

MadinMag

MAI-JUIN 2013 / 13 / WWW.MADINMAG.FR

vendu
nulle
part

DOSSIER LES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES: GEEK IS SEXY!

**ALICIA BELLANCE / L'ÉTINCELLE DE TALENT
LAURENT PRÉVOST / MARTINIQUE INDIVISIBLE**

99,5%^(*)

DE DISPONIBILITÉ POUR L'ENSEMBLE DE NOS SERVICES



Accès internet • Interconnexion • Téléphonie • Services à valeur ajoutée



mediaserv
ENTREPRISES

SIMPLIFIONS ENSEMBLE LA TECHNOLOGIE
0811 570 570 | entreprises.mediaserv.com

(prix d'un appel local depuis un fixe)

(*)Taux de disponibilité minimum sous réserve des conditions contractuelles applicables à chaque service. Offres soumises à conditions, notamment d'éligibilité technique. Voir détails et conditions sur <http://entreprises.mediaserv.com/>

13 / édito

« News on the world ! »

« Le monde en marche... » Charles Foster Kane vient de mourir et, tandis que le mystère de sa dernière parole disparaît avec lui, les actualités tonitruantes ouvrent le bal du plus grand film d'Orson Wells. L'histoire de ce magnat de la finance, géant parmi les géants de l'économie et de l'industrie du XX^e siècle, à la croisée de Rockefeller, Rothschild et Donald Trump, n'en finit plus d'inspirer la comparaison avec les grands innovateurs de notre époque. N'a-t-il pas, en outre, avec le Scrooge de Dickens, servi de modèle au génial Carl Barks lors de la création de l'oncle Picsou, le canard le plus riche du monde ? Le monde en marche, oui : cette émission d'informations qui lance Citizen Kane sonne comme une prémonition. Soixante-dix ans plus tard, cette vérité assénée par le cinéaste est d'une actualité saisissante. Sur le marché de la nouveauté, les places sont chères, et n'est pas Kane qui veut. Quelle place désirons-nous occuper dans un secteur qui se renouvelle plus vite qu'il ne se consomme ? Certainement pas celle en bout de piste, perdus au loin dans la poussière soulevée par les concurrents. Innover, c'est savoir transformer, réinterpréter, faire du neuf avec de l'obsolète datant d'hier à peine. C'est la loi du secteur des technologies numériques, et il ne s'agirait pas de le laisser nous échapper. Si les Antilles-Guyane souhaitent faire partie du monde en train de s'écrire, elles doivent prendre exemple sur les Charles Kane d'aujourd'hui. Leurs noms ? Steve Jobs, James Cameron, John Lasseter ou Peter Jackson. Leur point commun ? Se sont des geeks invétérés. Ne vous déplaît, les geeks ont pris les commandes, fidèles à leur unique crédo : faire du neuf ! Nous ne saurions consacrer tout un dossier à ces pionniers de la nouvelle ère sans faire peau neuve nous aussi. Vous constaterez dans un instant que votre magazine d'actualités favori ne se repose pas sur ses lauriers et cherche, justement, à proposer un contenu toujours plus riche et plus varié. Davantage de sujets régionaux, mise en avant des principaux acteurs économiques et sociaux spécifiques à chaque territoire, une mise en page encore plus illustrée qu'autrefois sans sacrifier pour autant ni la quantité ni la qualité de notre contenu rédactionnel... Karumag, Guyamag et Madinmag : les trois frères grandissent de concert et s'étoffent à chaque nouvelle édition. Nous espérons que ces changements, que toute l'équipe considère comme des améliorations, sauront répondre à ce que vous attendez d'un magazine 100% infos et 100% Outremer. Les territoires d'Outremer, il a en a été longuement question lors de la JOMD qui s'est tenue au mois d'avril au Pavillon Gabriel à Paris. Si le dossier thématique de notre édition de mars vous avait convaincu d'y apporter l'attention que mérite ce grand rassemblement, vous avez probablement pris conscience des enjeux que nous tâchons de mettre en lumière tout au long de l'année. Une rétrospective sera consacrée à cet événement lors du prochain numéro. D'ici là, fidèles lecteurs, nous vous souhaitons santé et prospérité.



Edité par EPAG

Edition Presse Antilles Guyane
BP 2174 - 97 195 Jarry Cedex

• Directeur de publication :

Laurent Nesty
dir@caribmag.fr

• Rédaction :

redaction@edition-epag.fr
Camille Dervaux
Daniel-Charles Nelson

Eva Zonca

Éric Pommier

• Service artistique :

sikproduction972@gmail.com

• Crédit photos :

Jean-Albert Coopmann
Mathieu Delmer
CACL

• Marketing :

Amandine Sauvage
marketing@edition-epag.fr
0690 68 34 49

• Impression : Prim

• Tirage moyen : 25.000 ex

• Diffusion : 450 points de
dépôts et par courrier

• ISSN : 2118-299X

Régies publicitaires

• Martinique :

CPAG - pub@caribmag.fr

Guyène Régat : 0696 94 23 25

Rachel Dorville : 0696 05 89 62

• Guyane :

Mathieu Delmer : 0694 26 55 61

iguanacom@wanadoo.fr

• Guadeloupe :

UP Régie

0590 94 41 49

contact@upconcept.fr

GOUR PERRINON

Shopping Center

Vos plus belles enseignes au cœur de la ville !

Beauté

Cil à cils
05 96 76 01 60



Franck Provost/Niwel
05 96 73 76 74



Marché aux parfums
05 96 73 50 61



Institut So Beauty
05 96 73 76 70

Bijouteries

Eurogold
05 96 73 67 29



Grain d'Or
05 96 69 97 61



Culture/médias

Canal+ la boutique
810 501 502



Librairie Antillaise
05 96 60 05 62



Maison

Batisol
05 96 70 64 97



Optique

ATOL les opticiens
05 96 64 17 68



OPTIKA Krys
05 96 73 40 80



Services

BDAF
05 96 52 85 10



SGBA
05 96 73 68 94



Prêt-à-porter

Benetton
05 96 50 96 02



Cache cache
05 96 64 18 56



La Cotonnière



El&gans
05 96 78 25 64



Fashion city
05 96 73 65 95



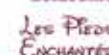
Galerie des Alizés
05 96 73 83 55



Fareli Delaveine
05 96 72 17 44



Les pieds enchantés



Restauration

Brasserie du Théâtre
05 96 39 08 98



Paul
0596 73 16 60



QUICK
05 96 77 20 55



Ti'bonbons
05 96 69 97 35



Glacier

Sport/Santé

Caribbean center
05 96 73 76 70



Cypria Center
05 96 51 00 08



Supermarché

Carrefour Market
05 96 73 10 10



Téléphonie/internet

Mediaserv
05 96 73 94 81



MobilePlus
05 96 73 49 36



Only
05 96 77 21 68



Fête des Mères
Dimanche 26 Mai
Fête des Pères
Dimanche 16 Juin
2013

Les plus beaux cadeaux
pour ravir les cœurs
des mamans
et des papas !

Ouvert du Lundi au Samedi de 8h à 19h. Parking OFFERT
(voir conditions en magasin)



Adoptez la shopping attitude !

**Une belle surprise
vous attend à la Cour Perrinon
dès le 26 Juin !
Restez connectés !**

INFOLINE : 0596 73 71 82 - cour.perrinon@orange.fr



Perrinon (cour)

13/sommaire

Flashez >
et rejoignez-nous
www.caribmag.fr
facebook : madinmag
twitter : @carib_mag



facebook



8
Laurent Prévost
Martinique indivisible

14-28
Brèves

30
ESSEC

32
Contact Entreprises
La Journée de la
Réussite

34
Solange Agricole
Opération
Recrutement

40
Joël Destom
Tous à couvert !

44
Grégory Caprice
Ça passe ou ça cash

En couverture :
Olivier Carasso,
Alicia Bellance,
Joel Destom.
Photos Jean-Albert
Coopmann.

*Téléchargez
les magazines
ou abonnez-vous
en ligne.*

46 DOSSIER

Les innovations
technologiques :

Geek is sexy !

48
Michaël Glondu
L'économie
du savoir

50
Yoann St Louis
& Nicolas Augustin
Sea, sun
& technology

56
Alicia Bellance
L'étincelle de talent

59
Fils de geek !

60
Youri Girondin
Maître de recherche

62
Livity
La boisson vivante

64
DILLON
L'excellence toujours

72
Le dîner de Mirella
Martinique terre de
talents et de créativité

74
François Brichant
La minute de la com'

76
Beauty Box

78
Test automobile
Toyota RAV 4

82
Pneu Deal
Quand on veut, on
pneu !

84
FNAIM
Actualités
Immobilières

86
Mark Bruno
Actualités Juridiques

88
Adecco
Annonces d'emplois

90
La chronique de A.

MARTINIQUE Tel : +596 596 42 17 72 - Cell. : +596 696 33 17 72
Aéroport Martinique Aimé Césaire 97232 Le Lamentin
parkinnservices-martinique@orange.fr



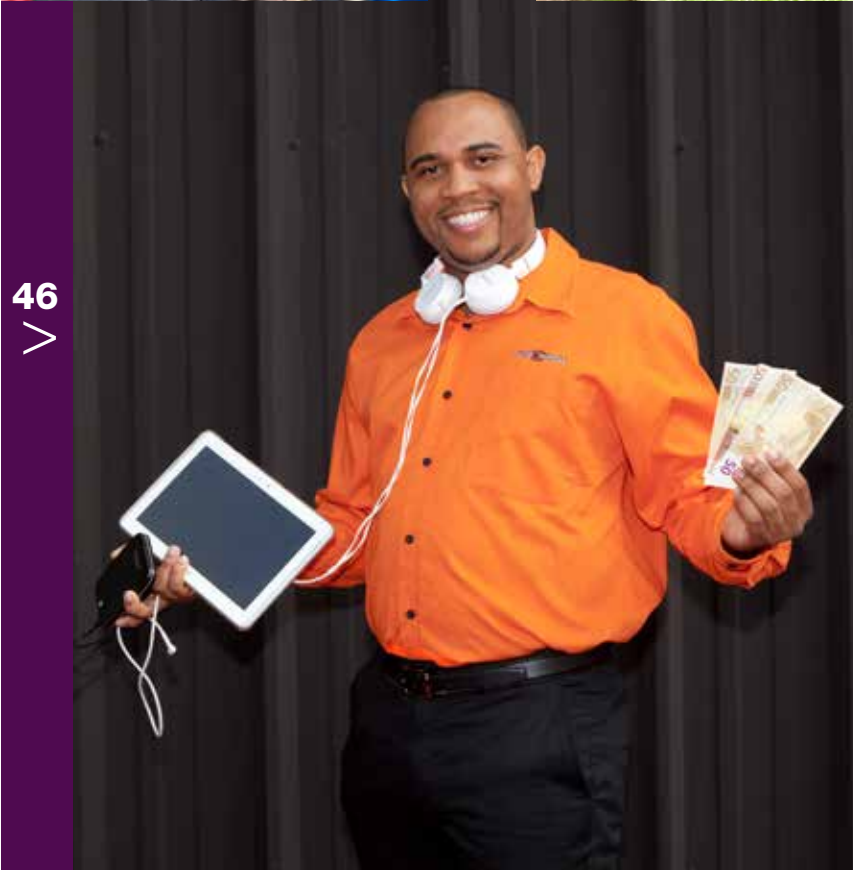


8

30



36



46



50



52

64





Laurent Prévost
Préfet de la Martinique

Martinique indivisible

Depuis le 30 mars 2011, Laurent Prévost a succédé à Ange Mancini à la tête de la Préfecture de la Martinique. Tandis que s'amorce une vaste opération de sensibilisation à la question européenne et que la polémique autour de l'aide allouée aux marins pêcheurs alimente les tabloïds, nous avons rencontré le Préfet pour un entretien cordial, pondéré et serein, au cours duquel sont abordés sans crainte les principaux objets de son action.

LES OUTILS SONT DÉSORMAIS
MIS À LA DISPOSITION DES ENTREPRISES,
EN SOUHAITANT SINCÈREMENT
QU'ELLES SAURONT LES SAISIR

Pouvons-nous débiter par une présentation succincte du Pacte pour la compétitivité, la croissance et l'emploi, un projet important de la campagne présidentielle de François Hollande ?

Il s'agit d'un engagement très fort du gouvernement au profit de nos entreprises qui regroupe une trentaine de mesures, dont certaines à effet immédiat comme le crédit d'impôts compétitivité emploi. Mais les entreprises susceptibles d'en bénéficier doivent avant tout être informées de son existence, et il nous est difficile de toucher tout le monde. C'est pour cela que nous rencontrons leurs instances représentatives et

les acteurs économiques de la Martinique lors de réunion comme celle du 26 mars dernier. L'un de nos enjeux majeurs est donc

d'atteindre les bénéficiaires potentiels au sujet, entre autres, de l'allègement de charges de 4% pour l'année en cours, et de 6% à compter de 2014, un chiffre qui n'est pas que ponctuel puisque cette mesure est conçue pour perdurer.

Quels sont les objectifs de ce Pacte ?

Au-delà de l'application en Martinique de dispositifs comme le CICE, certaines mesures engagées demandent la prise en compte d'enjeux locaux : par exemple, l'Etat tient à appuyer les efforts de valorisation du tissu économique à l'extérieur des territoires. Nous nous appuyons sur la convention afin d'aider les entreprises d'Outremer à s'exporter, via la mobilisation du réseau diplomatique français, en rencontrant des ambassadeurs des pays voisins comme Haïti, la Jamaïque, St Domingue et Trinidad & Tobago, et en échangeant sur les aides mutuelles que nous pouvons nous apporter, en tenant compte bien évidemment du fait que chaque pays ne possède ni les mêmes capacités, ni les mêmes attentes.

Le contrat de génération en constitue-t-il une mesure phare ?

Ce contrat est né d'un constat de la part des chefs d'entreprises nous ayant signalé, à regret, que le tissu économique était selon eux vieillissant. Ce dispositif se propose donc d'y remédier en partie, en assurant la transmission de savoirs et de compétences entre un sénior et un junior, sur une durée maximum de trois ans. L'heure est désormais à l'installation de ces contrats en entreprises, auprès des PME et TPE : je tiens à en souligner l'enjeu de solidarité intergénérationnel, ainsi que



PAUL

MAISON DE QUALITÉ
FONDÉE EN 1889

Je t'aime
Maman



DIDIER • DUCOS • COUR PERRINON



PAUL Martinique



www.boulangeries-paul.com

EN GUYANE

*Les Universiades
Hibiscus*

A PARTIR DE 84 000 €



Du T1 au T3bis

Secteur Saint-Antoine

- Nouveau pôle attractif à Cayenne
- Espaces verts et aménagements piétons
- Zone étudiante :
 - plaques de cuisson 2 feux électriques
 - réfrigérateur

Défiscalisez en :

- Girardin intermédiaire (26%)*
- Girardin résidence principale (18%)*
- Dufлот (29%)*

Economisez jusqu'à

10 250 €/an*

d'impôt

* voir conditions en agence

**L'EUROPE EST UNE PHILOSOPHIE,
UNE VISION, UN RASSEMBLEMENT
DE NATIONS MUES PAR LES MÊMES IDÉAUX
DE CITOYENNETÉ ET DE LIBERTÉ**

la dimension profondément pérenne d'un patrimoine. Les outils sont désormais mis à la disposition des entreprises, en souhaitant sincèrement qu'elles sauront les saisir.

Le mois de mai sera « le Joli mois de l'Europe » : nous sommes donc passés d'une journée unique à un mois complet, pour quelles raisons ?

La journée de l'Europe qui a lieu le 9 mai ne nous semblait plus être un format adapté à nos objectifs. L'allongement de cette mobilisation servira à mettre davantage en évidence ce que peut apporter l'appartenance à cette communauté de destins. Nous tenons à essayer, à faire en sorte que les acteurs se sentent mieux impliqués et concernés. Une vingtaine de projets, de natures diverses (Rallye découvertes, ateliers ouverts au public, animation dans les écoles...), sont au programmes. Les mairies se mobilisent également. La plupart des projets locaux sont soutenus par les fonds européens dans les domaines de la formation, de l'investissement, de l'ingénierie... car, vous savez, l'Europe ce n'est pas juste une source de financement. C'est une philosophie, une vision, un rassemblement de nations mues par les mêmes idéaux de citoyenneté et de liberté. Le Joli mois de l'Europe est aussi l'occasion de rappeler tout cela.

Quelles répercussions cela peut-il avoir sur l'économie locale ?

À l'heure actuelle, l'essentiel des fonds européens pour l'année 2013 ont été attribués. Si c'est un très bon signe de vitalité économique, il faut en revanche s'attendre à ce que certains projets ne puissent être soutenus cette année. La problématique qui se présente est à présent de vérifier que tous les projets programmés se réalisent, et dans le temps imparti. Nous sommes engagés dans

une traque permanente des opérations dormantes, afin de les déprogrammer le cas échéant et de redistribuer les fonds alloués.

Avez-vous des précisions à apporter au sujet des revendications actuelles des marins pêcheurs, dont l'action a récemment créé la polémique ? (entretien réalisé le 12 avril, ndlr.)

Nous sommes engagés dans la déclinaison du protocole du 30 décembre 2012, qui contient des points exigeant un travail sur le long terme et stipulant, ce dont chaque partie était convenue, que la valorisation et l'organisation actuelles n'étaient pas suffisantes. La restructuration est donc prise en main par le Conseil Régional, auquel nous nous associons.

La seconde opération en cours porte sur une connaissance approfondie de l'emploi et des compétences du secteur de la pêche. Nous souhaitons identifier les besoins de chaque métier et faire en sorte que le secteur bénéficie pleinement des dispositifs d'aide à l'emploi. Différents sujets ont été accrochés à ce protocole, notamment le Pôle Mer, le grand projet de regroupement sur un seul site du Comité Régional des pêcheurs et de la Coopérative Maritime. La discussion est en cours à propos du site d'implantation de ce futur Pôle qui, selon nous, a sa place au sein du port maritime de Fort de France. Il est important je pense de réaffirmer qu'aucune remise en cause de ce projet n'est envisagée, et que l'État, plus que jamais, entend maintenir le soutien financier auquel il s'est engagé.

Comment expliquez-vous a posteriori le mécontentement des marins pêcheurs ?

Les pêcheurs ont pu être, à mon sens, surpris voire déçus par le dossier de demande d'aide qui était, je l'accorde, volumineux et compliqué. Il pouvait

**NOUS TENONS À PRENDRE LE TEMPS
DE CET ENTRETIEN PERSONNALISÉ
AVEC CHAQUE PÊCHEUR
CAR LA QUESTION LE MÉRITE.**

être simplifié et présenté comme l'occasion, pour chaque marin pêcheur, d'exposer les préjudices subis par les différents arrêtés d'interdiction suite à la pollution de zones au chlordécone. Ne perdons cependant pas de vue que nous sommes tenus par des normes européennes et que, par conséquent, un nombre certains de documents sont obligatoires pour le versement d'une aide de l'État. Mais l'État s'est engagé sur un montant d'aide garanti qui sera versé de façon sûre.

Un simple écueil de communication donc ?

Absolument, et je le regrette car cela a pu laisser entendre que l'État revenait sur sa décision. Ce n'est pas le cas, et nous apprenons de nos erreurs. Je pense que l'incompréhension était surtout liée au versement en deux phases de cette aide, pouvant laisser croire que le versement de la deuxième partie serait subordonné à une obligation de diversification ! Or l'entretien

que nous avons tenu à mettre en place auprès de chaque pêcheur concerné ne vise qu'à saisir l'occasion d'établir un bilan précis de

la situation du secteur et de ses acteurs principaux : l'impact des arrêtés n'est pas le même pour chacun, et il faut en déterminer l'importance en échangeant et en dialoguant. Nous tenons à prendre le temps de cet entretien personnalisé avec chaque pêcheur car la question le mérite. Sur cette base, les deux millions d'euros alloués à cette aide seront versés, en fonction des préjudices subis.

