LE TERRITOIRE EN PERSONNE(S)

KARUMAG

NOV/DEC 2026
Nº 206

EWAG.



JULIEN PICOT
directeur général de la Distillerie Bonne-Mère

DE LA **GUADELOUPE** AUX 5 CONTINENTS

DOSSIER | À LA RECHERCHE DE LA PROCHAINE LICORNE

NOAM SINSEAU ne connaît pas le trac 66 • **FITNESS**, boulot, dodo ? 80
PORTFOLIO : Fort-de-France entre passé et présent 83
Visite guidée du **MUSÉE DU PATRIARCAT** 72



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 - Sandrine Chopot - Alix Delmas - Adeline Louault

Secrétaire de rédaction
Chantal Bigay

Photographes
Jean-Albert Coppmann - Lou Denim
Aubane Nesty

Photo de couverture
Lou Denim

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 **DBM** Une jeune marque, une longue histoire
14 **TOP CARAÏBES** 30 ans à faire grandir l'industrie locale
15 **WEST INDIES PACK** Produire localement pour réduire l'empreinte carbone
16 **CAFÉ CHAULET** Le café guadeloupéen reprend racine
20 **SPICE CRÉOLE FOOD/PIMENT COCO** Du ketchup, oui, mais aux saveurs créoles
22 **LES ENTREPRENEURS** Une grande consultation pour trouver des solutions
24 **RÉGION GUADELOUPE** Les RUP défendent leur avenir européen
26 **GFA CARAÏBES** La solution 2 en 1 pour protéger son activité
28 **APEC** 60 ans au service des cadres et des entreprises
30 **ECOFIP** « Nous contribuons à maintenir et à créer des emplois »
32 **TOTALENERGIES** « Nous couvrons 10 % des besoins en électricité de l'archipel »
34 **ASSURANCE OUTREMER** Agir localement, s'engager durablement









38 **RÉGION GUADELOUPE** Des dispositifs au service du développement économique
42 **I-NOVA** La Caraïbe, territoire d'innovation
44 **INNOVATION OUTRE-MER** Repérer, financer, changer le monde
46 **SALON** Deux journées dédiées à la cohésion sociale
48 **FRIGODOM-LOGIDOM** Dans les coulisses de la supply chain
50 **DOSSIER** À la recherche de la prochaine licorne

LES YEUX DU MÉDIA

66 Grand entretien **NOAM SINSEAU**
70 Brèves
72 Reportage **LE PATRIARCAT, UNE HISTOIRE ANCIENNE ?**
76 L'**EMPLOI ASSOCIATIF** décrypté par bonfilon
78 **IMAGE DU MOIS**
80 Reportage **FITNESS, BOULOT, DODO !**
82 Comment l'**IA** peut-elle aider les personnes diabétiques ?
83 **PORTFOLIO** « À mon... souvenir »
88 **ANBA DLO** Retour en images
89 **SÉLECTION CULTURE** de Noël

10 MINUTES POUR OUVRIR UN COMPTE*. C'EST ÇA, ÊTRE PRO.

Avec L by LCL PRO, la banque 100% digitale de LCL, gérez simplement vos finances et votre activité depuis une seule application.

Plus d'information :

Télécharger dans l'App Store

L'OBTENIR SUR Google Play

PRO by LCL

ALLEZ À L'ESSENTIEL

*Voir conditions sur l.lcl.fr/pro. L by LCL est une marque du Crédit Lyonnais, SA au capital de 2.037.713.591€, SIREN 954509741 – RCS LYON. Siège social : 18, rue de la République - 69002 LYON.

JEU CONCOURS

TechC@re
Apple Univers Tech

Authorized Reseller

ACCUEIL . QUALITÉ . SERVICE

PARTICULIERS · PROFESSIONNELS

SCANNEZ ET TENTEZ DE GAGNER VOTRE CADEAU

TIRAGE AU SORT LE 18 DÉCEMBRE À 18H

GUYANE

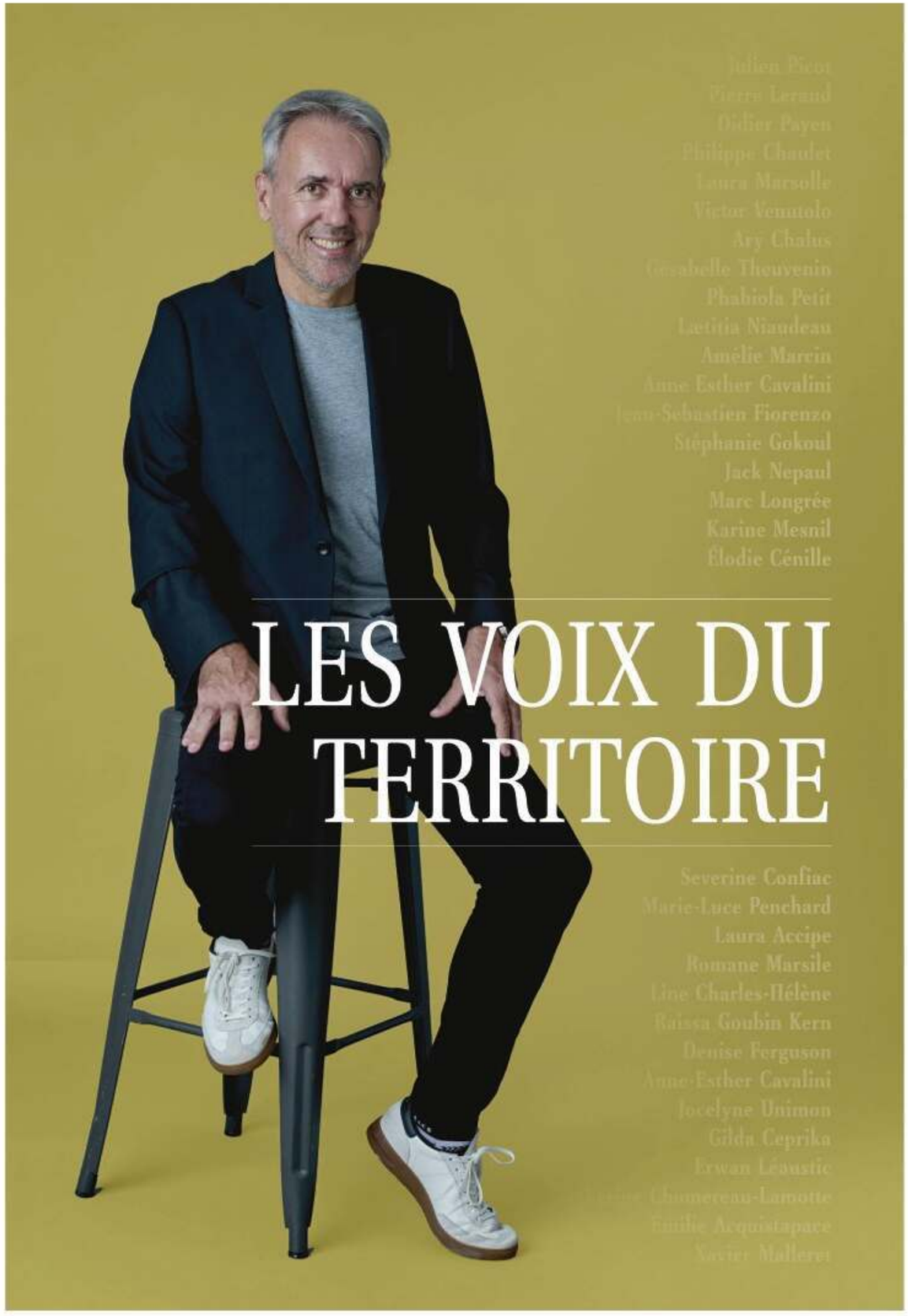
FAMILY PLAZA MATOURY
0594 24 63 99 / 0694 36 15 48

SAINT-LAURENT-DU-MARONI
0694 35 18 19

GUADELOUPE

JARRY HOUELBOURG IMMEUBLE ORION
0691 27 77 37

TÉLÉPHONIE - ACCESSOIRES - RÉPARATION - ASSURANCE



UNE JEUNE MARQUE, UNE LONGUE HISTOIRE

À Sainte-Rose, la Distillerie Bonne-Mère ouvre un nouveau chapitre avec DBM. Son directeur général, Julien Picot, revient sur la naissance d'une marque qui valorise plus de 160 ans de savoir-faire.

Texte Sarah Balay - Photos Lou Denim

À Sainte-Rose, Bonne-Mère ouvre les portes d'un domaine de 14 hectares. Une visite guidée d'une heure et demie permet d'en découvrir les coulisses... Si les installations frappent par leur ampleur, ce sont surtout les chais qui retiennent l'attention : quelque 10 000 fûts, dont certains ont plus de 25 ans d'âge, y abritent des rhums en cours de vieillissement. À leurs côtés, d'imposants foudres, de grandes cuves en bois d'une capacité de 50 000 à 60 000 litres, servent à élaborer les rhums élevés sous bois. Hérités des anciennes distilleries de Darboussier (Pointe-à-Pitre) et de Courcelles (Sainte-Anne), ils témoignent d'un autre pan de l'histoire rhumière guadeloupéenne.

« Bonne-Mère est la plus ancienne distillerie encore en activité en Guadeloupe », raconte Julien Picot, directeur général de la Distillerie Bonne-Mère. En 1863, c'était une habitation sucrière. La première colonne à distiller, de type Savalle, a été installée entre 1870 et 1880 pour produire du rhum traditionnel à partir de mélasse, ce sirop qui reste après la cristallisation du sucre.

À l'époque, il fallait aussi acheminer les cannes jusqu'à l'usine : dès 1884, un réseau ferroviaire permettait de le faire. Il a ensuite été étendu vers le Lamentin grâce au pont Moko, au début du XXe siècle, et a fonctionné jusqu'aux années 1960. « Nous avons arrêté de produire du sucre en 1973, mais nous continuons à fabriquer du rhum traditionnel. Aujourd'hui, notre mélasse vient de la sucrerie Gardel, au Moule. Jusqu'en 2024, nous vendions essentiellement nos rhums blancs et vieux en vrac à de grandes marques et à des groupes des Antilles, de la Caraïbe, de l'Hexagone et d'ailleurs. Ce savoir-faire de producteur pour d'autres maisons reste le cœur de notre activité. »

Le déclic du dynaste

De ce savoir-faire naît l'envie de créer une marque. « Au fil du temps, j'ai compris qu'il était important d'évoluer et de sortir de l'ombre. D'autant que nous avions un atout de taille : des rhums vieux de qualité et en grande quantité, poursuit le directeur. Créer notre marque, c'est aussi un projet d'entreprise qui fédère les équipes. Aujourd'hui, les salariés peuvent suivre leur travail jusqu'au produit fini et retrouver les bouteilles dans les rayons du supermarché. Leur contribution ne s'arrête plus au vrac : ils en voient l'aboutissement. C'est une vraie fierté de pouvoir poser sur la table, en famille ou entre amis, une bouteille à laquelle on a contribué. »

L'un des premiers déclencheurs a été l'envie de créer un logo. À la distillerie, un salarié collectionne des dynastes, ces gros coléoptères que l'on trouve souvent dans le Nord Basse-Terre. Un soir de juin 2023, lors d'un brainstorming autour de l'identité de la maison, le lien s'impose. « Cet insecte endémique, massif, à la force tranquille, comme venu du fin fond des âges, nous ressemblait. Il évoque à la fois la taille de notre distillerie et son ancienneté. Et puisqu'il vit dans le bois, il fait aussi écho au vieillissement de nos rhums », se souvient Julien Picot.

Pour concrétiser le projet, la Distillerie Bonne-Mère fait appel à une agence de communication locale. Logo, design de la bouteille, étiquettes et choix du nom : DBM prend forme. « Nous avons été séduits par l'idée d'un sigle court, facile à mémoriser et à la consonance moderne. » Une chargée de communication est également recrutée pour préparer la stratégie marketing.

« UN PATRIMOINE MATÉRIEL QUI RACONTE L'HISTOIRE DU RHUM EN GUADELOUPE ET QUE L'ON NE RETROUVE SUR AUCUN AUTRE SITE »

Julien Picot, directeur général de la Distillerie Bonne-Mère



Julien Picot, directeur général de la Distillerie Bonne-Mère, et Pierre Leraud, directeur technique

« POUR RÉUSSIR, IL FAUT SAVOIR S'ASSOCIER AUX MEILLEURS »

Julien Picot, directeur général de la Distillerie Bonne-Mère

Sur la partie produit, la distillerie sollicite l'œnologue de renommée mondiale Marc Sassier. « Pour réussir, il faut savoir s'associer aux meilleurs. Nous avions les idées, la matière première, mais il était nécessaire de faire appel à d'autres compétences pour aller plus loin », poursuit le directeur. Si les équipes maîtrisent la distillation et le vieillissement, l'assemblage est un métier à part entière. Il faut savoir associer plusieurs rhums différents, en âge et en saveur, et trouver les bonnes proportions pour que chacun apporte sa touche sans prendre le pas sur les autres.

