer dans des considérations comme des unités pilotes ou des mini-usines, il faudra être en mesure de lever pas mal de capitaux. Jusque-là nous avons utilisé tous les outils mis à disposition par la BPI en termes de financements, ce qui veut aussi dire qu'en face nous avons dû mettre des fonds propres, puisque la BPI finance rarement à 100 %. L'esprit « *venture capitalist* » fait un peu défaut en Martinique. Nos banques sont moins bien câblées pour financer des entreprises dont le profil de risques est plus élevé. Pourtant c'est crucial si on veut être disruptif et mettre sur le marché des innovations qui nous différencient et créent une vraie valeur ajoutée. »

# KAIRNUP

## LE BRAS DROIT DES CHEFS D'ENTREPRISE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

« FRANCESCA RIBAC A DÉVELOPPÉ UNE MÉTHODE DE CALCUL INÉDITE ET UN OUTIL ASSOCIÉ QUI PERMET À UN CHEF D'ENTREPRISE, DE CONNAÎTRE L'ENSEMBLE DE SES DÉPENSES. L'APPLICATION EST CAPABLE DE RÉPONDRE À LA QUESTION « EST-CE QUE JE PEUX ACHETER UN ORDINATEUR ? », EN TEMPS RÉEL. L'IA S'APPELLE MAGGY ! AVEC ELLE, C'EST AVOIR UN COMITÉ DE DIRECTION DANS LA POCHE. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster



*Francesca Ribac, créatrice de KairnUp*

**L'application KairnUp aide les dirigeants de petites entreprises à mieux comprendre leurs données financières. De la facturation électronique au suivi de la trésorerie en temps réel, l'outil traduit les chiffres en langage courant afin de piloter son entreprise. www.kairnup.com**

« L'application vise à démocratiser la gestion d'entreprise. On est vraiment centrés sur l'explication. Le chef d'entreprise va retrouver les principaux chiffres qui lui sont nécessaires pour la gestion de son quotidien (marge, trésorerie...). Mais il n'y a aucun tableau de bord ! L'appli présente les chiffres avec leur explication pour que le dirigeant puisse comprendre la situation de son entreprise en autonomie. Dans les grandes structures, il peut s'appuyer sur des spécialistes des sujets financiers et RH pour éclairer ses décisions. Dans une petite entreprise, il porte souvent seul ces sujets, en plus de son activité quotidienne... Comme il peut ! L'objectif de KairnUp est de lui rendre accessibles ces repères de gestion et de redonner leur dimension stratégique à des sujets souvent perçus comme simplement administratifs. Quand j'ai fait l'étude de marché, il y a 2 ans, auprès des chefs d'entreprise, la lourdeur administrative était un sujet qui revenait régulièrement. La plupart sont fatigués. Mais on ne corrige pas le système en faisant l'aveugle face à l'administratif, qui demande du temps et des compétences. Beaucoup de structures ferment par manque de compréhension de la trésorerie et de visibilité sur les chiffres au-delà du montant affiché à la banque. C'est là qu'intervient KairnUp. L'appli répond à 4 questions : où j'en suis de ma trésorerie ? Où passe mon argent ? Est-ce que je peux embaucher aujourd'hui compte tenu du niveau de mes entrées et sorties ? Est-ce que j'ai un risque fiscal ou social ?
J'ai un double diplôme : un master orienté sur l'audit et le management des ressources humaines et un diplôme en contrôle de gestion et systèmes d'information. J'ai travaillé pendant 15 ans dans de grandes entreprises. Quand je suis rentrée en Martinique, mes compétences spécialisées restaient peu accessibles aux petites structures, alors qu'elles leur étaient tout aussi utiles. Ma réflexion était la suivante puisque ce sont des informations essentielles au développement des entreprises, comment fait-on pour que chaque chef d'entreprise, demain, ait le même niveau d'information, la même flexibilité, qu'un dirigeant d'une grande entreprise ? KairnUp est né de cette réflexion. L'application est opérationnelle depuis août 2026, donc on est encore au démarrage. C'est une première version, il y a encore des axes que je souhaite développer. On a mis un an et demi à développer l'outil. J'ai bénéficié d'une subvention de la BPI pour la partie développement. On n'en parle pas souvent mais quand on obtient une subvention, il faut toujours avoir des fonds propres à avancer. L'investissement n'est donc pas uniquement dans la motivation et le parcours, il tient aussi dans notre capacité à financer le projet.
Au départ, j'ai travaillé en binôme avec un développeur-architecte, c'était lui le traducteur informatique du besoin. J'ai ensuite fait appel à 3 agences différentes pour lever les difficultés techniques, on ne se rend pas compte du travail qu'il y a derrière ! La sécurisation des données a été un énorme morceau. Je me suis entourée de partenaires spécialisés et reconnus, à l'échelle européenne. À chaque étape, on a verrouillé. D'ailleurs, avant sa mise sur le marché, KairnUp a été audité de façon à vérifier qu'il était bien conforme. Pourtant un des freins que j'entends souvent c'est : « mais vous allez avoir accès à mes données », alors que pas du tout. Je saurais que l'entreprise est abonnée, mais je n'aurais pas accès aux données qui touchent à sa santé financière. Ces informations restent toujours confidentielles. Mon rôle est d'alimenter l'outil de données contextuelles, qui relèvent de la légalité, liées au contexte géographique des entreprises, donc adaptées aux spécificités ultramarines. Mais c'est quelque chose qui reste difficile à faire entendre. Il y a une grosse difficulté à faire confiance... Et ça, c'est vraiment un frein pour un nouvel outil, qui n'a pas encore fait ses preuves, qui touche à l'innovation et, qui plus est, concerne des données sensibles de l'entreprise. »

# DOSCCAR

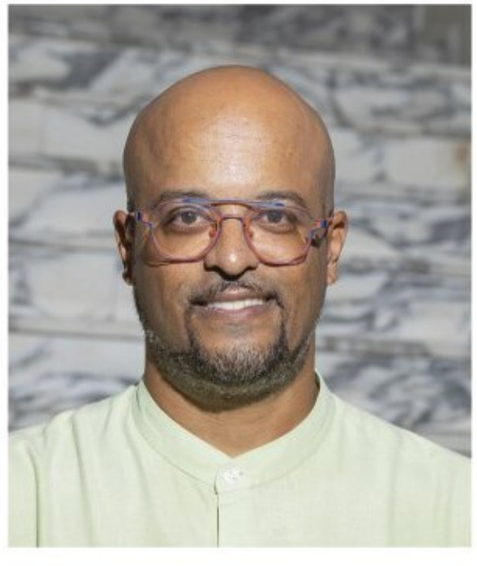
## LE TREMPLIN DE LA COOPÉRATION SCIENTIFIQUE DANS LA CARAÏBE

Conversation avec Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann

« LE PROJET AMBITIONNE DE RENFORCER LA CAPACITÉ DES ACTEURS CARIBÉENS À MOBILISER LEURS CONNAISSANCES SCIENTIFIQUES ET À DÉVELOPPER DES COLLABORATIONS RÉGIONALES. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

**Cédric Contaret, chercheur en Santé publique au CHU de Martinique, pilote une plateforme unique qui cartographie la recherche scientifique dans la Caraïbe, et donne les clés d'une montée en puissance de la collaboration des chercheurs. www.dosccar.com**



*Cédric Contaret, chef de projet DOSCCAR*

« L'idée de DOSCCAR a émergé pendant mes travaux de thèse en santé publique et recherche clinique, soutenue en 2021, avec une ambition : mieux comprendre les collaborations scientifiques dans la Caraïbe pour contribuer à les renforcer. En m'intéressant à l'impact des CHU antillais en termes de publications scientifiques, je me suis aperçu que la Martinique et la Guadeloupe ont des travaux très intéressants mais sans lien structuré avec l'environnement Caraïbe. Par exemple, nos équipes locales collaborent principalement avec des laboratoires de l'Hexagone sur les arboviroses (dengue, chikungunya et Zika), mais ces collaborations restent peu développées avec nos voisins caribéens, pourtant confrontés aux mêmes enjeux sanitaires. C'est de là qu'est né le projet DOSCCAR (Développement de la coopération

scientifique et de la recherche clinique dans la Caraïbe), avec l'ambition de faire exister ces liens, de nous doter d'un support qui facilite les rapprochements entre chercheurs et entre institutions de la Caraïbe. La première phase du projet, démarrée en janvier 2023 grâce à un financement Interreg Caraïbes, visait à mieux connaître l'écosystème de recherche caribéen à travers l'analyse de la production scientifique d'une vingtaine de pays et territoires. L'objectif était de dresser une véritable carte d'identité de la recherche pour chaque pays et territoire, afin de mieux apprécier son effort de recherche, les thématiques explorées, ses collaborations scientifiques et la visibilité de ses travaux. Après cette première étape descriptive, l'enjeu était de passer à l'action : comment aider les équipes caribéennes à construire des projets de recherche ensemble ?

Chaque pays et territoire possède son propre système de santé, son cadre de protection des droits des patients, sa réglementation et ses modalités de financement de la recherche. Développer les collaborations suppose donc de mieux comprendre ces différences et d'accompagner les chercheurs dans cet environnement. Pour répondre à ces enjeux, DOSCCAR 2 poursuit la cartographie de la recherche et développe des ressources complémentaires : une meilleure connaissance des cadres réglementaires et éthiques, un repérage des structures d'appui aux chercheurs et une veille sur les possibilités de financement. Ces informations ont vocation à être réunies sur la plateforme numérique pour aider les équipes à identifier les partenaires, les interlocuteurs et les moyens nécessaires à leurs projets. Pour que ces ressources se traduisent en collaborations concrètes, DOSCCAR 2 accompagne également les chercheurs dans la construction de leurs projets. Cette année, 22 participants bénéficient ainsi d'un programme associant formation collective et mentorat individualisé. Étudiants en fin de cursus, doctorants ou professionnels déjà engagés dans la recherche, ils portent des projets en cancérologie, en santé mentale, sur la drépanocytose, le vieillissement ou encore les effets du changement climatique sur la santé. »




*Jean-Michel Harrow et Rénald Désiré (FIDDEO)*




*Bruno Sainte-Rose (Sargawatt), Loïc Clérima (Diko kréyol) et Mélody Moutamalle (Limiè Kilti)*



# CFC Db

## LA BASE DE DONNÉES DE L'AUDIOVISUEL CARIBÉEN

Conversation avec Mathieu Rached

« C'EST L'OUTIL DE RÉFÉRENCE POUR SAVOIR COMBIEN DE PROFESSIONNELS EXISTENT DANS LA CARAÏBE POUR FILMER, MONTER, JOUER, MAQUILLER, ÉCRIRE, METTRE EN SCÈNE... »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster - Photo Jean-Albert Coopmann

**En permettant aux professionnels et aux amateurs de l'audiovisuel de se réunir autour de projets, Georges-Emmanuel Arnaud, entrepreneur tech de la culture, veut créer un effet d'échelle et donner à voir l'étendue des compétences audiovisuelles des Caribéens.**
**www.cfcdb.org**

Je l'ai conçu comme un outil au sens littéral du terme, comme quelque chose qui permet de faire beaucoup mieux et d'aller plus loin. Car en réalité, le numérique, tel que je l'entends, le pense et le vis, ce sont des outils, au même titre qu'un marteau, un coupe-carreau ou une maryse dans une cuisine (sourire). Je suis parti de ma problématique de professionnel de l'image. Dans les grandes villes où j'ai travaillé, à Londres, Paris ou Riyad, j'ai rencontré des Caribéens, Martiniquais, Guadeloupéens, Trinidadiens etc. Issus du même milieu que moi. Aux Antilles, là où je vis, j'ai rarement l'occasion de les rencontrer, faute d'occasion justement. CFC Db est né comme un annuaire pour mieux identifier ces professionnels et amateurs, leurs projets et leurs compétences, et constituer une véritable base de données à partir de laquelle monter des projets. Pour comprendre un territoire, ou n'importe quel sujet, et en avoir une bonne vision, il faut une carte. Par exemple, Parallel 14 a formé près de dix promotions d'étudiants. Nous devrions pouvoir trouver en un seul endroit le parcours, les expériences et les coordonnées de ces diplômés en effets spéciaux. Cela me semble presque un besoin de service public (rire). La base de données audiovisuelle, telle que nous l'avons conçue avec Hubmonster, va servir à tout le monde (je croise les doigts) : à une équipe de production de cinéma qui cherche des comédiens, un spécialiste de la 3D ou une agence de sécurité pour sécuriser un lieu de tournage, à une collectivité qui a besoin d'un vidéaste pour un événement, à un particulier qui souhaite immortaliser un moment important de sa vie. À terme, tous les bureaux d'accueil des tournages de la Caraïbe pourraient utiliser cette base de données, aussi bien pour leurs besoins que pour être identifiés, à l'image de St-Martin et la Guyane à qui nous présentons actuellement les fonctionnalités de l'outil.