Une autre actualité importante concerne la violence scolaire. D'après les médias, elle serait en augmentation, et les auteurs des faits sont de plus en plus jeunes. Le France-Antilles titrait tout récemment sur le cas d'élèves persécutés par... un enfant de six ans. Comment l'État peut-il s'engager dans la régulation de ces violences ?

La violence scolaire est une notion difficile à cerner, qui dépend beaucoup des signalements qui en sont faits. Une convention existe entre le Rectorat, la Justice et les services de l'État pour diffuser l'information et alerter du mieux possible. Une politique de contrôle systématique auprès des établissements scolaires est mise en œuvre, et, à la demande du chef d'établissement, des contrôles internes avec intervention de maîtres chiens sont effectués. Si l'année 2011-2012 avait connu une baisse sensible des faits signalés, il est vrai que 2012-2013 connaît une recrudescence de faits fortement médiatisés. Avant la fin de l'année scolaire en cours, une réunion du CEN (Conseil de l'Éducation Nationale, ndr.) sera consacrée à cette question, afin de ne pas en faire entendre que l'écho médiatique du fait divers, mais de mener une concertation réfléchie autour de moyens d'actions concrets et de chiffres vérifiés.





**AVEC LE NOUVEAU
CANALSAT,
VOTRE TV EST ENCORE
PLUS SPECTACULAIRE**

POUR TOUT ABONNEMENT A CANALSAT, JUSQU'A

**3 MOIS
GRATUITS⁽²⁾
+ INSTALLATION
OFFERTE^{(2) (3)}**

DECOUVREZ TOUTES LES NOUVELLES CHAINES
ET LEURS PROGRAMMES SUR

www.canalplus-caraibes.com

N°Azur 0 810 501 502

(1) Selon la formule d'abonnement CANALSAT souscrite. (2) Offre valable aux Antilles et en Guyane du 22 avril 2013 au 30 juin 2013 pour tout nouvel abonnement (toute personne non abonnée au cours des 6 derniers mois) de 12 mois à CANALSAT LIBREMENT (32€/mois) ou à TOUT CANALSAT (59€/mois ou 55 €/mois sans les chaînes adultes). Hors frais d'accès (38€). Au-delà des 3 mois (mois en cours + 2 mois offerts), vous restez abonné au tarif de la formule souscrite. Pour le satellite (hors opérateur tiers) : décodeur satellite inclus. Pour un abonnement via un opérateur tiers : hors coûts liés aux services et au matériel de réception de l'opérateur. Tout changement de mode de réception et/ou d'opérateur entraîne l'annulation de la promotion. (3) Offre valable uniquement en réception individuelle par satellite, non disponible auprès d'un opérateur tiers. Parabole et installation standards offertes. Installation standard réalisée par un antenliste référencé CANALSATELLITE CARAIBES comprenant : la fixation de la parabole, la pose du câble coaxial en apparent, la pose d'une fiche par foyer, le réglage de la parabole avec mesureur de champs et le raccordement du décodeur au téléviseur. Pour la Guyane : hors frais de pose de dalle de béton et hors frais de déplacement au-delà d'un rayonnement de 30km - (250€: prix maximum pratiqué par les antenlistes). *0,0701€ l'appel puis 0,0205€/min. CANALSATELLITE CARAIBES S.A.S au capital de 40 000 €. - 419 007 596 RCS Pointe-à-Pitre.

CANALSAT
regardons mieux

GEODIS WILSON : FRÊT AÉRIEN ET MARITIME

Filiale de la SNCF, Géodis Wilson, spécialisée dans le frêt maritime et aérien, réorganise son activité aux Antilles pour mieux répondre aux attentes du marché.

Cette entreprise est présente depuis 20 ans dans les trois DFA, à travers le frêt aérien (40%) et maritime (60%). Selon son directeur général, Massimo Norcaro, il faut s'élargir avec un regard plus tourné vers la Caraïbe, l'Amérique du nord, centrale et latine.

D'où la nomination de Jean-Paul Florentini comme directeur du développement Caraïbe.

TCSP : LES TRAVAUX S'ACCÉLÈRENT

La mise en place de la charpente du futur viaduc d'Acajou offre une meilleure visibilité à la population martiniquaise sur la réalisation des infrastructures du Transport Collectif en Site Propre (TCSP).

Un viaduc aérien dans le sens Lamentin/ Fort-de-France permettra de séparer le flux de circulation entre les automobilistes et le Bus à Haut Niveau de Service destiné au réseau du TCSP.

Dans le sens contraire, il est prévu un passage en souterrain.

Le président du Conseil Régional, Serge Letchimy, veut maintenir le rythme accéléré des travaux pour permettre la mise en service en 2015 du TCSP.

Ce projet, dont le coût estimé à 332 Millions d'euros est essentiellement supporté par la Collectivité régionale, a pour objectif de doter la Martinique d'un système de transport moderne, permettant à la population de se déplacer dans des conditions de confort optimal.

Philingerie présente son nouveau catalogue

Philingerie, créateur et fabricant spécialisé dans la lingerie féminine et masculine haut de gamme et leader sur le marché antillais, présente son nouveau catalogue. L'entreprise fête cette année ses 17 ans d'existence.

À l'occasion de ce nouveau catalogue (le numéro 23), Philippe Rohfritsch, le fondateur et créateur de la marque, a souhaité travailler avec Doris Rouesne, la Gafette du juste prix sur TF1, qui représente la communauté Antillaise dans l'hexagone.

Pour plus de renseignements :
www.lingeriedesantilles.com

Martinique-Miami Inauguration d'une nouvelle ligne

Une nouvelle ligne aérienne hebdomadaire directe et sans escale mise en place tous les samedis entre Miami et Fort-de-France. "Les Caraïbes ont toujours été un marché clé pour American Airlines, et nous sommes très heureux de lancer ces deux nouvelles liaisons vers la Martinique et la Guadeloupe au départ de Miami", a déclaré Art Torno, vice-président d'American Airlines pour la région du Mexique, des Caraïbes et de l'Amérique latine." C'est une heureuse nouvelle pour le tourisme martiniquais, cette ligne participe au désenclavement de l'île et permet d'intensifier les échanges avec les Etats-Unis.

PLUS DE JEUX, PLUS DE MUSIQUE, PLUS DE PLAISIR.

Avec la 3G+ Digicel découvrez des centaines de milliers d'applications disponibles en téléchargement sur Google Play.

Vivons l'Extraordinaire



SAMSUNG GALAXY S3

DAS : 0,342 W/Kg



NOUVEAU EN GUADELOUPE : FORMATION ECO CONDUITE POUR LES PROFESSIONNELS



CGFF, leader de la location longue durée de véhicule aux Antilles Guyane lance sa filiale Formation Eco Conduite. Cette formation répond à un vrai besoin en Guadeloupe, département de France le plus

meurtrier en termes d'accidentologie. CGFF s'inscrit dans une démarche de prévention routière et propose sa formation à tous les professionnels en Guadeloupe. Tous les thèmes sont abordés sur un simulateur de conduite développé spécifiquement en 3D. Il permet une analyse fine des comportements aux volants et positionne le conducteur dans des situations diverses très réalistes.

Délices d'Épices : un coffret à savourer des yeux

Lorsqu'une journaliste et photographe de Guadeloupe met en scène les épices du marché, le résultat est savoureux : un délicieux concentré d'épices locales et du monde dévoilé dans un coffret prestige. Après avoir parcouru l'île de Karukera lors de différentes expositions, les photographies de la série Délices d'Épices se déclinent aujourd'hui sous forme de 12 cartes postales prêtes à écrire mais surtout prêtes à encadrer grâce à leur format carré très esthétique. Ces jolies cartes pétillantes rajouteront saveur et couleur à vos intérieurs. (En vente en Guadeloupe pour 12 euros. Pour les personnes résidant en Métropole ou à l'étranger, vous pouvez commander le coffret directement auprès de l'auteur par mail : babougayou@yahoo.fr 12 euros + frais de port)

La CCI IG et la DRFIP signent une convention de partenariat

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Région des Îles de Guadeloupe (CCI IG) et La Direction Régionale des Finances Publiques (DRFIP) ont signé une convention de partenariat le mardi 19 mars. Au service d'un même public, la CCI IG et la DRFIP ont ainsi décidé de renforcer leur collaboration et de mutualiser leurs expertises afin d'offrir aux entreprises un service de qualité homogène. L'objectif est de faciliter les démarches des ressortissants et de prévenir les difficultés qui pourraient survenir dans l'exercice de leurs activités.

INAUGURATION DU CENTRE DE FORMATION AUX MÉTIERS DE LA COURSE AU LARGE « GUADELOUPE GRAND LARGE »

Un centre de formation aux métiers de la course au large a été inauguré le 16 mars dernier à la Marina de Bas du Fort par la Présidente de Région, Josette Borel-Lincertin. Baptisé « Guadeloupe Grand Large », ce centre est au service de la formation nautique et de l'accueil des plaisanciers. L'école forme actuellement onze jeunes : quatre d'entre eux s'engageront dans l'AG2R 2014, et un dans la Route du Rhum. La Collectivité Régionale entend ainsi jouer un rôle majeur dans le développement du nautisme en Guadeloupe.

L'Université Régionale des Métiers et de l'Artisanat de Saint-Claude a ouvert ses portes

L'Université Régionale des Métiers et de l'Artisanat (URMA) a été inaugurée le 18 février dernier par le ministre des Outre-mers Victorin Lurel. Le projet a coûté 25,2 millions d'euros. C'est un outil de formation, d'insertion professionnelle et de développement économique qui forme aux métiers de bouche, de l'hygiène, des services à la personne et aux métiers d'art.

L'URMA est destiné aux jeunes, aux adultes et aux chefs d'entreprises désireux d'avoir un personnel qualifié. Ouverte depuis septembre dernier, elle a comme ambition à terme d'accueillir 850 étudiants.

EVASION

le meuble nature

LAPPEYRE



Z.I. PETITE COCOTTE - CANAL II - 97224 DUCOS - 0596 56 02 60
Z.A.C DU BAC - 97220 - TRINITÉ - 05 96 38 28 79

Un vaste programme de construction

La construction d'une structure d'hébergement pour les jeunes en Guyane à la ZAC Hibiscus a été validée.

Ce projet nommé « Habitat jeunes développement » a pour but de répondre au manque de logements destinés aux jeunes de 16 à 30 ans en formation, insertion professionnelle ou mobilité géographique ; et à la stabilisation des parcours résidentiels.

Cette structure accueillera à terme 700 logements et 570 hébergements en résidence. Sont prévus 304 logements locatifs sociaux et 535 chambres étudiantes.

Cette politique du logement du Département se traduit également à travers l'insertion. Ainsi 10 logements sociaux sont réservés et mis à disposition pour des bénéficiaires du RSA.

Les éco-games

Le 1er et le 2 juin 2013 auront lieu les éco-games. Il s'agit d'une manifestation autour des sports nature et du développement durable. Elle aura lieu en plein cœur du Parc Naturel Régional de Guyane dans le village amérindien de Favard à Roura.

Sont programmés : parcours de motricité en VTT, randonnées pédestres, actions durables, tir à la corde et courses d'orientation. Cette manifestation est labellisée Éco-Games.

VOLS DE DÉCOUVERTE DE L'APESANTEUR

Le CNES, le Centre National d'Études Spatiales, a organisé un jeu concours autour de l'apesanteur.

Sur les 200 candidatures reçues, deux projets guyanais ont attiré

particulièrement l'attention du jury : « Ballon stratosphérique » de trois étudiants de l'IUT de Kourou et « Classe de mer scientifique » d'un professeur du lycée Gaston Monnerville de Kourou.

RDV le dimanche 23 juin 2013 pour découvrir les sensations du vol en apesanteur... au Salon du Bourget, le Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace.

« LA BIODIVERSITÉ POUR RÉDUIRE DES PRODUITS PHYTOSANITAIRES »

La fondation pour la recherche sur la biodiversité et le Ministère de l'agriculture de l'agroalimentaire et de la forêt se sont associés pour un appel à projet.

L'objectif de cet appel est de soutenir des projets portant sur l'étude des voies innovantes de réduction de l'utilisation des pesticides, valorisant la biodiversité sauvage et domestique.

Les projets retenus seront financés pour une période de 2 à 4 ans et devront apporter des éléments à la connaissance ou à la mise en place de méthodes alternatives aux pesticides par utilisation de la biodiversité.

Projet de la nouvelle collectivité de Guyane

La nouvelle collectivité de Guyane a décidé de mettre en place la première Semaine sur l'énergie pétrolière au début du mois de juin 2013.

Dans le cadre de cette semaine, les élus départementaux souhaitent mener une réflexion sur les questions du transport et des déplacements sur le territoire guyanais.

De plus, d'autres grands thèmes devraient être portés à l'orée de l'Assemblée unique, au moment où le gouvernement mène une forte politique de restriction budgétaire.

SEABORNE AIRLINES UNE NOUVELLE COMPAGNIE AÉRIENNE POUR RELIER FORT DE FRANCE ET POINTE-À-PITRE À PORTO RICO

L'arrivée de Seaborne Airlines fait suite au retrait d'American Eagle au départ de Pointe-à-Pitre et de Fort-de-France vers Porto-Rico. Basée aux Iles Vierges Américaines, Seaborne Airlines assurera à partir du mois de juin des liaisons quasi quotidiennes entre les Antilles et Porto Rico.

Jusqu'à présent, la compagnie fournissait des vols entre San Juan, Saint-Thomas, Sainte-Croix, Tortola et Virgin Gorda, sur piste terrestre mais aussi sur la mer grâce à ses hydravions.

Pour assurer la liaison vers la Guadeloupe et la Martinique, la compagnie utilisera le Saab Fairchild 340, de conception suédoise, d'une capacité de 37 sièges.

Le prix du billet aller-retour devrait s'élever à 380 euros.

ANKABA.FR Donner au lieu de jeter !

www.ankeba.fr.nf est le premier site de don des DOM : Guadeloupe, Martinique, Guyane et Réunion. Son objectif est de permettre à des personnes de donner un objet (au lieu de le jeter par exemple) qui pourrait servir à d'autres.

Ainsi, chacun participe au développement durable et fait un effort pour l'environnement en contribuant au recyclage. C'est aussi un bon moyen de s'entraider en temps de crise. Le site est entièrement gratuit.

La seule obligation est de s'inscrire aussi bien pour donner que pour recevoir.

Location de bureaux

Des solutions immédiates,
sur mesure et pour toutes durées

- Bureau équipé 1 poste
- Accès internet
- Poste téléphonique
- Gestion courrier

**OFFRE
DECOUVERTE**
A partir de
499€HT/mois*
Renseignez-vous

Tél. : 0596 42 57 57
www.buro.com

3 centres d'affaires aux Antilles-Guyane

Choisissez l'adresse idéale pour offrir à votre entreprise un espace professionnel sur mesure.

Imm. Avantage, Entrée B, 11 rue des Arts et Métiers
Lot Dillon Stade - 97200 Fort-de-France

BURO Club
Espaces entreprises

30 centres d'affaires
partout en France



*Offre valable jusqu'au 30 juin 2013, voir conditions au centre Buro CLUB.

La JOMD remporte un fort succès à Paris

La 4^{ème} édition de la Journée de l'Outre-Mer Développement, l'évènement économique incontournable des départements d'Outre-Mer, s'est tenue le 13 avril au Pavillon Gabriel à Paris. Pas moins de 1430 personnes étaient présentes à ce RDV pour comprendre, réseauter, postuler et recruter.

Étudiants, recruteurs, responsables politiques, entrepreneurs, intervenants, modérateurs, médias, partenaires, associations... se sont ainsi rencontrés lors de cette journée consacrée au développement et à la mise en valeur de l'Outre-Mer français. Rendez-vous désormais dans deux ans en 2015 pour la prochaine édition.

9 et 10 Mars

La 2eme édition de la Natural Hair academy (NHA) s'est tenue sur la péniche de Jocelyn Golitin (co-fondateur d'OMN). Organisée par l'agence AK-A de Didier Mandin et Clarisse de Belleébène.com, ces rencontres autour de la beauté afro au naturelle connaissent un succès grandissant. Plus de 360 jeunes femmes au rendez-vous sur l'ensemble du week-end, des consultanttes américaines, des marques comme Activilong répondent présent à cet event en passe de devenir le RDV incontournable des blogueuses franciliennes ! Croisière sur la Seine en prime !

Chaque mois, Networking, conférences, formations, financement Emploi sont au coeur de ce nouveau programme annuel mis en place par le réseau OMN qui vise à optimiser le lien entre les activités de la communauté afro-antillaise et la dynamique économique. Faire connaître un autre visage de l'Outre-Mer, celui qui innove et crée de la valeur ajoutée !



OUTRE-MER NETWORK LANCE SON PROGRAMME OSONS L'OUTRE-MER 2013 !

4 Avril

11eme spéciale Outre-Mer sur BFM Business organisée par OMN et Michel Picot du Business club de France avec pour invités : Shirley Billot, Kadaly ; José Jacques Gustave, G2J.com ; Laurent Blériot, Bioalgotral ; Daniel Hierso, OMN

5 Avril

Participation et partenaire média à la 2eme édition du forum "Osons la France". Le forum qui prend de l'avance sur tous les autres, celui qui casse tous les codes ! Aude de Thuin, fondatrice du Women's forum de Deauville, confirme son talent de serial entrepreneur avec ce Forum hors norme à l'espace Pierre Cardin à Paris. La suite à Lyon, Lille et Nantes ... Le travail de terrain d'OMN reconnu par le forum le plus tendance du moment dans l'Hexagone. Un grand moment !

10 Avril

Accompagnement de la 2eme édition du Webmag Alizelavie.com, produit par la représentante d'OMN à New York.

RESTONS CONNECTÉS !

Suivez nous sur
www.outremernetwork.org
 ou sur Twitter : @outremernetwork
 Facebook : <http://www.facebook.com/www.outremernetwork.org>

Tous les Mercredis soir
 sur Tropiques FM 92,6 :
 « Laisse parler les entrepreneurs »
 et « Nos Outre-Mer ont des talents »
 avec nos offres d'emploi à l'antenne
 dans le « 10mn pour un job » !

À VENIR EN MAI/JUIN

Colloque "Osons l'Outre-Mer"
 au conseil régional IDF 22 Mai
 Partenaire du 23 Mai à St Denis
 Partenaire du Labo ethnique (21 au 23 Juin)



Laurence Méhaignerie, Citizen Capital, Aude Alphonse BDAF, Aude de Thuin (OLF) dans « Laisse parler les entrepreneurs » sur Tropiques FM.



POP STAR
TWINAIR 105 CV

POURQUOI RENONCER AU STYLE QUAND LA FAMILLE S'AGRANDIT ?

Fiat 500L associe le succès du style 500 au concept de « space efficiency », une habitabilité digne d'un SUV. En version Pop Star, elle reçoit des équipements spécifiques : volant cuir multifonction, commandes Bluetooth®, radar de recul, jantes alu 16 pouces, pack audio MP3 à écran tactile, reconnaissance vocale...



Véronique HIPPOCRATE
0596 66 31 45

Charly RETOUR
0596 51 98 86

Raphaël TROPOS
0596 51 98 85

Frédéric GAYET
0596 57 18 82

Laurence NAZAIRE
0596 57 18 81

 **CENTRE
AUTO**
place d'armes

Centre
Auto 
Martinique
0596 518 181
www.centre-auto.fr

TRAVAILLEURS DANS LES ÎLES

Tout le monde s'accorde sur l'importance de se former. Oui, mais comment ?