Un lancement minutieusement préparé

Dès le départ, l'ambition est de proposer un produit premium, au design recherché, mais vendu à un prix raisonnable. « Nous voulions que les Guadeloupéens puissent se réapproprier le rhum vieux traditionnel, longtemps mis de côté au profit des rhums agricoles. » Pour résoudre cette équation, la Distillerie Bonne-Mère dispose de grandes réserves de rhums arrivés à maturité, bénéficiant de l'indication géographique « Rhum de la Guadeloupe ». La marque n'a que deux ans, mais propose déjà des cuvées de vingt ans d'âge. « Ces stocks nous permettent de trouver le bon équilibre : dégager une marge pour faire vivre l'entreprise et payer les salaires, sans que le prix de la bouteille devienne un frein à l'achat. »



Alvy Finette, Guide touristique chez DBM

Une fois les cuvées élaborées et les bouteilles prêtes, il reste à faire connaître DBM et à faire le grand saut. Après trois semaines de teasing sur les réseaux sociaux, la marque est dévoilée le 8 novembre 2024, lors d'une grande soirée à la distillerie. Acteurs de la grande distribution, restaurateurs, élus et médias sont réunis pour découvrir les premiers produits. « Notre lancement a été minutieusement préparé. Le timing était parfait : dès le lendemain matin, grâce à notre distributeur, nos rhums vieux étaient en rayon dans les supermarchés et chez les cavistes de Guadeloupe. L'aventure pouvait démarrer. »

Pour donner corps à la marque, les bouteilles ne suffisent pas : il faut ouvrir le domaine. « À mes yeux, il était indispensable d'ouvrir notre site au public : les consommateurs doivent pouvoir découvrir d'où viennent nos rhums et comment nous travaillons », explique Julien Picot.

Avant de se lancer, les équipes visitent d'autres distilleries en Guadeloupe et en Martinique pour s'inspirer des meilleures pratiques. Des guides sont recrutés, un parcours, un parking et une boutique sont aménagés. D'anciennes colonnes à distiller, jusque-là conservées dans les hangars, sont remontées pour mettre en valeur le patrimoine. « L'objectif, avec un investissement de départ raisonnable, est de proposer une expérience de qualité, avec une vraie place donnée à l'accueil et aux échanges. »

À la rencontre du public

Au fil du parcours, les visiteurs découvrent d'anciens moulins destinés à broyer la canne, des éléments ferroviaires du XIXe siècle et la colonne de distillation tout en cuivre des années 1870. « Un patrimoine matériel qui raconte l'histoire du rhum en Guadeloupe et que l'on ne retrouve sur aucun autre site », souligne le directeur.

La visite se termine par une dégustation à la boutique, une étape qui remporte l'adhésion de tous. Les guides sont formés pour expliquer et conseiller. Face aux questions pointues d'amateurs de rhum, Julien Picot et son directeur technique peuvent aussi intervenir. « Et là, les gens adorent, parce que l'on se met à leur portée, on leur transmet plein de choses qui ne sont écrites nulle part ailleurs. »

Ces échanges permettent à chacun de s'orienter parmi les rhums proposés en boutique, de l'élevé sous bois aux VO, VSOP et XO. Pour les fêtes, la gamme s'est enrichie d'un rhum de 25 ans d'âge, présenté en carafe et commercialisé dès le début décembre dans toute la Guadeloupe.

L'accueil des visiteurs fait aussi de la Distillerie Bonne-Mère une étape touristique du Nord Basse-Terre, et un nouvel interlocuteur pour la mairie de Sainte-Rose. « Nous souhaitons renforcer cet ancrage en nous associant à de grands événements populaires comme le Traditour, le carnaval et, bien entendu, la Route du Rhum. » Pour cette édition 2026, DBM était présente à Saint-Malo et dans les villages d'arrivée en Guadeloupe. Le domaine accueille également des événements, comme récemment une soirée autour de la vanille ou une séance de cinéma en plein air lors du festival FEMI.

De la Guadeloupe aux cinq continents

Tout en cultivant cet ancrage local, DBM se fait connaître à l'international. En deux ans, ses rhums ont remporté 65 récompenses dont 35 d'or sur les cinq continents : à San Francisco, New York, Londres, Paris, Tokyo et Singapour, mais aussi en Chine, en Afrique du Sud ou encore en Australie. « Cela nous permet de représenter la Guadeloupe face à de très grandes marques, et nous n'avons pas à rougir de nos résultats ! »

Au-delà de la reconnaissance, ces distinctions soutiennent les ambitions commerciales de la maison. « Ces médailles nous donnent une légitimité et nous ouvrent des portes, notamment sur les marchés asiatiques et américains. Pour une jeune marque comme la nôtre, c'est un moyen d'accélérer notre développement à l'international. »

Avec DBM, plus de 160 ans de savoir-faire guadeloupéen trouvent ainsi de nouveaux horizons...

*Du lundi au samedi de 9 à 17 heures et le dimanche de 9 à 13 heures (réservation pour les visites : en ligne, par téléphone ou directement sur place à la boutique).

PRODUIRE MIEUX, CONSOMMER MOINS

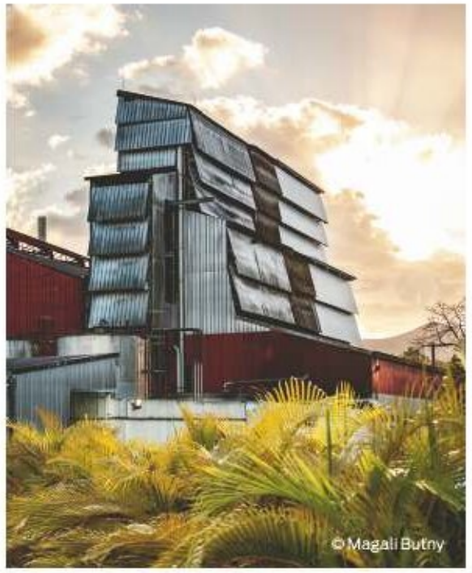


La taille des chais et le patrimoine ne sont pas les seules découvertes qui marquent les visiteurs. Les efforts engagés pour limiter l'impact environnemental de la distillerie retiennent aussi leur attention. À DBM, l'eau, l'énergie et les résidus de production participent à des cercles vertueux.

Tout commence par la mélasse achetée à la sucrerie Gardel, au Moule. « On valorise un coproduit agricole puisque toute sucrerie fait du sucre, mais aussi de la mélasse », explique Pierre Leraud, directeur technique. Ce sirop, encore riche en sucre, sert de matière première au rhum.

L'eau nécessaire à sa fabrication vient de la rivière voisine et est traitée par UV. Pour refroidir les installations, un circuit fermé permet de réutiliser l'eau et d'éviter les rejets d'eau chaude dans la nature.

La distillerie produit aussi son propre combustible grâce à la méthanisation. Les résidus liquides de la distillation, appelés vinasses, sont décomposés par des bactéries dans de grandes cuves. Le biogaz ainsi obtenu fournit la chaleur nécessaire à la distillation. « En 2010, nous sommes parvenus à l'autonomie thermique », précise Pierre Leraud. Une démarche engagée dès les années 1980.


© Magali Butny

DBM
DISTILLERIE BONNE-MÈRE

Distillerie Bonne-Mère
Rue de la Distillerie – La Boucan
97115 Sainte-Rose
0690 34 80 24
contact@dbm.fr

www.dbm.fr
Facebook : Rhum-DBM
Instagram : rhum_dbm
LinkedIn : distillerie-bonne-mere

Anniversaire

30 ANS À FAIRE GRANDIR L'INDUSTRIE LOCALE

Depuis 30 ans, **Top Caraïbes** accompagne le secteur de la construction en Guadeloupe. Jean-Philippe Gabourg, directeur de filiale, revient sur cette aventure et ses ambitions.

Texte Sandrine Chopot – Photo Lou Denim



Jean-Philippe Gabourg, directeur de filiale Top Caraïbes

Trente ans, c'est une belle aventure humaine et industrielle ! De quoi êtes-vous le plus fier ?
C'est avant tout une aventure humaine. Sur nos 24 collaborateurs, certains sont présents depuis les débuts. L'un d'eux compte 28 ans d'ancienneté ! Il est la mémoire vivante de l'entreprise !
Je suis fier de voir l'entreprise devenir un acteur de référence de la construction en Guadeloupe. Cette reconnaissance repose sur le travail des équipes et notre capacité à nous adapter. Nous avons notamment contribué à revaloriser la tôle, avec des productions locales innovantes : une tôle associée à un réflecteur solaire, proposée depuis 2012, et des lames de bardage, que nous sommes les seuls à fabriquer sur le territoire. Ces réalisations reposent sur les compétences de nos collaborateurs et leur maîtrise de l'outil industriel.

Produire localement est une force, mais aussi un défi. Comment vous adaptez-vous aux réalités du territoire ?
Notre proximité nous permet d'apporter des solutions en 24 à 48 heures, là où les importations entraînent parfois des délais importants. Nos produits sont aussi adaptés à notre environnement. Mais l'insularité impose des contraintes : éloignement des fournisseurs, gestion des stocks, maintenance des équipements et coûts d'investissement élevés. Il faut anticiper et développer des compétences techniques en interne. Depuis 2023, nous disposons d'une usine moderne, avec 75 % d'équipements renouvelés, grâce à notre appartenance au groupe Acoma.

Quelles sont vos ambitions pour les 30 prochaines années ?
Nous voulons poursuivre le développement d'une industrie locale performante et innovante. Il faut faire évoluer nos solutions face aux enjeux climatiques.
La transmission est également essentielle. Nous devons accompagner les jeunes talents, leur donner le goût de nos métiers et préparer la relève. Nous avons un enjeu de transmission entre générations. Nous souhaitons aussi développer de nouveaux produits localement. Enfin, nos 30 ans sont l'occasion de renforcer notre engagement sociétal avec des actions solidaires associant collaborateurs et familles.

Top Caraïbes
Parc d'activités La Providence
20 Rue Gaston Dorocant
97139 Les Abymes
0590383115
www.top-caraibes.fr

Démarche environnementale

PRODUIRE LOCALEMENT POUR RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE

Produite et embouteillée en Guadeloupe, l'eau Karuline associe production locale et énergie solaire. Deux leviers qui permettent d'éviter 128 g de CO_2 par bouteille de 1,5 litre, selon **West Indies Pack.**

Propos recueillis par Sarah Balay - Photo Lou Denim

Pourquoi mettre en avant l'intérêt environnemental de la production locale ?
Didier Payen, président de West Indies Pack : Produire en Guadeloupe soutient l'emploi, l'activité et la création de valeur sur le territoire. C'est aussi un avantage environnemental : une bouteille produite ici n'a pas à traverser l'Atlantique pour parvenir au consommateur. Produire au plus près de notre marché réduit ainsi notre empreinte carbone.

Quel impact représente le transport d'une eau importée ?
Selon nos estimations, chaque bouteille de Karuline de 1,5 litre produite localement permet d'éviter 119 g de CO_2 liés à une importation depuis la France hexagonale. Cette économie correspond approximativement aux émissions d'une voiture thermique citadine sur un kilomètre.

Et quelle est la contribution de l'énergie solaire ?
Notre installation photovoltaïque de 275 kWc, cofinancée par le FEDER et opérationnelle depuis le début de l'année, produit de l'électricité solaire sur le site. Autoconsommée, elle couvre 85 % de notre consommation entre 9 h et 16 h et permet d'éviter 9 g supplémentaires de CO_2 par bouteille.

Quel bilan peut-on tirer de ces deux actions ?
119 g de CO_2 évités grâce à la production locale, plus 9 g grâce au solaire : au total, 128 g de CO_2 sont évités par bouteille de 1,5 litre*. Une démarche cohérente qui réduit les émissions liées au transport et l'impact énergétique de notre production.
Karuline, née de la pluie et du soleil ! Cette production locale participe à un avenir plus durable.



Dider Payen, président de West Indies Pack

** Estimation établie à partir des volumes 2026, du transport d'un produit équivalent depuis la France hexagonale vers la Guadeloupe et de la production annuelle estimée de l'installation photovoltaïque autoconsommée. Valeur arrondie.*
Karuline est une eau rendue potable par traitement.

wipack@phptrading.com

Développement

LE CAFÉ GUADELOUPÉEN REPREND RACINE

Philippe Chaulet, dirigeant de **Café Chaulet**, entend redonner sa place au café cultivé en Guadeloupe. Un projet qui illustre sa vision de la responsabilité des entreprises (RSE) et repose sur un partenariat entre agriculteurs et industriels.

Texte Sarah Balay - Photo Lou Denim



Philippe Chaulet, dirigeant de Café Chaulet

Quelle place l'industrie locale occupe-t-elle dans votre vision de la RSE ?

Philippe Chaulet, dirigeant de Café Chaulet : Une entreprise ne peut pas réussir durablement dans un territoire qui s'appauvrit. Sa responsabilité est de contribuer à y créer de la richesse. Il ne suffit pas de créer des emplois : nous devons produire et transformer davantage en Guadeloupe, notamment en misant sur des cultures locales à forte valeur ajoutée. Le café guadeloupéen, l'un des plus réputés au monde, en est un exemple : relancer sa production permettrait de préserver un patrimoine en assurant des revenus confortables aux agriculteurs qui le cultivent.

Comment cette vision se traduit-elle concrètement ?

Avec TotalEnergies Renouvelables et un agriculteur, nous préparons une plantation de 20 hectares à Saint-Claude. Le permis de construire a été déposé et nous espérons démarrer dans les douze mois. Des panneaux photovoltaïques, installés en hauteur, fourniraient de l'ombre aux caféiers. TotalEnergies Renouvelables prévoit un bail de 25 à 30 ans avec l'agriculteur, dont une part importante des loyers serait versée les six premières années. Il pourrait ainsi financer la plantation et disposer d'un revenu jusqu'aux premières récoltes. Nous recherchons d'autres agriculteurs, de préférence sur la Côte-sous-le-Vent, pour atteindre 100 hectares, soit une production estimée de 80 à 100 tonnes de café.

Comment cette production va-t-elle pouvoir créer de la richesse en Guadeloupe ?