*Georges-Emmanuel Arnaud, créateur du CFC Db*

La plateforme va aussi au-delà de l'annuaire : elle permet de disposer de données factuelles à opposer à certaines critiques et idées reçues récurrentes sur le manque de compétences, de projets ou de création locale. J'ambitionne également d'enrichir l'interface de services de formation en ligne destinés à l'ensemble des inscrits. Au-delà des événements autour du cinéma et de la création, nous avons besoin d'outils pour nous réunir et construire des projets, quelle que soit leur taille, entre personnes passionnées de cinéma, d'image fixe ou animée, de jeu vidéo et de tous les autres domaines de l'audiovisuel. C'est ce que CFC Db entend incarner sur le territoire et dans toute la Caraïbe.

# VISAGES DE YANA : LA CULTURE COMME TREMPLIN POUR LES JEUNES GUYANAIS

POUR SA CINQUIÈME ÉDITION, LE SÉMINAIRE VISAGES DE YANA A MIS LES LANGUES DE GUYANE À L'HONNEUR. PORTÉE PAR PEUPL'EN HARMONIE, CETTE MANIFESTATION INTERCULTURELLE S'INSCRIT DANS UNE DÉMARCHE PLUS LARGE : FAVORISER L'INSERTION DES JEUNES ET LE DÉVELOPPEMENT LOCAL.

Texte Adeline Louault



©Peupl'en Harmonie

*Visages de Yana réunit une vingtaine de jeunes de 18 à 30 ans autour de leurs cultures*

Depuis 2022, les Visages de Yana réunissent chaque année en novembre une vingtaine de jeunes de 18 à 30 ans autour de leurs cultures, de leurs langues et de leurs parcours. Pour l'édition 2026, à Roura, le thème était celui des « Langues de la Guyane ». Le programme prévoyait des ateliers d'éducation populaire et une création artistique collective avec le rapeur Hattone Bakarah, parrain de l'événement. « À travers la rencontre de l'autre, on se rencontre nous-mêmes », explique Amanda Barbosa Costa, directrice de Peupl'en Harmonie (PEH) depuis 2022.

Pendant trois jours, les participants expérimentent les enjeux du vivre ensemble. Tous présentent un aspect de leur culture — chant, danse, tenue traditionnelle ou récit — et échangent sur leurs différences et leurs points communs. Entre 11 et 14 nationalités ou origines sont représentées selon les éditions. À travers la culture, l'objectif est de favoriser le dialogue, la confiance en soi, l'inclusion et le sentiment d'appartenance, tout en déconstruisant les préjugés entre jeunes du littoral et des communes éloignées. « Si on appartient à ce territoire, on appartient à la France, on appartient à l'Europe », souligne Amanda Barbosa Costa. D'anciens participants reviennent comme ambassadeurs pour inspirer les nouveaux venus.

## De la rencontre à l'insertion

« Le séminaire constitue une première étape pour ces jeunes éloignés de l'emploi, de la formation ou des structures d'insertion, qu'on appelle aussi NEET — ni en emploi, ni en études, ni en formation », explique la directrice. Après l'événement, l'association les oriente vers ses partenaires : Mission locale, France Travail, École de la deuxième chance ou associations. Stages, services civiques et formations peuvent ouvrir de nouvelles perspectives.

Certains parcours l'illustrent. Benjamin Galima, styliste kalin'a à Awala-Yalimapo, a été accompagné dans son projet et la création de son association. Jeffry Jeanty, ancien participant, a participé aux actions de Peupl'en Harmonie puis a rejoint l'équipe salariée avant d'impulser Opportunités Jeunesse (voir GuyaMag n° 145, « La Guyane en mouvement »). Trois jeunes de l'édition précédente sont également partis en volontariat européen cette année. Parmi eux, Éric D'A Silva effectue une mission de neuf mois à Bruxelles, où il développe son projet professionnel et participe à des actions associatives.

PEH propose aussi des ateliers de bureautique, de communication et de développement de projet. Les formations certifiantes restent parfois difficiles d'accès en raison des prérequis. L'association privilégie donc des ateliers non certifiants et des expériences bénévoles, valorisées par des certificats de participation.

## Trois pôles pour agir en Guyane

Créée en 2009, Peupl'en Harmonie s'appuie sur trois pôles : la jeunesse, le développement local et Voyag'en Harmonie. Le premier organise des séjours solidaires, des ateliers et des actions d'engagement. L'association dispose d'un agrément du Corps européen de solidarité, qui lui permet de participer à des projets de mobilité et de volontariat en Europe.

Le pôle développement local accompagne des adultes porteurs de projets culturels ou touristiques en milieu rural. Depuis 2021, 21 projets ont été accompagnés. À la mi-décembre, une journée concours doit les réunir. Avec le soutien de l'Office français de la biodiversité (OFB), trois porteurs seront distingués par un film promotionnel de cinq minutes ; le lauréat recevra également une aide du fonds de développement solidaire.

Ce fonds est alimenté par Voyag'en Harmonie, une agence associative proposant des séjours immersifs dans les villages et communes isolées de Guyane. Dix pour cent de la commission de chaque séjour lui sont reversés pour financer des projets locaux.

L'association compte huit salariés d'une trentaine d'années et treize membres au conseil d'administration. Ses financements proviennent notamment de la préfecture, du Fonds social européen pour les actions en faveur de la jeunesse et du Corps européen de solidarité pour la mobilité internationale. La Collectivité territoriale de Guyane soutient certains projets, dont le volet « langues et patrimoine » de Visages de Yana ; l'OFB et les fonds ESS accompagnent les projets écotourisme.

PEH souligne toutefois les difficultés à financer durablement ses activités, notamment dans la culture et l'accompagnement des porteurs de projets. Elle souhaite développer le mécénat de compétences et les partenariats avec les entreprises pour répondre aux besoins de formation et d'appui. Nouvellement installée à L'Accordeur, à Cayenne, elle espère renforcer les collaborations avec les autres acteurs associatifs.



©Peupl'en Harmonie

*L'équipe de Peupl'en harmonie avec, de gauche à droite : Michel Lancreot (Président), Amanda Barbosa Costa (Directrice), Esther Willie (Assistante de direction), Xavier Sabayo (Accompagnateur socioprofessionnel), Jennie Labonte (Responsable voyag'en Harmonie et animatrice), Kressy Yang (Coordinatrice du Pôle jeunesse), Madame Alcin (Élue de la CTG), Clarisse Pilet (Membre du Conseil d'administration)*



©Peupl'en Harmonie

*Le conseil d'administration et l'équipe salariée de Peupl'en Harmonie autour de Michel Lancreot (Président) et Amanda Barbosa Costa (Directrice)*

PARTENARIAT

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

L'ACCORDEUR EWAG

Parfumerie Club

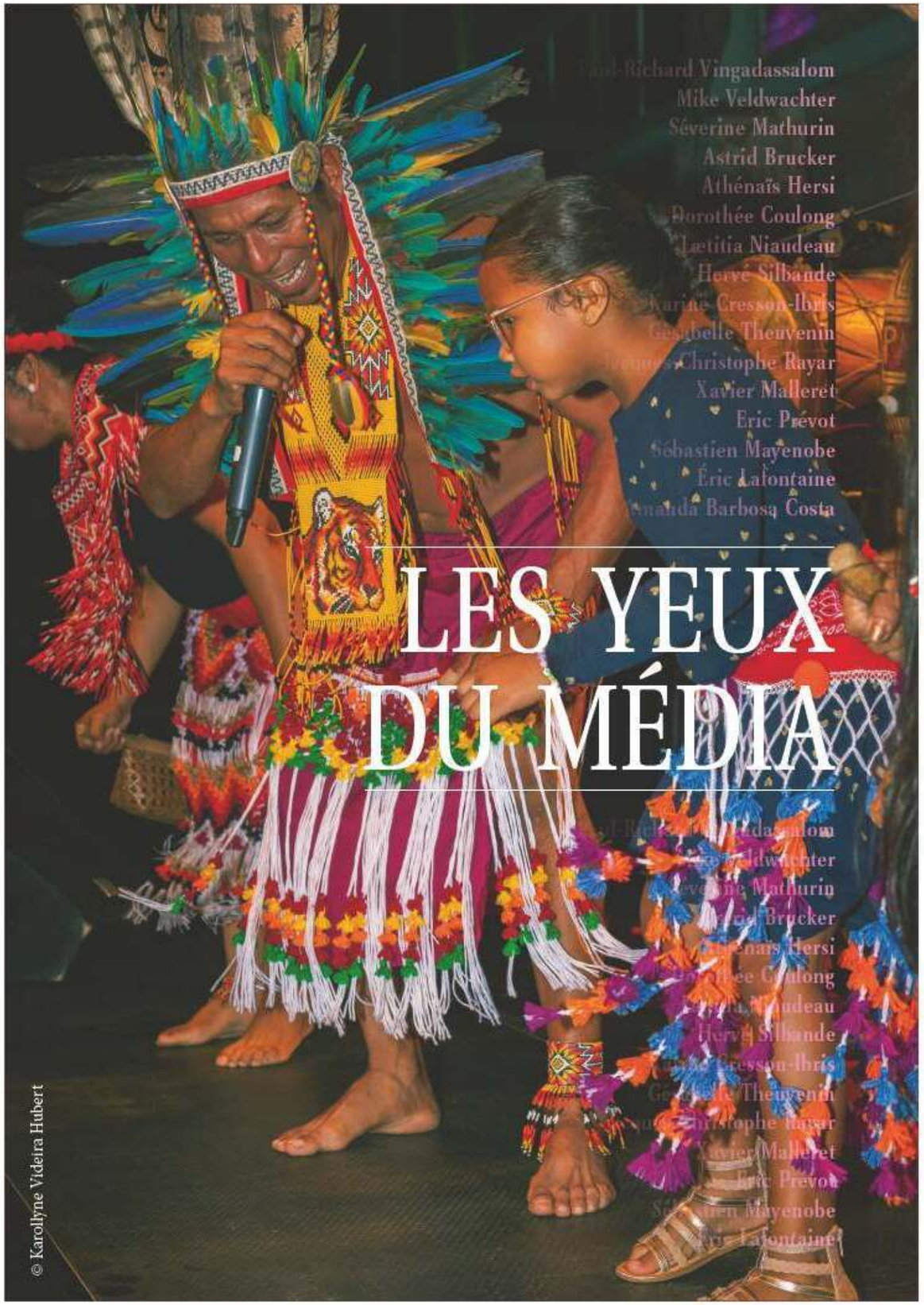
CAYENNE
BÂTIMENT CITÉ D'OR
3227 ROUTE DE BADUEL