Est-il vrai que vous êtes un acteur majeur de la formation en Guadeloupe ?

Oui, le cabinet « Travailleurs dans les îles » organise chaque mois, depuis plus de dix ans, de nombreuses formations. Tous les acteurs de l'entreprise sont concernés, du dirigeant au collaborateur en passant par les membres de comité de direction.

En quoi vos formations sont-elles différentes des autres ?

Chez nous, pas de cours magistral, très peu de PowerPoint. Il y a, d'un côté, un expert qui propose au réseau un éclairage théorique, alimenté par des exemples concrets et, d'un autre côté, les participants qui viennent enrichir le débat et partager leurs expériences. Nous permettons une grande liberté de parole et privilégions les échanges.

Et comment regroupez-vous les participants ?

Tout dépend de leurs besoins. Nous réunissons les managers et les cadres dans un réseau de formations appelé G.E.M (Gagnez en Efficacité Managériale). Nous animons aussi un autre réseau qui concerne les dirigeants d'entreprises et qui s'appelle A.P.M (Association Progrès du Management). Tous les autres réseaux sont sur notre site internet : www.travailleurs-danslesiles.com

Pourquoi ces échanges d'expériences sont-ils aussi important ?

Les participants découvrent tout d'abord qu'ils ne sont pas seuls à être confrontés aux mêmes problèmes. L'échange de leurs expériences respectives bénéficie à tous les participants. La mise en pratique

des concepts proposés par le formateur se fait donc immédiatement en séance. Nous apprécions et développons le sens critique de chacun, pour autant que cela se passe dans un esprit constructif. Grâce aux interactions immédiates entre les participants, chacun profite de l'analyse des autres et gagne en ouverture d'esprit, en humilité.

Parlez-nous de votre dernier expert-formateur ?

Au mois de mars, nous avons reçu Jean-Jacques Crèvecoeur, expert belge qui vit maintenant au Canada. Il anime depuis plus de vingt ans un séminaire sur les jeux de pouvoir relationnel. Il s'agit d'un sujet à la fois important et difficile à appréhender. En effet, dans l'entreprise, les jeux de pouvoir sont de véritables bombes à retardement. La formation que nous avons donnée nous apprend à détecter la présence de ces bombes et, une fois repérées, à les désamorcer.

Est-ce que sa pédagogie fut adaptée à la formation en réseau ?

Oui, notre objectif final était aussi de travailler sur les processus de délégation et d'adopter notre style de leadership à la maturité de nos collaborateurs, dans le but de les faire progresser vers l'autonomie et la responsabilisation.

Jean-Jacques Crèvecoeur a organisé de nombreux exercices pratiques et des jeux de rôle durant lesquels les participants ont beaucoup échangé sur des situations spécifiques de leur quotidien professionnel.

Les participants disposent à présent d'outils qu'ils peuvent utiliser, de manière autonome, en mettant en oeuvre une véritable hygiène relationnelle préventive et curative.

Des prix imbattables, c'est bien...
Des prix imbattables toute l'année,
c'est **MIEUX !**



FILTRE À HUILE

pour Clio, Kangoo... réf. : OC467⁽¹⁾

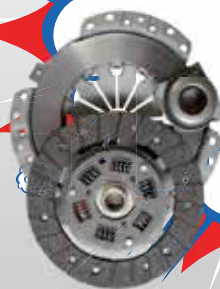


2€99

KIT D'EMBRAYAGE

pour Peugeot 106, 206, 306...

réf. : 618300300⁽¹⁾

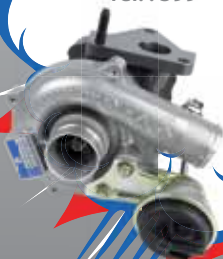


68€13

TURBO D'ORIGINE

pour Renault 1.5 DCI **GARANTIE 2 ANS**

réf. : 399⁽¹⁾



399€

2 DISQUES DE FREIN AVANT

réf. : DDF1140⁽¹⁾



+

4 PLAQUETTES DE FREIN AVANT

réf. : FDB1399⁽¹⁾



pour Xsara, 206, 207 et Berlingo...

49€99

Choix, Prix, Qualité
AutoQuick, l'expert sans concessions



Xavier Symphor, vous êtes le Président du Rotary Club du Lamentin. Qu'est-ce que le Rotary ? Quelles en sont les origines ?

Le premier Rotary Club fut fondé le 23 février 1905 par un avocat du nom de Paul P. Harris. L'appellation Rotary provient de la pratique de roulement des premières réunions entre les bureaux des membres du club. L'esprit d'engagement du Rotary s'exprime pleinement dans sa devise : servir d'abord.

Polioplus, est la première et la plus importante initiative du secteur privé de soutien à une campagne de santé publique au niveau mondial avec un apport initial de 120 millions dollars. Il ne reste plus que 3 pays endémiques (Afghanistan, Nigeria, Pakistan), du jamais vu dans l'histoire de l'humanité. Aujourd'hui, le Rotary est florissant dans le monde entier avec 1,2 millions de membres répartis dans plus de 200 pays et régions. Créé en 1985, Le Rotary Club du Lamentin participe à l'action locale en faveur de causes importantes et met en place de nombreuses actions.

On peut notamment citer l'action « Rêv ti moun » avec les enfants handicapés (baptêmes de l'air, spectacles, etc.), les moments récréatifs avec les personnes âgées de la

maison de retraite l'OMASS, le soutien à la Banque Alimentaire, sans oublier les divers dons réalisés grâce aux différentes éditions du Rotary Golf Tour : un véhicule pour l'Action Sida Martinique, un camion pour l'Etablissement français du sang, un rétinographe pour l'ARS pour la prévention du diabète, etc.

Quelle est l'actualité de votre club?

Événement majeur dans la vie du club du Lamentin, le premier Rotary Golf Tour a été lancé en 2003. Il s'agit d'un tournoi sportif à but humanitaire. Cette année, le thème retenu est "Donner plus de vie à la vie : la Maladie d'Alzheimer et les Soins Palliatifs".

Pourquoi ce choix?

La Martinique est particulièrement concernée, car d'ici 2040 notre département sera le 2ème plus vieux de France. Les soins palliatifs, permettent non seulement de soulager les douleurs du malade, en préservant la dignité de la personne, mais aussi d'accompagner la famille dans les difficultés psychologiques. Ces deux causes nous concernent tous. Le Docteur Jean Luc Fanon, Chef du pôle gériatrie du CHU de Fort de France s'est associé à notre action. Voici sa description des enjeux de cette maladie:

La maladie d'Alzheimer est une maladie neurodégénérative actuellement incurable. Elle se caractérise par des pertes de mémoire, des troubles du comportement, le déclin de toutes les capacités physiques et intellectuelles du malade. La

maladie d'Alzheimer est une maladie tellement répandue que vous connaissez forcément dans votre entourage, quelqu'un qui en souffre.

En Martinique : une situation préoccupante

Nous manquons de structures: la Martinique dispose, par exemple, de moitié moins de lits offerts qu'en France. Or, en Martinique, 8 résidents sur 10 vivant en maison



de retraite ont une maladie d'Alzheimer. (Source étude ALZEMA, 2009).

Et concernant les soins palliatifs, pourquoi est-ce important ?

Le mieux est de laisser Mme Magdeleine, Présidente de l'association WOUSPEL, s'exprimer sur le sujet : « Les soins palliatifs sont une approche qui favorise la qualité de vie des patients et des proches face aux problèmes associés à une maladie mettant en jeu le pronostic vital, au moyen de la prévention et du soulagement de toute souffrance, par le repérage, l'évaluation rigoureuse et le traitement de la douleur et de tous les autres problèmes physiques, psychosociaux et spirituels. » (Définition de l'OMS en 2002).

En Martinique, de manière générale, le médecin traitant ou les proches du patient s'adressent d'abord au Réseau WOUSPEL qui est le réseau de santé spécialisé dans les soins palliatifs.

NOTRE PROJET :

Nous avons choisi de nous investir fortement aux côtés d'associations et structures qui œuvrent dans l'accompagnement des malades et des familles comme l'association WOUSPEL (Soins palliatifs) et France ALZHEIMER MARTINIQUE.

Notre action portera avec votre soutien sur 3 points :

- 1 - La participation à la mise en place d'une plateforme de répit (accompagnement des aidants familiaux)**
- 2 - La participation aux campagnes de sensibilisation du grand public**
- 3 - L'aide à la gestion administrative de la structure**

Aussi nous avons besoin de vous pour **RELEVER CE DEFI ENSEMBLE !**

Dans une époque d'hyper modernité, comme l'évoque le philosophe Gilles Lipovetsky, qui pousse à l'individualisme irresponsable, les réactions d'indignation morale ne sont pas éteintes.



Bien au contraire, les individus sont à la recherche de moralisation. Le nombre de bénévoles et de volontaires a tendance à augmenter depuis dix ans. L'engagement bénévole en 2011 s'inscrit avec 26% de la population adulte. À ce titre, le Rotary Club est plus que jamais d'actualité.

L'engouement pour cette action est spectaculaire, mais nous avons encore besoin d'aide localement. Il est important de noter que 100% des dons collectés sont affectés en Martinique.

Comment peut on soutenir cette action?

Soit par un don en ligne sur www.rotary-lamentin.org, Vous pouvez choisir de faire soit un don libre, soit un versement mensuel de 5, 10 voir 15 euros. Soit en nous contactant au 0696 927 501. Votre don est déductible de vos impôts à hauteur de 66%.



GUADELOUPE MAI

SAINT FRANÇOIS.

LAND ROVER FISHING FESTIVAL
JUSQU'AU 05 MAI À LA MARINA
POINTE-À-PITRE. EXPOSITION "TOUT
MONDE" D'ALAIN CAPRICE JUSQU'AU
31 MAI AU CENTRE CULTUREL REMY
NAINSOUTA, BD LÉGITIMUS.

TÉL : 0690 402302

BAIE-MAHAULT. GRAND PRIX
D'ATHLÉTISME RÉGION GUADELOUPE
AU STADE DE BAIE-MAHAULT
LE 08 MAI À PARTIR DE 15H00
POINTE À PITRE. MUSICIENNES EN

GUADELOUPE DU 11 AU 16 MAI.
LE FESTIVAL SERA DÉDIÉ À CONSUELO
VELÁZQUEZ TORRES (1924-2005)
MARIE-GALANTE. FESTIVAL
TERRE DE BLUES DU 17 AU 20 MAI
TERRE DE HAUT. TERRE DE HAUT
A LA PÊCHE 2013 DU 18 AU 19 MAI



COMMÉMORATION DE L'ABOLITION DE
L'ESCLAVAGE LE 27 MAI. PLUSIEURS
MANIFESTATIONS SONT PROGRAMMÉES
PENDANT TOUT LE MOIS DE MAI

JUIN

RENCONTRE AUTOUR DU PIANO
DU 03 AU 13 JUIN. À L'OCCASION DE
L'ANNÉE DE LA RÉPUBLIQUE DOMINIC-
AINE EN GUADELOUPE, LA PROCHAINE
RENCONTRE AUTOUR DU PIANO
ACCUEILLE LA PIANISTE ANIA PAZ
BASSE TERRE. EXPOSITION DE MICHEL
ROVELAS SUR L'ARTCHIPEL
DU 08 AU 29 JUIN

GUYANE



MAI

SAINT-LAURENT DU MARONI. EXPOSI-
TION DE SOPHIE GRAILLE À LA SALLE DE
LA RELÉGATION COLLECTIVE-CAMP DE
LA TRANSPORTATION JUSQU'AU 20 MAI
MATOURY. MAYOURI KILTIREL, PYANO
SAVANN. CHANTS, DANSES ET ATELIERS
CULTURELS TRADITIONNELS À KINDALL
CALIFOURCHON LE 8 MAI 2013

JUIN

COMMÉMORATION DE L'ABOLITION
DE L'ESCLAVAGE 2013
DU 10 MAI AU 10 JUIN 2013
MOIS DE LA COMMÉMORATION
DE L'ABOLITION DE L'ESCLAVAGE
(7ÈME ÉDITION)
ORGANISÉ À SAINT-LAURENT
PAR LE CCML

MARTINIQUE MAI

FORT DE FRANCE. RENCONTRE
THÉÂTRE AMATEUR AU THÉÂTRE AIMÉ
CÉSAIRE RUE VICTOR CÉSAIRE
DU 02 AU 25 MAI.



SAINTE MARIE. FESTIVAL DES ARTS
ET TRADITIONS POPULAIRES DE LA
CARAÏBE DU 08 AU 12 MAI.
TÉL : 0596 69 13 83

BASSE POINTE-SCHËLCHER.
TRAIL TCHIMBÉ RAID.
TÉL : 0696 20 06 42 - 0696 25 66 18
LAMENTIN. LAMENTIN JAZZ PROJECT
DU 15 AU 19 MAI.
WWW.LAMENTIN-JAZZ-PROJECT.COM
TÉL : 0596 50 82 71 - 0596 51 75 55
COMMÉMORATION DE L'ABOLITION LE
22 MAI. MANIFESTATIONS SONT PRO-
GRAMMÉES TOUT LE MOIS DE MAI.

JUIN

TROIS ILETS. MANGROOVE FESTIVAL
SUR L'HABITATION BEAUFOND LE 08
JUIN À PARTIR DE 19H. TARIF : 10€
FORT DE FRANCE. BLOODY NIGGERS AU
THÉÂTRE AIMÉ CÉSAIRE RUE VICTOR

CÉSAIRE. DU 13 AU 15 JUIN 2013. TÉL :
0596 594329 – 0696 220727
FORT DE FRANCE. CHINA MOSES À
L'ATRIUM LE 14 JUIN À PARTIR DE
20H00. TÉL : 0596 707929

Plus de détails sur ces
événements sur Coconews.
Sur Coconews Guadeloupe,
Martinique et Guyane, retrouvez
notre guide des locations
saisonnnières pour les vacances
et les sites et plages à découvrir
sur ces territoires.



ORANGE EXPERIENCE

Un espace GP et PRO
unique aux antilles

orange™

Business
Services

Téléphonie mobile - fixe - internet
satellite - Pti - géolocamisation

CariTech

4x
sans frais



INEDIT
Découvrez
nos caméras
embarquées
outdoor

GoPro
Be a HERO.



TESTER



SURFER



ECOUTER



DECOUVREZ

ASSUREZ VOTRE MOBILE

vol avec effraction ou agression, dommage accidentel oxydation accidentelle
utilisation frauduleuse...



Suivez nous sur facebook :
Orange Experience



JAMBETTE VILLAGE

pro@orange-experience.com

ZI jambette, 97232 Lamentin - Tél. : 0596 301 300

PHILIPPE LAVIL

Nos grands musiciens locaux étaient sur scène avec les musiciens de Philippe Lavil, venus spécialement pour ce concert. Ce moment a été tellement magique que l'agence

événementielle TWAKATSHOW et productrice de ce spectacle a décidé de mettre des gros moyens techniques en place (son enregistré en 48 pistes, 5 caméras HD, etc.) afin de sortir un DVD de cette soirée. Ce DVD réalisé par l'équipe de www.bmtv.tv sortira

dans les prochaines semaines. Dans cette page, nous vous tiendrons au courant de la date de sortie.



1ÈRE ÉDITION DU MANGROOVE FESTIVAL !

SAMEDI 8 JUIN 2013
À PARTIR DE 19H,
À L'HABITATION BEUFOND
(TROIS ILETS). UNE SOIRÉE LIVE
DÉDIÉE CETTE ANNÉE AU POP, ROCK,
SOUL & BLUES, AVEC:

FLORENT M

Solo & impro - jeune prodige de la guitare blues : à découvrir absolument!

HAPPYMESS

Folk, pop, soul, rock, reggae - les

Happies et leurs trois chanteuses font groover les scènes de Madinina depuis plus d'un an.

SEX TOYZ

Rock'n roll ! Ne vous fiez pas au nom, les 4 membres du groupe n'ont rien de jouets en plastique. Gros son garanti.

FETISH HEADS

Blues-rock - les Fetish connaissent un succès fulgurant depuis leur création en 2012, avec une musique habitée, dense et psychédélique. Voyage d'enfer entre New Orleans et Chicago !

ENTRÉE 10 EUROS

Bar, snack-resto, parking
Infos : mangroovefestival@yahoo.fr



Le saviez-vous ?

QUELLE EST LA PLACE
DES CULTURES VIVRIÈRES
ET MARAÎCHÈRES ?

Les cultures vivrières et maraîchères occupent la troisième place de la SAU (Surface Agricole, Utile). Toutefois, elles régressent en surface chaque année. La Martinique produit en grande quantité des avocats, des limes, des melons et des fleurs. La commercialisation des fruits et légumes

est assurée par une coopérative et des petites structures souvent familiales. « Extrait de La Martinique en 200 questions-réponses) Editions ORPHIE en boutique sur www.belemartinique.com

Mécanik Première

Toutes les semaines le dimanche matin (11h15) sur Martinique Première, vous avez rendez-vous avec la nouvelle émission « Mécanik Première », un magazine de 26

minutes sur l'auto, la moto et le monde du bateau. Dans chaque numéro, Philippe de BMTV.tv vous présente un essai tourné à la Martinique. Vous avez raté une émission? Retrouvez en REPLAY toutes les émissions sur www.bmtv.tv



Rien ne vient à bout du béton.



Un mur de soutènement plus facile à monter, moins cher et plus sûr.

LEROMUR® présente de nombreux avantages techniques et économiques. Il est totalement adapté à nos conditions climatiques et sismiques. Monté à sec, ce mur d'une grande souplesse est fait pour durer dans le temps, résistant à des chocs forts et à de lourdes charges. De plus, il ne demande pas d'entretien particulier puisque la végétation ne peut y pousser.

La solution pour tous vos travaux de soutènement.



Leromur® CE
Le mur facile 



Bénédicte de Reynal

PROMOTION 5
DU CURSUS
EN MANAGEMENT
DE L'ESSEC
EXÉCUTIVE EDUCATION
EN MARTINIQUE

Bonjour Bénédicte, présentez-vous en quelques mots aux lecteurs...

Après une expérience de quelques années dans la création et la gestion d'une activité de production maraîchère hors sol, puis de vitro plants de bananes, je suis actuellement associée de l'entreprise EDEN SARL. Son activité est centrée sur la production de bananes destinées à l'exportation. J'assure les différentes charges administratives et financières et je gère également la partie dédiée aux ressources humaines. J'ai, en outre, des fonctions d'administration, sur d'autres entités juridiques, mais la majeure partie de mon temps demeure consacrée à notre propre fruit : la banane !

En vous engageant dans ce cycle long et intensif en Management de l'ESSEC, quels étaient vos objectifs et vos attentes?

Mon inscription à ce cursus a été la concrétisation d'un souhait : l'envie d'apprendre à réapprendre. Mais le défi à relever était de pouvoir conjuguer cette envie avec une activité professionnelle et personnelle... Par ailleurs, mon objectif second, était de prendre un certain recul

par rapport à mes activités quotidiennes très prégnantes, et ainsi développer une vision plus globale de l'activité de l'entreprise, afin de pouvoir réfléchir à de nouveaux projets. D'autre part, je désirais bénéficier de la pédagogie et de l'excellence du corps professoral d'une grande école. Ce cycle en management dispensé par l'ESSEC, à la Martinique, était donc une réelle opportunité pour répondre à ce challenge.



Que vous a apporté cette formation ? Le résultat escompté au départ a-t-il été obtenu ?