Nous visons un marché de niche, avec un café haut de gamme destiné à l'export. Un hectare pourrait rapporter, selon nos estimations, six à dix fois plus que la canne ou la banane. Nous souhaitons créer une identité commune, avec des mini-fûts rappelant ceux utilisés autrefois. Chaque produit porterait le nom de l'habitation où il a été cultivé. Café Chaulet rachèterait les récoltes à un prix défini avec les agriculteurs, puis assurerait la torréfaction et la commercialisation. La valeur issue de la transformation resterait ainsi sur le territoire.

« UNE ENTREPRISE NE PEUT PAS RÉUSSIR DURABLEMENT DANS UN TERRITOIRE QUI S'APPAUVRIT »

Philippe Chaulet, dirigeant de Café Chaulet

CAFÉ CHAULET
Le Bouchu – 97119 VIEUX HABITANTS
+ 590 590 985 496 – + 590 590 985 459
cafe.chaulet@wanadoo.fr
www.cafe-chaulet.com
Cafe Chaulet – cafechaulet



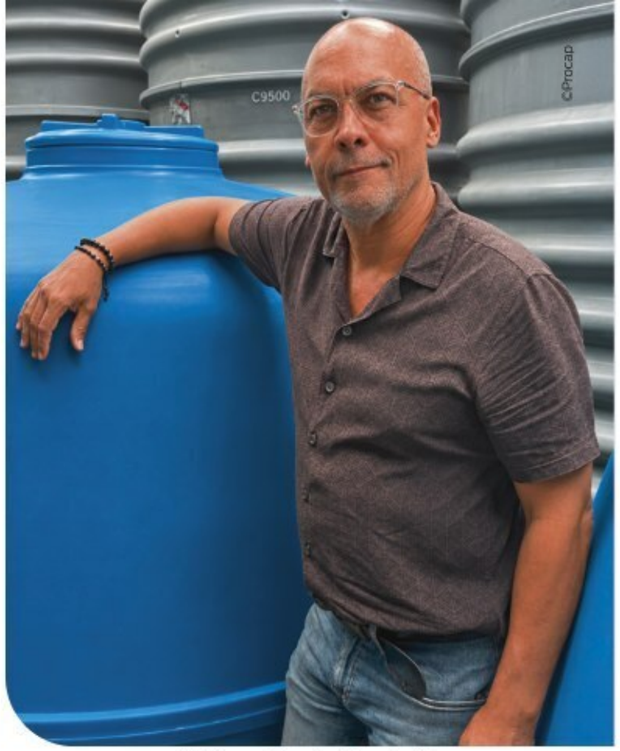
CULTIVÉ, TORRÉFIÉ, DÉGUSTÉ ICI

Le café guadeloupéen reprend racine. Du bonifieur cultivé sur nos hauteurs jusqu'à la tasse, la filière se reconstruit sur le territoire.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

Une industrie locale au service des grands enjeux de l'eau

En Guadeloupe, PROCAP a fait le constat suivant : la gestion de l'eau et l'assainissement non collectif représentent un défi environnemental et sanitaire important. Dans ce contexte, le développement de solutions adaptées est essentiel pour garantir des installations fiables et durables.



Joël Choux, référent solutions techniques

PROCAP, filiale du groupe Caïali, est spécialisée dans la fabrication de corps creux en polyéthylène avec une gamme de solutions de stockage des eaux de pluie, de citernes tampons pour l'eau de ville et de systèmes d'assainissement non collectif aux Antilles-Guyane. Son expertise repose sur la maîtrise depuis près de 30 ans d'un savoir-faire industriel bien spécifique : le rotomoulage, qui permet de fabriquer des produits monoblocs.

Comme l'explique Joël Choux, référent solutions techniques chez PROCAP : « Le rotomoulage nous a permis de nous adapter au marché et de proposer une large gamme de produit de qualité à un coût raisonnable, notamment grâce à la matière PEHD*. »

Le respect de l'environnement et la recherche de solutions durables font partie de l'ADN du groupe. PROCAP n'a jamais cessé d'investir dans les hommes, leur formation, la modernisation de ses équipements et la qualité de ses produits. Avec l'appui du groupe Caïali, la structuration des services qualité, maintenance, production et marketing a aussi permis de renforcer l'organisation en assurant un meilleur suivi des activités, une maintenance régulière des équipements et une coordination renforcée entre les services, tout en accompagnant le développement de l'entreprise.

Des systèmes d'assainissement fiables et résilients

Dans nos territoires où la gestion de l'eau de ville et le traitement des eaux usées sont problématiques, PROCAP tâche de proposer des solutions innovantes respectant les réglementations en vigueur et sécurisant le particulier. « Une installation mal dimensionnée, mal réalisée ou insuffisamment entretenue peut avoir des conséquences sur la salubrité et la qualité des eaux en milieu naturel », précise Joël Choux.

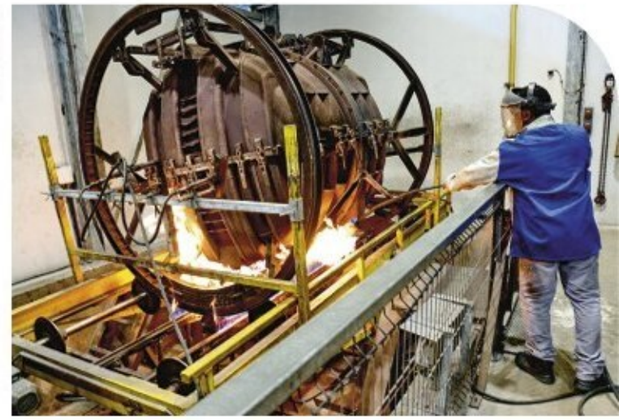
C'est pourquoi PROCAP ne se contente pas de fabriquer des produits : la société accompagne aussi ses clients tout au long de leur utilisation, grâce à un service structuré qui veille à la qualité des entretiens et à la conformité des systèmes d'assainissement. À l'image d'une voiture, un système d'assainissement nécessite un entretien régulier pour garantir son bon fonctionnement et ses performances dans la durée.

En matière d'assainissement, l'entreprise propose notamment ECOFLO, une solution de traitement des eaux usées qui utilise des fragments de coco pour la filtration. « Les bactéries viennent coloniser les copeaux de coco. L'ensemble fonctionne sans électricité et s'adapte aussi bien aux petits terrains qu'aux contraintes techniques et topographiques. C'est le système le plus rustique qu'on puisse trouver, à la fois robuste, fiable et simple, adapté aux contraintes de nos territoires », explique Joël Choux. Le système ECOFLO bénéficie aujourd'hui d'un recul significatif permettant de confirmer son efficacité de traitement, sa fiabilité et sa durabilité tout au long de son cycle de vie.

La professionnalisation du secteur est aussi essentielle. Il est important de faire appel à des installateurs professionnels, formés et assurés, afin de garantir une installation de qualité et couvrir les responsabilités liées aux travaux d'assainissement. Sensibiliser le consommateur final à l'importance de choisir un professionnel qualifié constitue un enjeu majeur.


Étape de fabrication
©Lou Denim


Système ECOFLO installé chez un particulier
©Procap


Chaîne de production
©Lou Denim

L'eau disponible, même en cas de coupure

L'autre spécialité de PROCAP, ce sont les citernes tampon d'eau potable. En Guadeloupe, où la population souffre de coupures d'eau régulières, la société n'a pas vocation à remplacer le réseau public, mais elle apporte des solutions pour pallier les manques d'eau, baisses de pression et apporter davantage de sérénité aux usagers.

C'est ainsi qu'elle a développé une large gamme de citernes avec attestation de conformité sanitaire (ACS), de différentes capacités et configurations, verticales ou horizontales, hors-sol ou enterrées, etc.

« L'objectif est de s'adapter aux besoins des utilisateurs et surtout, de leur garantir une solution sûre, performante et pérenne, dans le respect de la réglementation sanitaire en vigueur. »

Chez PROCAP, l'engagement se résume à travers son slogan : « Accompagner l'action locale publique et privée », dans le respect des réglementations et des obligations légales. Au-delà de l'activité industrielle, la société souhaite être un partenaire de confiance pour les professionnels, les collectivités et les particuliers, en contribuant activement aux projets qui façonnent l'avenir du territoire guadeloupéen.

** PEHD : polyéthylène haute densité*

PROCAP
Accompagner l'action durable publique et privée

PROCAP Guadeloupe
ZI de Jarry
651, rue de la Chapelle
97122 BAIE-MAHAULT
Tél. 0590 38 14 14
www.procap.fr

Agroalimentaire

DU KETCHUP, OUI, MAIS AUX SAVEURS CRÉOLES

Spice Créole Food a racheté, en début d'année, la marque **Piment Coco**. L'alliance de l'authenticité et de l'originalité autour d'un objectif commun : la valorisation des épices et produits locaux de qualité.

Auteur Caroline Bablin – Photos Lou Denim



Laura Marsolle, présidente de la société PIMCO

Les vinaigrettes prêtes à l'emploi de la marque Piment Coco ont rejoint récemment les vinaigres de canne aromatisés de la marque Créole Food. Un rapprochement qui laisse augurer de savoureuses perspectives...

« La société Spice Créole Food a été créée en 1990 et reprise par Pascal Marsolle en 1998, explique Laura Marsolle. Quant à moi, je l'ai rejointe en 2014. » En plus de 30 ans d'existence, la marque s'est fait une place dans les cuisines antillaises. « Notre "top vente" est notre gamme d'épices à desserts : vanille, amande amère, cannelle et muscade. » Mais Créole Food, ce sont aussi des vinaigres de canne aromatisés à l'ananas, coco, cive, gingembre, vanille ou « créole », la préparation pour acras de morue déshydratée, la purée de piment végétarien, des sauces pimentées et moutardes aux saveurs « créole » ou « indienne ».

Une marque « jeune et ludique »

Aussi, lorsque la marque Piment Coco est mise en vente par ses fondateurs, Aymeric et Leslie Belliot, Pascal et Laura Marsolle n'ont pas hésité longtemps avant de se porter acquéreurs. « C'était pour nous l'occasion d'étendre la gamme de nos produits », explique Laura Marsolle. Celle qui est tombée toute jeune dans la marmite, a grandi au milieu des saveurs de vanille, muscade et piment végétarien, est ainsi la nouvelle présidente de la société PIMCO. Dans sa vision, Créole Food et Piment Coco sont deux marques complémentaires avec chacune leur personnalité.

Le rachat de Piment Coco a commencé par une transmission, la passation d'un savoir-faire entre passionnés, amoureux de gastronomie créole. Aymeric Belliot est resté pendant six mois aux côtés de Pascal et Laura Marsolle afin de transmettre les recettes qui ont fait la réputation de la marque.

« Créole Food bénéficie d'une image plus classique et authentique. Piment Coco est une marque plus jeune et "ludique", avec des produits originaux et de qualité, et un positionnement légèrement plus haut de gamme », explique Laura Marsolle. Notamment des vinaigrettes prêtes à l'emploi élaborées à partir de pulpe de fruits et qui jouent avec les saveurs... Celles-ci se déclinent en quatre versions : ananas-maracudja, mangue-citron, gingembre-curcuma, ou encore à l'antillaise.

Des produits locaux et de qualité

Le rapprochement entre Créole Food et Piment Coco permet de mutualiser les fournisseurs, sans rien concéder à la qualité des ingrédients utilisés pour élaborer chaque recette. « Nous avons toujours été très attentifs aux produits que nous choisissons. Nous travaillons autant que possible avec des agriculteurs et fournisseurs locaux, note Laura Marsolle. Pour l'instant, notre objectif est de consolider les produits qui fonctionnent, maîtriser la production, les process et les stocks avant d'élargir la gamme. » Même si de nouvelles recettes sont en cours de test, leur mise sur le marché n'est pas pour tout de suite. La production a déjà été ramenée à Sainte-Rose, là où sont fabriqués les produits Créole Food, et des recrutements sont envisagés afin de compléter l'équipe. « Nous allons aussi revoir le packaging et le logo pour que la marque Piment Coco soit mieux identifiée », note Laura Marsolle, qui souhaite en faire une référence en matière de « manger local », à la fois sain et savoureux. « Notre ketchup de giraumon est, par exemple, une alternative intéressante au ketchup traditionnel à la tomate, avec moins de sucre et moins d'additifs, notamment pour les enfants... »



Gamme de vinaigrettes prêtes à l'emploi

Piment Coco, c'est une gamme de huit produits

- Des vinaigrettes prêtes à l'emploi ananas-maracudja, mangue-citron vert, gingembre-curcuma et à l'antillaise.
- Des sauces barbecue saveur « boucanée » ou « rhum vieux ».
- Des ketchups au giraumon ou à l'antillaise.



Chaîne d'emballage des produits

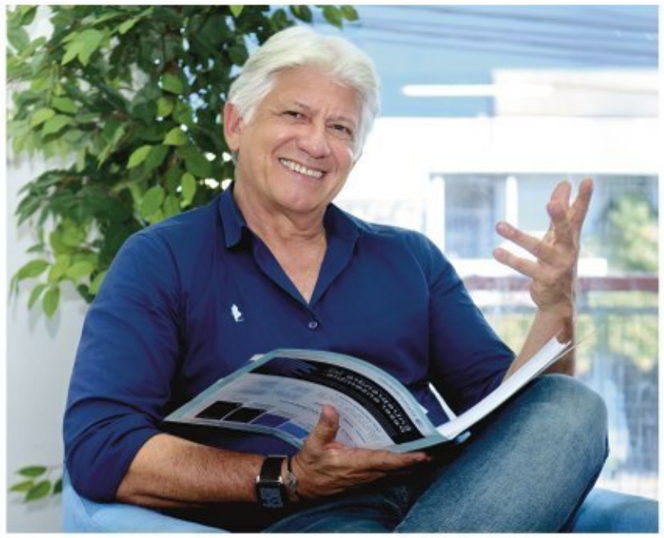
PIMENT COCO / CRÉOLE FOOD
Domaine de Séverin
Cadet
97115 Sainte-Rose
Tél. 0590 69 87 67

Entreprises

UNE GRANDE CONSULTATION POUR TROUVER DES SOLUTIONS

Les Entrepreneurs Guadeloupe (ex-CPME) ont participé, le 4 novembre, à la Grande Consultation nationale des Entrepreneurs. Leur objectif : dire aux candidats à la présidentielle ce qu'ils veulent pour l'avenir de leurs entreprises.