KOUROU
CV 6 SIMAROUBA

ST-LAURENT DU MARONI
11 BIS BD DU GÉNÉRAL
DE GAULLE

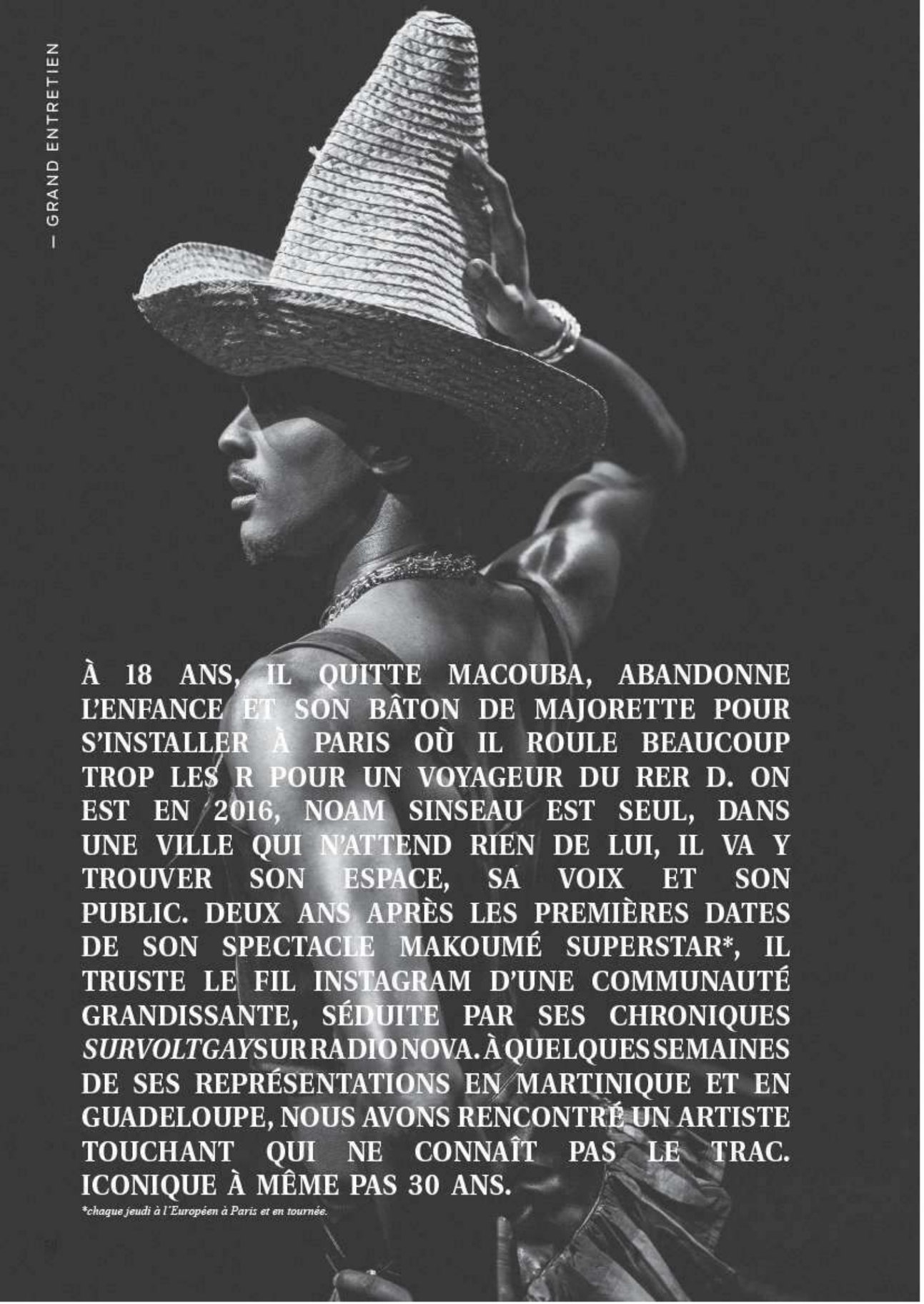
Scannez pour nous découvrir

PARFUMERIECLUB




# LES YEUX DU MÉDIA

© Karollyne Videira Hubert



**À 18 ANS, IL QUITTE MACOUBA, ABANDONNE L'ENFANCE ET SON BÂTON DE MAJORETTE POUR S'INSTALLER À PARIS OÙ IL ROULE BEAUCOUP TROP LES R POUR UN VOYAGEUR DU RER D. ON EST EN 2016, NOAM SINSEAU EST SEUL, DANS UNE VILLE QUI N'ATTEND RIEN DE LUI, IL VA Y TROUVER SON ESPACE, SA VOIX ET SON PUBLIC. DEUX ANS APRÈS LES PREMIÈRES DATES DE SON SPECTACLE MAKOUMÉ SUPERSTAR*, IL TRUSTE LE FIL INSTAGRAM D'UNE COMMUNAUTÉ GRANDISSANTE, SÉDUITE PAR SES CHRONIQUES *SURVOLTGAY* SUR RADIO NOVA. À QUELQUES SEMAINES DE SES REPRÉSENTATIONS EN MARTINIQUE ET EN GUADELOUPE, NOUS AVONS RENCONTRÉ UN ARTISTE TOUCHANT QUI NE CONNAÎT PAS LE TRAC. ICONIQUE À MÊME PAS 30 ANS.**

**chaque jeudi à l'Européen à Paris et en tournée.*

# « C'est chiant de mentir »

Propos recueillis par Mathieu Bached - Photo Aubane Nesty

**Dans une précédente interview, vous avez dit « j'ai toujours eu de la joie en moi », alors même que tout n'était pas simple et que, enfant puis adolescent, vous dissimuliez votre homosexualité. D'où vient cette joie en vous ?**
Je pense que la joie fait toujours partie de moi parce que j'ai grandi dans une famille où il y avait une très bonne ambiance, où on riait beaucoup, ça a beaucoup nourri mon rapport à la joie, à la fête, à la vie. Depuis très jeune, j'ai aussi fait de la danse, de la majorette (ma passion), et ça a contribué au fait que je reste joyeux malgré tout. Ma mère me rappelait tout le temps qu'il fallait garder ce sourire et cette joie de vivre en moi.

**Pourtant vous avez passé 10 ans de ma vie à camoufler votre homosexualité ?**
Le terme « camoufler » est un peu fort car je ne faisais pas beaucoup d'efforts non plus, j'étais majorette dans ma commune, rappelez-vous. Surtout, mon expression de genre n'a jamais été très hétérosexuelle, j'ai toujours été très efféminé, j'ai toujours été qui je suis aujourd'hui. Mais disons, je crois qu'il y a un contrat, notamment aux Antilles, entre les personnes queers et la population qui est parfois homophobe. Ils vont feindre de croire qu'on n'est pas homosexuel (même s'ils le savent), et nous, on va faire semblant qu'ils croient qu'on n'est pas homosexuel (même si on sait qu'ils le savent).

**Il a fallu quand même mentir par instinct de survie ?**
En vrai, dans cette situation on a peur de plusieurs manières, pour sa sécurité parfois, peur de causer du tort à sa famille aussi, alors on ment. Mentir et rire, devenir un peu le pote drôle, c'est aussi ce qui m'a permis de passer entre les mailles du filet, de me protéger de contextes trop agressifs. En partant à Paris, je me suis libéré du mensonge, c'est chiant de mentir... Et j'ai continué à faire rire parce que ça faisait partie de moi.

**10 ans après vous être installé à Paris, quel est votre rapport à la Martinique ?**
Il y a d'abord eu un rapport assez conflictuel en moi, je commençais à gagner en visibilité en tant qu'artiste mais, au début, les Antillais ne se sentaient pas forcément concernés par mon spectacle, mon univers. Et j'ai dû faire ce pas de rappeler au monde que je suis Martiniquais. Aujourd'hui j'essaie d'en parler le plus possible parce que la Martinique, c'est mon pays, c'est mon île. Et en vrai, je suis très très chauvin.

**Ça ressemble à quoi les vacances au péyi de Noam Sinseau ?**
Je suis toujours là pour le carnaval avec mes amis et je passe aussi beaucoup de temps chez ma mère à Basse-Pointe et avec ma famille. Ce qui est assez nouveau parce que lorsque j'étais petit le fait d'être queer et martiniquais m'empêchait de participer à plein d'événements de la culture, parce que j'avais peur de m'intégrer à ma famille et du rejet qui viendrait quand je ferais mon coming out. Aujourd'hui je n'ai plus ce problème, je suis très à l'aise avec qui je suis, avec la Martinique, sa culture et ma famille.

**De 8 à 18 ans, vous « viviez » littéralement pour les répétitions de majorettes. À cette époque, qu'est-ce que vous vous imaginiez faire comme métier ?**
Je voulais être journaliste ou avocat. En 3e, j'ai fondé le journal de mon collège à Basse-Pointe, avec une enquête scandaleuse à gros titres pour pouvoir dénoncer la qualité des repas de la cantine. Mais, au fond de moi, j'ai toujours eu ce rêve d'être une star *(rires)*. Non pas pour être connu ou pour les paillettes mais je voulais être une star parce que je voyais Shym, Lady Gaga, Jocelyne Béroard, Princess Lover, comme des femmes

qui avaient une liberté folle. Elles pouvaient être qui elles voulaient et être aimées. Et du coup, depuis très très jeune, je voulais faire ça.

**De qui aviez-vous le poster dans votre chambre ?**
J'avais des posters de Tokyo Hotel dans ma chambre, mais juste parce que c'était la mode d'avoir des posters de Tokyo Hotel. En vrai, je n'avais pas de modèle, parce que je ne trouvais pas de gens qui pouvaient me représenter. Il n'y avait pas d'icônes queers, encore moins d'icônes queers noires. Mais j'avais un modèle en arrivant au lycée qui m'a vraiment permis de garder le cap, c'est Steven Jean-Yves Zamor. Il était une personne si flamboyante, qui ne s'excusait pas de qui il était, qui marchait en talons... Je trouvais ça fou d'être aussi bien dans sa peau, d'être aussi confiant. Le rencontrer via les réseaux, le voir, ça m'a beaucoup, beaucoup, beaucoup aidé. Il est devenu un mentor pour moi.

**Vous l'avez rencontré ?**
Oui, j'ai passé un casting d'abord en Martinique puis à Paris avec l'idée de le rencontrer. On a pris un café et je lui avais même demandé de pouvoir enregistrer la conversation, il m'a donné plein de conseils, plein de force. Et depuis, on est très potes. Je l'appelle maman quand je le croise, c'est ma mère *(rires)*.

**En arrivant à Paris, vous avez aussi découvert le froid, la liberté, et votre accent...**
*(Sourire)* Ma première année à Paris, c'était une violence silencieuse parce qu'à chaque fois que je prenais la parole, on me faisait directement des remarques par rapport à mon accent. À tel point qu'un de mes professeurs m'avait dit que je n'aurai jamais de bonnes notes à son cours tant que j'aurai un accent ! J'ai été traumatisé, je faisais des efforts, des exercices d'élocution le soir et finalement, ma voix a changé, c'est vrai.

**Vous le regrettez ?**
Si c'était à refaire, je n'aurais pas travaillé de la sorte pour perdre mon accent, oui. Même si je défends l'idée qu'un accent ne va pas définir ou valider mon identité martiniquaise.

**Vous referiez d'autres choses différemment ?**
En partant de Martinique, à 18 ans, j'ai été dur et distant avec les membres de ma famille. Par protection, je les ai rangés moi-même dans la catégorie homophobes, et j'attendais qu'ils reviennent vers moi pour tisser des liens et me prouver qu'ils ne l'étaient pas. C'était sans doute un passage obligé, mais si je pouvais refaire, j'aurais été moins dur avec mes proches et j'aurais fait plus attention à ceux qui m'aiment vraiment.

**En août 2024, vos vacances au péyi prennent une tournure nouvelle puisque vous jouez votre spectacle pour la première fois en Martinique, dans un pitt à coq...**
*(Rires)* Mon spectacle était encore en rodage à Paris et en arrivant en Martinique, j'ai commencé à recevoir de nombreux messages de personnes qui s'attendaient à ce que je le joue ici. Alors, j'ai organisé une date dans un pitt à coq (dans le quartier de Four-à-chaux) parce que je trouvais intéressant l'idée de renverser la charge très virile de ce lieu. Un ami a mis une enceinte, j'avais un micro, il n'y avait pas de lumière, mais c'était une expérience assez folle, parce que c'était la première fois que je jouais en Martinique devant un public martiniquais, et parce que ça signifiait beaucoup de choses en termes de symboles, qu'une personne queer joue dans un lieu aussi peu accessible aux personnes queers.

**Deuxième date fondatrice : le 19 décembre 2025...**
Je ne stresse jamais avant une représentation, mais ce soir-là, alors que je m'apprêtais à monter sur la scène du Grand Carbet, j'ai eu besoin de courir dehors pour arriver à respirer. 1er vrai spectacle en Martinique, 900 personnes, mon papa et ma maman dans la salle, plein de gens de ma famille « qui ne m'avaient jamais vu pédé » *(rires)*. C'était un soir chargé d'émotions pour le Martiniquais que je suis.