Cette formation m'a apporté bien plus qu'un résultat ! Au-delà de la connaissance de mon profil managérial, de l'équilibre à trouver entre empathie et assertion, entre confiance et vigilance... des méthodes de gestion de projet, de négociation... j'ai notamment appris à dissocier la personne de la tâche ou du poste occupé. Cela permet d'insister, d'une part, sur un fait, une action, qu'il convient d'améliorer, et d'autre part, de donner un signe de reconnaissance. Dans la même veine, la différenciation des idées ou positions prises, avec les personnes concernées, conduit au maintien des relations de qualité. Comme le disait Vauvenargues, « Souple dans la forme, et ferme dans les idées ». Mais, ce n'est qu'un exemple... il y en a tant d'autres...

Votre promotion était constituée de 25 stagiaires, comment les travaux en groupe se sont-ils déroulés ?

Ah !... les travaux en groupe ne laissent personne indifférent, et je crois qu'ils constituent le meilleur des enseignements, mais au prix parfois de grands dilemmes. Néanmoins, ces travaux permettent de renforcer la cohésion du groupe et de fédérer la promotion autour d'un objectif commun. Ils sont aussi le reflet du fonctionnement du travail en équipe au sein de l'entreprise.

Avec le recul de plusieurs mois, quel regard portez-vous sur cette expérience singulière ?

Cette expérience constitue à la fois une parenthèse et un marathon, au cours d'une vie tant professionnelle que personnelle. Ce paradoxe s'explique simplement par la conciliation de la formation avec une activité professionnelle. D'une part, l'apprentissage procure

un instant privilégié d'échanges avec les participants et les professeurs de l'ESSEC et, d'autre part, le retour aux activités professionnelles impose la mise en œuvre de cet apprentissage, avec en outre, la rédaction du mémoire à l'appui. De plus, les enseignements sont empreints de fortes valeurs humanistes

et éthiques qu'il convient de véhiculer. Avec le recul, je souhaite que nous puissions exprimer dans nos entreprises respectives ces valeurs avec une dose de positivisme afin de « viraliser » les infortunés de ce type de management durable.

Recommanderiez-vous ce cursus ? À quels candidats ? Quels conseils donneriez-vous aux éventuels indécis ?

Il y a quelques années, je parcourais les articles du Madinmag relatifs aux témoignages des diplômés de l'ESSEC, et j'enviais les heureux lauréats de ce parcours. Eh bien... c'est chose faite, alors pourquoi pas vous ?

Bien que cette formation sollicite de la motivation et un important travail personnel régulier, j'invite tous les indécis à s'inscrire aux entretiens de sélection pour concrétiser leur souhait .. en effet, durant ces 18 mois, nous sommes « portés » par le partage, l'échange, l'émulation, et une certaine appartenance avec les autres stagiaires de la promotion. Nous avons les mêmes attentes, les mêmes problématiques, les mêmes codes. Il s'agit d'un cursus mémorable.

ESSEC
BUSINESS SCHOOL

SÉLECTIONS CYCLE EN MANAGEMENT

LES 17/18/19 JUIN SUR RDV

TEL : 0696954873 / 0696905000

MAILS : calmels@essec.fr

vourchmc2@orange.fr

www.mc2martinique.com

Journée de la Réussite

Organisée par et pour des jeunes, la première Table-Ronde de la Réussite s'est tenue Mercredi 13 mars dernier sur le campus universitaire de Schoelcher.



Contact-Entreprises

Parce que réaliser son rêve est aussi une affaire de courage, de choix, de défis à relever, des personnalités diverses ont accepté de venir parler de leur parcours : L'homme Paille, chanteur de dance-hall qu'on ne présente plus ; Ken Alcindor, maquilleur international de DIOR dans la Caraïbe ; Marcel Ravin le célèbre cuisinier étoilé du Blue Bay de Monaco ; Joel O'Cangha le chanteur à la voix d'or des comédies musicales Le Roi Lion ; Mandy François-Elie, médaille d'or aux Jeux paralympiques 2012 en athlétisme ; Cyril Comte, Pdg de CCIE-Toyota ; et des interviews enregistrées de Simon Jean-Joseph, pilote de rallyes automobiles ; Béatrice Octavie, Aassistante de Kofi Anan ; Thierry Lauzée, fondateur des Chocolateries Lauzée.

Née d'une collaboration entre les étudiants de l'Ecole de Gestion et de Commerce et Contact-Entreprises, cette opération s'adresse aux étudiants, aux lycéens mais aussi aux parents et responsables du monde

économique... à tous ceux qui ont un rêve professionnel à réaliser ! Elle est organisée avec la participation de l'Université des Antilles et de la Guyane et le soutien de nombreux partenaires.

LE MOT D'EMMANUEL DE REYNAL, PRÉSIDENT DE CONTACT-ENTREPRISES

« Cette journée est une mise en lumière de la réussite, la célébration de parcours exemplaires. Nous souhaitons réveiller le désir d'entreprendre, c'est l'objectif essentiel de Contact-Entreprises, et nous y parviendrons en brisant les mythes qui sont autant de chaînes sur les épaules de la jeunesse martiniquaise.

Chacun peut réussir en étant l'auteur de son propre destin : la Journée de la Réussite donne la parole à ceux qui s'accrochent à leur rêve et qui croient en eux-mêmes pour triompher des obstacles. »



L'HOMME PAILLE



KEN ALCINDOR



JOEL O'CANHA



STEVE BERCY

Innovation et mutualisation sur toute la chaîne !

Le 31 mai prochain auront lieu les 3èmes Rencontres de la logistique. Cette année, les participants de « Logistica » plancheront sur 3 thèmes : la diminution des ruptures en linéaires, la mutualisation des ressources logistiques et les pratiques visant à réduire l'empreinte écologique. Tout un programme concocté par Martinique Développement (ex-Adem) et le département Gestion Logistique et Transport de l'IUT-Pôle Martinique !

Les Rencontres de la logistique à la Martinique sont l'occasion pour les acteurs des entreprises martiniquaises de s'interroger sur les problématiques logistiques actuelles. Depuis quelques années, la gestion de la chaîne logistique s'est imposée comme une compétence hautement stratégique. « Les entreprises sont quotidiennement confrontées aux contraintes logistiques qui existent au sein de leur chaîne d'approvisionnement respective », rappelle Jean Crusol, Président de Martinique Développement (ex-Adem) « C'est ce qui a conduit Martinique Développement à créer Logistica, en partenariat avec le département Gestion Logistique et Transport de l'IUT-Pôle Martinique ».

Lors des éditions précédentes de Logistica, les thèmes abordés relatifs à la logistique laissaient une très grande place aux stratégies individualistes. Cette année, pour sa 3ème édition, Logistica interroge l'intérêt de la mutualisation des ressources et des moyens logistiques. « A l'époque, maîtriser les coûts logistiques tout en mettant en place des stratégies permettant d'assurer une chaîne logistique durable ne constituait pas

encore un enjeu majeur pour les entreprises à la Martinique » explique le Dr Elsa Corbin, Maître de Conférences au département Gestion Logistique et Transport de l'IUT Pôle Martinique à l'UAG. « La crise que traversent aujourd'hui les entreprises de toutes tailles ne fait que renforcer le caractère stratégique de la gestion des flux, qu'il s'agisse de flux physiques de marchandises, informationnels ou financiers. Les ruptures récurrentes de produits en linéaires, la flambée des prix des produits de première nécessité - et par là même la demande de la société civile d'une baisse des prix - interrogent aujourd'hui au plus haut point la stratégie logistique déployée par les entreprises de ce pays. Grâce à des solutions collaboratives, les industriels et les distributeurs peuvent assurer une qualité de service très élevée, en répondant parallèlement à de nouvelles contraintes telles que la réduction des coûts logistiques et des niveaux de stock, ou encore la diminution de l'empreinte carbone » poursuit Elsa Corbin.

Dans cette perspective, les 3èmes Rencontres de la logistique à la Martinique s'articuleront autour de trois thèmes : l'optimisation des processus logistiques visant à diminuer les rup-

tures en linéaires, la mutualisation des moyens logistiques pour réduire le coût logistique global et le développement de pratiques logistiques durables permettant de limiter l'impact écologique des activités logistiques. Au cours de cette demi-journée, les acteurs socioéconomiques de la Martinique pourront, grâce aux partages d'expériences, bénéficier des connaissances relatives aux pratiques

La crise que traversent aujourd'hui les entreprises ne fait que renforcer le caractère stratégique de la gestion des flux

novatrices de gestion des flux. « Notre objectif est qu'à la suite de Logistica, les participants puissent développer au sein de leur organisation, mais aussi tout au long de leur chaîne d'approvisionnement, des stratégies logistiques innovantes » conclut Jean Crusol.

Vendredi
31
MAI
2013



LOGISTICA

3^{ÈMES} RENCONTRES DE LA
LOGISTIQUE
EN MARTINIQUE



de **8h30 à 13h00**
Hall Espace Aéroservices
(ancien aéroport du Lamentin)
Parking offert

Une matinée d'échanges pour établir des **stratégies logistiques innovantes et collaboratives** pour nos entreprises

Inscription obligatoire au **0596 73 17 06**
Tout le programme sur **www.adem-martinique.org**





Opération recrutement

Directrice des agences Alpha Conseil et Outremer Intérim (franchisé Randstad), Solange Agricole a établi, depuis vingt ans et dans quatre départements d'Outremer (Martinique, Guadeloupe, Guyane et Réunion), un service de conseil en ressources humaines spécialisé dans le recrutement et l'évaluation des compétences. Les personnes en recherche d'un CDI, d'un CDD ou d'un poste en intérim peuvent se tourner vers elle et ses collaborateurs pour dénicher le job qui leur convient. Mais il y aurait donc encore des postes à pourvoir ? On raconte pourtant que le chômage est endémique et inévitable... rien n'est moins sûr.

Vous semblez passionnée par votre métier, cela se remarque de suite...

Je l'adore ! Participer au développement économique des départements d'Outremer, dénicher des talents, résoudre des problèmes... c'est gratifiant et passionnant à la fois. Cela me vient de loin puisque j'ai suivi à l'origine une formation en sociologie, puis en gestion du personnel et en ingénierie des ressources humaines. Dans cette branche, on n'a réellement accès qu'aux aspects positifs de ce métier, et ça me convient très bien ! (rires)

La demande et la recherche d'emploi sont-elles fortes dans les départements d'Outremer ?

Les gens sont avant tout en recherche de conseils et de bons réseaux pour les guider vers des projets ou des entreprises fiables. Plutôt que de diffuser eux-mêmes leur CV, de démarcher, de galérer en somme, ils préfèrent passer par une agence de conseil en recrutement qui délivre un accompagnement personnalisé. Du côté des chefs d'entreprises, recruter coûte cher et peut avoir certaines conséquences négatives sur leur société, donc ils se sécurisent en passant par une agence spécialisée.





LES RECRUTEURS SONT DÉSORMAIS PLUS DURS À CONVAINCRE, ILS RECHERCHENT CLAIREMENT « LA MERVEILLE »

Où en est le recrutement global en cette première partie d'année ?

2013, contrairement à 2012, est une année difficile, plus frileuse, plus prudente. Si l'intérim est florissant, c'est malheureusement un concept non pérenne. La prudence explique cette situation, bien que cela aille à l'encontre des principes mêmes de l'entrepreneuriat qui consiste à s'engager, à essayer, à prendre des risques... Les recruteurs sont désormais plus durs à convaincre, ils recherchent clairement « la merveille », et s'en passent s'ils ne la trouvent pas. L'acte de recrutement ne s'enclenche que lors de la rencontre avec un candidat vraiment exceptionnel. Les entreprises misent plutôt sur la polyvalence de leurs membres, quand elles ne renoncent pas tout simplement au projet. Les effets de la crise mondiale sont très nets.

Votre pronostic pour les prochaines années est-il ensoleillé malgré tout ?

Nous n'avons pas encore dit notre dernier mot pour 2013. Le dynamisme de l'emploi symbolise la réussite économique d'une région. Le débloquage de la situation aux AG passera par la recherche de talents et le développement de la qualité.

LES CANDIDATS N'ACCEPTENT PAS TOUT
ET N'IMPORTE QUOI,
ILS N'ONT PAS ENCORE FRANCHI
LE CAP DU « UN EMPLOI À TOUT PRIX ».

Où se cachent donc les « merveilles » tant désirées ?

On les recherche partout, mais elles se font rares, au vu des critères toujours plus exigeants des entreprises. Les talents sont très mobiles partout dans les DOM, ils saisissent les opportunités où elles se trouvent... Nos clients sont situés sur les quatre départements avec des postes à pourvoir sur place. Les chefs d'entreprise ont une préférence pour les domiens ayant travaillé ailleurs et qui souhaitent revenir dans leur département d'origine. Nos chargés de recherche ont donc pour mission prioritaire d'aller dénicher les candidats potentiels partout via les réseaux sociaux, les écoles, les associations sportives ou culturelles...

Nous créons des liens avec la diaspora domienne afin de leur proposer des projets sur leur territoire de naissance.

Quels sont les secteurs d'activité où la recherche est la plus conséquente ?

Le bâtiment de haut niveau, c'est à dire des métiers très spécialisés (ingénieurs béton, structure, projeteurs...) La grande distribution également : la société de consommation est très active et les grandes surfaces florissantes. Les experts dans ces deux grands domaines sont activement demandés pour des CDI.

Comment expliquez-vous en partie le taux de chômage si élevé de nos départements ?

La formation est sans doute insuffisante : on ne trouve pas localement les profils recherchés. Et quand ils existent, il est souvent ardu de les garder ou de les faire revenir. Les spécialistes sont attirés uniquement par de

beaux projets d'envergure, ou bien ils préfèrent revenir pour travailler dans le secteur public.

Je constate hélas que les gens ne sont pas assez fiers de leur métier. Les candidats sont de plus en plus exigeants vis à vis de leur employeur, certaines réactions sont parfois surprenantes : il faut savoir que 30% des offres proposées sont rejetées par le chercheur d'emploi lui-même...

Les candidats n'acceptent pas tout et n'importe quoi, ils n'ont pas encore franchi le cap du « un emploi à tout prix ». Ce qui n'a rien de critiquable bien entendu, mais qui freine en partie le développement.

Quelles sont les exigences mutuelles des chercheurs d'emploi comme des recruteurs ?

Les demandes ont beaucoup évolué ces dix dernières années. Le salarié aime qu'on vienne à lui, il souhaite être sollicité. Le travail n'est plus véritablement perçu comme source de plaisir, d'épanouissement personnel ou de valorisation sociale : c'est une simple source de revenus pour laquelle il n'est pas toujours nécessaire de se donner du mal si elle n'est pas assez attrayante. Les recruteurs quant à eux jouent la carte de la prudence et de la polyvalence.

Ils ont des projets mais ne se lancent pas sans la garantie d'avoir embauché LE talent adéquat. Ils veulent les meilleurs ou rien. Sur des petits territoires comme les nôtres, c'est encore plus compliqué... Le travail existe bel et bien mais d'un côté comme de l'autre les prises de décisions sont très lentes et les engagements difficiles à prendre.

*Un emplacement de premier
choix sur les hauts de
Didier avec vue mer*



Résidence des Rochers

Bénéficiaire aussi d'avantages fiscaux

- Défiscalisation Girardin intermédiaire 26% sur 6 ans plafonné à 18.000 euros + 4% avantage DOM.
- Exonération de taxe foncière pendant 2ans.

et se constituer un patrimoine immobilier de valeur

Contactez-nous pour avoir plus d'informations.

Tél: 0596 58 77 56
desrochers@orange.fr

Réalisé par le promoteur



Résidences Mabouya à Sainte-Luce



La Grand Voile à la Marina Etang
Zabricot à Fort de France



Voir plus de photos sur
Facebook : La Grand Voile



Joël Destom

Tous à couvert

Directeur régional aux Antilles-Guyane du Groupe AG2R LA MONDIALE, Joël Destom est un homme occupé mais passionné par ses activités multiples qui balayent tous les champs de la protection sociale et lui offrent l'occasion de rencontrer chaque jour de nouvelles personnes. Friand de contact et d'échanges, il nous dévoile en détail les enjeux et la complexité de son secteur.



PHOTO DE GAUCHE : JOËL DESTOM

PHOTO DE DROITE : DE GAUCHE À DROITE JOSÉ DINTIMILLE, YVON BRETON, JOËL DESTOM, CLAUDE BONET.

La Retraite est la préoccupation numéro 1

Quel est votre moteur pour aller au travail chaque matin ?

J'exerce un métier qui a beaucoup de sens car l'objectif associé à toutes nos activités est d'assurer la protection des personnes. Je m'amuse en pensant que mon slogan publicitaire pourrait être « Protecting people », clin d'œil à un autre secteur d'activité.

Je trouve passionnant de construire des solutions après avoir écouté et partagé les préoccupations des personnes (physiques et morales) sur des sujets qui animent en permanence le quotidien, à savoir la retraite, la prévoyance, la santé ou encore l'épargne. Nous devons gagner la confiance par des réponses de qualité et l'instauration

d'une relation durable. Les métiers de l'assurance font rarement rêver : ce n'est pas un projet d'enfance comme devenir astronaute ou pompier... je m'y suis intéressé durant mes études, lorsque j'assurais la commercialisation de la couverture frais de santé destinée aux étudiants. J'ai alors cherché à identifier les opportunités offertes par ce secteur d'activité.

Vous y avez consacré toute votre carrière jusqu'à présent ?

Tout à fait. Ma formation et mes expériences professionnelles m'ont conduit à occuper le poste de directeur de

la Caisse Guadeloupéenne de Retraites par Répartition et de la Mutuelle Interprofessionnelle Antilles Guyane depuis octobre 2009. Ces deux entités ont démarré leurs activités en juillet 1974 et en janvier 1990 avec l'appui technique du Groupe AG2R LA MONDIALE. En janvier 2012, le Groupe AG2R LA MONDIALE a fait le choix de me confier la direction régionale de ses activités dans les départements français d'Amérique. Les objectifs sont de renforcer la dynamique managériale, de partager les savoir faire et les bonnes pratiques, de favoriser une saine émulation.

Quelle est la philosophie de votre activité ?

Elle se résume en quelque sorte dans le slogan du Groupe AG2R LA MONDIALE : le contraire de seul au monde. Le Groupe couvre tous les besoins de protection des personnes et de leur famille, tout au long de leur vie, quels que soient leur âge, leur statut social et leur secteur professionnel. Les valeurs et principes d'actions sont la solidarité, la responsabilité et la proximité. La philosophie développée est d'assurer la protection sociale individuelle de la naissance à la fin de vie et la protection sociale collective de la création à la maturité de l'entreprise.

Quelles sont les préoccupations des antillo-guyanais en matière d'assurance selon vous ?

Aujourd'hui, et de plus en plus, les gens se soucient de la préparation de leurs revenus futurs. Je pense que la Retraite est la préoccupation numéro 1. Viennent ensuite les questions de couverture santé, de prévoyance puis d'épargne. Beaucoup ont pris conscience de la limite d'engagement des politiques publiques. L'actualité sur la complémentaire santé l'illustre parfaitement.

Les risques sont-ils si considérables ?

L'hospitalisation, les frais d'optique, les soins dentaires... sont des risques pouvant coûter très cher au citoyen sans couverture complémentaire. Bien entendu, les besoins ne sont pas les mêmes en fonction de l'âge ou de la situation familiale. À l'exception de jeunes trentenaires actifs qui n'en saisiraient pas l'usage immédiat, je pense qu'aucune famille antillo-guyanaise n' imagine plus vivre sans couverture santé.

Comment expliquez-vous la demande forte en couverture décès ?

Il y a un phénomène culturel que l'on ne peut oblitérer. Par ailleurs, les parents veulent avoir la garantie que leurs enfants n'auront pas à assumer de charges qui les mettraient en difficulté. Ils souhaitent également s'assurer que les enfants pourront poursuivre leurs études et que leur conjoint aura de quoi subvenir au quotidien. Il faut peut être considérer cette garantie comme une préoccupation ancrée dans notre inconscient collectif qui prouve un certain attachement aux proches.