Auteur Caroline Bablin – Photo Lou Denim



Victor Venutolo, président des Entrepreneurs Guadeloupe

La CPME devient Les Entrepreneurs

En début d'année, la CPME est devenue « Les Entrepreneurs ». Un changement de nom motivé par « l'idée qu'il ne faut pas défendre des catégories d'entreprises, mais bien les hommes et les femmes qui entreprennent, prennent des risques et créent des richesses », explique Victor Venutolo.

« Nous ne voulons plus entendre le programme des candidats à la présidentielle, ni établir une liste de doléances. Nous proposons nous-mêmes les solutions aux problèmes que nous avons identifiés », explique Victor Venutolo, président des Entrepreneurs Guadeloupe.

C'est dans cette optique que la Grande Consultation des Entrepreneurs a été lancée au niveau national. En Guadeloupe, elle s'est déroulée le 4 novembre et a réuni 114 personnes, des chefs d'entreprise, mais aussi des étudiants, des salariés et des retraités.

Lors de la consultation, « deux grands enjeux se sont dégagés : l'emploi des jeunes et la situation des seniors, note Victor Venutolo. Pour les jeunes qui veulent rentrer en Guadeloupe, même lorsqu'ils trouvent un emploi, les conditions ne sont pas réunies en termes de logements et services adaptés à la famille. » Concernant le second volet, « des participants ont présenté des projets visant à améliorer l'accompagnement des seniors à domicile et en établissement, et à soutenir les aidants », note le président des Entrepreneurs.

Jusqu'au 15 janvier 2027 pour contribuer

Parmi les nombreux points soulevés, des solutions pour mieux rémunérer le travail ou encore revoir l'octroi de mer. « Nous sommes favorables à son maintien, mais nous proposons de percevoir cette taxe au moment de la vente plutôt qu'à l'entrée des marchandises, afin d'alléger la trésorerie des entreprises tout en préservant la production locale et les recettes des collectivités. »

Toute la consultation a été enregistrée, transcrite grâce à un outil d'IA et transmise au niveau national. Ensuite, une synthèse de toutes les contributions sera adressée aux candidats à la présidentielle et renvoyée à chaque département. À noter qu'il est toujours possible d'apporter sa contribution en ligne jusqu'au 15 janvier 2027.

LES ENTREPRENEURS GUADELOUPE

Les Entrepreneurs Guadeloupe
Immeuble Moede
488, rue de la Chapelle
ZI de Jarry
97122 Baie-Mahault
Tél. 05 90 86 65 44

www.971.lesentrepreneurs.fr
Pour participer à la Grande Consultation :
https://lagrandeconsultationdesentrepreneurs.fr/



Projets structurants

LES RUP AU CŒUR DE LA NOUVELLE STRATÉGIE EUROPÉENNE

Début novembre, la Guadeloupe a accueilli la 30e conférence des régions ultrapériphériques (RUP) avant d'en transmettre la présidence à Madère. Ary Chalus, président de la **Région Guadeloupe** à Bruxelles, en explique les enjeux.

Texte Sarah Balay

©Fred Sapotille



30e Conférence des présidents des régions ultrapériphériques

La Guadeloupe a présidé la conférence des présidents des RUP d'avril 2025 à novembre 2026, dans un contexte de recompositions géopolitiques, d'enjeux de défense et de sécurité, et d'impératifs de compétitivité et de souveraineté. L'Union européenne redéfinit actuellement ses priorités stratégiques et prépare son budget 2028-2034. On appelle RUP les 9 territoires de l'Union européenne éloignés du continent : la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, La Réunion, Mayotte, Saint-Martin, les Açores, Madère et les Canaries. Par leur position et leurs ressources, elles contribuent à la souveraineté maritime et énergétique de l'Union, à la préservation de la biodiversité, à la recherche et à son rayonnement dans l'Atlantique, l'Amazonie, la Caraïbe et l'océan Indien. « Investir dans nos territoires renforce la souveraineté, l'influence et la capacité d'action de l'Europe à l'échelle mondiale », déclare Ary Chalus, président de la Région Guadeloupe, avant de poursuivre : « Nous ne demandons pas de privilèges, mais des politiques et des moyens adaptés à nos réalités : l'égalité de traitement suppose de tenir compte des différences de situation. »

Lors de cette 30e conférence, les présidents ont réaffirmé que les RUP sont des atouts géostratégiques et que leurs spécificités doivent être intégrées dès la conception des stratégies européennes. Sous la présidence guadeloupéenne, un travail collectif de dialogue, de concertation et d'influence, comprenant l'analyse des textes et des propositions d'amendements, a contribué à la révision de la stratégie européenne pour les RUP. Le 10 septembre 2026, la Commission l'a présentée avec un premier paquet de simplification réglementaire, fondé sur l'article 349 du TFUE (traité sur le fonctionnement de l'Union européenne). Il propose six adaptations :



©Fred Sapotille

La ministre des Outre-mer, Naïma Moutchou, entourée du président de la Région Guadeloupe, Ary Chalus et de Miguel Albuquerque, président du gouvernement régional de Madère. À l'occasion de la passation de la présidence de la CPRUP entre la Guadeloupe et Madère.

- Octroi de mer : prolongation jusqu'au 31 décembre 2030, ajout de 22 codes produits pour la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane et La Réunion, et simplification de la mise à jour annuelle des listes.
- Agriculture : intégration du manioc, de l'igname, du taro et du malanga à l'organisation commune des marchés (OCM) fruits et légumes, pour ouvrir l'accès aux aides aux organisations de producteurs.
- Forêt : exclusion de la Guyane du champ du règlement sur la déforestation pour les produits consommés localement ou exportés vers des pays tiers.
- Pêche : report à 2030 de la fixation des plafonds de capacité de la flotte de Mayotte.
- Douanes : exonération de droits pour 1 500 tonnes par an de vivaneau rouge transformé en Guyane.
- Migration : adaptation de la procédure d'asile aux RUP françaises hors de l'espace Schengen.

Une proposition de révision du système d'échange de quotas d'émission de l'Union européenne (SEQE) prolonge aussi jusqu'au 31 décembre 2035 certaines dérogations applicables au transport aérien et maritime des RUP.

Le prochain budget européen déterminant

« Le cadre financier pluriannuel 2028-2034 déterminera les moyens de notre développement, explique Ary Chalus. Les fonds européens soutiennent l'agriculture, la pêche, l'insertion, l'emploi et les investissements structurants. Nous demandons des garanties pour les dispositifs spécifiques aux RUP, ainsi que le maintien du POSEI comme instrument autonome et le renforcement de son enveloppe pour les productions agricoles locales. » Selon le président de la Région Guadeloupe, les RUP doivent disposer de moyens au moins équivalents à ceux d'aujourd'hui, en tenant compte de l'évolution des prix, afin de poursuivre leurs projets et de répondre à leurs besoins.

> « NOUS NE DEMANDONS PAS DE PRIVILÈGES, MAIS DES POLITIQUES ET DES MOYENS ADAPTÉS À NOS RÉALITÉS »
>
> Ary Chalus,
> président de la Région Guadeloupe

Madère prend le relais de la Guadeloupe

« La Guadeloupe reste engagée dans cette dynamique collective. Le président de Madère, Miguel Albuquerque, a réaffirmé sa volonté d'encourager le dialogue et la coopération entre les RUP et avec les institutions européennes, dans l'intérêt de nos régions et de leurs citoyens. Cette stratégie marque un tournant dans la relation entre l'Union et ses régions les plus éloignées. Nous voulons suivre sa mise en œuvre et contribuer à ses objectifs, grâce au dialogue entre la Commission, les États membres et les RUP. Nous serons également attentifs au suivi des mesures du paquet législatif et réglementaire, pour une application plus systématique de l'article 349. Nous attendons de nouvelles mesures de simplification, élaborées de manière concertée, au profit de toutes les RUP », conclut Ary Chalus.

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.

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 Guadeloupe, l'attractivité des talents, le vieillissement de la population active et l'évolution des compétences constituent des enjeux spécifiques, aujourd'hui et demain.

Texte Axelle Dorville – Photo Lou Denim



Phabiola Petit (conseillère clients), Laetitia Niaudeau (directrice générale adjointe), Amélie Marcin (consultante en développement professionnel), Anne-Esther Cavalini (responsable de Centre Apec Guadeloupe et Îles du Nord), Jean-Sebastien Fiorenzo (directeur adjoint à la direction des services et du réseau), Stéphanie Gokoul (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.

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

Laetitia Niaudeau, directrice générale adjointe de l'APEC

En 60 ans, l'APEC a renforcé sa présence dans les territoires et notamment en Guadeloupe, en 2019…

L. N. : 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 et syndicales), nos consultants en Guadeloupe accompagnent, 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 Guadeloupe ?

Anne-Esther Cavalini, responsable de centre Guadeloupe : Le vieillissement de la population tout d'abord. Nous sensibilisons ainsi les entreprises aux enjeux de perte de compétences et d'expertise lorsque les départs à la retraite et donc la transmission des savoir-faire ne sont pas suffisamment anticipés, tout en ouvrant la réflexion à la reprise d'entreprise. Le départ des jeunes diplômés est également un enjeu prégnant. Grâce à notre partenariat avec l'université, nous cherchons à valoriser les perspectives professionnelles en Guadeloupe, offrir une meilleure connaissance du marché de l'emploi local et à accompagner les étudiants dans la préparation de leur présentation et de la négociation salariale, notamment. Notre présence dans l'hexagone à des événements comme la participation au Salon Paris pour l'emploi a par ailleurs pour objectif de donner de la visibilité aux cadres originaires du territoire sur les opportunités professionnelles locales. En 2025, nous avons accompagné 1 000 cadres et jeunes diplômés (à travers de l'accompagnement individuel et collectif, des rendez-vous, ateliers, job dating et webinaires) ainsi que 250 entreprises dans leurs besoins de recrutement.

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

L. N. : 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 d'aider 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.

apec

APEC
Immeuble Papillon
25 blvd Danielle Marsin
97139 Les Abymes
www.apec.fr

Rendez-vous sur Apec.fr pour un entretien avec un.e consultant.e Et suivez-nous sur notre page LinkedIn Apec Guadeloupe Martinique Guyane



Défiscalisation

« NOUS CONTRIBUONS À MAINTENIR ET À CRÉER DES EMPLOIS »

Acteur majeur de la défiscalisation en Outre-mer depuis plus de 20 ans, **ECOFIP** a annoncé créer, avec trois autres monteurs*, l'Organisation des monteurs en défiscalisation outre-mer (OMDOM), le 1er octobre dernier. Retour sur les fondamentaux du secteur avec Jack Nepaul, directeur d'agence en Guadeloupe.

Texte Floriane Jean-Gilles - Photo Lou Denim

Jack Nepaul, directeur d'agence Ecofip en Guadeloupe

Quel est l'objectif de l'OMDOM ?
L'OMDOM est une organisation professionnelle, créée en 2026, qui s'inscrit dans le prolongement de la charte de déontologie de 2015 qui encadrait déjà la profession de monteur en défiscalisation. L'objectif de l'organisation, ouverte à tous les professionnels relevant de l'article 242 du Code général des impôts, est de renforcer la qualité, la lisibilité et la conformité des pratiques professionnelles et, ainsi, d'uniformiser les pratiques, au moyen de critères communs fondés sur le droit applicable, d'un audit indépendant à l'adhésion et de contrôles périodiques. L'OMDOM contribue ainsi à la confiance dans les dispositifs d'aide fiscale à l'investissement outre-mer et à leur pérennité.

Sur quoi repose le principe de défiscalisation (et de la loi Girardin) ? On dit souvent que c'est un dispositif « gagnant-gagnant », expliquez-nous pour quelles raisons.
La loi Girardin est une aide fiscale à l'investissement destiné à doper l'activité économique des entreprises locales. Ce dispositif existe depuis 2003 et prorogé jusqu'en 2029. Le principe est de faire appel à des investisseurs qui, en contrepartie de leur soutien financier aux entreprises ultramarines, bénéficient d'une réduction d'impôts l'année qui suit l'investissement. C'est en cela qu'on dit que c'est un dispositif « gagnant-gagnant ». Toutefois, tous les secteurs ne sont pas éligibles à la défiscalisation. C'est la loi qui le prévoit. La loi Girardin couvre, en réalité, 5 dispositifs distincts. Le Girardin industriel est le plus courant. Il finance l'achat de matériels professionnels neufs (engins de chantier, véhicules utilitaires, équipements agricoles, matériel de restauration, machines industrielles...), mis en location auprès d'entreprises ultramarines pour une durée de 5 ans.