**Une soirée très importante aussi pour vos parents.**
Mon père était très fier et ma mère aussi. Même si elle était venue au pitt à coq, ce soir-là, elle voyait vraiment le résultat de son fils qui réussit dans ce qu'il aime.

**Pour en arriver là, une rencontre a-t-elle tout changé dans votre vie ?**
Oui, quand je découvre la communauté du voguing deux ans après être arrivé à Paris. À ce moment-là, je rentre dans une sphère remplie de personnes queers, dont 50 % sont antillais. On a des parcours similaires, on est heureux, on célèbre, on danse, et ça change tout dans ma vie, je crée des vraies relations, des vraies amitiés. Avec cette vie sociale, je commence à prendre confiance en tant que gay et noir. Je comprends que ce n'est pas aux gens de décider si en étant gay, tu peux aussi être noir ou pas. Je suis noir, j'ai une histoire, j'ai un parcours et je dois être fier de tout ça. À ce moment de ma vie, c'est une vraie prise de confiance en soi qui s'opère.

**Tout ça, en parallèle de la fin de vos études et de votre premier travail comme comptable, n'est-ce pas ?**
Oui ! Ça n'a duré qu'un an. Tous mes collègues m'adoraient, mais c'est là où j'ai compris qu'il fallait que je devienne artiste.

**Aujourd'hui, en étant programmé le lundi sur radio Nova, chaque jeudi sur la scène à l'Européen, en tournée aux Antilles en décembre, pensez-vous être en train de devenir un modèle ?**
En vrai j'ai beaucoup de retours de personnes qui me témoignent de leur gratitude, qui me disent que mon parcours a pu aider un tel ou un tel dans sa vie, dans son acceptation de son identité, etc.

**Ça compte pour vous cette dimension ?**
Oui, ça compte parce que je n'ai pas envie que des jeunes revivent ce que j'ai pu vivre, le silence, le mal-être. J'ai envie d'être un modèle de personnalité queer antillaise qui est fière et qui réussit, afin que des jeunes puissent se dire qu'eux aussi, queer ou pas queer, ont le droit à l'amour, la joie et la réussite.

**Dans 5 ans, vous aurez 33 ans, vous serez où ?**
Dans 5 ans, j'espère être un artiste encore plus accompli, avec plus de moyens, plus d'audience, plus de liberté, pour pouvoir donner un message qui me ressemble davantage, et parler de plein d'autres sujets, dans les zéniths, au cinéma. Et mon école primaire Terre Patate de Basse-Pointe aura aussi été rebaptisée école Noam Sinseau, *of course*.



**Le spectacle apparaît comme très libre, survitaminé et jubilatoire, jusque dans son titre volontairement provocateur Makoumé Superstar. Vous avez hésité à l'appeler ainsi ou c'était l'évidence ?**
Il y a quelque chose de très fort dans le retournement de l'insulte que représente makoumé qui a évidemment marqué mon adolescence. Au moment où j'écrivais le spectacle, je me passionnais pour Aimé Césaire, ce que représentent son parcours et sa vision. Sans être un grand lecteur de ses écrits, ce qu'il incarnait et assumait a beaucoup contribué à ma réflexion. Aimé Césaire représente pour moi un homme noir qui ne s'excuse pas d'être cet homme noir, et qui va prouver que nous les noirs avons le droit de vivre et d'exceller. Moi je suis pareil, je suis gay, noir et je ne m'excuse jamais.

# IL A DIT

« La démocratisation de l'accès des jeunes à l'entrepreneuriat [...] est un enjeu politique d'émancipation, d'insertion et de confiance dans l'avenir pour toute une génération. [...] Il est temps de mettre ce puissant levier d'enthousiasme et d'espérance qu'est l'entrepreneuriat parmi les priorités d'une vraie politique de la jeunesse. »

**Jérôme Trinelle,** directeur régional de l'Adie aux Antilles-Guyane (association qui finance et accompagne les entrepreneurs n'ayant pas accès au crédit bancaire classique)

GUADELOUPE

## 11

C'EST LE NOMBRE DE FEMMES ENGAGÉES DANS LA ROUTE DU RHUM – DESTINATION GUADELOUPE 2026 : UN RECORD DEPUIS LA CRÉATION DE LA COURSE EN 1978.




© Florence Piot/Adobe stock

MARTINIQUE

## NELSON, UNE VOIX À SUIVRE

Faire résonner le chant lyrique sur la scène de *The Voice Kids* : c'est le pari réussi de Nelson Charles, 15 ans. Le jeune Martiniquais a remporté en octobre le concours de chant de TF1 destiné aux jeunes talents. À l'occasion de son portrait dans l'émission *Sept à Huit*, il raconte sa passion pour le chant lyrique. Repéré par le contre-ténor martiniquais Fabrice di Falco, Nelson avait déjà atteint la finale de Prodiges et remporté le prix « Jeune talent » du concours Voix des Outre-mer. Son rêve : mêler opéra et R&B pour faire découvrir le lyrique à un public plus large.



© Lucile Pellerin

MARTINIQUE

## UN CHEF ÉTOILÉ À BORD

Un pot-au-feu de poissons et de crustacés, sauce curry madras et légumes au gingembre... Depuis le 1er novembre, les passagers de la classe Business de la compagnie aérienne Air France peuvent découvrir les créations culinaires du chef martiniquais Louis-Philippe Vigilant. À la tête du Relais Bernard Loiseau, restaurant doublement étoilé en Bourgogne, il a imaginé douze plats qui seront progressivement proposés au fil des prochains mois. Ses recettes sont servies sur les vols long-courriers au départ de Pointe-à-Pitre, Fort-de-France, Saint-Martin et Cayenne vers Paris-Charles-de-Gaulle, ainsi que sur certaines liaisons régionales dans la Caraïbe.

LA RÉUNION

## LES TALENTS PÉI EN LIGNE

Chanteurs, musiciens, conteurs, artistes de cirque, techniciens du son... À la Réunion, une nouvelle plateforme entend donner plus de visibilité aux talents du monde culturel. Baptisé Zartis.re, cet annuaire réunit artistes, prestataires de l'événementiel et lieux de diffusion, pour faciliter les rencontres et les projets professionnels.







© Adobe stock

GUADELOUPE

## EAU : UN ESPOIR DE JUSTICE

La mobilisation des habitants face à la crise de l'eau en Guadeloupe franchit une nouvelle étape. Le dossier de recours citoyen « La Goutte d'eau » a été confié au pôle de santé publique du tribunal judiciaire de Paris, spécialisé dans les affaires de santé et d'environnement. Selon l'avocat du collectif, Me Emmanuel Daoud, ce transfert devrait permettre de mobiliser des moyens d'enquête à la hauteur des enjeux. Lancée en 2023, cette démarche vise à faire la lumière sur les coupures d'eau et les pollutions, notamment au chlordécone. Elle rassemble plus de 230 plaignants aux côtés des associations Kimbé Rèd FWI, de la Ligue des droits de l'Homme et de Notre Affaire à Tous. Une enquête contre X pour mise en danger d'autrui porte sur la gestion et la distribution de l'eau entre 2017 et 2024. Les personnes concernées par la crise de l'eau peuvent se constituer partie civile afin de demander réparation de leurs préjudices.

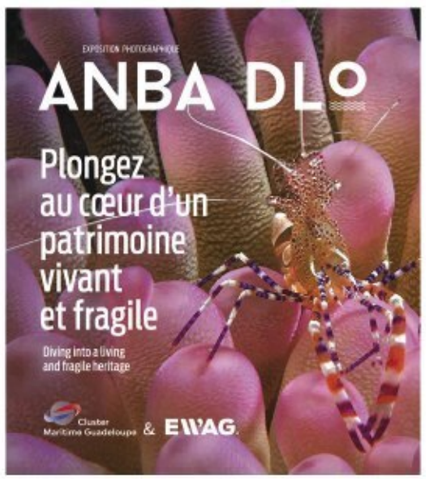
MAYOTTE

## L'INNOVATION AU CHEVET DES PATIENTS

Comment les idées des entrepreneurs mahorais peuvent-elles répondre aux besoins de l'hôpital ? C'est l'ambition du centre hospitalier de Mayotte et de l'association Mayotte Technopole, qui ont signé, fin octobre, une charte de partenariat. Objectif : rapprocher les équipes soignantes des startups locales pour imaginer des solutions adaptées aux réalités du territoire. Faciliter l'accès aux soins, améliorer le parcours des patients et soutenir les professionnels dans leur quotidien figurent parmi les pistes de travail.



© Adobe stock




GUADELOUPE

## PLONGÉE EN IMAGES

Avec Anba Dlo (sous l'eau en créole), quatre photographes invitent à découvrir la beauté et la fragilité des fonds marins guadeloupéens. Née à l'occasion de la Route du Rhum, l'exposition réunit les images de Jérôme « GGPiks » Nadessin, Claire Jeuffroy, Christophe Foucault et Antoine Mæstracci. Portée par le Cluster maritime de Guadeloupe et EWAG, elle a été inaugurée le 6 novembre à l'aéroport Guadeloupe-Maryse Condé, où elle est visible jusqu'à fin décembre, avant de voyager dans l'archipel.





Crédit photo : Shutterstock

Assurance accidents de la vie : vous êtes vraiment couvert au quotidien.

LES DOSSIERS — LABEL EXCELLENCE 2026

ASSURANCE ACCIDENTS DE LA VIE
CRÉDIT MUTUEL

Bricolage, loisirs, sport, tâches domestiques… protégez votre famille des aléas du quotidien(1).

Une banque qui appartient à ses clients, ça change tout.

Crédit Mutuel

Le Crédit Mutuel, banque coopérative, appartient à ses 9 millions de clients-sociétaires.

Label valable un an et décerné par les experts Minalea. (1) Voir modalités, garanties et exclusions éventuelles dans la notice d'information disponible auprès de votre Caisse.

Caisse Fédérale de Crédit Mutuel et Caisses affiliées, société coopérative à forme de société anonyme au capital de 7 065 710 064 euros, 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen, 67913 Strasbourg Cedex 9, RCS Strasbourg B 588 505 354 N° Orias : 07 003 758. Banques régies par les articles L.511-1 et suivants du Code monétaire et financier. Pour les opérations effectuées en qualité d'intermédiaires en opérations d'assurances (immatriculations consultables sous www.orias.fr), contrats d'assurance de ACM IARD SA, entreprise régie par le code des assurances.

# LE PATRIARCAT, UNE HISTOIRE ANCIENNE ?

EN 2135, LE PATRIARCAT APPARTIENT AU PASSÉ. C'EST LE PARI DU MUSÉE NATIONAL DU PATRIARCAT EN GUADELOUPE : EXPOSER LES INÉGALITÉS ET LES VIOLENCES D'AUJOURD'HUI COMME LES VESTIGES D'UNE ÉPOQUE RÉVOLUE. UNE INVITATION À RÉFLÉCHIR, MAIS AUSSI À ESPÉRER.

Texte Sarah Balay - Photos Lou Denim




*Clémence Botino, Miss France 2020 et marraine de l'événement*

« La boîte de mouchoirs est l'objet symbolique qui a fait le plus réagir les lycéens, confie Gwendoline Peltier, responsable de la communication au sein de l'association En avant toute(s). Il fait d'ailleurs partie des éléments du musée que nous avons apportés dans les classes lors de nos interventions. »

À quoi fait-elle référence au juste ? Le cartel*, traduit en créole, comme tous les autres, est plutôt explicite : à l'époque, la norme sociale imposait que seuls « les vrais hommes ne pleuraient pas. » Si tout est raconté au passé, c'est tout simplement parce que nous ne sommes pas en 2026, mais en 2135... Et nous voici dans le Musée national du Patriarcat (MNP), déployé en Guadeloupe du 10 au 24 octobre dans la galerie L'art s'en mêle, au Gosier. Ici, sont exposées les reliques du passé : objets du quotidien, coutumes étranges, archives de phénomènes sociaux aujourd'hui disparus. Le patriarcat est derrière nous ! Cette organisation sociale dans laquelle l'homme monopolise le pouvoir et dicte les règles n'existe plus.