Le coût de la protection sociale française est sans cesse rappelé, le désengagement de l'État est souvent commenté...

Qu'est-ce qui pousse d'après vous les personnes à se protéger ainsi financièrement ?

Il existe probablement une sorte de prise de conscience qui dépasse largement le périmètre de nos territoires. Elle amène les gens à être plus souci-

eux qu'auparavant. Il y a désormais un partage de l'information sur des sujets d'actualités récurrents : le coût de la protection sociale française est sans cesse rappelé, le désengagement de l'État est souvent commenté...

Je pense que beaucoup considèrent désormais que la protection sociale est un sujet à ne pas négliger.

La retraite est-elle source d'angoisse parmi les actifs d'aujourd'hui ?

Certains ont de vraies craintes sur le bénéfice d'une retraite future, qu'elle soit confortable ou simplement acceptable. Les préoccupations nationales sur les régimes de retraite sont au cœur de nombreuses discussions. Souvenons-nous que la retraite est un concept assez récent. Ce n'est qu'en 1945 qu'est légitimée l'idée d'un repos « à vie » financé par la collectivité.

À l'époque, l'espérance de vie n'était pas la même qu'aujourd'hui. Avec l'allongement de la durée de vie, on travaille environ entre ses 25 et 65 ans, et l'on vit jusqu'à 85, 90 ans voire plus. Cela représente un tiers de la vie passé à « ne pas travailler. »

Les gens mesurent très bien la difficulté associée à cette situation. On a certainement intérêt à préparer quelque chose.

Quel est votre sentiment sur la polémique récurrente autour de la réforme du régime de retraite ?

Nous ne nous inscrivons pas dans la polémique. Dans tous les cas, notre métier consiste à trouver des solutions pour nos concitoyens, en fonction des décisions prises par les pouvoirs publics.

Toutes les annonces sont maintenant sur



cyphoma

**AUTO - MOTO
IMMOBILIER
NAUTISME
DÉCORATION
BONNES AFFAIRES
EMPLOI**

...

WWW.CYPHOMA.COM

plus de 25 000 fans
en Martinique 





Ça passe ou ça cash !

Vingt-cinq ans à peine et déjà chef d'entreprise : Grégory Caprice, diplômé d'un master en informatique à l'ICSA, l'école privée de Montgérald, donne l'exemple à la jeune génération. Le chemin qui l'a vu partir de la vente de cacahuètes sur le bord des plages pour arriver à la direction de sa propre société n'a pas été sans effort : à seize ans, déjà, il affichait sa détermination à travailler. C'est en couplant systématiquement ses études avec une activité professionnelle d'appoint, et grâce à sa nature curieuse et son esprit d'entreprendre, qu'il peut aujourd'hui témoigner de ce parcours susceptible d'inspirer les jeunes martiniquais.

SI LES ANTILLAIS NE SONT PAS RÉPUTÉS**AMATEURS D'OCCASIONS,****C'EST AUSSI ET SURTOUT****CAR LE MARCHÉ N'EXISTE PAS !****Quels sont la genèse et le concept de ton enseigne Cash Express ?**

Je cherchais depuis un moment à créer ma propre entreprise, il me fallait donc un projet motivant. Cash Express est une franchise existant en Métropole qui allie le commerce avec un esprit écologique lié au recyclage, cela m'a beaucoup plu.

Le marché de l'occasion n'a pas très bonne réputation, tu as pourtant confiance en ce projet ?

De prime abord ce n'est pas un secteur très enthousiasmant, mais c'est une erreur, car en y regardant de plus près ce marché est une véritable aubaine. Se rendre dans une salle d'achat pour revendre cash les objets dont on n'a plus l'usage est une source de bénéfice rapide et sûre.

Il existe donc une demande pour les produits d'occasion chez une population réputée pour son goût du neuf ?

Pour l'occasion, le facteur principal est de trouver le bon prix convenant au produit. Si cette estimation est correcte les gens n'ont plus de réticence : par exemple, entre un Smartphone neuf à 700€ et le même modèle quasi neuf avec quatre mois d'usage à 550€ le gain n'est pas négligeable. Si les antillais ne sont pas réputés amateurs d'occasions, c'est aussi et surtout car le marché n'existe pas ! La demande est là mais le terrain est encore vierge : il est temps selon moi de le défricher.

Quelle est la part florissante de ce marché ?

Tout ce qui touche au multimédia et aux nouvelles technologies : ordinateurs, tablettes, téléphones, appareils photo... se sont des produits très chers à l'état neuf. L'occasion permet d'acquérir des modèles qui, bien que toujours performants, ont disparu des rayons. À la vitesse où les modèles sont remplacés, un appareil de six mois ou un an n'a rien d'obsolète, et le bond qualitatif minime ne

justifie pas le rachat systématique d'un produit neuf.

Est-ce le cas aussi pour les livres ?

Le marché du livre d'occasion est très difficile. Internet et les supports numériques ont bouché le marché de l'édition traditionnelle.

Les bandes dessinées et les mangas n'ont un potentiel de revente que si on peut maintenir un prix de reprise intéressant, souvent trop faible pour attirer la clientèle. Les gens préfèrent donc conserver leurs livres plutôt que de les revendre pour presque rien.

Penses-tu que le concept soit pérenne sur un petit territoire ?

Pour que le concept soit fiable, il faut un équilibre entre les trois parties : le revendeur, l'enseigne et le racheteur. C'est tout l'enjeu de l'occasion ! Quand on propose un bon prix sur des produits testés et garantis trois mois, cela intéresse forcément du monde.

L'occasion a cette réputation de mauvaise qualité car on craint la panne, mais le taux de retour dans un magasin d'occasion est équivalent, voire inférieur, à celui d'un magasin de neuf.

Même un produit neuf peut tomber en panne, cela arrive : un produit d'occasion a déjà servi, il fonctionne, il a donc fait ses preuves et n'a aucune raison de tomber en panne subitement.

Qu'est-ce que cela représente de créer une entreprise aujourd'hui à la Martinique ?

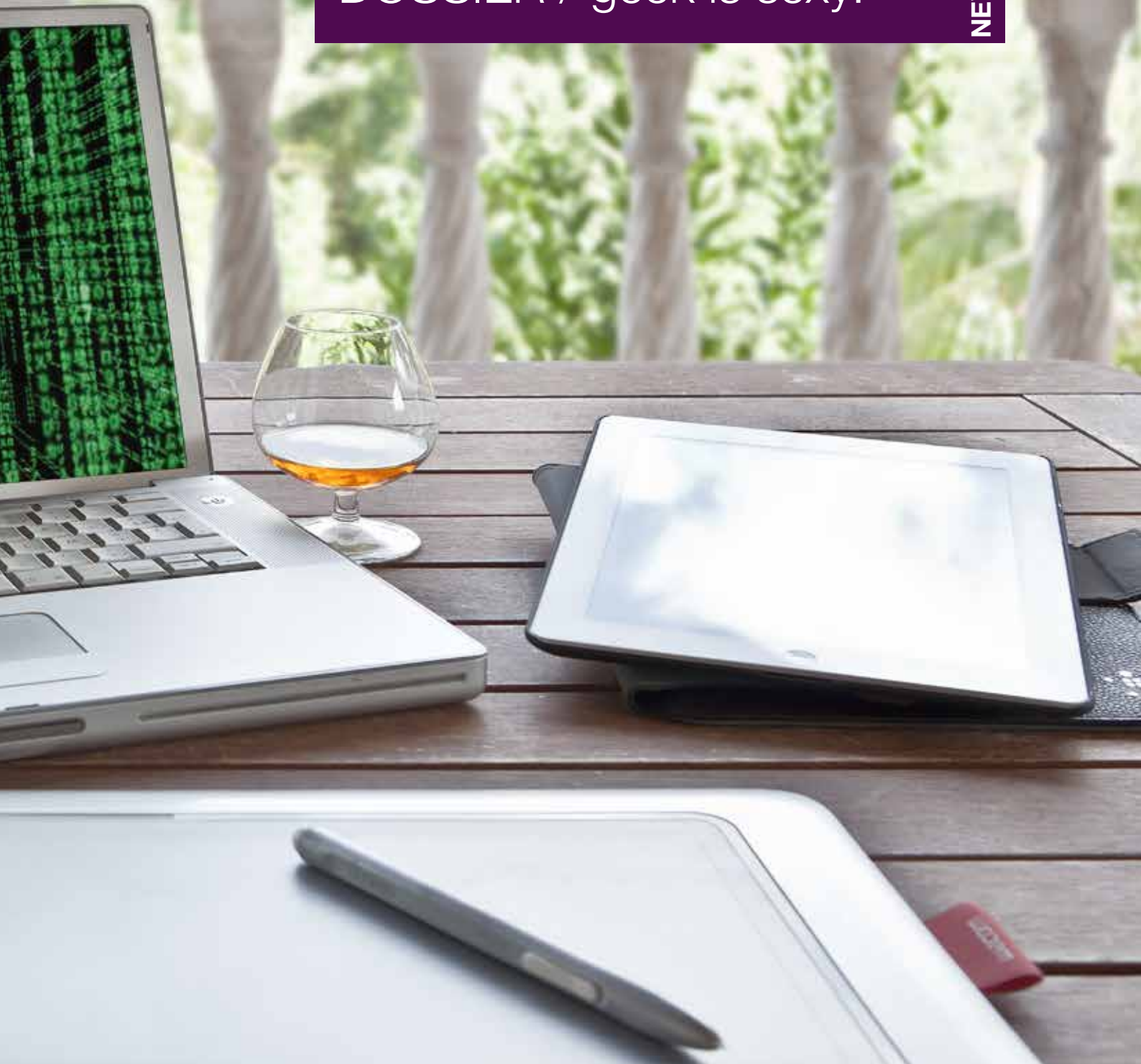
L'ouverture d'une franchise est quelque chose d'atypique : quand on monte un projet ex nihilo, c'est plus difficile. L'aide d'une franchise est précieuse car elle connaît toutes les démarches à suivre.

En revanche, le coût pour l'investissement est plus élevé : j'ai dû acheter, et donc faire venir, du matériel en métropole afin qu'il corresponde aux normes imposées.



Les innovations technologiques :
geek is sexy!

DOSSIER CONÇU PAR YOANN ST LOUIS ET CAMILLE DERVAUX.
TEXTES DE MICHAEL GLONDU ET CAMILLE DERVAUX. PHOTOS DE JEAN-ALBERT COOPMANN.



« Innover »... ce mot, rond en son centre comme un œuf, me tourne en bouche avec le souvenir du temps où, marmot, je portais sur ma langue tout ce qui était neuf. J'observe ce -nov, cette capsule originelle autour de laquelle on articule... En latin, « novare » signifie « rendre nouveau, refaire », mais aussi « changer et transformer. » Tiens donc... La métamorphose comme principe fondateur d'un mot en forme d'œuf ? Et de cette matrice jaillira l'inattendu...

Litré me précise que « l'innovation se distingue de l'invention ou de la découverte par son caractère opérationnel et sa mise en œuvre concrète. » Une sorte d'énoncé performatif en quelque sorte : qui innove, agit. Qui casse un œuf fait une omelette, ce qui est nettement meilleur qu'un œuf dur vous en conviendrez... d'où l'importance d'innover pour goûter à quelque chose de neuf. Innovare ergo sum, j'innove donc je geek. En espérant qu'il en sortira une demi-douzaine de recettes jusqu'alors inconnues, du jour fraîchement pondues.



Michaël Glondu

L'économie du savoir

et de la connaissance : effet de mode ou
changement profond de notre société ?

MICHAËL GLONDU, CONSULTANT EN STRATÉGIE PROSPECTIVE ET INNOVATION
LIÉE AUX TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

L'INNOVATION EST UN ENJEU SOCIÉTAL
CAR NOUS DEVONS RÉPONDRE
DE NOUS MÊMES
À NOTRE PROBLÉMATIQUE STRUCTURELLE
POUR CHANGER ENFIN DE PARADIGME

Le XXIème siècle ira de plus en plus vers une économie basée essentiellement sur l'intelligence, donc sur la matière grise ; donc elle sera immatérielle. Jusqu'à nos jours, nous disions « Quand le bâtiment va, tout va ! » Comme me le rappelait un ami, nous devrions dire dorénavant « quand les bonnes intelligences sont réunies, tout va bien ! »

Le capital humain est le moteur principal pour innover dans un environnement où les infrastructures sont adaptées à cette nouvelle donne économique, qui plus est au sein d'un cadre normatif nouveau. Faut-il adopter de bonnes pratiques ou cesser de faire cavalier seul ? « Il serait temps de décloisonner nos intelligences de manière collective tout en réinventant la vie », comme nous l'indiquait Michaëlle Jean, ex-gouverneur général du Canada. Au niveau d'un territoire insulaire notamment, comme ceux des Antilles françaises, il s'agit de définir un nouveau cap comme disait Peter Drucker « Rien ne sert de défendre le monde d'hier quand on peut construire le monde de demain ».

Encore faudrait-il que nous ayons la vision pour poser collectivement les bases d'un plan d'action stratégique sur vingt ans, en définissant les activités à fort potentiel de création de richesse et d'emploi. Prenons l'exemple d'une infrastructure aux standards internationaux pour accueillir les activités de services à haute valeur ajoutée comme les Technologie de l'Information et de la Communication, qui participent activement à cette révolution économique voire technologique, dans les secteurs économiques marchands et non marchands.

Depuis 2009, les Antilles-Guyane connaissent une forte crise parce que leur moteur de consommation est en

panne à cause de différents facteurs qui ont entravé cette croissance. Nous sommes

arrivés à un point d'inflexion stratégique : sortons vite de cette « vallée de la mort » ! C'est la fin d'une époque, mais le début d'une nouvelle aventure où il faut miser sur de nouvelles filières innovantes sur de nouveaux écosystèmes. Un Pôle d'Excellence Régional pour la filière des Technologies de l'Information et de la Communication serait la solution idéale pour réunir les composantes indispensables à la création de valeur innovante pour ce secteur.

Il s'agit de réunir des laboratoires de Recherche, de la Formation technique et managériale, et des professionnels de haut niveau pour accompagner les Entrepreneurs. Un tel écosystème est un outil attractif pour mobiliser les membres de la diaspora, qui ont quitté les AG pour trouver un emploi correspondant à leur haut niveau de qualification, sur des projets ambitieux « made in Antilles ».

De plus, un tel outil attirera des Investissement Etrangers Directs (IDE), à l'instar de la tour LUMINA qui représente un IDE de 150 millions d'euros en provenance essentiellement d'investisseurs caribéens. Comme quoi, c'est possible, nous sommes déjà attractifs ! Nous devons imaginer, créer les concepts intellectuels pour faire émerger une nouvelle dynamique économique, c'est l'affaire de tout un chacun !

L'innovation est un enjeu sociétal car nous devons répondre de nous mêmes à notre problématique structurelle pour changer enfin de paradigme. C'est urgent ! Comme disait Aimé Césaire, ayons « la force de regarder demain ».



DOSSIER / geek is sexy!

Nicolas Augustin et Yoann St Louis Sea, sun & technology

DANS LES AIRS DE GAUCHE À DROITE : FLORENCE BAUDIN (BEECEE DESIGN) ; CLAUDE JOSEPH-ANGÉLIQUE (PERFEXPERT) ; NICOLAS AUGUSTIN (DEVOXYZ) ; BASILE COYO (BEECEE DESIGN) ; YOANN SAINT-LOUIS (CARFULLY) ; LAURA LAMEYNARDIE (ZANDOO!)

En 1975, deux jeunes américains tout juste âgés de vingt ans se lancent, dans le garage de l'un d'eux, dans la construction en série limitée d'ordinateurs, d'après le prototype qu'ils viennent de concevoir. Ils ont vendu, l'un sa voiture, l'autre sa calculatrice dernier cri, pour financer ce projet. Tous les deux s'appellent Steve, et ils viennent de fonder une petite société de hardware expérimental, au nom sucré de... Apple.

En 1979, un service secondaire de la division informatique de Lucasfilms voit le jour. Sobrement nommé Graphic groups, ses membres sont chargés de mettre au point des systèmes inédits d'animation assistée par ordinateur. Aujourd'hui, Graphic Groups est mieux connu sous le nom de... Pixar.

En 2003, lors de ce qui pourrait sembler à nos yeux la préhistoire de l'Internet, un jeune étudiant de Harvard



pianote sur son ordinateur portable les premières lignes de code d'une application appelée Facemash. Il reprend et réorganise à sa sauce un site de vote en ligne, interne à la célèbre université, permettant d'évaluer laquelle de deux étudiantes est la plus désirable. Une simple page web de partage de photos, en somme. Ce sera... Facebook.

Ils ne sont pas les seuls à avoir cru en une vision et à l'avoir concrétisée. Ces exemples prestigieux sont là pour ouvrir la voie. La morale de leur histoire ? Avoir des idées, c'est bien. Se donner de la peine pour les mettre en application, c'est mieux. Voilà ce qui s'appelle « innover ».

Du travail de geek, si l'on y regarde bien. Et chez nous, c'est pour quand ?



LA DÉFINITION N'A PLUS RIEN À VOIR
AVEC CELLE DE NOS GRANDS FRÈRES.
LE GEEK NEXT GÉNÉRATION S'INFORME,
CRÉÉ ET TRANSMET

Le geek 2.0

Il y a dix ans, le geek était un individu marginal, probablement adolescent, certainement vierge, et à coup sûr amateur de jeux vidéo. La panoplie comprenait : un langage hermétique (sans doute dérivé de l'elfique), une intimité intrigante avec la gente électronique et un air de créature apeurée par les vicissitudes de cette chose barbare que l'on nomme « réalité. »

Mais le réel, cet animal fluide et capricieux qui n'en fait qu'à sa tête, a semble-t-il choisi le geek pour nouveau maître. Aujourd'hui, le geek a grandi. Il est père de famille, chef d'entreprise et surfeur bronzé de la déferlante technologique. La définition n'a plus rien à voir avec celle de nos grands frères. Le geek next génération s'informe, crée et transmet. Il innove pour se différencier. Créatif, il a le souci d'apporter la preuve de l'efficacité de ses idées. De fait, cette petite frange marginale de la population qui s'est intéressée la première au secteur de l'informatique est aujourd'hui devenue bien plus sociale grâce au Web, son cheval de Troie, l'instrument fétiche de sa propagation : blogs et réseaux sociaux, partage immédiat de l'information et des passions... Le geek est une espèce avantagée. Bidouilleur, curieux, toujours connecté... les plus puissants d'entre eux ont une influence directe sur les gouvernements : on reçoit le PDG de Google avec les honneurs réservés aux grands de ce monde. Peter Jackson et Mark Zuckerberg ont acté la revanche des geeks. La force principale du geek réside dans la simplicité de son action. Quand l'industrie classique du XX^e siècle demandait, et demande encore, des investissements lourds, du matériel onéreux et des finances conséquentes, l'informatique n'a besoin que d'un ordinateur et d'une connexion pour s'exprimer. Via le Web, on tombe fatalement, quelque part dans le monde, sur une personne qui a rencontré le même problème que soi et qui a partagé sa solution. Pourtant, malgré son succès et son omniprésence indéniable dans nos vies courantes, l'innovation technologique ne se trouve encore au cœur ni d'une réflexion commune chez les politiques, ni d'un apprentissage précoce auprès des jeunes générations.