Quel est exactement le rôle d'ECOFIP dans cette mécanique ?
Nous sommes garants de la faisabilité technique et financière des projets que nous accompagnons. Nous servons d'intermédiaire entre les porteurs de projets et les contribuables qui souhaitent investir. ECOFIP est un réseau de 7 agences réparties dans les DOM-COM. Nous instruisons les dossiers en région et travaillons avec l'Hexagone pour la collecte de fonds des investisseurs. Notre mission consiste également à accompagner les clients dans leur recherche d'autres sources de financement, car après avoir bénéficié du dispositif, il reste, en moyenne, 65 % de financement à trouver.

Pourquoi un chef d'entreprise a-t-il besoin de passer par vous plutôt que de gérer ces demandes de financement seul ?
Pour bénéficier de l'aide fiscale, il est obligatoire de passer par un cabinet. Toutefois, il y a une vraie plus-value dans le fait de profiter de notre accompagnement, car nos territoires sont majoritairement composés de petites et moyennes structures. Or les chefs d'entreprise n'ont pas toujours le temps de gérer ces dossiers et les procédures qui en découlent.

Concrètement, quel a été le volume de financement injecté dans l'économie locale, et combien d'entreprises avez-vous accompagnées ?
La moyenne sur ces 5 dernières années se situe entre 230 et 240 millions d'euros de financement, tous territoires confondus. Cela représente environ 2 700 projets accompagnés par nos équipes.

Au-delà des chiffres, quel est pour vous le rôle fondamental d'un acteur comme ECOFIP dans la préservation de nos TPE et PME ?
En favorisant ces investissements, nous contribuons à maintenir et à créer des emplois. C'est la raison d'être de ce dispositif. Nous permettons également à un exploitant de tenir son outil de production à jour et, par conséquent, de se maintenir sur son marché. En cette période de turbulences, il est indispensable de s'entourer de personnes compétentes pour réaliser les investissements opportuns.

Y a-t-il un secteur d'activité particulier en Guadeloupe qui, selon vous, sous-utilise encore les leviers de défiscalisation et que vous aimeriez davantage accompagner ?
Le secteur de la transition écologique mériterait d'être développé. Aujourd'hui la majeure partie des investissements se situent dans le traitement et le transport de déchets. On peut regretter qu'il n'y ait pas encore de gros projets qui soutiennent la transition écologique. Il y a un vrai enjeu à soutenir et développer les filières locales de recyclage et de l'énergie.

** 4 monteurs en défiscalisation ont fondé l'OMDOM : ECOFIP, Infi, Inter Invest Outre-Mer et Sintorin*

ECOFIP
Ingénierie & Financement Outre-Mer

ECOFIP Guadeloupe
Immeuble Les Tropiques
Voie Verte
ZI de Jarry
97122 Baie-Mahault

Énergies renouvelables

« NOUS COUVRONS 10 % DES BESOINS EN ÉLECTRICITÉ DE L'ARCHIPEL »

En Guadeloupe, **TotalEnergies** exploite plusieurs centrales éoliennes et photovoltaïques, ainsi que des batteries de stockage et travaille en continu sur de nouveaux projets. Explications avec Marc Longrée, responsable des activités énergies renouvelables de TotalEnergies aux Antilles et en Guyane.

Texte Caroline Bablin – Photo Lou Denim



Équipe TotalEnergies : Marvin, Marc, Sophie, Johan, Jacky, Maxine, Jean-Emmanuel, Keliane, Thomas, Johan (de haut en bas et de gauche à droite)

Dans l'esprit de beaucoup, TotalEnergies reste associée à ses activités historiques, notamment ses stations-service. Mais l'entreprise est également un acteur des énergies renouvelables. Pouvez-vous nous expliquer en quoi consiste cette activité ?

Il faut savoir que TotalEnergies produit aussi de l'électricité d'origine renouvelable via ses centrales éoliennes et photovoltaïques. Aux Antilles-Guyane, TotalEnergies exerce ainsi deux activités principales : l'exploitation et la maintenance de centrales éoliennes et photovoltaïques existantes, et le développement et la construction de nouvelles infrastructures, tel le parc éolien de Petit-Canal qui devrait entrer en production fin 2027.

En Guadeloupe, nous disposons d'une capacité de près de 70 mégawatts (MW), soit environ 10 % des besoins électriques de l'archipel. Lors des pics de production, nous sommes aussi capables de stocker une partie de l'électricité produite dans des batteries afin de la redistribuer lorsque les gens en ont le plus besoin.

Combien de collaborateurs travaillent sur place pour TotalEnergies dans les énergies renouvelables ?

Aux Antilles-Guyane, nous sommes une équipe de treize personnes, dont sept collaborateurs qui veillent en continu au bon fonctionnement des centrales éoliennes et photovoltaïques. En effet, pour chaque centrale construite, nous signons un contrat avec le gestionnaire de réseau par lequel nous nous engageons à fournir un certain niveau d'électricité pour une durée de 15 ou 20 ans selon les clauses prévues. L'exploitation et la maintenance de nos centrales, comme de nos batteries, sont essentielles pour contribuer efficacement à l'équilibre du réseau. Et au-delà de nos équipes, nous travaillons avec un ensemble de partenaires sous-traitants.

Vos sous-traitants sont-ils des entreprises locales ?

Nous travaillons avec une centaine de partenaires sous-traitants, et dans 85 % des cas, ce sont des entreprises locales, avec des activités très diversifiées. Cela va du petit indépendant qui entretient les espaces verts autour des centrales solaires, à l'entreprise de levage capable de soulever une génératrice d'éolienne qui fait 45 tonnes à 50 mètres du sol... Par exemple, à Petit-Canal, où 10 nouvelles éoliennes sont en cours d'installation pour une puissance de 20 MW, en dehors de la construction des éoliennes elles-mêmes, un domaine dans lequel il n'y a que quelques entreprises spécialisées dans le monde, tout ce qui concerne la préparation des pistes, la pose de câbles dans le sol, le bétonnage des embases, etc. est confié à des entreprises locales.

En dehors de Petit-Canal, avez-vous d'autres projets en cours ?

Quatre de nos collaborateurs travaillent en permanence sur le développement de nouveaux projets. Il s'agit de penser à des solutions répondant aux besoins locaux, travailler collectivement pour coconstruire les projets, identifier des terrains avec suffisamment d'ensoleillement ou d'exposition au vent, anticiper les enjeux de raccordement au réseau... Mais avant tout projet, nous sommes très attentifs aux éventuels impacts pour les habitants du secteur ainsi que la faune et la flore locales.

Une fois que vous avez identifié un emplacement idéal, comment procédez-vous ?

Nous passons un accord avec le propriétaire du terrain, mais rien ne garantit que le projet se réalise. Nous devons d'abord constituer le dossier et réaliser les études préalables, estimer les coûts de construction, la production à venir, instruire les permis et enfin, répondre à un appel d'offres lancé par les services de l'État. Si notre projet est retenu, une nouvelle aventure collective commence...

Engagé dans le sport local

Cette année, TotalEnergies a accompagné deux événements sportifs majeurs : le Tour cycliste de Guadeloupe et la Route du Rhum, à travers le soutien à la traversée de Kéni Piperol. « L'idée est de nous tenir aux côtés des guadeloupéennes et guadeloupéens qui font rayonner le territoire », explique Marvin Chalot, chargé de l'ingénierie foncière, des relations publiques et des partenariats. « À ce titre, nous avons aimé l'engagement et le goût du challenge de Kéni, qui participe cette année à sa deuxième Route du Rhum. Et le fait qu'il s'inscrive dans une démarche de promotion des énergies renouvelables est aussi dans le droit fil de nos ambitions. »

TotalEnergies

TotalEnergies renouvelables Antilles-Guyane
Immeuble Antarès
Parc d'activités de Dothémare
rue Georges-Biras
97139 LES ABYMES
www.renouvelables.totalenergies.fr

RSE

AGIR LOCALEMENT, S'ENGAGER DURABLEMENT

Avec une gouvernance implantée en Martinique et en Guadeloupe, **Assurance Outremer** déploie une démarche RSE fondée sur l'engagement collectif, la solidarité et la proximité. Élodie Cénille, assistante de direction, et Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel, en présentent les actions et les ambitions pour 2027.

Texte Sandrine Chopot – Photo Jean-Albert Coopmann



Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel

Quels sont les piliers de votre démarche RSE ?

Élodie Cénille, assistante de direction : Lancée à la mi-2023, notre démarche repose sur les dimensions : sociale, environnementale, économique et territoriale. L'idée est d'intégrer la RSE à notre activité quotidienne et à nos relations avec nos parties prenantes : gouvernance, collaborateurs, sociétaires et partenaires. Cela se traduit par une attention portée à la qualité de vie au travail, à la cohésion des équipes, mais aussi par des pratiques responsables, comme la dématérialisation. Deux instances assurent son pilotage : un comité qui définit les orientations et la Team RSE qui propose et met en œuvre les actions.

Comment mobilisez-vous les collaborateurs ?

Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel : Les collaborateurs sont les premiers acteurs du changement. Nous avons mis en place une charte du vivre ensemble autour du respect, de la coopération et de la bienveillance. En 2026, une journée dédiée à la RSE a permis de sensibiliser les équipes autour d'ateliers en recueillant leurs idées, et se découvrir autrement. Nous voulions donner davantage la parole aux collaborateurs et renforcer leur implication dans la démarche RSE.

Comment se traduit votre engagement sur les territoires ?

E. C. : Au-delà de notre rôle d'assureur local, nous voulons développer des actions concrètes de solidarité. En 2025, une collecte de vêtements auprès des collaborateurs a permis des redistributions à des associations sur les deux îles. L'accueil positif de cette initiative nous encourage à poursuivre.

Nous souhaitons renforcer notre engagement territorial en développant des actions utiles aux populations locales et en favorisant les rencontres humaines, au cœur de notre identité d'entreprise responsable.

Quelles sont vos ambitions pour 2027 ?

K. M. : Outre les interventions sur notre cœur de métier, nous souhaitons développer le bénévolat de proximité avec les collaborateurs et nouer des partenariats avec des associations accompagnant toute personne isolée ou en situation de précarité. Pour nous, le rôle d'un assureur engagé sur ses territoires c'est de protéger et tendre la main surtout là où l'isolement est le plus fort, tout en lui donnant un visage humain.

E. C. : Nous envisageons aussi des webinaires pour conseiller tout public sur des sujets concrets liés à l'achat de biens immobiliers, à la revente... Notre ambition est de construire une démarche durable, adaptée aux réalités de nos territoires en privilégiant des partenariats de proximité et des actions qui ont une réelle utilité sociale.

Assurance Outremer
https://assurance-outremer.com/
Fort-de-France
2 bis avenue des arawaks
0596 73 09 70
accueil@assurance-outremer.fr

Les Abymes
R402 Résidence les sylphides Grand-champ
0590 95 40 90
guadeloupe@assurance-outremer.fr

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 Marin

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™



Crédit photo : Shutterstock

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

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.

Recherche et innovation

DES DISPOSITIFS AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

De l'idée à la concrétisation de projets innovants, la **Région Guadeloupe** propose différents leviers pour soutenir les chercheurs, les startups et les PME. Depuis 2021, 66 initiatives ont bénéficié de cet accompagnement, pour un montant total de 4,8 millions d'euros.

Texte Adeline Louault – Photo Lou Denim



Marie-Luce Penchard, 2e vice-présidente du Conseil régional de la Guadeloupe, présidente de la commission Économie, Recherche et développement de l'ESS

Une stratégie structurée

« Notre objectif est de transformer la Guadeloupe en un territoire compétitif et résilient face aux chocs climatiques et économiques à venir, en s'appuyant sur l'innovation locale. Le SRDEII (Schéma Régional de Développement Économique, d'Innovation et d'Internationalisation), adopté fin 2023, fixe le cap. Il s'agit de soutenir et de promouvoir l'innovation dans les secteurs liés à la biodiversité, l'agriculture et la transition écologique et énergétique. Nous devons également intégrer l'innovation sociale au cœur des projets de proximité. Nous déployons en parallèle la Stratégie de Spécialisation Intelligente (S3) pour la période 2021-2027 : condition sine qua non pour capter efficacement les fonds européens (notamment le FEDER-FSE+) dédiés à l'innovation. La S3 oriente la recherche guadeloupéenne autour du numérique, considéré comme un levier de transversalité indispensable. La digitalisation doit infuser tous les secteurs innovants. Enfin le Schéma Régional de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation (SRESRI) implique de passer d'une logique académique traditionnelle à une recherche «appliquée», où chaque investissement dans l'enseignement et les laboratoires doit se traduire par de la création d'entreprises, de la compétitivité et de l'emploi en Guadeloupe. »

Marie-Luce Penchard, 2e vice-présidente du Conseil régional de la Guadeloupe, présidente de la commission Économie, Recherche et développement de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS)

Au sein de la direction de la Stratégie et des Interventions économiques, le service Recherche et Innovation de la Région Guadeloupe réunit Séverine Confiac, cheffe de service ; Laura Accipe, chargée de projets recherche ; et Romane Marsile, chargée de projets innovants. Il accompagne chercheurs, startup et PME, de l'idée à la mise sur le marché.

Son action s'appuie sur trois documents cadres : le Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII), qui définit la stratégie régionale de développement économique et d'innovation ; le Schéma de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation (SESRI), qui structure l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation ; et la stratégie de spécialisation intelligente (S3), qui identifie les domaines dans lesquels le territoire dispose d'atouts et où se concentrent les financements, notamment européens.