Volontiers drôle et décalée, cette exposition, d'abord virtuelle, a été imaginée, à Paris, par l'association féministe En avant toute(s) et l'agence de communication Artefact 3000 dans le cadre du concours Futurs désirables 2023. « Le concept a tellement plu que nous avons décidé de le matérialiser », poursuit Gwendoline. Les deux premières éditions parisiennes ont encouragé les équipes à faire voyager l'exposition. Premières étapes hors de la capitale : la Martinique en mars 2026, puis la Guadeloupe et Saint-Barthélemy en octobre et novembre. Pourquoi les Antilles en avant-poste ? « Cela fait plusieurs années que la direction de l'association travaille avec les territoires ultramarins, précise la responsable de la communication. Il y a eu plusieurs déplacements et des rencontres avec des associations locales pour faire un état des lieux sur les violences sexistes et sexuelles et sur les dispositifs présents. Le constat est assez préoccupant, puisque les associations manquent globalement de moyens, sont isolées et ont du mal à toucher la jeunesse. Aux Antilles, par exemple, les problématiques d'insularité et d'interconnaissance (peur d'être reconnue en cas de témoignage) pèsent lourdement dans la balance. »

## Prévenir les violences, soutenir les victimes

L'association En avant Toute(s) est un collectif féministe de terrain qui soutient les personnes victimes de violences, plus particulièrement les jeunes et les personnes de la communauté LGBTQA+. Née à Paris en 2013, elle regroupe une trentaine de salariés autour de deux axes d'action : l'accompagnement par des professionnels du secteur psychosocial, via la plateforme en ligne, commentonsaime.fr, anonyme et gratuite, qui propose des échanges par tchat et en visio (de 10 heures à minuit heure de Paris) ; la sensibilisation et la prévention dans les établissements scolaires et les universités. En avant toute(s) coordonne également le site Premieresfois.fr, destiné aux jeunes de 10 à 14 ans, ainsi que la ligne d'écoute 3040 dédiée aux étudiants et étudiantes.

### « Un premier pas »

L'exposition a donc fait l'objet d'un travail d'adaptation aux réalités locales. « Pour la Guadeloupe, nous avons tissé des liens et échangé pendant plusieurs mois avec des associations, des artistes et des personnalités, comme Clémence Botino, Miss France 2020 et marraine de l'événement, poursuit Gwendoline. Le but était de viser juste et d'interpeller la population. Au total, une quinzaine d'œuvres exposées ont été spécifiquement conçues pour cette exposition et chaque cartel a été traduit en créole. » Une mission confiée à la poétesse Dory Céleste.

On y retrouve par exemple une référence au BUMIDOM, pour interroger les institutions sur le destin des femmes caribéennes ; un rappel de la lutte des lycéennes de Baimbridge et de Jardin d'Essai aux Abymes, après la diffusion d'un classement sexiste réalisé par des camarades de classe ; des produits de défrisage, témoins de la pression exercée sur les femmes dont les cheveux



*Boîte de mouchoirs, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe*




*La roue des privilèges, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe*




*Membres de l'association En avant Toute(s)*




*Tour de Kapla, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe*

naturels sont jugés « négligés » ; ou encore le portrait de Marthe-Rose, figure de la résistance au rétablissement de l'esclavage en Guadeloupe en 1802, compagne de Louis Delgrès et pourtant conservé dans l'ombre. La sensibilisation se joue aussi dans les échanges. Cinq classes de lycéens ont pu découvrir le musée, tandis qu'une autre équipe est intervenue directement dans les établissements. Au programme également : une table ronde sur la communauté Queer en Guadeloupe et une projection avec l'association Liquide Chocolat qui lutte contre l'endométriose.

« L'objectif du musée est de susciter la réflexion et d'encourager les questionnements autour du patriarcat et de ses conséquences, notamment chez les plus jeunes, confie Gwendoline. Nous sommes conscients que nous n'allons pas tout changer en faisant une seule sensibilisation. Mais c'est un premier pas. Les professeurs des élèves que nous avons rencontrés vont poursuivre le travail et approfondir certaines questions. » Face aux récits de violences qui font son quotidien, l'association défend ainsi une autre façon de résister : faire rire, ouvrir la discussion et donner l'envie d'agir ensemble pour que ce futur imagé finisse par devenir le présent.

** Cartel : plaque descriptive placée à côté d'une œuvre exposée*



NOUVELLE
COROLLA CROSS
HYBRIDE
JUSQU'À
3 500€
DE PRIME À L'HYBRIDE
+
3 ANS D'ENTRETIEN OFFERTS*
Profiter de l'offre
B 114 gCO2/km
NCCIE
CONCESSIONNAIRE AUTOMOBILE
*L'offre 3 ans d'entretien offerts est un contrat de révision dans la limite de 30 000 KM à raison de 10 000 KM par an, il inclut 2 révisions intermédiaires, 1 révision complète et 1 contrôle hybride. Prime à l'hybride jusqu'à 3500 € sur Corolla Cross version 4X4, gamme Corolla Cross consommation mixte 5,0 à 5,4 L/100 km et émissions de $CO_2$ de 114 à 122 g/km (cycle WLTP). Offre valable jusqu'au 31/12/2026. Offre non cumulable avec toute autre offre pendant la période indiquée. Dans la limite du stock disponible. Photo non contractuelle.
1358 Route de Baduel Cayenne, 97335, Guyane Française - Tel : 0594 29 64 64
Pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer

# TROUVER DU SENS AVEC L'EMPLOI ASSOCIATIF

SELON L'ENQUÊTE *GREAT INSIGHTS 2026* RÉALISÉE PAR *GREAT PLACE TO WORK*, 28 % DES SALARIÉS SERAIENT PRÊTS À QUITTER LEUR BOÎTE EN RAISON D'UNE PERTE DE SENS. CE PHÉNOMÈNE, C'EST LE BROWN-OUT, LA DÉMOTIVATION RESSENTIE PAR LES EMPLOYÉS, LIÉE À UN MANQUE DE SENS AU TRAVAIL. SE SENTIR UTILE, CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE, TRAVAILLER POUR UNE ORGANISATION À IMPACT, TROUVER UN EMPLOI EN COHÉRENCE AVEC SES CONVICTIONS ET VALEURS, SERAIENT AUTANT DE MOYENS DE SE RÉENGAGER. ET SI L'EMPLOI ASSOCIATIF ÉTAIT UNE RÉPONSE À CETTE RECHERCHE DE SENS ?

Texte Axelle Dorville, rédactrice chez bonfilon.info

## L'emploi associatif aux Antilles-Guyane

En 2025, entre **9000** et **10000** associations sont actives en Guadeloupe et Martinique, et de **5000** à **5500** en Guyane. Un peu moins de **10 %** d'entre elles sont employeuses : **870** associations en Guadeloupe, **850** en Martinique et **450** en Guyane. L'emploi associatif aux Antilles-Guyane représenterait tout de même près de **26000** salariés, majoritairement employés dans le secteur de l'action sociale. L'emploi associatif, c'est **12,9%** des effectifs de l'emploi privé en Martinique, **11,9%** en Guyane et **11,7%** en Guadeloupe.

## Quelles sont les activités les plus employeuses ?

**En Guadeloupe**
- L'aide à domicile
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'accueil de jeunes enfants

**En Guyane**
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'hébergement médicalisé
- L'accueil de jeunes enfants

**En Martinique**
- L'aide à domicile
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'hébergement médicalisé

*Sources :*
*Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Guadeloupe, novembre 2025, Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Guyane, novembre 2025, Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Martinique, novembre 2025, Injep. Associations en région, Repères et chiffres clés 2025.*



## 3 questions à



### ÉLÉONORE LORDINOT, CHARGÉE DE PROJET AU SEIN DE L'ASSOCIATION KARIB HORIZON

**Pourquoi as-tu choisi le milieu associatif ?**
Ce qui m'a attiré dans le milieu associatif est qu'il s'agit autant d'un travail citoyen que d'un travail professionnel. Chez Karib Horizon, je suis ainsi chargée de la mise en œuvre d'un programme visant à renforcer l'éducation à la citoyenneté par une approche locale des Objectifs du développement durable.

**Travailler en association, c'est un emploi comme un autre ?**
Je ne le pense pas et c'est pour cela que j'ai consciemment choisi ce milieu. Personnellement, travailler dans l'associatif permet d'œuvrer pour l'intérêt général plutôt que dans une culture d'entreprise guidée par le profit et manquant parfois d'humanisme. J'apprécie également l'organisation à petite échelle : je fais partie d'une petite équipe et je dispose de beaucoup de flexibilité dans mes missions car ce sont les résultats qui priment. Mon entourage a beaucoup insisté sur le fait que je pourrais gagner davantage ailleurs mais quand on réfléchit au-delà du salaire, ce type d'expérience apporte d'autres avantages qui comptent tout autant. À titre personnel, je trouve de la satisfaction dans le fait d'avoir de l'impact au niveau local. Aussi, cela fait près d'un an que je suis rentrée en Guadeloupe et je constate que l'expérience associative me permet de gagner en réseau, à travers tous les interlocuteurs que je rencontre. Si mon expérience actuelle touchait à sa fin, je pourrais donc plus facilement rebondir.

**Que dirais-tu à des jeunes à la recherche d'opportunités ?**
La première chose : réfléchir aux avantages liés à la qualité de vie et aux conditions de travail qui nous conviennent. En d'autres termes, à ce que ça coûte d'avoir un emploi qui permet de gagner plus mais qui offre des conditions de travail beaucoup plus rigides. Penser à la qualité autant qu'à la quantité. La deuxième chose que je dirais, c'est de ne pas hésiter à effectuer plusieurs stages pendant sa formation, à choisir l'alternance ou à tester un service civique en association pendant ses études. C'est, selon moi, une très bonne façon de trouver des opportunités après les études et de s'assurer une insertion durable au sein du territoire. Beaucoup de jeunes de mon entourage cherchent du travail et je les renvoie systématiquement vers le milieu associatif. Je trouve que c'est le meilleur moyen de s'assurer d'avoir un impact sur le territoire ; ce que l'on recherche, souvent, quand on rentre au pays.

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













*Les panneaux publicitaires des salles de sport qui fleurissent sur le bord des routes témoignent de la féroce concurrence des enseignes spécialisées*

# FITNESS, BOULOT, DODO

QUI RÉSISTE ENCORE AUX 4 X 3 LE LONG DES ROUTES QUI PROMETTENT D'EFFACER LES KILOS SUPERFLUS ? LE FITNESS PROGRESSE ICI COMME DANS L'HEXAGONE ET LE MARCHÉ EST LOIN D'ÊTRE SATURÉ.

Texte Alix Delmas - Photo Jean-Albert Coopmann

**Le fitness a le vent en poupe. Est-ce un sport comme un autre ? David Fonclaud, président de l'association SAFIDAT (santé fitness danse & tourisme)* :** Attention, le fitness, c'est de l'exercice physique, ce n'est pas un sport en tant que tel. Les clubs de fitness sont des entreprises dont l'objectif mercantile est la fidélisation des clients contrairement aux fédérations sportives organisées dans le secteur associatif qui sont sous l'égide du ministère de la Jeunesse et des Sports. D'ailleurs, il faut savoir que jusqu'en 2006, les centres de remise en forme étaient inscrits dans la convention collective nationale des espaces de loisirs, d'attractions et culturels ! On constate cependant, depuis une trentaine d'années, une diminution du nombre de licenciés dans les fédérations sportives au profit des activités de remise en forme en club. Les personnes sont aujourd'hui plus enclines à pratiquer des activités pour leur santé et leur bien-être plutôt que de faire de la compétition où seuls les meilleurs gagnent.

**Quelles sont les motivations de ceux qui s'inscrivent à la salle ?**
Ce que l'on cherche dans un club, c'est un accompagnement. Nos cours d'EPS en France ne nous apprennent pas à nous entraîner contrairement à la culture anglo-saxonne où l'on apprend les squats, à tirer à la corde, etc. Si dans les années 90, les centres de remise en forme comptaient plutôt des CSP + et presque pas de jeunes, la motivation première était celle de maigrir. Aujourd'hui la majorité des salles sont des clubs dits low-cost en libre-service sans accompagnement. Ce qui ressort chez les jeunes c'est le fait de gagner en assurance, la préoccupation esthétique prime. Pour les adultes, la motivation première demeure la santé, les trentenaires ont notamment compris que la sédentarité les tue.