Internet le mal aimé

« L'école n'éduque pas forcément à son usage » constate Nicolas Augustin, président fondateur de Martinique Tech. « Dans les entreprises, on rencontre toujours des réfractaires à ces techniques... un peu d'évangélisation est nécessaire afin de montrer le gain de temps et d'argent que cela représente. Souvent, les gens ne savent pas comment le net peut les aider au quotidien et augmenter leur productivité. Trop d'entreprises n'ont pas leur propre site internet. »

Les usagers du web sont paradoxalement plus en avance que les entreprises ou que les médias, car, par la force des choses, l'insularité a conduit le plus grand nombre vers un usage régulier : le Web réunit virtuellement les membres de la diaspora, les internautes étudient avec un soin maniaque les différences de prix entre prestataires de transports etc. Or les entreprises locales ne communiquent que très peu, voire pas du tout, sur le Web.

Yoann St Louis a son avis sur ce décalage : « Cela est dû au fait que certains chefs d'entreprises sont encore bloqués dans des réflexes de communication traditionnelle et que souvent les agences qui les accompagnent ne sont pas spécialistes du média Internet. Nous avons par exemple en Martinique 1% du budget média consacré au web, ce qui montre bien l'aspect secondaire de ce support et c'est bien dommage. Souvent sur le web, les résultats peuvent être très intéressants avec des budgets moindres et mieux maîtrisés ».

À quelles erreurs pourrions-nous imputer ce constat peu brillant ? Comme souvent, les égarements naissent des idées toutes faites et d'un manque criant de pédagogie. Rappelons tout d'abord qu'un spécialiste « en informatique », cela n'existe pas. L'informatique est un domaine générique bien trop vaste pour qu'une seule personne puisse prétendre en maîtriser tous les arcanes. Il se distingue plusieurs secteurs de spécialisation : développeur, graphiste, web-marketing... à chacun son domaine, à chacun ses compétences. Ensuite, il convient d'en finir avec une vision ayant eu trop bonne presse auprès des



PETER JACKSON ET
MARK ZUCKERBERG ONT ACTÉ
LA REVANCHE DES GEEKS

DOSSIER / geek is sexy!



institutions et du grand public : l'informatique, ce n'est pas de la magie. Un système informatique (jeu vidéo, site web, applications diverses...) est un ensemble architectural pensé, construit et cohérent, et c'est en consultant les spécialistes de chaque domaine que l'on obtient un résultat de qualité. « Toute la question de la professionnalisation de la filière informatique réside dans ce point », ajoute Nicolas Augustin. « Il faut sortir de la réflexion d'amateurs. Martinique Tech a ainsi inscrit dans ses principes fondateurs sa volonté d'expliquer, de démontrer et d'accompagner. C'est une démarche humble et productive qui participe à l'émergence de ce secteur. » Alors, concrètement, que nous proposent les nouveaux geek ?

Bienvenue dans la vie.dom

Yoann Saint Louis explique : « Nous avons fondé Martinique Tech en septembre 2012, dans un but de mutuali-

UN ACCÉLÉRATEUR REGROUPE
SOUS UN MÊME EMBLÈME
DES SPÉCIALISTES
DE DOMAINES POINTUS :
TECHNIQUE, WEB MARKETING,
STRATÉGIE D'ENTREPRISE...

sation et de partage des ressources et des besoins en informatique des entrepreneurs Martiniquais du numérique. La plupart des entrepreneurs du secteur sont des artisans du digital qui travaillent de chez eux ou dans des petites structures. Mutualiser est un élément clé de l'émergence des succès. » Notamment via un atelier physique de travail permettant de

créer une émulation en regroupant dans un même lieu, au sein d'une ambiance de start up, des talents multiples. Un projet considéré par ses fondateurs comme un « accélérateur ». Il propulse les entreprises vers leur expansion, en tâchant de combler les manques qui ne sont pas toujours le cœur de métier de l'artisan. Car si chaque personne possède un talent spécifique qui lui est propre, nul ne saurait être doué en toutes choses. « On a toujours besoin des autres » précise Nicolas Augustin. « Un accélérateur regroupe sous un même emblème des spécialistes de domaines pointus : technique, web marketing, stratégie d'entreprise... comment embaucher, communiquer, gérer les marges, se développer, créer toujours plus d'emplois sur le territoire. »

Sur le plan du financement, les membres de l'association profitent des contacts et réseaux de chacun. L'existence de Martinique Tech a également pour but de permettre aux collectivités de pouvoir faire appel à des experts pour juger de la qualité d'un projet technologique dans le cadre d'appels à projets. Sachant que de nombreuses entreprises se créent chaque jour, les acteurs locaux du financement des entreprises doivent être capables de comprendre tous les enjeux des projets qui leur sont soumis. Martinique Tech est en mesure de tenir un rôle d'éclaireur et de conseiller auprès des organismes de financement.

Enfin, c'est surtout en terme de business développement que des actions sont menées afin de faire émerger le secteur de l'informatique. Comment trouver des idées pour faire avancer la productivité ? Comment gérer les

investissements ? Pour les membres de Martinique Tech, les ressources humaines sont la clé. Le système doit selon eux s'appuyer sur des emplois, des compétences et des personnes. Les étudiants du secteur sont donc fortement sollicités : « Il faut regrouper les talents. Un certain nombre de start up existent mais elles sont encore trop restreintes, manquent d'envergure en raison d'une méconnaissance du secteur. Le web est un secteur multiple et surtout transversale : il concerne autant les professionnels de l'informatique que du marketing et de la communication. Le but est de créer un vivier local de ressources fiables et pérennes. »

Penser geek nouvelle formule, donc. Aller au bout de ses envies de fan bidouilleur : se tenir informer, surfer, entretenir la flamme des jeunes années en créant des applications qui seront rachetées par des grands groupes... voilà une voie royale pour le développement économique de nos territoires ! L'Uruguay n'a-t-il pas su établir de façon éclairée un marché de 600 millions de dollars pour développement de logiciels ?

Et si nous passions d'une économie de consommation à une économie de production ?

Certes les salaires locaux sont plus élevés que dans les pays émergents, aussi devons-nous entrer en concurrence sur le plan de la qualité. Devenir compétitifs en développant une production informatique susceptible de s'exporter. Relier les Antilles à la Silicon Valley ! Et pourquoi pas ? Après tout, de nombreux français sont recrutés chaque année par Pixar. Misons sur notre culture, soyons à la hauteur de notre réputation, profitons de la french-touch tant prisée à l'internationale en lui apportant une dimension caribéenne anglophone non négligeable. Qui sait... ?

Vers le futur (réalité 3.0)

Les nouvelles générations sont nées avec Internet mais continuent de très mal l'utiliser. Elles en sont consommatrices au lieu d'en prendre les rênes. Il flotte comme un parfum de désenchantement... Où sont les projets de potes de fac ? Pourquoi ne créent-ils pas leur propre

IL N'EST PAS OBLIGATOIRE DE RÉUNIR
DES FORTUNES POUR LANCER
UN PROJET. UN PEU DE FUN
ET DE CRÉATIVITÉ FONT L'AFFAIRE,
ET LE RISQUE FINANCIER
EST INEXISTANT

site ? Quelque chose de basique, mais de concret ! Ce sont les premiers pas vers l'entrepreneuriat. La créativité frémit dans l'air mais elle demeure invisible... comme si l'on attendait que des milliers d'euros de subvention tombent dans l'escarcelle. Or les joueurs de World of Warcraft le savent : les pièces d'or ne poussent pas sur les arbres, même numériques.

Il n'est pas obligatoire de réunir des fortunes pour lancer un projet. Un peu de fun et de créativité font l'affaire, et le risque financier est inexistant. N'oublions pas que Zuckerberg et Jobs sont partis de rien. Un ordinateur et une connexion peuvent tenir lieu de rampe de lancement.

À l'horizon 2020, les petites et moyennes entreprises dotées de compétences et d'idées fortes seront des atouts majeurs de l'économie locale lorsqu'elle pourront vendre leurs services à de plus gros secteurs, de préférence à l'internationale. Posséder des moyens rares et décalés par rapport au mainstream donnera le pouvoir, car nous ne serons plus en concurrence avec 10.000 clones, mais positionnés dans une niche personnelle mise à disposition du plus offrant. Les modèles existant seront réinventés et simplifiés grâce à Internet, et l'obsession pour le marché local évoluera vers des concepts exportables, car les jeunes travailleurs arrivant sur le marché ont été formés à cette vision. Plus la diaspora se regroupera, plus l'émulation créatrice s'en trouvera enrichie et l'ordre établi bouleversé. On en reparle sur skype.



Alicia Bellance

L'étincelle de talent

NOUS TENIONS À SOUTENIR DES CONCEPTS DE FAÇON PÉRENNE, ET NON ÉPHÉMÈRE

Pouvez-vous nous présenter le concours Étinc'elles ?

Il s'agit d'un concours, lancé par Orange avec The M Agency et Créola en décembre dernier, qui a pour but de valoriser les projets lancés par des femmes aux Antilles-Guyane autour du numérique : applications, sites, blogs etc. toutes les innovations techniques en général. C'était une première et beaucoup de personnes ont répondu à l'appel, plus que nous l'avions escompté : près de quarante candidatures ont été déposées, et sept sont finalement passées devant le jury du concours, qui a retenu les trois finalistes. Les critères de réussite étaient fondés sur l'aspect innovant des projets et leur potentialité en terme de création d'emplois.

Quelles sont les retombées de ce type d'événement d'après vous ?

Nous tenions à soutenir des concepts de façon pérenne, et non éphémère. L'objectif est de mettre en lumière les projets des candidates : elles ont notamment obtenu de nombreux contacts avec des partenaires et les médias, ce qui leur apporte une visibilité non négligeable, outre le prix de 10.000 euros qui leur permet de consolider leur projet. Mais elles ont surtout bénéficié de l'accompagnement de coaches : Virginie Lebeau, Muriel Boisseval-Balme, Alix Bicep et Satyam Dorville, qui leur ont dispensé leur expertise pendant deux mois dans les domaines tels que le marketing, la stratégie web ou le personnel branding.

Quels sont les trois projets sélectionnés par le jury ?

Sarah tient à faire revenir les touristes américains et canadiens dans notre région. Elle mise pour cela sur les prestations haut de gamme et elle a créé un blog permettant de composer un séjour sur mesure. Nous avons beaucoup apprécié le dynamisme de cette jeune femme de tout juste vingt-trois ans. Kamina a mis en place un système de marché agricole en ligne, assorti d'un service de livraison express garantie en moins d'une heure, qui vient d'être lancé en Guadeloupe. Elle espère pouvoir l'implanter prochainement à la Martinique. Et le concept d'Élodie repose sur des applications tablettes dédiées aux enfants pour leur faire découvrir les fruits et légumes,

et leur en faire connaître les noms aussi bien en français qu'en anglais ou qu'en créole. Elle envisage un

élargissement à tous les produits destinés à l'enfance. Ces trois jeunes femmes sont âgées de vingt-cinq ans au maximum. Nous avons été séduits par la maturité de leurs projets : elles ont présenté des business plan clairement définis, des choses concrètes. Ce n'étaient pas de vagues idées abstraites.

Quelle est la place des innovations technologiques aux Antilles-Guyane ?

La population s'est appropriée très rapidement ces nouvelles techniques. Chacun ou presque possède un Smartphone et en fait un usage quotidien important. Les AG n'ont clairement pas à rougir de leur couverture numérique.

Qu'y gagnons-nous justement au quotidien selon vous ?

Une liberté conséquente ! Nous ne sommes plus prisonniers de l'ordinateur fixe car nous pouvons l'emporter partout. Cela nous rend plus réactifs, connectés durant les déplacements, moins isolés, ce qui est devenu indispensable à la création d'entreprise et à la pérennisation des activités. Le virtuel est un business bien réel, c'est devenu un secteur économique à part entière.

Quels sont les enjeux d'une connexion globale pour les territoires insulaires ou isolés comme la Guyane ?

Pour les entreprises, c'est un enjeu de développement économique, et dans le secteur privé, cela permet de conserver le contact avec les proches en situation d'éloignement. On sent nettement un frémissement, une effervescence dans le secteur du numérique.

Les AG ont donc rattrapé leur retard sur ce point ?

Oui, très largement, en particulier grâce à l'équipement, au réseau et au marché du mobile. Il existe un besoin, une demande et un engouement très forts. Aujourd'hui, l'équipement a atteint sa maturité : les nouveaux objectifs concernent donc l'usage que nous allons en faire. Les outils existent et fonctionnent, il faut à présent les exploiter à bon escient.

LAURÉATES DU CONCOURS ÉTINC'ELLES

Sarah

Les Américains, les Canadiens, la Martinique et la Guadeloupe... Quatre composantes, un projet : Sweet Caribbean Holidays ! Organiser et proposer de manière concise et interactive des vacances de rêves aux touristes Nord Américains, en leur dévoilant les plus beaux et plus intéressants aspects de nos îles ? Une plateforme, un panier, des milliers de produits ! Yes, it's possible !

**Kamina**

Besoin de fruits et légumes frais ? Maintenant avec Inter'ils, votre ordinateur se met au vert ! En un clic faites vous livrer là où vous le désirez... même en chemin. Inter'ils s'occupe de tout ! Un marché en ligne à votre disposition, des agriculteurs qualifiés, des fruits et des légumes gorgés de soleil... Inter'ils, du producteur au consommateur.

**Élodie**

Déco, ludique et qui sent le bonbon, c'est là tout l'esprit de Cutysun ! Découvrez des créations graphiques sur le thème de la culture antillaise pour éveiller les tout-petits, leur faire apprendre et jouer avec les éléments de leur quotidien. Tableau déco et éducatif, cartes mais aussi une application digitale, pour découvrir la faune et la flore des Antilles. Cutysun aime les familles, adore jouer et apprendre. Cutysun c'est le sucre, des sourires et la joie de vivre.



Fils de geek !

Été 1993. J'ai douze ans et le soleil des vacances qui se reflète dans l'écran de la TV m'empêche de jouer à la Megadrive. Je tire les rideaux ; ma mère entre dans la chambre, et ce récit devient drame. Me voici encore à m'abrutir devant ces machins, à me tuer les yeux dans le noir, à ne pas profiter du bon air alors qu'il fait si beau dehors ! Et dire que toute l'année je me plains d'être enfermé à l'école et voilà que je passe mes vacances cloîtré ! Que j'ouvre au moins une fenêtre ! Si je savais comme je l'énerve à rester là comme un zombie !

Quand on pense que les enfants normaux ne demandent qu'à jouer au football avec leurs copains, qu'a-t-elle bien pu faire pour mériter un fils pareil ?

La porte claque, j'appuie sur START. Ma mère reviendra dans une heure ou deux. Moi, je vis des aventures qu'elle ne pourrait soupçonner. Prototype 1.0 d'une classe sociale qui dominera bientôt le monde, sorte de beta-geek avec de l'acné, je reste isolé dans mon univers et cette indépendance imaginaire me ravit. Aucun ballon de foot n'a jamais offert une telle liberté : fortune et gloire au bout de mon paddle, lors de soirs d'été qui semblaient durer la vie entière, comme dans les chansons de Nino Ferrer.

Printemps 2013. J'ai trente-deux ans, un smartphone et un ordinateur portable. Je tweet et facebookise avec tous mes amis d'enfance : nous ne nous sommes jamais perdus de vue. Je passe plusieurs heures par jour sur internet à m'informer de l'actualité internationale. Je consulte des dizaines de sites, je joue, j'échange, je partage, je dialogue, j'écris. La vie virtuelle n'a jamais été aussi réelle. Internet a réuni les adolescents d'autrefois autour de leurs passions communes : jeux de rôles, cinéma fantastique, design, bande dessinée, littérature... Plus qu'une communauté, nous sommes un réseau. Les Playstation se sont succédées, la technologie n'a cessé de croître, d'innover et de se perfectionner. Nous étions là les premiers ; aujourd'hui, nous en exploitons toutes les possibilités. Création d'entreprises, start-up, web marketing, campagnes de pub virtuelles, films d'animation,



jeux vidéo, applications tablettes, sites en tous genres... Depuis les Antilles et dans mon canapé, j'échange avec Taiwan et Hong-Kong, Sao Polo et San Francisco. Achat, vente, troc, clic-clic-clic. L'isolement ? Le repli sur soi ? Ah bon... Je travaille pour des compagnies européennes et américaines, je suis informé des dernières nouveautés High Tech venues du Japon, je connais les tendances économiques de développement, je parle avec ma famille éloignée et je joue avec mon fils... aux jeux vidéo,

évidemment.

Les geeks ont évolué au rythme des technologies qu'ils ont contribué à démocratiser. Premiers usagers des outils qui façonnent le quotidien des hommes du XXI^e siècle, ils ont quitté leurs chambres d'adolescents dans le sillage de leurs chefs de file. Steve Jobs et Peter Jackson sont partis de là : autrement dit, de rien. Ils ont investi un terrain vierge et l'ont défriché pour les nouveaux arrivants. Ce qui n'était encore il y a vingt ans qu'une terra incognita est devenu un secteur d'activité et un cœur d'investissement économique sans pareil.

Les geeks sont désormais des bâtisseurs de réel, tels les constructeurs de mondes imaginaires qu'ils furent dans leur enfance. Nous sommes les fils de Tolkien et de Steve Jobs, les enfants de Dragon Ball, de l'Atari et de Final Fantasy, du Club Dorothee et de Donjons & Dragons. Nous sommes Marty McFly, les Goonies et Stephen King ; Akira Toriyama, Lucasfilms et Disney Channel ; nous sommes les pirates de Monkey Island, les aventuriers des mystérieuses Cités d'Or, les derniers Chevaliers Lumière ! Les sales rejetons de Sega et de Dark Vador, le sixième Bioman et les compagnons d'Ulysse 31. Nous sommes les frères Mario, les Chevaliers du Zodiaque et Sankukai. Nous sommes la génération née avec l'ordinateur et la technologie de salon, une Gameboy en argent dans la bouche : les enfants terribles du jeu vidéo et de l'internet, les rhétoriciens acharnés de Goldorak, les derniers membres en vie de la Bande à Picsou, wouh ouh !

Youri
Girondin

Maître de recherche

Proxyweb, une start-up basée en Martinique, lance le site Noolaa.com, intégrant un moteur de recherche dédié aux sites web locaux et un portail de services web marketing, tous orientés vers plus de visibilité des entreprises locales sur le Web.

Plus de visiteurs sur les sites web des entreprises locales

Aujourd'hui, les Antilles ont pris le virage internet et nombreuses sont les entreprises grandes ou petites qui ont mis en place un site internet pour développer leur activité. Ces commerçants ou chefs d'entreprises ont compris qu'Internet pouvait les aider à communiquer et faire connaître leur activité, attirer plus de clients sur leur point de vente, vendre en ligne leur produits et services, fidéliser leurs meilleurs clients...

Malheureusement, beaucoup d'entre eux ont du mal à atteindre ces objectifs car, pour se faire connaître et vendre ses produits sur le Web, avoir un site ne suffit pas. Le plus important est qu'il soit visible auprès des internautes, les potentiels clients.

La visibilité, un réel challenge pour les sites web locaux

Les moteurs de recherche, comme Google, représentent en moyenne près de 60% des visites sur un site internet. La visibilité est donc indissociable d'un bon référencement dans les moteurs de recherches. Cependant, comme les montrent les statistiques, 90% des internautes consultent uniquement la première page de résultats, 8% consultent également la deuxième page et seulement 2% consultent la troisième page et les suivantes. Ce qui veut dire qu'un site qui ne se trouve pas dans les 2 premières pages de Google, est INVISIBLE pour 98% des internautes. La compétition en matière de référence-



**UN SITE
QUI NE SE TROUVE PAS
DANS LES 2 PREMIÈRES PAGES DE GOOGLE
EST INVISIBLE**

ment est donc féroce pour se retrouver dans les premiers résultats de Google. Elle l'est encore plus pour les sites web des PME et

TPE locales qui n'ont pas toujours les moyens d'investir à long terme dans un référencement de qualité et se retrouvent loin des premières pages de résultats ou noyés au milieu d'autres résultats d'entreprises non locales.