Severine Confiac, cheffe de service recherche innovation region guadeloupe

Plusieurs dispositifs pour les entreprises

Les entreprises disposent de plusieurs leviers pour développer leurs projets innovants : le Chèque Innovation peut atteindre 10 000 euros, dans la limite de 75 % des dépenses hors taxes, pour financer une première prestation d'expertise ; l'aide à la recherche et au développement (R&D) et à l'innovation peut, quant à elle, atteindre 50 000 euros, dans la limite de 45 % des dépenses hors taxes ; enfin, les marchés d'expérimentation et les appels à projets France 2030 régionalisés, sont financés par la Région et l'État et mis en œuvre par Bpifrance. Trois conditions s'appliquent : présenter un projet réellement innovant, réalisé en Guadeloupe et cohérent avec les domaines de la S3.

Des projets soutenus dans différents secteurs

Plusieurs projets ont bénéficié d'un soutien financier de la Région à travers ses dispositifs dédiés à l'innovation.

L'entreprise Maravilla a ainsi développé sa gamme de cosmétiques pour le visage. Paradis des Noix, spécialiste de la transformation et de l'enrobage de noix, a créé de nouvelles recettes. KARUSPHERE a été accompagnée pour installer son laboratoire de prévention des brumes de sable, tandis que SPOCONLINE déploie des abribus connectés dans le cadre d'un marché d'expérimentation.

L'Université des Antilles a également créé son plateau technique et pédagogique BEPOSDOM. Par ailleurs, la collectivité cofinance le programme d'activité de l'association SYNERGILES et de la Technopole I-NOVA, deux structures d'accompagnement de l'innovation sur le territoire.

Renforcer les liens entre recherche et entreprises

La Région finance des équipements scientifiques, des travaux de R&D et des projets collaboratifs entre laboratoires et entreprises. Elle est la première région partenaire de l'Agence nationale de la recherche (ANR). Cette collaboration permet de lancer des appels à projets adossés à la S3 et de bénéficier de l'expertise de cet opérateur pour évaluer et sélectionner les projets.

Parmi les autres collaborations figure la relation étroite avec l'Université des Antilles et la Technopole I-NOVA. Créée à l'initiative de la collectivité, cette dernière fait le lien entre recherche et entreprises grâce à un programme d'actions financé par la Région.

Enfin, les dispositifs « Je recrute mon premier docteur » et « Jeune docteur innovant » permettent aux entreprises d'innover en recrutant des docteurs et aux organismes de recherche de produire des résultats économiques concrets.

Préparer l'après 2027

Depuis 2021, 66 projets ont été accompagnés pour 4,8 millions d'euros attribués. Plusieurs freins sont identifiés : la complexité des dossiers européens, les avances de trésorerie difficiles à porter pour les petites structures et le faible nombre d'entreprises dotées d'une R&D interne. Pour y répondre, la Région accompagne les porteurs de projets dès le dépôt de leur demande d'aide, mais également à chaque étape clef du développement des entreprises, grâce à des dispositifs adaptés.

Aujourd'hui, deux priorités se dégagent : mettre en œuvre le SRDEII et préparer l'après 2027, en actualisant la S3 et en articulant mieux SRDEII et SESRI pour que la recherche irrigue l'économie locale. Une cartographie de la recherche et de l'innovation sera présentée au premier semestre 2027 afin de poursuivre le déploiement du Réseau régional de l'innovation.

En tant que cheffe de file du développement économique, il appartient à la Région de mettre à disposition des entreprises des moyens adaptés à leurs besoins d'innovation.

REGION GUADELOUPE

contact.innovation-recherche@regionguadeloupe.fr

PUBLI-COMMUNIQUÉ

Et si on faisait preuve d'audace Tech ?

Intelligence artificielle, automatisation, outils collaboratifs : les technologies transforment déjà le quotidien des entreprises. En Guadeloupe, elles offrent aussi de nouvelles opportunités pour innover, gagner en performance et créer durablement des emplois.



© Vadji Therasse

Line Charles-Hélène, directrice de Réseau Entreprendre Guadeloupe

L'innovation technologique est souvent associée aux grandes métropoles, aux startups en forte croissance ou aux géants du numérique. Pourtant, elle concerne aujourd'hui toutes les entreprises, quels que soient leur taille, leur secteur d'activité ou leur stade de développement. Derrière chaque évolution technologique se cache une question essentielle : comment renforcer son activité tout en répondant aux attentes d'un environnement en constante mutation ?

L'intelligence artificielle, la dématérialisation ou les outils numériques de pilotage offrent désormais des solutions accessibles à un grand nombre de dirigeants. Ils permettent d'optimiser l'organisation, de simplifier certaines tâches administratives, d'améliorer la relation client ou encore d'éclairer les choix stratégiques. L'objectif n'est pas de suivre chaque nouveauté, mais d'identifier les solutions les plus adaptées aux ambitions de l'entreprise. Car l'innovation ne se limite pas à la technologie. Elle repose aussi sur la capacité à se remettre en question, à anticiper les évolutions de son marché et à imaginer de nouvelles réponses aux défis rencontrés. Elle demande de la curiosité, de l'ouverture et la volonté d'avancer.

Cette approche fait écho à la mission de Réseau Entreprendre Guadeloupe. Depuis 14 ans, l'association contribue au développement économique du territoire en accompagnant des créateurs, des repreneurs et des dirigeants d'entreprises à potentiel de croissance et de création d'emplois. À travers un accompagnement individuel et collectif assuré par des chefs d'entreprise bénévoles, le partage d'expériences entre pairs et la force de son réseau, Réseau Entreprendre Guadeloupe aide les entrepreneurs à sécuriser leur développement et à franchir les étapes décisives de leur parcours.

Dans un contexte marqué par les transitions économiques et numériques, cette dynamique constitue un véritable levier de réussite. Elle permet aux dirigeants de prendre du recul, d'enrichir leur réflexion et d'aborder le changement avec confiance. Faire preuve d'audace Tech ne consiste pas à rechercher la révolution à tout prix. C'est savoir saisir les opportunités utiles à son activité et préparer l'avenir avec méthode. Une ambition pleinement portée par Réseau Entreprendre Guadeloupe, convaincu que la réussite des entrepreneurs contribue directement à la vitalité et à l'attractivité de notre territoire.

Réseau Entreprendre
GUADELOUPE

RÉSEAU ENTREPRENDRE GUADELOUPE
C/O Groupe Amédée BARBOTTEAU
Impasse Jean-Marie JACQUARD
ZI de Jarry - 97122 BAIE-MAHAULT
www.reseau-entreprendre.org/guadeloupe/



Coopération

LA CARAÏBE, TERRITOIRE D'INNOVATION

Avec son partenaire trinidadien Caribbean Industrial Research Institute (CARIRI), la technopole I-NOVA mise sur l'immersion et l'expérimentation pour accompagner les entreprises guadeloupéennes. Une démarche qui associe tests grandeur nature, R&D, adaptation des produits aux marchés caribéens.

Texte Sandrine Chopot



©I-Nova Technopole Guadeloupe

Délégation chez l'ambassadeur de France à Trinidad

« Rien ne remplace le contact direct avec le marché. Aller à la rencontre des consommateurs et des distributeurs permet de comprendre leurs attentes. » Pour Raïssa Goubin Kern, directrice d'I-NOVA, l'innovation commence sur le terrain. Créée en octobre 2022 à l'initiative de la Région Guadeloupe, la technopole a pour mission de structurer l'écosystème local et de renforcer la compétitivité des entreprises à travers l'innovation. Un enjeu majeur dans un territoire de 380 000 habitants, où le marché intérieur atteint rapidement ses limites. « À quelques heures d'avion, nous avons pourtant accès à un bassin caribéen de près de 40 millions de consommateurs », souligne-t-elle.

Innover pour exporter

C'est dans cette perspective que I-NOVA a noué un partenariat avec CARIRI, organisme trinidadien créé en 1970. En juillet 2026, trois entreprises guadeloupéennes, Cap Créole, Renée et Papa Rouyo ont participé à une *learning expediton* à Trinidad-et-Tobago. Visites industrielles, rencontres avec des distributeurs, dégustations et participation au salon Trade and Investment



Les entreprises guadeloupéennes présentes au TIC 2026 à Trinidad-et-Tobago



Visite des labos de CARIRI

Convention (TIC) ont rythmé cette immersion. « Les entreprises ont pu tester leurs produits, recueillir les réactions du public et mieux appréhender le marché avant d'engager des investissements », explique Denise Ferguson, Executive Manager de CARIRI.

Au-delà de la prospection, l'objectif est d'adapter les produits aux habitudes de consommation et aux exigences réglementaires. « L'export doit être un accélérateur d'innovation. Nous accompagnons les entreprises sur les normes, l'étiquetage et les aspects techniques », précise Raïssa Goubin Kern. « CARIRI met notamment à disposition son centre de transformation alimentaire, qui permet de tester des recettes, de réaliser des prototypes et d'envisager une montée en production sans investir immédiatement dans ses propres équipements », complète Denise Ferguson. Une expertise renforcée par des compétences en analyses et en sécurité alimentaire.

La Caraïbe en réseau

Le programme, financé par le Fonds de Coopération régionale de la Préfecture de Guadeloupe, prévoit 24 mois de co-incubation pour trois entreprises guadeloupéennes et trois trinidadiennes. Les premières doivent adapter leurs produits aux marchés caribéens, tandis que les secondes travaillent leur accès au marché français et européen. « Nos écosystèmes se sont longtemps développés indépendamment. Nous voulons transformer cette proximité en collaborations durables, commerciales ou technologiques », insiste Denise Ferguson.

Le premier bilan est encourageant, avec un accueil favorable des consommateurs et des rencontres professionnelles prometteuses. Des freins subsistent toutefois, notamment les taxes appliquées aux produits. À terme, l'objectif est de favoriser des partenariats entre entreprises, voire des implantations croisées. « C'est une démarche gagnant-gagnant, qui doit permettre de créer de la valeur ajoutée et des emplois dans nos territoires », concluent à l'unisson Raïssa Goubin Kern et Denise Ferguson.

Cap Créole : à la conquête du marché trinidadien

« Cette immersion a marqué le point de départ d'un véritable travail de R&D pour adapter nos produits aux spécificités du marché trinidadien. Nous étudions notamment une version surgelée de notre poisson fumé tranché, commercialisé frais en Guadeloupe, afin de mieux répondre aux habitudes de consommation locales. Les retours très positifs des professionnels et du grand public sur le goût et l'originalité de nos produits confortent cette démarche d'innovation. C'est un premier pas vers Trinidad ; mais aussi vers d'autres marchés caribéens », explique Antoine Omère, directeur d'exploitation de Cap Créole.



3 entreprises aux TIC de Trinidad-et-Tobago

Ministères de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique
Direction générale des Entreprises
I-NOVA Technopole Guadeloupe
L'Europe s'engage en Guadeloupe
I-NOVA
De Roujol - Petit-Bourg
690 983 083
contact@inova.gp
https://inova.gp/contact/

REPÉRER, FINANCER, CHANGER LE MONDE

À l'issue de la 11e édition d'**Innovation Outre-Mer** (IOM), sa présidente Stéphanie Mareva Failloux nous livre sa feuille de route pour les années à venir. Entre refonte de l'association et nécessité de réinventer un modèle économique à bout de souffle, elle défend l'émergence de champions ultramarins capables de transformer durablement leurs territoires. Propos recueillis par Mathieu Rached



Vous avez pris la présidence d'Innovation Outre-Mer en mai 2025. Quelle est votre ambition pour l'association ?
L'objectif fondateur est de pérenniser la structure et de la rendre autonome. Pour cela, nous avons lancé l'IOM Club en juin dernier, avec de vrais adhérents, une plateforme digitale et un programme étalé sur toute l'année. Le concours n'est plus une fin en soi, mais un outil pour repérer les pépites. Nous bâtissons une structure solide pour pouvoir, à terme, la transmettre.

Au-delà des startups, l'innovation en Outre-mer est-elle un enjeu à part entière ?
Les startups sont un véhicule pour promouvoir un autre modèle économique. Nos territoires souffrent d'un système de rente et d'importation massif qui tend à creuser des inégalités sans protéger l'environnement. L'innovation doit permettre de sortir de cette dépendance et nous rendre souverain sur des enjeux clé comme l'alimentaire et l'énergie. Prenez l'entreprise polynésienne AIRARO, qui climatise l'hôpital de Tahiti à l'eau de mer et réduit sa facture électrique et les émissions de carbone correspondantes de 93 % ! Ce sont ces solutions concrètes d'autonomie que nous devons déployer et qui vont changer la destinée des territoires.

Le lancement du premier fonds d'investissement dédié, Outre-Mer One, est-il la réponse attendue ?
C'est une avancée historique que nous avons portée à bout de bras au cours des dernières années avec Outre-Mer Network, DGOM, la Banque des Territoires et INCO. Ce fonds est indispensable pour permettre aux projets en phase d'amorçage, d'accélérer. Je remercie et félicite le courage et la vision de Nicolas Hazard, fondateur et président du groupe INCO, qui s'est positionné dès la soirée IOM8 en 2023 et une visite de terrain que nous lui avons organisée, en Nouvelle-Calédonie en janvier 2024. Cependant, soyons lucides, le fonds Outre-mer One ne suffira pas, il en faudra d'autres pour co-investir et prendre le relais à chaque étape de croissance. Et pour cela, nous devons démontrer par l'exemple que l'impact social et environnemental de toutes ces startups ultramarines est positif et qu'elles sont rentables. Transformer sur le terrain une première fois pour transformer un paradigme.