**Quelles sont les activités les plus plébiscitées ?**
Cela reste l'activité de haute intensité notamment avec l'essor des compétitions Hyrox mais aussi le Crossfit ces quinze dernières années. Les activités autour du Wellness se développent également avec le Pilate et le Yoga. Il existe à l'heure actuelle un engouement réel pour le Pilate Reformer.

**6,2 millions de Français sont abonnés à une salle de sport. Il y en a plus de 5 500 salles dans l'hexagone et le marché est loin d'être saturé, il est même en pleine croissance. La Guadeloupe et la Martinique connaissent-elles ce même engouement ?**
Le fitness existe depuis plus de 40 ans aux Antilles et cela a commencé par des pionniers comme la famille Nubret en Guadeloupe. Oui, de nouvelles salles sont sorties de terre après le confinement avec un dynamisme plus marqué en Martinique et l'apparition de nouvelles franchises contrairement à la Guadeloupe qui n'en connaît que deux, On Air et Fitness Park. En préparant le congrès, nous avons recensé en Martinique environ 29 établissements, clubs de fitness, centre de remise en forme, Crossfit compris contre une quinzaine à la Guadeloupe. Une tendance inverse à celle des années 90 où la Guadeloupe comptait beaucoup plus de clubs que la Martinique.

**Où en est la croissance du secteur aux Antilles-Guyane ?**
C'était tout l'enjeu du congrès que nous avons organisé à l'Institut martiniquais du sport : créer un espace de discussion B2B, offrir l'opportunité aux dirigeants de salles de réfléchir collectivement à l'explosion du fitness dans nos régions et accompagner ce changement d'échelle. L'engouement pour le fitness se fait aussi grâce aux réseaux sociaux avec des influenceurs comme Tibo in Shape ou Sissy Mua. Mais là encore, attention, le métier de coach en tant que tel n'existe pas. Un jeune passionné de musculation ne saura pas nécessairement s'occuper d'un homme ou d'une femme sédentaire qui ne s'est jamais entraîné et qui n'a pas de schéma corporel. Le BPJEPS-AP (2) existe mais, concernant les coaches, il y a un no man's land des diplômes. Il faut être vigilant et veiller à nos fondamentaux, le sport santé.

**Ne craignez-vous pas qu'il s'agisse d'une bulle et que l'engouement passe ?**
Au contraire, je le vois comme un secteur qui peut être structurant pour nos territoires. Nous aurons de plus en plus besoin d'éducateurs sportifs bien formés, car le secteur de la santé a besoin du fitness avec le vieillissement de la population. Une autre perspective, encore trop peu exploitée à mon sens, est celle d'un tourisme axé sur le bien-être et la santé à l'image du numéro un mondial, l'hôtel Equinox devenu aujourd'hui une référence incontournable.

**organisateur du 1er congrès fitness challenges caraïbes (Nov 2025)*
*(1) Source l'Express : Le marché des salles de sport affiche une forme olympique en 2025 – publié le 5 nov. 2025*
*(2) Brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et de Sport – Activités de la Forme*

## Bio express

David Fonclaud est enseignant STAPS à l'université Paris XII en DEUST Métiers de la forme. Il est associé fondateur du cabinet de conseil Fitness Business Développement spécialisé en acquisition, vente et conseil dans le secteur de la remise en forme. Il préside l'association martiniquaise SAFIDAT (Santé fitness danse & tourisme) créée en 2023 qui a organisé le Congrès Fitness Challenges Caraïbes les 7 et 8 novembre 2025 à l'Institut martiniquais du Sport. Il a également été l'un des organisateurs des championnats du monde de fitness à la Martinique en 2009 et 2015.

*« Le nombre de licenciés dans les fédérations sportives diminue au profit des activités de remise en forme en club »*

# *Comment l'IA peut-elle aider les personnes diabétiques ?*

LUDIVINE LASSERRE

Texte Sarah Baky - Photo Jean-Albert Coopmann

**Quel est l'intitulé de votre thèse ?**
Ma thèse s'intitule « Apprentissage par renforcement profond pour l'optimisation du contrôle de la glycémie chez les patients diabétiques de type 1 ». Elle est dirigée par le professeur Andrei Doncescu, de l'université des Antilles, et le professeur Jacques Demongeot, de l'université Grenoble Alpes.



**Quand allez-vous soutenir ?**
Ma soutenance est prévue fin 2027, à l'université des Antilles, sur le pôle Guadeloupe.

**Si vous deviez résumer vos travaux en une seule phrase ?**
J'apprends à une intelligence artificielle (IA) à anticiper l'évolution du taux de sucre dans le sang et à mieux adapter les doses d'insuline.

**Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?**
Mon étude s'articule autour de trois axes, qui correspondent à trois applications. Le premier est le développement d'un simulateur de glycémie plus réaliste pour le diabète de type 1*, intégrant des hormones contre-régulatrices absentes des simulateurs actuels. Leur ajout permet de reproduire un certain nombre de phénomènes, comme le phénomène de l'aube (hausse de la glycémie au petit matin) ou l'effet du stress, et offre un banc d'essai plus fidèle pour tester de nouvelles stratégies de contrôle de l'insuline. Le deuxième concerne la création de jumeaux numériques des patients (répliques virtuelles), capables de reproduire l'évolution de leur glycémie à partir des données de leur capteur de glucose, de leur profil, de leurs repas et de leur activité physique. Enfin, le troisième axe vise à développer un contrôleur intelligent par apprentissage par renforcement profond, qui apprend sur ces patients virtuels à adapter les doses d'insuline à l'évolution de la glycémie. À terme, ces travaux pourraient contribuer à une prise en charge plus personnalisée du diabète de type 1.

**Que faites-vous aujourd'hui ?**
Aujourd'hui, je partage mon temps entre la recherche et l'enseignement en informatique à l'université des Antilles, sur les campus de Fouillole, en Guadeloupe, et de Schœlcher, en Martinique. J'interviens aussi bien sur les fondamentaux de l'informatique que sur ses applications à d'autres domaines. C'est cette double activité, que je souhaite prolonger après ma soutenance, dans un poste de maître de conférences en informatique, en continuant à développer la recherche en intelligence artificielle au service des enjeux caribéens.

**Diabète de type 1 : maladie auto-immune qui empêche le corps de produire de l'insuline nécessaire pour réguler le sucre dans le sang. Elle apparaît souvent chez les jeunes, mais peut survenir à tout âge.*





FONDATION CLÉMENT × Centre Pompidou

PARIS NOIR

TRAVERSÉES, DÉTOURS, RETOURS

EXPOSITION
12.12.2026 – 14.03.2027

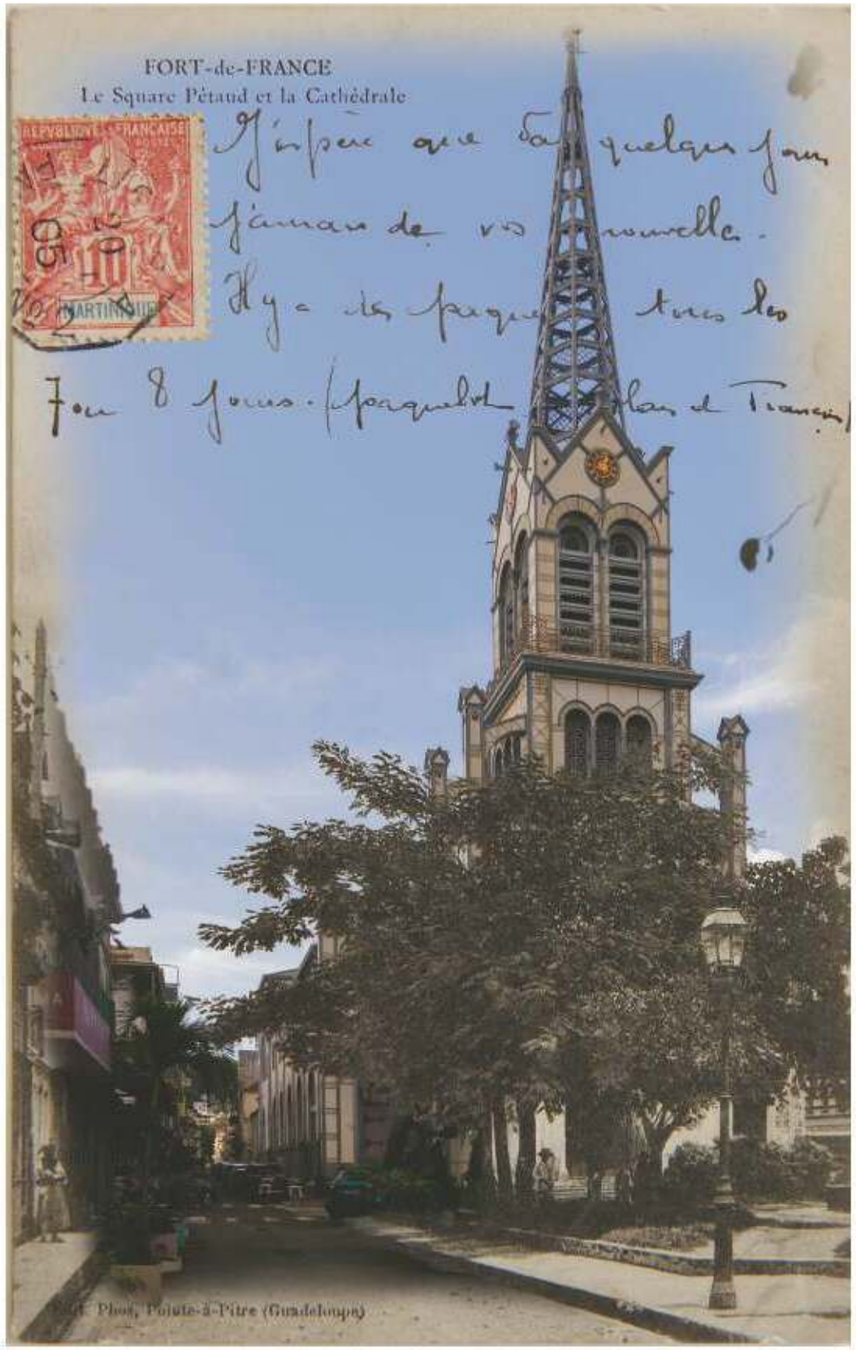
Habitation Clément, Le François, Martinique
www.fondation-clement.org

Mbarek Bouhchichi, *Paulette Nardal*, 2025, technique mixte sur caoutchouc. Galerie Dagoma-Harty, Paris

conception graphique : Atelier Bastien Morin

# « *À mon [...] souvenir* »

ADELINE RAPON




*Cathédrale Saint-Louis de Fort-de-France*

*© Photographie Adeline Rapon / Carte postale Collection C. Roseau*

« À MON BON SOUVENIR », LIT-ON QUASI SYSTÉMATIQUEMENT AU DOS DES CARTES POSTALES DU DÉBUT DU XXE SIÈCLE. UN SOUVENIR ENTRETENU PAR L'ÉCRIT, MAIS AUSSI PAR L'IMAGE D'UNE ÎLE APPRÊTÉE POUR DES REGARDS D'AILLEURS. UN GRAND CAMOUFLAGE.