Dans sa stratégie de développement, Google a mis en place des moteurs de recherche par pays (Google.fr pour la France, Google.es pour l'Espagne, Google.it pour l'Italie...) de façon à ce que les sites de chaque pays soient privilégiés dans les résultats de recherche des internautes de ce pays. Malheureusement cette stratégie ne prend pas en compte les spécificités de nos régions, ce qui fait que dans cette compétition pour les premiers résultats de Google, les entreprises locales sont parfois confrontées à la concurrence de sites internet nationaux qui disposent de plus de moyens pour leur référencement et trustent les premières places de résultats, même pour des recherches des internautes de nos régions.

Ces sites nationaux, de plus en plus nombreux à proposer la livraison dans les DOM, trouvent via Internet un moyen d'agrandir leur zone de chalandise en ciblant les internautes locaux dans leur référencement. Cette course aux premiers résultats, au détriment des sites internet locaux, peut s'observer même lorsque l'internaute, parmi les plus avertis, précise sa recherche en la géolocalisant (ex. : « billet d'avion New-York au départ de Martinique » ou « tablette samsung galaxy tab 2 Guadeloupe »).

Et pourtant, il existe chez nous des sites web proposant les mêmes produits, pas forcément plus chers, et qui ont l'avantage d'une relation de proximité. Plus de visibilité pour les sites web locaux permettrait une transition plus rapide vers l'e-commerce ou un plus fort développement

POUR 98% DES INTERNAUTES

pour les entreprises qui ont déjà pris des initiatives dans ce sens.

Quelques chiffres

La Fédération de la Vente à Distance (FEVAD) dans son bilan 2012 e-commerce 2012 annonce un chiffre d'affaires de 45 milliards d'euros pour les ventes en ligne, en hausse de 19% sur 1 an, pour un marché de 48 millions d'internautes dans l'hexagone. La dernière étude Médiamétrie en date de novembre 2012 dénombre 418 000 internautes en Martinique et en Guadeloupe. Ce nombre, soit environ 100 fois moins qu'en métropole, permet de mesurer les potentialités de développement du e-commerce local.

Plus de visibilité pour nos entreprises sur le web

Pour rechercher des informations locales, des produits et des services de proximité, Noolaa propose aux internautes un moteur de recherche dont les résultats sont issus exclusivement des sites internet locaux. Quand on sait qu'une grande majorité des recherches locales sont liées à une intention d'achat, les internautes locaux représentent donc un vivier de clients potentiels. Comme le précise Youri Girondin, fondateur et directeur de Noolaa.com, « le moteur de recherche local Noolaa n'a pas pour objectif de remplacer ou d'entrer en compétition avec les géants comme Google ou Bing, mais se positionne plutôt comme une alternative régionale, lorsque les résultats fournis par ces moteurs ne sont pas suffisamment précis ».

Encore inaccessibles il y a quelques années, les technologies web permettent aujourd'hui de construire des moteurs spécialisés dans la recherche de contenus spécifiques, à même de proposer aux utilisateurs de nouvelles expériences.





Laurence Saint-Amand / David Rakotonindrina

Livity, la boisson vivante

BIO

C'est l'une de nos priorités, dans le sens où nous proposons un produit sain à 100%. Nous désirons apporter un plus dans la vie des gens. Hormis l'effet de mode, le Bio est un secteur qui se développe jour après jour. Les mentalités sont vraiment en train d'évoluer : les gens regardent désormais de plus près ce qui se trouve dans leurs assiettes et s'en préoccupent. À la Martinique, il est difficile de trouver des producteurs locaux certifiés Bio, nous devons donc importer la matière première pour la transformer localement. Nous sommes toujours en recherche de partenaires locaux afin de devenir un acteur important de la filière.

KOMBUCHA

Le Kombucha est très peu connu, pourtant c'est quelque chose que l'on peut réaliser chez soi facilement... Il s'agit d'une culture de micro-organismes qui transforment le thé sucré en une boisson délicieuse (ndlr : c'est vrai, on y a goûté !) aux vertus surprenantes. Ce n'est pas un médicament mais un complément alimentaire énergisant qui a des effets de qualité vérifiés sur l'organisme.

IMAGE

Livity est une boisson énergisante naturelle, contrairement aux produits habituellement disponibles sur ce secteur qui regorgent de substances chimiques désastreuses pour l'équilibre du corps. Nous tenons à nous placer sur ce secteur en nous portant garants de la qualité de notre boisson. Nous avons pour cela réalisé un travail important sur le design de la bouteille ainsi que sur la charte graphique de la marque, et nous communiquons à la fois sur le breuvage et sur son identité visuelle, là où nos concurrents ne misent que sur ce dernier point. Notre logo s'inspire des masques arawak, dans lequel sont cachés un verre et des bulles, car Livity est aussi grandement apprécié pour son côté pétillant. Quant au



nom, il est inspiré d'un terme propre à la communauté rasta qui désigne un mode de vie sain et spirituel, proche de la nature.

GOÛT

Pour obtenir un bon Kombucha, il faut du thé de qualité. Le thé Bio de premier choix est donc la base essentielle de Livity, à laquelle s'ajoutent les arômes de fruits rouges 100% naturels qui lui donnent son goût si apprécié de ceux qui l'ont essayé. Les boissons énergisantes ont trop souvent un mauvais goût de médicament, donc nous proposons une alternative fruitée et sucrée, doublée d'un aspect pétillant très agréable.

PUBLIC

Les 16-35 ans sont notre clientèle principale, car c'est une boisson à l'esprit festif, mais toutes les catégories de personnes peuvent découvrir et apprécier Livity. D'ailleurs notre public s'élargit chaque jour : les enfants, les femmes enceintes, les personnes âgées... c'est réellement un produit sain que tout le monde peut consommer. Conçu localement comme un énergisant et non comme un excitant, il est soutenu par les Martiniquais qui sont fiers des produits de qualité à haute valeur ajoutée issus de leur territoire. Nous nous sentons encouragés par les nombreux retours positifs, qui nous motivent afin d'être toujours à la hauteur des attentes.

Facebook : Livity Energy Drinks

Bio Sphère SARL
 2 avenue des Arawaks, route de Chateauboeuf
 97 200 Fort de France
 Tél : 0596 55 54 40
 Portable : 0696 38 44 49
 Fax : 0596 48 55 80
 Mail : vivrebio.ad@orange.fr

The image shows the exterior of the Distillerie Dillon building. The building has a gabled roof with a dark brown metal finish. The name "DISTILLERIE DILLON" is prominently displayed in large, white, serif capital letters on a dark brown, horizontally-slatted background. Below the roofline, there is a yellow wall with a dark grey, diamond-patterned decorative band. The main facade is yellow and features several arched windows with white frames and dark shutters. In the foreground, there is a large, dense green bush with small red flowers. To the left, a wooden bench is visible on a grassy area. To the right, there are some dark, circular objects, possibly part of the distillery's equipment.

DISTILLERIE DILLON

Distillerie Dillon
L'excellence toujours !

DISTILLERIE DILLON

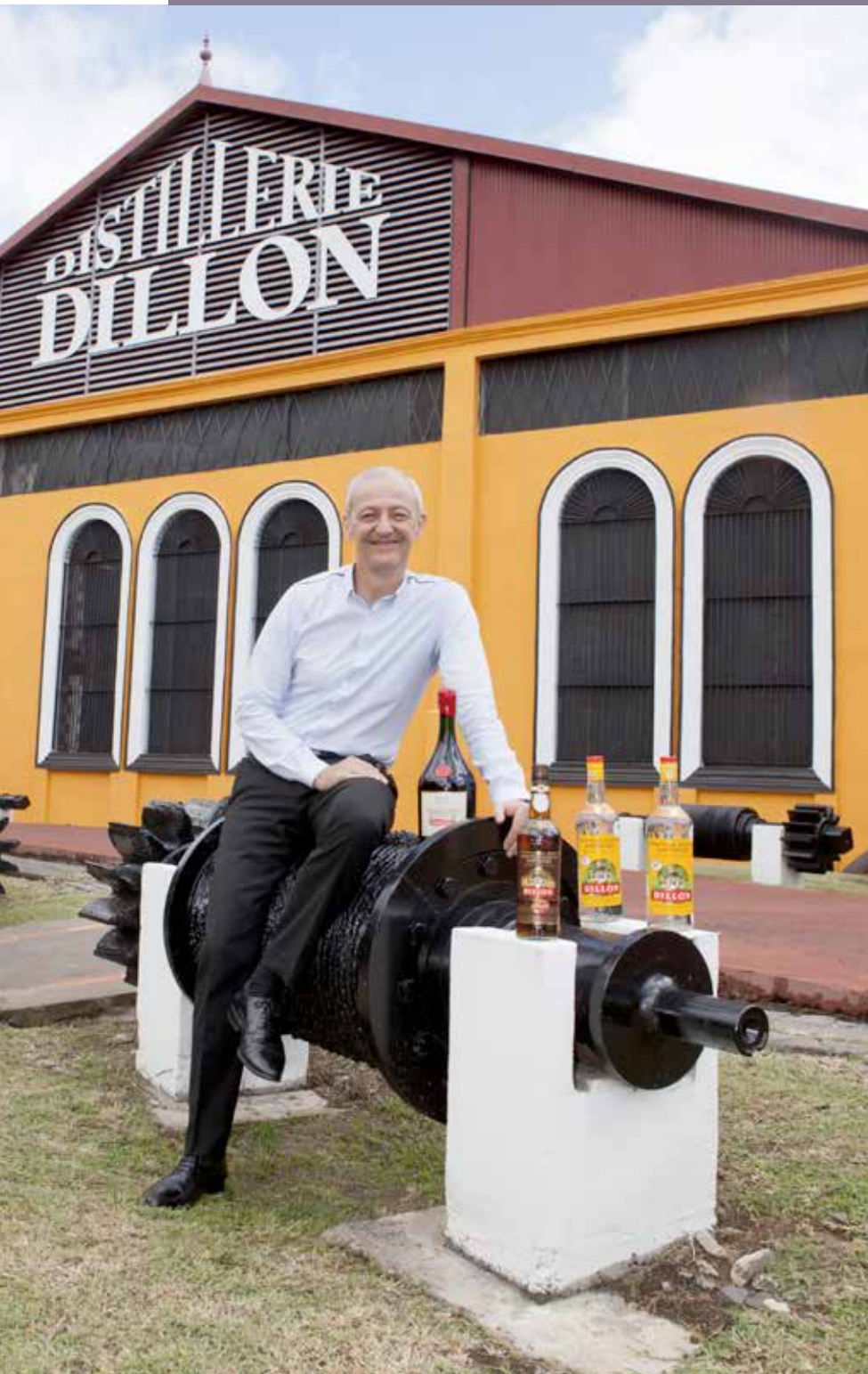
NEWS

La plantation Dillon, devenue distillerie Dillon, ou « la Dillon » comme disent les Martiniquais, a été créée sur l'emplacement d'une ancienne habitation sucrerie datant de 1690. Arthur Dillon, un Irlandais s'étant distingué par l'obtention de son grade de colonel à seize ans, fait la rencontre, lors d'une escale à la Martinique, de Marie-Laure Girardin. Il aura avec cette belle veuve créole héritière d'une famille de planteurs, une fille nommée Fanny, qui se mariera ensuite avec le Général Bertrand, ami de Napoléon.

La distillerie Dillon a traversé les siècles et résisté aux innombrables intempéries et cyclones. De nos jours, les rhums agricoles Dillon sont reconnus dans de nombreux pays pour leur qualité exceptionnelle et sont régulièrement primés au Concours Général Agricole de Paris.



DISTILLERIE DILLON



Pascal
Barat
Directeur Général

« L'excellence n'est pour nous ni une posture ni un quelconque recyclage de slogans trouvés par d'autres. C'est l'un de nos piliers fondateurs et une valeur essentielle qui préside à chacune de nos actions.

Nous la cultivons par notre histoire et notre passé riche en récompenses, et nous la pratiquons au quotidien via la qualité de nos installations et la beauté de nos sites.

Dans cet esprit, les rhums Dillon sont chaque jour améliorés et affinés par la recherche et le savoir-faire dont nous imprégnons nos démarches, et surtout par la dévotion et la professionnalisme dont font preuve les hommes et les femmes qui travaillent à « la Dillon ». Ils sont les garants de nos valeurs et les véritables acteurs de notre succès qui, sans eux, ne serait pas celui que nous connaissons.

Il existe réellement un « esprit Dillon », lié au système d'intégration totale qui nous est essentiel : du champ de canne à la mise en rayon de nos produits, tout est conçu en interne par nos propres employés.

Nous recrutons en priorité parmi la population martiniquaise car, historiquement, le rhum est un savoir-faire antillais, et il nous apparaît primordial de créer des emplois sur le marché local.

Les personnes que nous employons sont des gens très attachants, dévoués à la qualité de leur travail, qui perpétuent des savoir et des expériences traditionnels.

Pour toutes ces raisons, et d'autres encore, nous sommes fiers de nos rhums. »

« Les rhums Dillon sont une marque traditionnelle, appréciée des Martiniquais depuis toujours. Cette reconnaissance constitue la base de son image. Mais, sur un marché local très concurrentiel, il faut savoir évoluer au fur et à mesure des changements de comportement des consommateurs. Il ne s'agit pas de modifier la saveur de nos Rhums, reconnus de longue date pour leur excellence, ainsi qu'en témoigne le palmarès de nos médailles au Concours Agricole de Paris, mais plutôt de nous positionner sur de nouveaux créneaux.

C'est ainsi que nous avons récemment innové en proposant sous la marque DILLON des cocktails prêts à la consommation, comme le Mojito par exemple, et qui ont été très bien accueillis. Nous essayons également de nous démarquer par l'utilisation de formats inédits tels que le Bag In Box de 2 litres, conditionnement qui offre un vrai rapport qualité/prix, ou par la commercialisation de séries limitées telle que la « Cuvée des Planteurs », un rhum vieux sélectionné par notre maître de chais et qui sera bientôt disponible dans les linéaires.

Enfin, pour les amateurs éclairés, nous misons sur la rareté, en mettant à leur disposition une gamme de Rhums vieux de 7 et 12 ans (d'ailleurs primé à Paris) griffés « Sélection du Club DILLON » et vendus uniquement au CLUB DILLON, notre boutique de vente au détail de Fort de France.

Par cette politique, nous cherchons à conforter notre image de marque tout en lui permettant de « surfer » sur les dernières exigences de nos clients et dans le respect de l'Excellence qui nous caractérise depuis toujours ! »



Sonya
Philemont Montout
Directrice des ventes

DISTILLERIE DILLON



Nora Carrion
Martinez
Maître chai nous

En quoi consiste le métier de maître de chai ?

Le maître de chai (ou maître d'assemblage) contrôle toutes les étapes de la fermentation, distillation ainsi que le vieillissement des rhums. Son rôle est d'harmoniser et de marier les différentes coupes dont le savant assemblage donne aux rhums Dillon originalité et identité.

Quelles sont les qualités attendues chez un maître de chai ?

Il doit faire preuve d'organisation et de rigueur afin de maîtriser en permanence la qualité de ses rhums. Il doit aussi posséder des perceptions sensorielles affinées et une expérience hors pair en matière de dégustation. L'amour du produit et l'ouverture d'esprit sont également des qualités indispensables.

Quelle est la formation nécessaire pour le devenir ?

La plupart du temps, le maître de chai possède une formation d'ingénieur spécialisé en œnologie. L'apprentissage se poursuit cependant tout au long de la carrière, au travers d'une remise en question permanente et de dégustations régulières.

**TRIPLE MEDAILLE D'OR
POUR LES RHUMS DILLON !**

• La marque emblématique des rhums A.O.C. au savoir-faire reconnu depuis 1779 a été trois fois médaillée d'or au Concours Général Agricole 2013 pour la qualité de ses rhums blancs et vieux X.O.

50° et 55° et X.O.

Une nouvelle récompense au palmarès qui vient s'ajouter au grand prix d'Excellence obtenu en 2011 pour la régularité de la qualité des rhums **DILLON**

palmarès

- 2008 : Rhum blanc DILLON 55° : MEDAILLE D'ARGENT
- 2009 : Rhum vieux 3 ou 4 ans DILLON : MEDAILLE D'OR
- 2010 : Rhum blanc DILLON 50° : MEDAILLE D'ARGENT
- 2011 : Rhum blanc DILLON 55° : MEDAILLE D'ARGENT
- 2012 : Rhum blanc DILLON 50° : MEDAILLE D'OR
Rhum vieux DILLON XO 1998 : MEDAILLE D'ARGENT
- 2013 : Rhum blanc DILLON 50° : MEDAILLE D'OR
Rhum blanc DILLON 55° : MEDAILLE D'OR
Rhum vieux DILLON HORS D'AGE : MEDAILLE D'OR



C'est un concept de réseau basé sur toutes vos consommations avec la carte à puce MADI WINNER SERVICES en « cash back » (achats rémunérés pour les consom'acteurs). Votre fidélité de consom'acteur est récompensée chaque jour car vos achats au quotidien vous rapportent grâce à notre réseau de partenaires labélisés.

Comment ça marche ?

TRANSACTION D'UN MEMBRE AVEC LA CARTE MADI WINNER SERVICES :

- 1- Lecture de la carte à puce MWS sur le TPE du partenaire
- 2- Saisie du montant de l'achat sur le TPE
- 3- Validation du paiement

Lecture de la Carte Bancaire du client ou Règlement en espèces ou par chèque ou Directement pour vos petits achats avec votre carte MWS (porte monnaie électronique)

4-Transmission automatique à MWS du montant des achats, de l'identité du membre, des coordonnées de l'entreprise partenaire dès validation de l'opération par l'opérateur sur le TPE.

VOUS RECEVEZ PAR VIREMENT 3% DU MONTANT GLOBAL DE VOTRE ACHAT sur votre compte MWS référencé et consultable sur notre site internet (le virement des fonds sera réalisé par MWS selon vos souhaits, trimestriellement, semestriellement ou annuellement).

VOUS RECEVEZ PAR VIREMENT SUR VOTRE COMPTE BANCAIRE 1% DU MONTANT GLOBAL CUMULÉ des

Fiche de contact à remplir (nom, prénom, téléphone, email, message, etc.) sur notre site internet : www.madi-winner-services.com
Tél : 0596 73 76 70

consommations réalisées par tous vos filleuls selon le plan de rémunération MWS (même méthode de virement des fonds.)

COMMENT DEVENIR UNE ENTREPRISE PARTENAIRE ?

- Etre une entreprise partenaire qui respectera la charte de qualité des prestations spécifiques élaborée en partenariat avec MWS.
- Souscrire au contrat d'abonnement annuel au réseau MWS de 240,00 €
- Souscrire au contrat de rétrocession MWS (10 à 25 % du montant des achats réalisés uniquement par les membres MWS).
- Souscrire un abonnement annuel du logiciel de transfert des transactions du TPE en location mensuelle de 49.00 €.
- Souscrire un abonnement annuel optionnel du terminal GPRS (transmission satellite) en location mensuelle de 48.95 €.

Soit un coût global tout inclus de 4.50 € / jour (hors rétrocession).

MWS propose aussi aux entreprises partenaires des prestations personnalisées de :

- Développement de logiciel spécifique d'application client
- Développement de site internet client (animation commerciale, face book, twitter)
- Prestation de secrétariat personnalisée (téléphone, rédaction de courrier, etc...)
- Soutien administratif (appel d'offre, demande de subvention, etc...).

COMMENT DEVENIR UN CONSOM'ACTEUR ?