Quels espoirs nourrissez-vous pour les 40 entrepreneurs sélectionnés pour cette 11e édition ?
Qu'ils ouvrent leurs chakras ! Plus sérieusement, c'est une semaine unique pendant laquelle ils vont rencontrer des grandes entreprises, des investisseurs, des institutionnels ; ils vont aussi être coachés par des experts et entrepreneurs à succès. C'est un programme intense, avec plus de 50 rencontres, qui leur donnera accès à des ressources et des réseaux qui les feront grandir.
Cette année, nous avons mis l'accent sur l'international en créant des passerelles concrètes avec l'Afrique en particulier la République du Congo, Taïwan, les États-Unis, le Canada ou encore Haïti. Nos entrepreneurs doivent voir au-delà de leurs marchés insulaires : ils ont en main des solutions aux défis climatiques et sociaux qui secouent notre planète aujourd'hui.

DES INVESTISSEMENTS À IMPACT

Porté par la ministre des Outre-mer Naïma Moutchou et soutenu par des poids lourds (Business France, Bpifrance, AFD, Banque des Territoires), le fonds Outre-Mer One pose les bases d'un dispositif d'investissement inédit, entièrement pensé pour propulser l'innovation et le changement d'échelle des entreprises ultramarines. Ce véhicule financier pionnier veut offrir aux entrepreneurs locaux une réponse sur mesure pour bâtir les champions de demain, pour conjuguer rentabilité et utilité.

1er octobre 2026 :
Date historique de la toute première édition de Choose Outre-mer à la Banque de France, à Paris.

6 milliards d'euros :
Le montant des projets d'investissement annoncés pour cette première édition.

50 millions d'euros :
La taille cible du nouveau fonds « Outre-Mer One », géré par INCO Ventures et dédié à la croissance des entreprises ultramarines.

34 millions d'euros :
Le montant du premier closing déjà sécurisé grâce aux partenaires financiers pour amorcer les investissements.

9 projets d'exception :
Le nombre de startups et entreprises mises en lumière lors du concours de pitch devant des investisseurs comme Bpifrance et la Banque des Territoires.

Objectifs cibles
1. Ressources & énergies durables : Valorisation des ressources naturelles et essor de la transition énergétique. **2. Décarbonation & souveraineté économique :** Soutien à l'agri-foodtech, la cleantech, la mobilité et la gestion des déchets. **3. Transition sociale & inclusion :** Financement de la santé, du logement, de l'emploi, ainsi que du tourisme et de la culture responsables.

Emploi

DEUX JOURNÉES DÉDIÉES À LA COHÉSION SOCIALE

Découvrir un métier, trouver une formation ou rencontrer un employeur : les **Journées des solidarités, de la cohésion sociale et de l'inclusion**, organisées début décembre, invitent à explorer de nouveaux parcours et à saisir des opportunités.

Texte Sarah Balay - Photos Lou Denim



Anne-Esther Cavalini (responsable du centre Apec Guadeloupe et Îles du nord), Jocelyne Unimon (conseillère départementale en charge de l'Ess), Gilda Ceprika (adjointe de la directrice partenariat France Travail), Erwan Léaustic (délégué régional Uniformation Antilles-Guyane), Catherine Chomereau-Lamotte (directrice Mission locale Guadeloupe)

Envie d'exercer un métier dédié à l'humain qui contribue chaque jour à la qualité de vie des Guadeloupéens ? Petite enfance, animation, aide à domicile, insertion, social, médico-social ou habitat social : ces secteurs, porteurs de sens, offrent des perspectives d'emploi et d'évolution de carrière grâce à la formation professionnelle.

Pour les découvrir, rendez-vous le 9 décembre au palais des sports du Gosier, à l'occasion des 5e Journées des solidarités, de la cohésion sociale et de l'inclusion.

La première journée, le 8 décembre, est réservée aux professionnels du vieillissement et de l'autonomie, tandis que la seconde accueillera le grand public.

Jeunes en recherche d'orientation, demandeurs d'emploi, allocataires du RSA (revenu de solidarité active), salariés en reconversion ou souhaitant évoluer professionnellement, travailleurs de 50 ans et plus : tous pourront trouver des informations adaptées à leur situation. Le salon accueille aussi les employeurs souhaitant trouver des informations pour accompagner la montée en compétences de leurs salariés et les personnes souhaitant créer leur activité ou s'engager dans le bénévolat ou le service civique.

En un seul lieu, plus de 70 stands sur différents espaces : métiers, formation, accompagnement et financement. Lors du job dating, les visiteurs rencontreront des employeurs qui recrutent et prendront connaissance des offres disponibles. Ils pourront aussi s'informer sur les aides à la mobilité ou à la garde d'enfants. Autre temps fort : la remise des trophées « Parcours insertion réussi » à cinq bénéficiaires du RSA. L'occasion de valoriser les réussites, encourager la persévérance et rappeler qu'un accompagnement adapté peut ouvrir de nouvelles perspectives.

Étape concrète

Organisée dans le cadre du contrat des solidarités par les services de l'État et le conseil départemental, avec Uniformation Antilles-Guyane, France Travail, la Mission locale de Guadeloupe et nouvellement l'APEC Guadeloupe Martinique Guyane, la manifestation repose sur la volonté, l'engagement et la complémentarité de ces partenaires. Cette année, l'APEC a rejoint le collectif pour la première fois. En passant le relais au bon partenaire au bon moment, ces acteurs souhaitent faire de chaque premier contact une étape concrète dans le parcours des visiteurs.

Ces rencontres visent avant tout à répondre aux besoins du territoire. La Guadeloupe fait face à un vieillissement rapide de sa population, qui renforce les besoins en accompagnement à domicile, en établissement et en soutien aux aidants. Dans le même temps, les employeurs du secteur social, médico-social et de l'insertion peinent à recruter et à fidéliser leurs professionnels.

Pour répondre à ces besoins, les travailleurs de 50 ans et plus ont eux aussi leur place. En Guadeloupe, plus de quatre salariés sur dix appartiennent à cette tranche d'âge et retrouver un emploi après 50 ans est plus difficile. Dans l'aide à domicile, sept salariés sur dix ont 50 ans ou plus. Des ateliers présenteront les possibilités offertes aux professionnels expérimentés.

En 2025, la journée grand public avait accueilli 1 500 visiteurs. Cette nouvelle édition s'appuie sur les retours des participants et des acteurs du territoire pour faire évoluer le salon au plus près de leurs besoins.



Émilie Acquistapace, sous-préfète chargée de mission auprès du préfet de la région Guadeloupe, de la Cohésion sociale, travail et politique de la ville

Au programme les 8 et 9 décembre

Mardi 8 décembre, de 8 h à 16 h : « Vieillissement, autonomie et emploi. La Guadeloupe agit pour ses aînés ». Journée réservée aux professionnels : acteurs institutionnels, associations et experts du vieillissement. Thèmes : maintien à domicile et autonomie ; santé, prévention, éthique et fin de vie, emploi des seniors, silver tech, etc. Au programme : stands, ateliers, tables rondes, conférences d'experts.

Mercredi 9 décembre, de 8 h 30 à 15 h 30 : journée grand public dédiée à l'emploi et à la formation sur les secteurs de la solidarité, engagement et inclusion. Au programme : ateliers de découverte des métiers (animation, petite enfance, aide à domicile, insertion par l'activité économique, santé, social, habitat social, etc.), stands dédiés à la formation, job dating, rencontre avec les associations, ateliers numériques, espace conseil et accompagnement, échanges autour de la cohésion sociale et de l'insertion, découverte du bénévolat et du service civique.

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

Sandra Oléron (directrice d'exploitation de Logidom Guadeloupe), Xavier Malleret (directeur général du groupe) et Dany Bonfils (directeur d'exploitation de Frigodom Guadeloupe)

« 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 Dany Bonfils, directeur d'exploitation de Frigodom Guadeloupe. 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



© Jean-Albert Coppmann

Sébastien Mayenobe, directeur général adjoint du groupe

Logidom, la porte d'entrée des conteneurs

À Dothémare, aux Abymes, Logidom réceptionne chaque jour les conteneurs arrivés par bateau. Produits secs, alimentaire, textile, quincaillerie, mobilier... Sur 100 000 m³ et 15 000 places-palettes, la marchandise est dépotée, contrôlée, étiquetée puis stockée, avant d'être préparée et expédiée vers ses destinataires. « Nos clients nous confient aussi bien une palette que plusieurs centaines de conteneurs par an, explique Sandra Oléron, directrice d'exploitation de Logidom Guadeloupe. Nous nous adaptons à leur volume et à leur rythme. » Pour les flux les plus urgents, Logidom traite également le fret aérien, dans une zone sécurisée de l'entrepôt.

FRIGODOM
ZCI de Jarry, Baie-Mahault
Tél. 05 90 41 00 41

LOGIDOM
ZAC de Dothémare, Les Abymes
Tél. 05 90 89 30 30

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).

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.



Jean-Michel Harrow et Rénald Désiré

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

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

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 Simacourbe, 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 Webmonsterr

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.

West Indies Pack.

PRODUIRE LOCAL,
C'EST AUSSI
RÉDUIRE LE CO_2*

Karuline

Née de la pluie...
et du soleil !

-119g CO_2
par bouteille grâce à la **production locale.**
Pas de transport **d'importation.**

-9g CO_2
par bouteille grâce à **l'Énergie solaire.**
Électricité produite et **autoconsommée** (85%) entre 9h et 16h.

CO_2

-128g
par bouteille de 1,5L produite localement

*Estimation établie à partir des volumes de production 2026 et d'hypothèse de transport d'un produit équivalent depuis la France hexagonale vers la Guadeloupe, ainsi que la production annuelle estimée de l'installation photovoltaïque autoconsommée. Valeur arrondie.

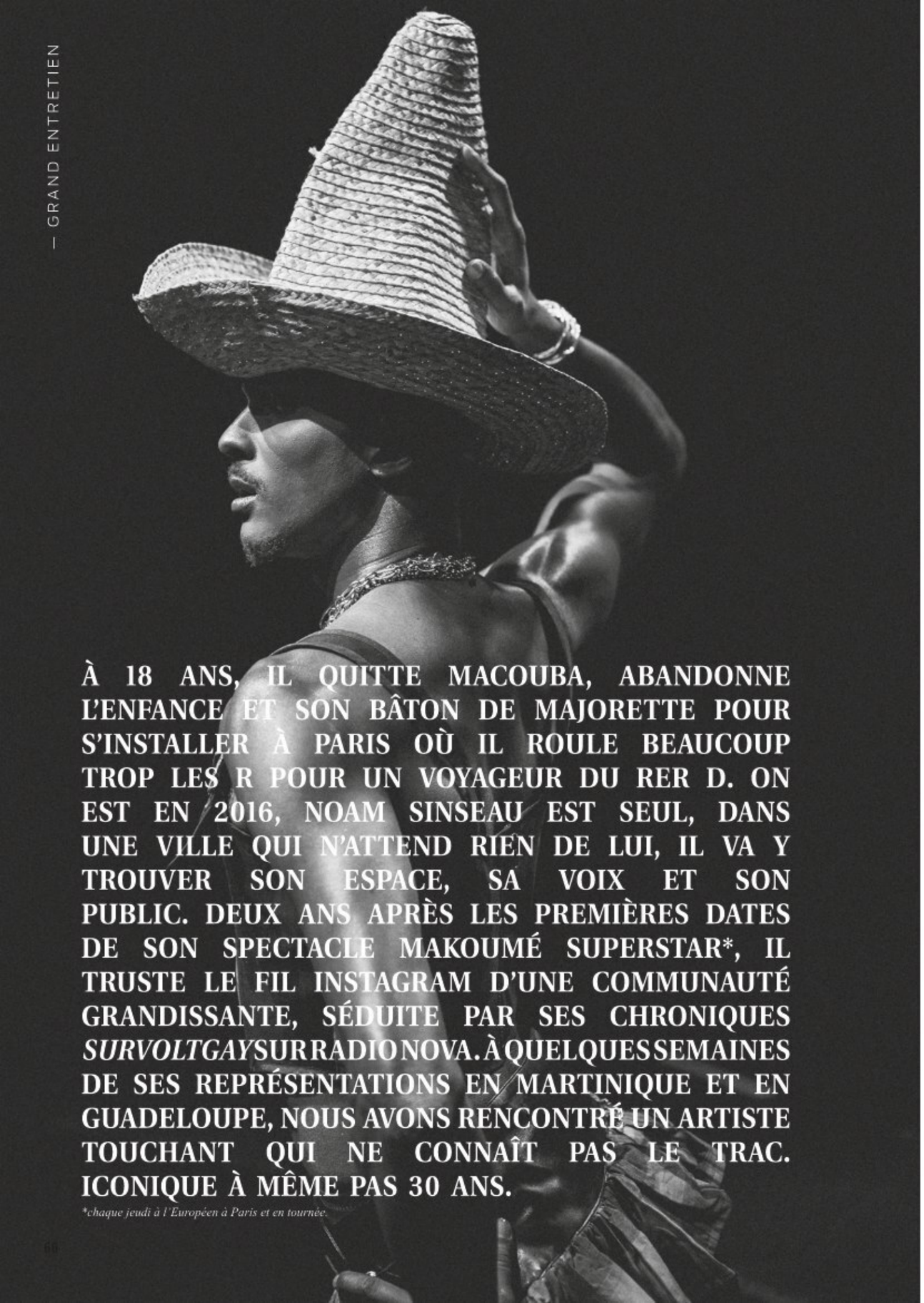
KARULINE est une eau rendue potable par traitement.

MON EAU QUOTIDIEN

UNE EAU LOCALE
UN AVENIR PLUS DURABLE

EUROPÉENNE
COFINANCE CE PROJET
FONDS EUROPÉEN
DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL
FEDER





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 Rached - 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.