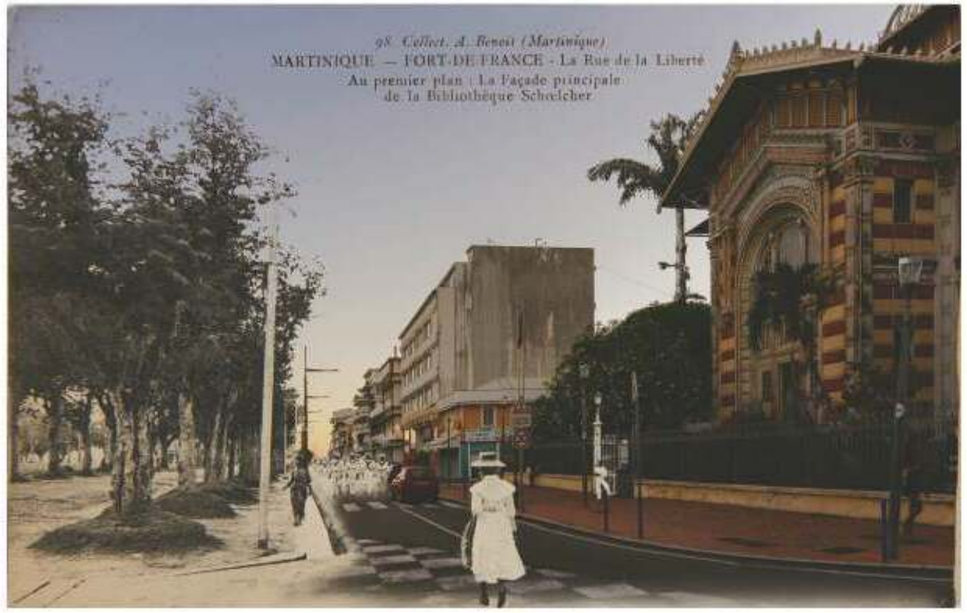
DANS CETTE CONFRONTATION ENTRE PASSÉ ET PRÉSENT, EN RÉSONANCE AVEC MA SÉRIE *PAS SI MAL, N'EST-CE PAS NOTRE PETITE CRÉOLE ?* (2020, PRÉSENTÉE À TROPIQUES ATRIUM EN 2025), JE NE CHERCHE PAS À CRÉER DE LA NOSTALGIE. FORT-DE-FRANCE EST UNE VILLE EN CONSTANTE ÉVOLUTION, CE QUI N'EST PAS SYNONYME DE LINÉARITÉ. IL S'AGIT PLUTÔT DE SE DEMANDER CE QU'IL SE PASSE LORSQUE NOUS OUBLIONS NOTRE PASSÉ ET QUE SOUDAINEMENT UNE VERSION DE LUI NOUS EST PROPOSÉE. UN VRAI-FAUX SOUVENIR APPARAÎT ET CONSTRUIT UN NOUVEAU RÉCIT DONT IL FAUT SE MÉFIER... COMME CES IMAGES IA D'UNE MONTAGNE PELÉE APPROXIMATIVE, DE PERSONNES ESCLAVAGISÉES OU MARRONNES BODYBUILDÉES, DE PAYSAGES FAUSSEMENT MARTINIQUAIS HYPERSATURÉS.

DES ARCHIVES PICTURALES EXISTENT ET QUELLE QUE SOIT LEUR ORIGINE OU AUTEUR-RICE, ELLES APPELLENT À ÊTRE QUESTIONNÉES, DÉTOURNÉES, CONFRONTÉES, TRANSMISES. AFIN D'APPRENDRE COLLECTIVEMENT, EN MÊLANT NOS REGARDS ET NOS RÉCITS.




*Grand marché de Fort-de-France, ou marché couvert. Situé à l'angle des rues Antoine Siger et Isambert*

Adeline Rapon est une artiste-photographe franco-martiniquaise autodidacte, née à Paris en 1990. Basée en Martinique, elle développe un travail d'enquête sur les héritages fragmentés et les silences produits par la colonisation. L'archive est au cœur de sa pratique, elle l'interroge et en crée de nouvelles. Elle a exposé ses différentes séries à l'international et est est résidente Villa Albertine 2027.




*Rue de la Liberté, Fort-de-France*




*Rue Andre Aliker, Fort-de-France*




*Rue Victor Schœlcher, Fort-de-France*

# AU CAMP DE LA TRANSPORTATION, LE PATRIMOINE FAIT PLACE À DE NOUVEAUX RÉCITS

DU 6 AU 10 OCTOBRE, 6 184 SPECTATEURS ONT FRANCHI LES PORTES DU CAMP DE LA TRANSPORTATION, À SAINT-LAURENT-DU-MARONI, POUR LA 8E ÉDITION DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DOCUMENTAIRE AMAZONIE-CARAÏBES (FIFAC). UN RECORD. DANS CET ANCIEN LIEU D'ENFERMEMENT, LE DOCUMENTAIRE A TROUVÉ SON PUBLIC, ET LA VILLE UNE AUTRE FAÇON DE RACONTER SON HISTOIRE.

Texte Karollyne Hubert



© Leonid Andronov / Adobe stock

*Le Camp de la Transportation était la porte d'entrée du bagne, en Guyane.*

Sous son manguier centenaire, le Camp de la Transportation vit aujourd'hui au rythme des spectacles, des expositions et des projections. Ancienne porte d'entrée du bagne de Guyane, qui a vu passer plus de 70 000 bagnards entre 1852 et 1953, le site aurait pourtant pu disparaître. « À l'époque, ils voulaient le raser », raconte Frédéric Belleney, délégué général du FIFAC. Il est finalement conservé : racheté par la mairie dans les années 1990, il est classé monument historique en 1995. Depuis plus de vingt ans, sous l'impulsion de la Ville, le site est devenu un pôle culturel majeur. Le Centre dramatique Kokolampœ, le Pôle Image Maroni, le FabLab Manifact, la bibliothèque et la Micro-Folie s'y côtoient. De 1997 à 2006, les Transamazoniennes y ont réuni des milliers de personnes autour des groupes du fleuve. Pour le maire, Lénaïck Adam, le Camp est aujourd'hui « un lieu où notre passé dialogue avec notre présent ».

## Raconter d'autres histoires

Le FIFAC naît en octobre 2019, à l'initiative du Pôle Image Maroni, avec France Télévisions Outre-mer et la Ville. La chaîne cherche alors l'équivalent atlantique du FIFO de Tahiti. À Saint-Laurent, elle trouve des opérateurs déjà installés au Camp, et un festival porté depuis dix ans par Frédéric Belleney, alors responsable du cinéma Le Toucan. Il devient ensuite responsable du pôle cinéma de la Micro-Folie, au Camp. Le passé du lieu, l'équipe le connaît. Mais si le Camp a été retenu, c'est d'abord parce que d'autres structures en avaient déjà fait un lieu de culture. Pour Frédéric Belleney, il fallait continuer à y raconter d'autres histoires. « C'était un lieu d'enfermement, de privation, de souffrance. Maintenant, on en fait un lieu de rencontre et d'ouverture. On va à l'opposé. » Sans effacer pour autant : « Mais on ne fait pas ça pour oublier », poursuit-il. Depuis la fermeture du Toucan, c'est au Camp que le cinéma vit à Saint-Laurent : toute l'année avec les projections de la Micro-Folie, et chaque mois d'octobre avec le FIFAC, sa grande porte d'entrée vers le 7e art.

## Des récits venus de toute la région

Cette année, 225 films ont répondu à l'appel. Trente-cinq ont été retenus, venus de 14 territoires, tous projetés gratuitement sous le manguier, au Lavoir et au théâtre Kokolampœ. « On n'est pas un festival à thème. Ce sont des thématiques qui s'imposent chaque année », précise Frédéric. Le hasard de la sélection a mis les femmes à l'honneur : 21 réalisatrices et 14 productrices. Ce sont souvent elles qui portent les récits de transmission, de résistance et d'identité. Neuf films tournés en Guyane étaient au programme. Dans *Entre 2 rives*, Chloé Bebronne suit une famille teko et wayana qui tente de renouer ses liens. Avec *Mémoires d'Amonts*, Hugo Rousselin remonte la rivière Camopi aux côtés de jeunes Teko, sur les traces des anciens villages.

## Un palmarès qui voyage

Présidé par l'écrivaine guadeloupéenne Gisèle Pineau, le jury a remis son Grand Prix à *Uyariy*, de Javier Corcuera. Direction les Andes péruviennes, là où l'Amazonie prend sa source, à la rencontre d'artistes qui racontent en musique la lutte des Quechuas et Aymaras contre la répression sanglante dont ils sont les victimes. Révélation de l'édition, l'Haïtien Feguenson Hermogène repart avec deux prix : meilleur court-métrage pour *Nan Ginen*, sur la mémoire des travailleurs haïtiens à Cuba, et Prix du jury lycéen pour *Résurgence*, un dialogue intime entre un fils et sa mère. Les lycéens lui ont remis leur prix par un slam. Côté Guyane, le Prix Demain France Télévisions revient à *Quand l'or devient poison*, de Franck Chassagnon, sur le quotidien des Wayana face à l'orpaillage illégal. Le public a choisi




*Affiches du festival FIFAC, première édition en 2019 (à gauche), dernière édition en 2026 (à droite)*



© FIFAC / Karollyne Videira Hubert

*Sous le manguier qui accueille les projections principales, lors de l'édition 2025 du festival*

## La future cité judiciaire ?

À quelques kilomètres du Camp, la cité judiciaire de Saint-Laurent est en chantier depuis la pose de sa première pierre, le 6 juillet 2026. Prévue par les accords de Guyane de 2017, elle réunira un tribunal et un centre pénitentiaire d'ici 2029. Dans une ville marquée par son histoire, le projet n'est pas passé inaperçu. Frédéric Belleney invite à la nuance : « Il faut remettre les choses dans leur contexte et ne pas tout mélanger. » À l'origine, rappelle-t-il, il s'agissait de permettre aux détenus de l'Ouest guyanais de purger leur peine près de leurs familles, plutôt qu'à Cayenne ou dans l'Hexagone. Prison d'un côté, cinéma de l'autre ? Saint-Laurent a choisi son image. Celle d'une ville qui se présente volontiers comme la capitale culturelle de l'Ouest guyanais, et dont le Camp, avec ses festivals, ses scènes et ses écrans, est devenu la porte d'entrée. En octobre, plus de 6 000 spectateurs sont venus le confirmer.

*Jeunes sans limite, de la Guyane à l'Opéra de Paris*, qui suit de jeunes danseurs de Saint-Laurent jusqu'à l'Opéra Bastille.

### Un public au rendez-vous

4 200 spectateurs en 2024, 5 306 en 2025, 6 184 cette année, dont 865 élèves. Le soir de l'ouverture, 918 personnes se pressaient sous le manguier. Du chemin a été parcouru depuis que le délégué général projetait ses premiers documentaires devant une dizaine de personnes. « Il y avait dix, vingt personnes. Là, on a des séances à plus de 500 personnes. » Plus jeune et plus diversifié, le public apprivoise le documentaire, un genre longtemps délaissé au profit de la fiction. Le Camp de la Transportation, lui, a changé de réputation. « Au début, beaucoup de gens n'osaient pas y aller. Ils se disaient que c'était un mauvais endroit. Maintenant, les gens voient que finalement non. » Ils y découvrent un bel endroit, malgré sa mémoire.

### Choisir son récit

L'histoire du Camp ne se cache pas : elle est là pour rappeler l'histoire sombre de l'Ouest guyanais. Mais celle qui s'y écrit aujourd'hui, sous le manguier, parle de rencontres, de jeunesse et de création. Pendant cinq jours, le Pôle Image Maroni, le Centre dramatique Kokolampœ, Manifact et les services de la Ville, partenaires fondateurs du Festival, ont avancé d'un même pas. Et l'aventure continue : avant la 9e édition, en octobre 2027, le FIFAC hors les murs emportera des films de la sélection dans les communes de Guyane.



© FIFAC / Karollyne Videira Hubert

*Danse traditionnelle wayana pendant la soirée de remise des prix de l'édition 2025*






# UN TOIT AU PIED DE L'HÔPITAL

Pari gagné pour ESA Caraïbes ! Grâce aux dons de particuliers et de partenaires, l'association a réuni dans les temps les 100 000 € d'apport nécessaire à l'achat de cette grande maison. Sise à proximité de l'hôpital, elle va devenir un lieu clé pour les familles des enfants et adolescents opérés au sein des services de neurochirurgie, chirurgie pédiatrique et de cardiologie pédiatrique, centre de référence régional. Une fois réhabilitée (fin 2027), les jeunes patients originaires de communes éloignées de la MFME*, et ceux voyageant depuis la Guadeloupe, la Guyane, la Dominique ou d'autres pays de l'OECS pourront être hébergés dans l'une des 14 chambres, avant et après l'intervention. Un toit et quatre murs qui changent tout dans le parcours de soin des familles de tous jeunes patients atteints de pathologies lourdes. M.R.

**Maison de la femme, de la mère et de l'enfant*

©Jean-Albert Coopmann

RIMÈD
By EWAG
Le mag santé qui nous ressemble
Comme Noémie, suivez-nous sur nos réseaux
Rimèdbyewag
Guadeloupe - Guyane - Martinique
Pour recevoir le mag santé en avant-première scannez-moi



# C'EST (PRESQUE) NOËL !

*IT'S TIIIIIIIIIIIME* (#MARIAHCAREY'SVOICE). VOUS L'AVEZ ? *« ALL I WANT FOR CHRISTMAS... »* VOUS LA CHANTEREZ SÛREMENT TOUTE LA JOURNÉE MAINTENANT, MAIS NOUS Y VOILÀ : IL EST GRAND TEMPS DE RÉFLÉCHIR AUX CADEAUX QUE NOUS ALLONS OFFRIR CETTE ANNÉE. À LA RÉDACTION, ON S'EST AMUSÉS À LISTER CEUX QU'ON AIMERAIT RECEVOIR, DE QUOI PEUT-ÊTRE INSPIRER LES LECTEURS EN PANNE D'IDÉES !

Sélection de la rédaction

## L'IDÉE CADEAU D'AXELLE

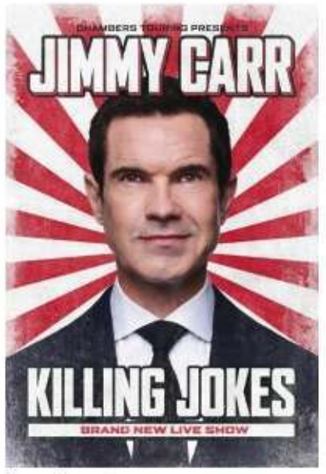
Un (vrai) ballon ergonomique pour le bureau (qui ne se dégonfle pas). Ça permet de casser la sédentarité en sollicitant les muscles pour se stabiliser et c'est particulièrement bien pour renforcer le dos ! (Si jamais on refait un Secret Santa...)



*Ballon de gym ergonomique*, à partir de 16 €
koya979 - stock.adobe.com

## SOUS LE SAPIN DE MATHIEU

Une place pour aller voir quelque part en Europe ou à New York, l'humoriste anglais Jimmy Carr, toujours en costume 3 pièces, toujours absolument percutant, sensible et cassant à la fois. Le phlegme anglais en majesté pour rire tout en étant désabusé. J'adore !




À partir de 46,50 €

## POUR FAIRE PLAISIR À SARIATHA

Le jeu de société *Fon lèspri koko*, parfait pour jouer à plusieurs, pour ceux qui aiment les jeux de rôle. Si on doit prendre un jeu assez proche, il fait penser au Loup-Garou, sauf que celui-ci met en scène des mythes et légendes de chez nous (quand je dis chez nous, c'est Martinique, Guadeloupe et Guyane !). On redécouvre les légendes du territoire sur lequel on vit, et on découvre celles de nos voisins.




*Fon lèspri Koko*, le jeu 100 % légendes créoles, par Damien Lurel, 59,99 €

## L'ASTUCE DE JESSICA

Imaginés par le studio Zo-loft, ces astucieux accessoires transforment un stylo en couverts de bureau pour un déjeuner sur le pouce. Comme ils ne sont plus commercialisés, c'est le projet d'impression 3D parfait à s'imprimer soi-même dans sa couleur préférée !



100 % self made, imprimante 3D
https://cults3d.com/fr/modèle-3d/maison/pen-cap-cutlery

## LA RECO DE SARAH

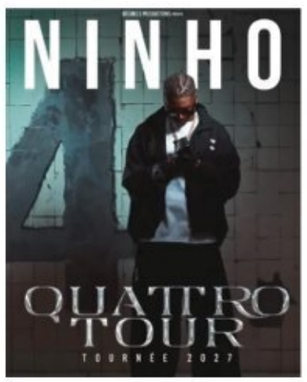
Une idée cadeau pour les amoureux de littérature, les insomniaques... Ou les deux ! J'ai repéré Lizia, une petite lampe de lecture 3-en-1. Elle se glisse autour du pouce, maintient le livre ouvert et éclaire les pages. Rechargeable, elle fait aussi office de marque-page...



*Lampe de lecture 3-en-1*, 19,95 €

## SUR LA LISTE D'ANOUCK

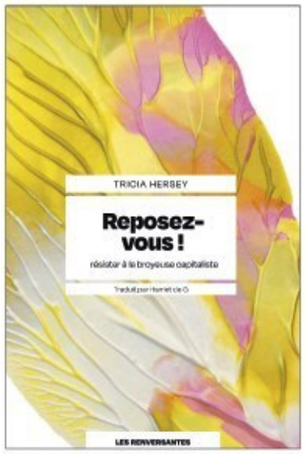
Deux places pour aller voir le concert de Ninho, à l'Accor Arena, histoire de voir l'artiste sur scène, de revivre un peu la folie des concerts à Paris, mais aussi de participer à sa revanche sur la vie. J'ai découvert son histoire dans le documentaire Netflix et j'ai aimé en savoir plus sur lui : sa jeunesse (qui résonne pas mal avec l'actualité en France hexagonale), et un début de carrière arraché par ses anciens producteurs... et prétendus grands frères du quartier.




À partir de 42 €, mais sur liste d'attente !

## L'INSPI DE LÉO

Je propose le livre : *Reposez-vous ! Résister à la broyeuse capitaliste* de Tricia Hersey, une autrice noire américaine qui a créé le « Ministère de la sieste » et qui défend le repos comme une forme de résistance au capitalisme et à la suprématie blanche. De quoi avoir les bons outils pour commencer l'année 2027 sur de bonnes bases.




*Reposez-vous ! Résister à la broyeuse capitaliste*, Tricia Hersey (traduction Harriet de G), éditions Les Renversantes, 19,55 €

## LE CADEAU RÊVÉ D'ARNAUD

Le Sigma 14mm f/1.8 DG HSM Art – monture L ! Un objectif grand-angle lumineux qui me permettrait de repousser les possibilités créatives de mes prises de vue et surtout de réaliser mon film dans les meilleures conditions !



Prix Fnac : 1300 €

## L'IDÉE DE FLORIANE

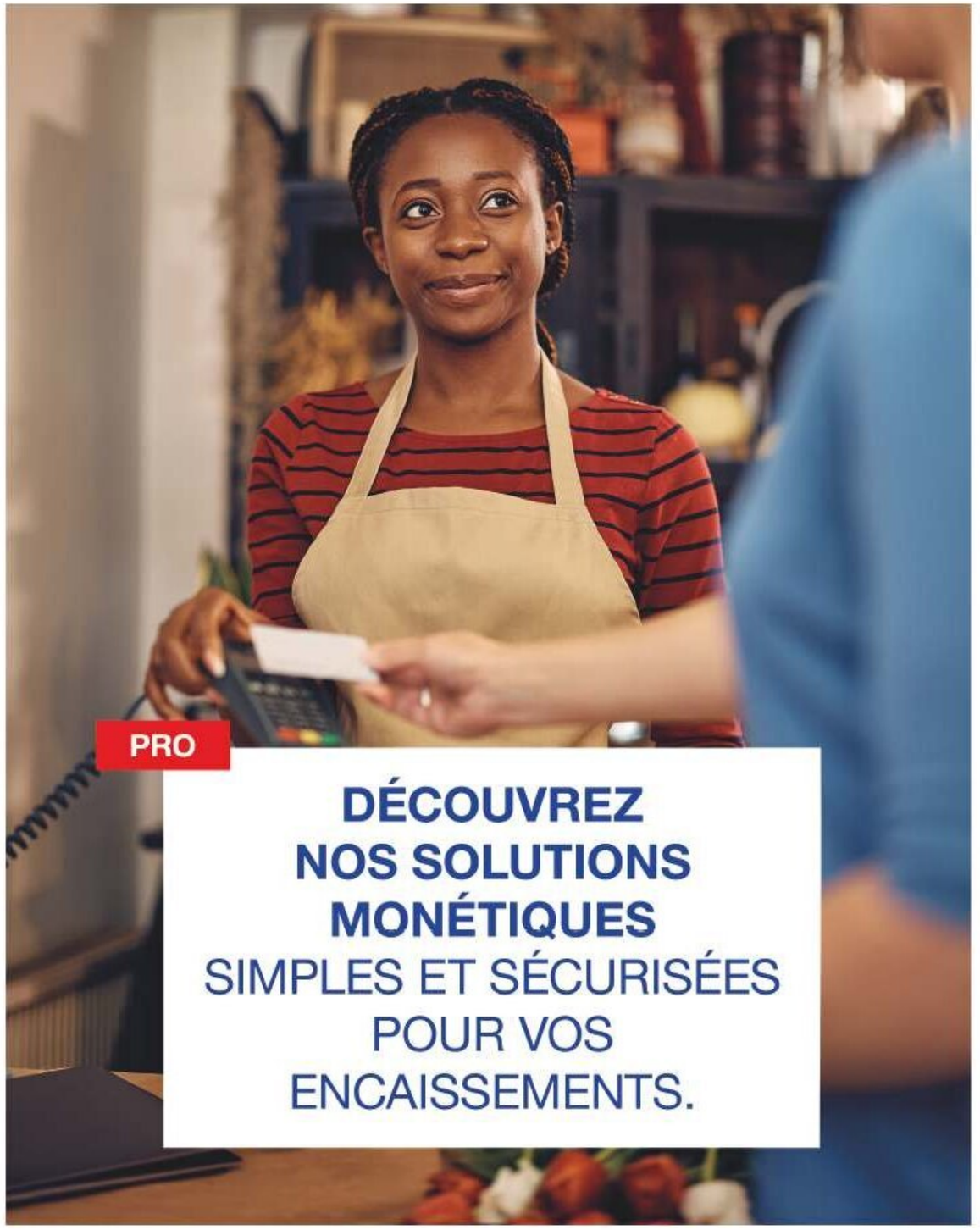
Une double idée en fait, j'ai un faible pour les objets très colorés. J'aime les livres qui traitent de l'histoire des couleurs et ceux réservés aux graphistes qui permettent de les combiner, et je crois que, s'ils ne coûtaient pas aussi cher, j'aurais des nuanciers Pantone, juste pour les regarder ! Tout ça pour dire que pour les amateurs de belote et de dominos (comme moi !) et pour ceux qui, en plus, seraient sensibles aux couleurs, j'ai les jeux qu'il vous faut !




Jeux de cartes Pantone, à partir de $17




Jeu de dominos Helio Ferretti, 25 €




Crédit photo : Shutterstock

Crédit Mutuel

Les solutions monétiques sont fournies par EURO-INFORMATION.
EURO-INFORMATION – Européenne de Traitement de l'Information – Société par Actions Simplifiée au capital de 53 212 140 euros dont le siège social est 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen – 67905 STRASBOURG CEDEX 9.
RCS Strasbourg B 312 730 674.
**Caisse Fédérale de Crédit Mutuel** et **Caisses affiliées,** société coopérative à forme de société anonyme au capital de 7 065 710 064 euros, 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen, 67913 Strasbourg Cedex 9, RCS Strasbourg B 588 505 354 .

# C'est



# bon ça

## Transformez votre salon en salle de cinéma pour une expérience sonsationnelle.

**Nouveau**

## Décodeur Home Cinéma

### avec Livebox Infini Fibre

**39,90€**[1] **/mois**

**pendant 6 mois puis 64,90€/mois**

Audio by BANG & OLUFSEN

Dolby ATMOS

Dolby VISION

**(1) Offre Fibre :** Offre avec engagement de 12 mois, soumise à conditions, valable aux Antilles-Guyane françaises à partir du 19/11/2026, réservée aux particuliers, sous réserve d'éligibilité technique. Détails et conditions sur orangecaraibe.com. Réduction tarifaire de 25 €/mois pendant 6 mois, valable pour toute souscription à une offre Livebox Infini Fibre (hors offres Open), réservée aux nouveaux clients Internet Orange et pour toute migration d'une offre ADSL vers une offre Fibre. **Décodeur Home Cinéma :** Frais d'activation : 50 € pour tout nouveau client. Dolby Atmos : avec contenu compatible. Dolby Vision : avec équipement et contenu compatibles. Enregistreur multi-écrans : option offerte sur demande avec contenu compatible. Enregistrements conservés 36 mois. 11/26 Orange SA au capital de 10640226396€ - siège social 111,Quai du Président Roosevelt – 92130 Issy-Les-Moulineaux R.C.S Nanterre 380 129 866. Crédit photo : Lou Denim / Imaginé par nous, généré par l'IA.

orange™ est là