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)



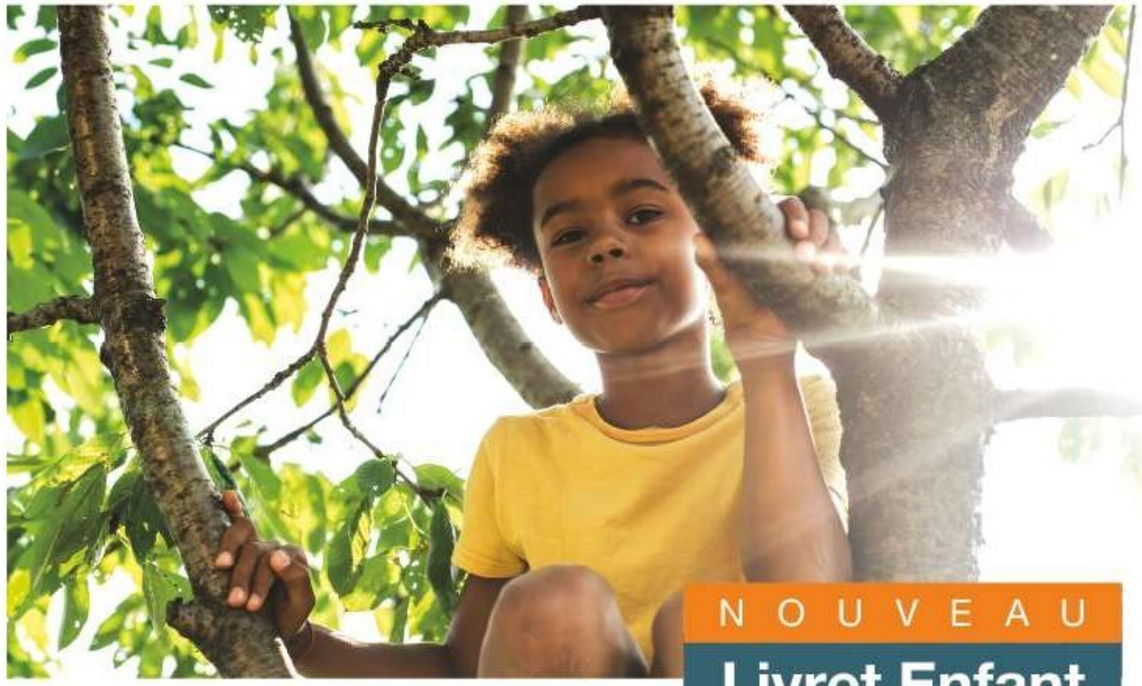
Tour de Kapla, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe

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*

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



Crédit photo : Shutterstock

Jusqu'à 60 € offerts
pour son ouverture, la mise en place d'un versement programmé et l'ouverture simultanée d'un Livret Bleu(3).

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.

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.

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

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 Cocommann









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 Balay - 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.

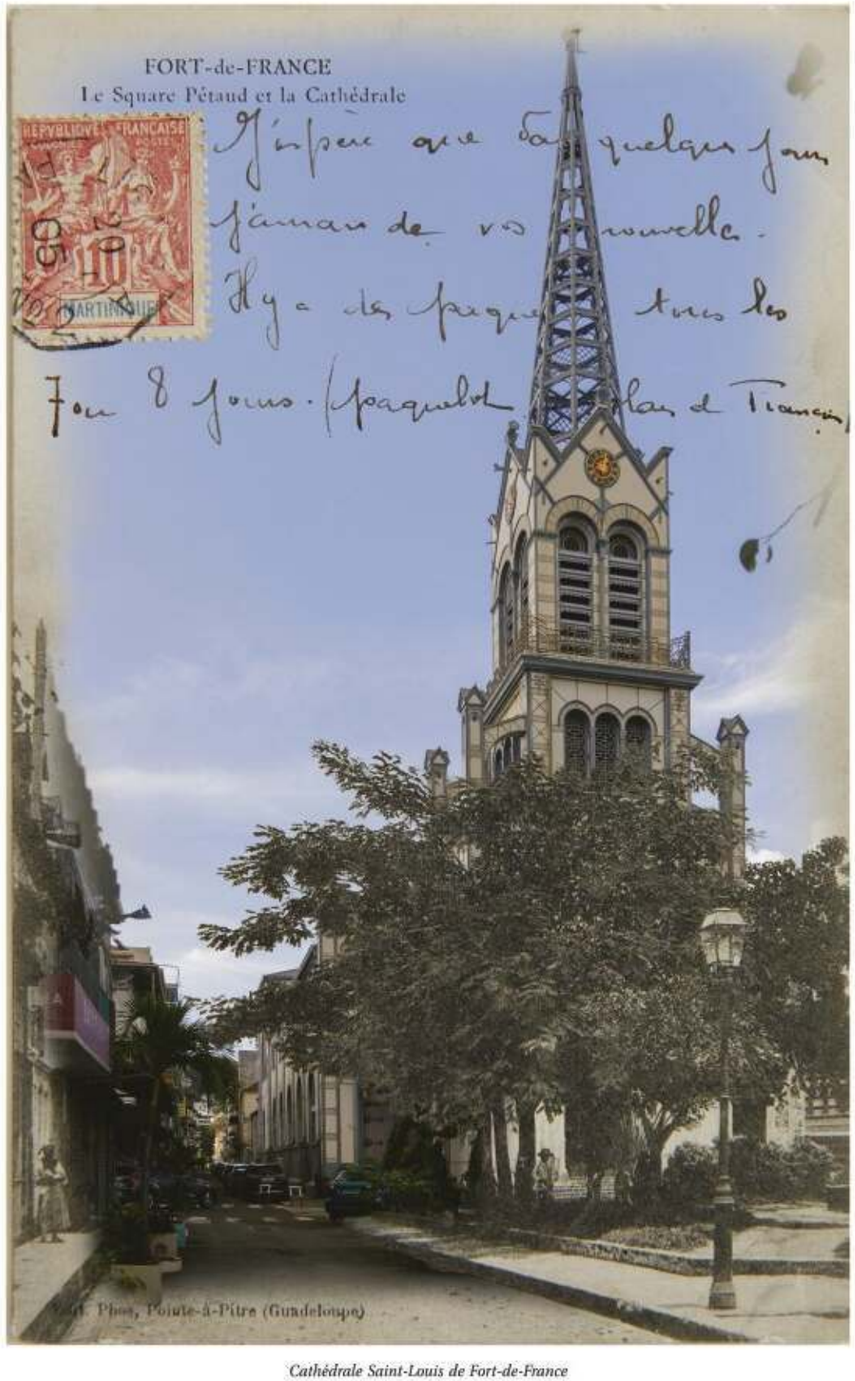
Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?
Mon étude s'articule autour de trois axes, qui correspondent à trois applications. Le premier est le développement d'un simulateur de glycémie plus réaliste pour le diabète de type 1*, intégrant des hormones contre-régulatrices absentes des simulateurs 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.*

« 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.

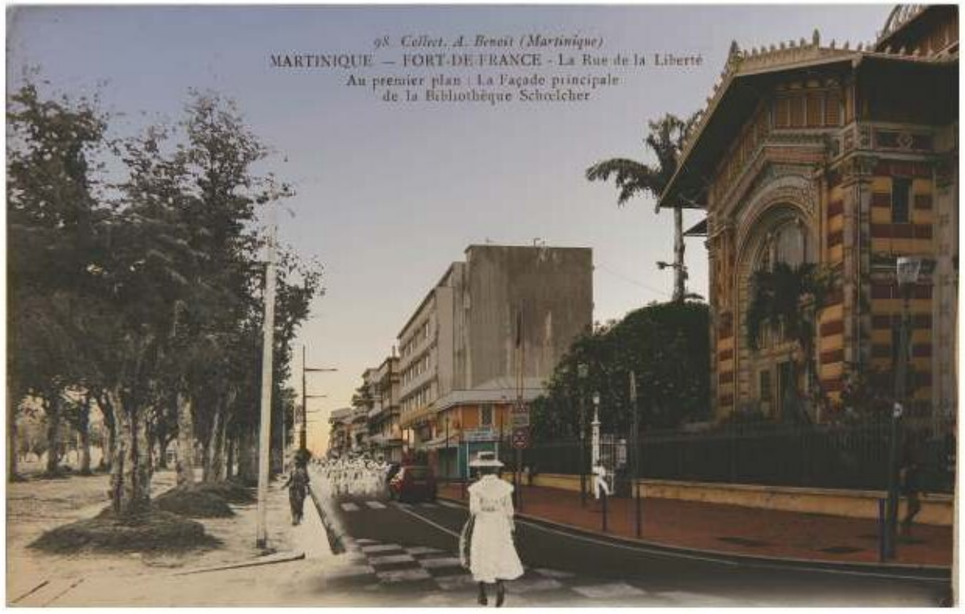
DANS CETTE CONFRONTATION ENTRE PASSÉ ET PRÉSENT, EN RÉSONANCE AVEC MA SÉRIE *PAS SI MAL, N'EST-CE PAS NOTRE PETITE CRÉOLE ?* (2020, PRÉSENTÉE À TROPIQUES ATRIUM EN 2025), JE NE CHERCHE PAS À CRÉER DE LA NOSTALGIE. FORT-DE-FRANCE EST UNE VILLE EN CONSTANTE ÉVOLUTION, CE QUI N'EST PAS SYNONYME DE LINÉARITÉ. 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

SOUS LA SURFACE

RETOUR EN IMAGES SUR LE VERNISSAGE DE L'EXPOSITION DE PHOTOGRAPHIES SOUS-MARINES ANBA DLO, LE 6 NOVEMBRE, AUX MURS GALERIES, À L'AÉROPORT GUADELOUPE-MARYSE CONDÉ. UNE EXPOSITION ORGANISÉE AVEC L'AIMABLE COLLABORATION DE L'AGENCE KULTUR'TOUR.



Charly Vincent, président du Comité des pêches



Philippe Aurore (directeur Office de l'eau), Syvlie Gustave dit Duflo (présidente de l'OFB) et Stéphane Touati (directeur de la BRED Guadeloupe Îles du Nord)



Une partie des partenaires réunis autour de Marie Laure Ciprin, présidente du Cluster Maritime de Guadeloupe



Une visiteuse devant le Spirobranche (Spirobranchus giganteus), un cliché de Claire Jeuffroy

Conçue pour être accessible à différents publics, l'exposition propose une découverte du monde marin à travers des images spectaculaires et de courts contenus pédagogiques. C'est la première étape d'un dispositif plus large. En associant photographies, connaissances scientifiques, film immersif et actions pédagogiques, ANBA DLO propose une autre manière de parler de biodiversité. C'est une invitation à regarder autrement cette mer qui nous entoure, à découvrir la vie qu'elle abrite et à prendre conscience de ce que nous avons collectivement à préserver.

LES PARTENAIRES DU PROJET

ANBA DLO

EWAG · Cluster Maritime Guadeloupe · Office de l'Eau Guadeloupe · ADEP Assurement Proche · BRED Banque Populaire · Guadeloupe Port Caraïbes · La Riviera du Levant · Aquarium de la Guadeloupe · Région Guadeloupe · FRS Express · arbig · VITO · CANBT · Guadeloupe Marys Condé · Lafarge Ciments Antilles

C'EST (PRESQUE) NOËL !

IT'S THIIIIIIIIIIME (#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

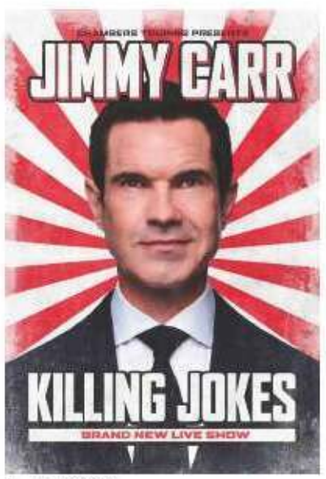
Un (vrai) ballon ergonomique pour le bureau (qui ne se dégonfle pas). Ça permet de casser la sédentarité en sollicitant les muscles pour se stabiliser et c'est particulièrement bien pour renforcer le dos ! (Si jamais on refait un Secret Santa...)



Ballon de gym ergonomique, à partir de 16 €
kolya979 - 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

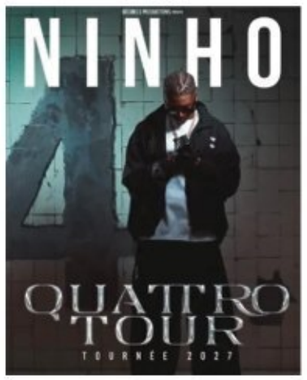
Une idée cadeau pour les amoureux de littérature, les insomniaques... Ou les deux ! J'ai repéré Lizia, une petite lampe de lecture 3-en-1. Elle se glisse autour du pouce, maintient le livre ouvert et éclaire les pages. Rechargeable, elle fait aussi office de marque-page...



Lampe de lecture 3-en-1, 19,95 €

SUR LA LISTE D'ANOUCK

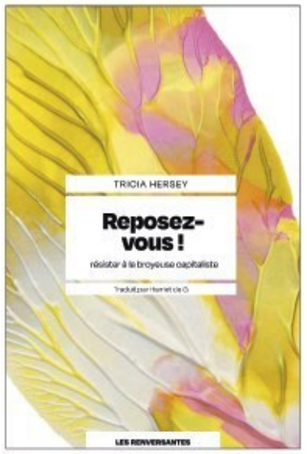
Deux places pour aller voir le concert de Ninho, à l'Accor Arena, histoire de voir l'artiste sur scène, de revivre un peu la folie des concerts à Paris, mais aussi de participer à sa revanche sur la vie. J'ai découvert son histoire dans le documentaire Netflix et j'ai aimé en savoir plus sur lui : sa 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