En étant parrainé et en souscrivant un contrat d'inscription de 120.00 € à MWS pour gagner :

- 3% de sa consommation quotidienne chez les partenaires
- 1% par niveau de la consommation de tous ses filleuls (jusqu'à 5 niveaux)
- Percevoir une prime de parrainage de 300.00 € (pour 5 filleuls parrainés).

Qui est concerné ?

Toutes personnes ou entreprises souhaitant intégrer un réseau privilégié de consommation gratifiant en « cash back » (achats rémunérés) pour les consom'acteur et en partenaire pour les entreprises.

NOS PARTENAIRES :
SPORT-BIEN ETRE – INSTITUTS
– COIFFEURS – RESTAURANTS (BIO, VÉGÉTARIEN) – LIBRAIRES
– TRAITEURS ET ITINERANTS
– GARAGES – PETITS COMMERCES (TRADITIONNEL ET BIO)
– BOUCHERIES ET POISSONNIERS – BOULANGERIES ET PATISSIÈRES – STATIONS SERVICES
– VETEMENTS ET CHAUSSURES
– INFORMATIQUE – TRANSITAIRE (ACHATS DE VÉHICULES) – COMPAGNIE AÉRIENNE – PEINTRES
– ENTREPRISES DU BATIMENT – TRANSPORTEURS – ASSUREURS
– AGENCES DE VOYAGE – BIJOUTIERS – OPTICIENS...

BAR À VIN - RESTAURANT



Une cave à vins d'exception, ou nous privilégions, un choix sélectif, de 65 références aujourd'hui, que vous pouvez déguster sur place, avant de finaliser votre achat.

Une gamme unique de Rhums XO (hors d'âge) des Caraïbes et de l'Amérique Latine, unique en Martinique, en dégustation et vente, et pour accompagner vos moments de détente, notre coin canapé en terrasse.

Du café Chaulet en grains 100% Arabica, est aussi disponible sur place, pour votre machine expresso «Maison»

Et toujours la carte de Guy Uldry, disponible tous les midis avec deux plats du jour créatifs en fonction du marché. Mais aussi tous les vendredis soir un menu thématique original.

En nouveauté mi Mai restitution de notre parking, et de la circulation autour de l'immeuble.

Préférez l'Original



Préférez l'Original

Informations & réservations sur : o20sur20@orange.fr
Centre d'affaires de la Martinique, entrée Pierre, à droite de la SARA, Californie - 97232 Le Lamentin
Tél. : 0696 94 06 53 / 0696 32 32 57

**NATHALIE
GUILLIER-TUAL,**
PRÉSIDENTE DE BBS

**Hormis pour valoriser
la Martinique, faut-il
absolument y embouteiller
notre rhum ?**

Trois mots définissent notre métier : passion, tradition et modernité.

PASSION : dans nos entreprises, l'ensemble du personnel aime son produit, son rhum, à tous les niveaux, et en parle avec amour.

TRADITION : le rhum, c'est l'histoire de la Martinique ; les procédés de fabrication sont centenaires, certaines machines également. Si la technologie a apporté des améliorations évidentes, beaucoup de fonctions demandent un savoir-faire qui ne peut se transmettre que par l'expérience des anciens.

MODERNITÉ : dans un marché mondial concurrentiel où le rhum agricole représente une part infinitésimale face au rhum industriel, l'avenir du rhum de la Martinique passe par une évolution vers le haut de gamme que sont les vieux rhums, les single casks, les millésimes...

**NICOLAS
DESPOINTES,**
PRÉSIDENT DE
L'AGENCE CORIDA

**Le rhum est un produit
qui peut être un ciment
pour nos sociétés,
un moteur dans un virage
de modernité**

Il aura marqué les esprits avec sa campagne sur le rhum vieux La Mauny : « Ce soir, je me tape un ti vieux ! ».

Le rhum est un produit qui fait rêver, exceptionnel à travailler en communication. Sa particularité : être un « vieux » produit dont il faut parler avec un langage moderne. Face au manque d'hommes sur certaines compétences, il serait judicieux de réaliser une enquête sur la connaissance des métiers par le grand public.

**JEAN-CLAUDE
PADERNA,**
FONDÉ DE POUVOIRS
DU CODERUM

**Il y avait 250 planteurs
en 2010, il n'y en a plus
que 187 en 2012**

Directeur du Galion durant 15 ans après avoir exercé dans le milieu bancaire, son constat est triple : une filière dynamisée par le label d'origine et de qualité de l'AOC, un nombre de planteurs qui diminue, une concurrence avec les rhums des pays tiers qui bénéficient de l'ouverture du marché européen. Pour assurer sa pérennité, la filière doit défendre sa compétitivité.

**PAUL
DORMOY,**
GÉRANT DE LA FAVORITE

**Il nous faut faire prendre
conscience aux élus que
la canne est une filière
d'ensemble.**

**Il n'y a pas le rhum d'un
côté et le sucre de l'autre.**

Le métier du Rhum est passionnant car nous avons 3 casquettes, celle d'agriculteur, celle d'industriel et celle de commerçant. L'environnement international très puissant du rhum constitue une menace pour notre petite production à haut coût en Martinique, il faut donc en faire un rhum de niche à forte valeur ajoutée.

L'attribution de l'AOC en 1996 a largement bénéficié à la profession et garanti aux consommateurs un produit de qualité, mais il faut lui apporter quelques assouplissements.

Produit d'avenir pour nos jeunes, l'enjeu de notre profession se situe au niveau de l'approvisionnement en canne à sucre et du positionnement haut de gamme de notre rhum agricole AOC.

**HARRY
ADELAÏDE,**
CHEF DE DÉPARTEMENT
PGC À CARREFOUR
GÉNIPA

La passion du métier se retrouve chez les commerciaux. Le martiniquais est attaché à « son » rhum et le chiffre d'affaires du rayon s'en ressent. Sa crainte : la méconnaissance des métiers du rhum par le grand public et ses conséquences sur la pérennité de la filière.

Le rhum doit réfléchir à la mutualisation de sa communication, celle de ses produits, usines et habitations et de ses opportunités d'emplois.

**PASCAL
BARAT,**
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DES RHUMS DILLON

**L'action commune a été
efficace pour la mise
en place de l'AOC et
les actions de lobbying,
mais elle ne l'est pas pour
la promotion des métiers
et la communication
des produits**

La Martinique se positionne sur une niche qui lui permet, pour l'instant, de pallier à un certain nombre de handicaps, notamment un coût de production de la canne parmi les plus élevés du monde. D'autres préoccupations se profilent à l'horizon : la moyenne d'âge du personnel est élevée, certains savoir-faire ne peuvent s'apprendre à l'école, les recrutements sur des postes tels que chauffeur de tracteur sont difficiles.

Dans ce contexte, comment évoluer ? En modernisant les critères d'exploitation afin de mieux prendre en compte la situation du planteur : plutôt que de tonne/ha ne vaudrait-il pas mieux tenir compte du taux de sucre extractible ? Et à l'autre bout de la chaîne, en tenant compte de la pression sociale exercée sur la consommation d'alcool.





International Freight Forwarder

Overseas Logistics solutions E-Supply Chain



MARTINIQUE
Tél. 05 96 71 78 30
martinique@ttom.fr

GUADELOUPE
Tél. 05 90 32 84 84
guadeloupe@ttom.fr

GUYANE
Tél. 05 94 30 58 96
guyane@ttom.fr

Siège social : ROUEN
Tél. (+33)2 32 11 57 57
info@ttom.fr

www.ttom.fr



Ménage - Repassage à domicile

C'est propre, c'est net, c'est Shiva.

À partir de
20€/h, soit
10/h*
après réduction
d'impôt.

EXCLUSIVITÉ

Profitez de **48€**
de remise avant
le **30 juin****

shiva

LES SPÉCIALISTES DE L'IMPECCABLE

www.shiva.fr

GRAND NETTOYAGE • GRANDES OCCASIONS • RÉSIDENCES SECONDAIRES

Shiva Martinique - 21, rue du Professeur Raymond Garcin - Didier
Tél : **05 96 30 15 19**

Shiva Guadeloupe - 14, Montauban - Route du Gosier
Tél. : **05 90 48 54 80**

LE DÎNER DE MIRELLA



BOUQUET DE MAEL FERJULE. PHOTO CI-CONTRE EN HAUT : JEAN-CLAUDE PADERNA, NATHALIE GUILLIER-TUAL, PAUL DORMOY, PASCAL BARAT. PHOTO CI-CONTRE AU CENTRE : NICOLAS DESPOINTES, HARRY ADELAIDE . PHOTO DE GROUPE EN BAS : DEBOUT DE GAUCHE À DROITE : JEAN-CLAUDE PADERNA, PAUL DORMOY, NICOLAS DESPOINTES, HARRY ADELAIDE, ASSIS DE GAUCHE À DROITE : MIRELLA CHANTALOU, PASCAL BARAT, NATHALIE GUILLIER-TUAL

Martinique, terre de talent et de créativité

Pour le 1er anniversaire du Dîner de Mirella, nous avons fait le choix de porter notre regard sur une filière qui se situe au carrefour de notre histoire et de notre économie et dont les enjeux sont forts.

CE NOUVEAU RENDEZ-VOUS A ÉTÉ RENDU POSSIBLE GRÂCE AU RESTAURANT LE COTTON CLUB, LES CHAMPAGNES NICOLAS FEUILLATE, MAEL FERJULE ET LA BOUTIQUE CLAIR MATIN.





Bienvenue dans l'ère de la transparence

PAR FRANÇOIS BRICHANT

Tout se sait ou finit par se savoir. Du scandale sanitaire de la viande aux récentes mises en examen dans le monde politique, les révélations s'accroissent avec l'explosion des médias sociaux et des sites d'investigation indépendants. Du coup, les entreprises et les marques sont dans une obligation de transparence, que ce soit dans la fabrication et la traçabilité de leurs produits, dans leur communication institutionnelle ou lors de la gestion de communication de crise. Il ne faut peut-être pas tout dire, chacun peut avoir des informations sensibles ou stratégiques, mais ce que l'on dit doit être fondé sur la stricte vérité. Si vous mentez, tôt ou tard, vos clients le découvriront et ne vous le pardonneront pas.

De plus, comme vos clients sont surinformés en permanence, leurs attentes ont évolué et la transparence s'est banalisée. Souvenez-vous par exemple des premiers rappels qualité dans le secteur automobile. À l'époque, ils avaient de sérieuses répercussions sur l'image des

marques. Aujourd'hui, les rappels sont monnaie courante et passent presque inaperçus. Il est même plutôt rassurant de savoir qu'un constructeur suit ses produits tout au long de leur cycle de vie et n'hésite plus à communiquer sur des défaillances une fois qu'elles sont identifiées.

Un besoin grandissant d'authenticité

Autre attente qui émerge chez vos clients : le besoin d'authenticité. Et là, c'est totalement en rupture avec les messages publicitaires classiques que vous leur envoyez. En publicité, on enjolive les choses, on sublime l'image et les personnes, en créant des mondes aseptisés. Être authentique pour une marque, c'est au contraire se montrer telle qu'elle est, avec ses valeurs, son histoire et son rôle dans la société. Sur ce dernier point, il semble même que ce soit un levier d'image.

Être socialement responsable, une formule gagnante

Selon une étude américaine, sur les mille plus grandes sociétés aux États-Unis, les 50 entreprises les plus socialement responsables ont surperformé de 16% les 50 entreprises les moins engagées. L'engagement social est donc devenu un avantage compétitif. Un constat que reprend David Jones, le Directeur Général de l'agence Havas et artisan de la campagne de David Cameron en Angleterre. Il a écrit un livre désormais best-seller, « Who Cares Win », qui veut dire que les entreprises qui s'impliquent dans une cause, gagnent. Il semble que le mouvement s'amplifie. Au-delà des entreprises qui valorisent leurs actions sociétales, on voit désormais apparaître de nouvelles marques, dont le modèle est directement fondé sur un engagement solidaire. Par exemple, une société Française « Twins for Peace » s'est engagée à fabriquer une paire de chaussure pour un enfant défavorisé du Mozambique, pour chaque paire vendue dans l'Hexagone, et ce en rognant sa marge commerciale. Ce modèle implique le client car il sait que son achat déclenche une action solidaire. Un bon moyen de le valoriser et de renforcer le lien affectif avec lui.

RETROUVEZ LA MINUTE DE LA COM'
SUR MARTINIQUE 1ERE "EN RADIO"

SÉ DAM BONJOU

CHARLY



VINCENT



Se réveiller *c'est la vie!*

4h-8h
Du lundi au vendredi



MARTINIQUE

91.2 FM
diamant / nord atl.

92.6 FM
lorrain / macouba

98.7 FM
fdf / centre / grand-rivière

98.9 FM
prêcheur / st-pierre

103 FM
sud

104.6 FM
nord

www.rci.fm

Mes Trésors



Découvrir chaque mois de nouveaux produits de beauté, c'est maintenant possible.

C'est la tendance du moment : la box Mes Trésors vous propose de recevoir tous les mois une sélection de cinq produits de cosmétiques et deux accessoires beauté.

Maquillage, soins du visage, du corps et des cheveux. La sélection est le fruit d'une surprise. Le but ? Vous faire découvrir des marques et des produits que vous n'auriez peut-être pas eu le réflexe ou les moyens d'acheter. C'est un excellent moyen de tester les produits des différentes marques avant de les acheter.

Les marques partenaires : NUXE, GARANCIA, ESTHEDERM, ATELIER TORTILLE, NIVEA, ACTIVILONG, HUILES ET SENTEURS, BLACK OPAL...

Mes Trésors Beauty Box génère tout un tas d'émotions :

- La joie tout d'abord, quand on ouvre la boîte aux lettres et qu'on aperçoit qu'il est là, le petit coffret !
- La curiosité ensuite : Qu'y a-t-il à l'intérieur ? Quelles surprises m'attendent ?

On a l'impression d'être une enfant devant un cadeau de Noël.

- Une fois ouverte la boîte, l'empressement : et ça c'est quoi ? et ça ? Et encore ça ?
- La satisfaction, et la déception : c'est déjà fini !

Et si on prenait un apéro beauté ?
Un nouveau concept à découvrir : une beauty party réservée aux filles.

Après les hommes, quel est le principal sujet de conversation des femmes ? La beauté, bien évidemment !

Voici l'occasion de se retrouver entre filles, de discuter beauté, de se détendre en profitant de soins gratuits, de découvrir et essayer de nouveaux produits de cosmétique. Elles bénéficient de conseils au travers de petits ateliers : maquillage, soin du visage, soin des mains, soin des cheveux.

La première a eu lieu le 10 avril à Madiana. C'est un RDV mensuel à dorénavant noter sur vos agendas.

Pour s'inscrire :
www.mes-tresors.com
Rubrique « Apéros »





**TRANSPORT PUBLIC
ROUTIER ET MARITIME**



TPRM

IMPORT - EXPORT



Envoi
Express de vos colis
entre les deux îles

24h de dépôt à dépôt

Qualité de prestation

Tarif sur mesure

**Frêt personnalisé
+ groupage**

**Délai d'acheminement
et de livraison en 48h**

6, Imp. Jacquard

Z.I. de Jarry

97122 Baie-Mahault

Tél. : 0590 411 287

Fax : 0590 411 286

contact@tpm-transports.com





NOUVEAU RAV 4 : CHARISME BEAUCOUP PLUS AFFIRME

Avec aujourd'hui 18 concurrentes dans ce segment SUV (soit le double d'il y a trois ans), il fallait trouver matière à se démarquer. Toyota l'a fait avec une nouvelle génération de Rav 4 bien plus dans l'ère du temps, avec des lignes autrement plus élancées. C'est la traduction d'un dynamisme affiché.



Il est loin le temps (presque vingt ans) où le Rav 4 figurait comme l'unique fleuron de ce segment, en 1994 très exactement. Depuis, beaucoup se sont confortablement installés pour se faire une place sur un terrain hautement convoité. Toyota lui, n'a fait que persévérer dans un domaine où il a toujours eu une totale maîtrise. La nouvelle génération du Rav 4 en est la parfaite illustration. Le nouveau bébé est tout simplement une autre réalisation stylistique même si elle n'est pas, disons-le franchement, révolutionnaire. Quoique...

Le Toyota a grandi et ce ne sont pas des lignes interminables qui donnent cette impression. La japonaise a bien pris 20,5 cm de plus que son aîné. Elle passe donc à 4,570 m. Ce SUV compact 5 portes, 5 places, offre ainsi une élégante silhouette dans son ensemble. La présentation est réussie.

Vocation familiale affirmée

Le nouveau Rav 4 ne déçoit pas, loin s'en faut. Plus grand donc, il affiche une habitabilité fortement agréable. Le Toyota est généreux en espace. Le confort intérieur y est appréciable. Tous les matériaux sont de haute facture. Toyota sait y faire. C'est certainement une toute autre clientèle qui est visée. On voit bien une belle famille composée de grands « ados » dans cette auto. Tout le monde a son confort assuré, même les bagages qui trouveront place dans un coffre de 540 litres. Le nouveau Rav 4 est accueillant. Il offre ce même accueil au conducteur, bel agencement du poste de conduite pour confirmer. La position au volant est quasi parfaite. La hauteur d'assise a été revue. Il fallait privilégier la visibilité. C'est fait !

Question conduite, plus d'excuses à trouver. Ne nous attendons pas cependant à un comportement sportif, voire dynamique, de la part de ce SUV familial. Les plus exigeants trouveront plutôt une attitude pataudie mais le nouveau RAV 4 reste équilibré et accroche. Les motorisations sont à l'image de la réputation de la marque dans ce domaine : coupleux et donc performants.

Ce RAV 4 nouvelle génération bien née ? Oui, diront les fans de la japonaise, équipée dans la gamme qui plus est d'un nouveau moteur de 2.0 litres turbodiesel de 124 ch. Ce qui en fait un véritable SUV 4 x 2.

Par **Éric Pommier**



SOUS LE CAPOT DU TOYOTA RAV4 2.0 D-4D 4X2

Cylindrée : 1 998 cm³

Type : 4 cylindres en ligne

Puissance : 124 ch à 3 600 tr/min

Couple : 310 Nm de 1 600 à 2 400 tr/min

Transmission : aux roues avant

Boîte : manuelle à 6 rapports

Dimensions (L/l/h) : 4 570 × 1 845 × 1 660 mm

Coffre : 547/1 167 l Poids : 1 535 kg (12,38 kg/ch) 0-100 km/h : 10,5 s

Vitesse : 180 km Consommation : 4,9 l

Émissions CO₂ : 127 g (ni bonus ni malus)



TOYOTA

TOUJOURS
MIEUX
TOUJOURS
PLUS LOIN

4 YOU NOUVEAU TOYOTA RAV4



NOUVEAU TOYOTA RAV4
DIESEL 124ch **Suréquipé**
à partir de **30 990 €***



Conso
à partir de
4,9*
l/100 km

CO2 g/km
à partir de
127*
g/km

CCIE ZI Les Mangles, Lamentin - 0596 50 75 75

www.ccie-martinique.com Toyota Martinique



*Tarif au 01/04/2013. Prix de lancement pour un Nouveau RAV4 DX 124 D-4D 2WD tarif hors option : 30 990 € hors peinture métallisée, hors frais d'immatriculation et de mise à la route. Offre réservée aux particuliers, non cumulable. Photos non contractuelles. Gamme Nouveau RAV4 : conso mixte (l/100km) de 4.9 à 7.3 et émissions de CO₂ (g/km) de 127 à 176. Siège Social : ZI Les Mangles B.P. 431 - 97292 Lamentin CEDEX 2 - R.C. B 304 234 990 - SIRET 304 234 990 00055.



Valérien Lebrun Quand on veut, on pneu !

« Jusqu'à présent, il existait des sites internet de sociétés basées en Métropole pour l'achat et la livraison de pneus à distance, mais il fallait compter avec l'obstacle et les coûts souvent élevés du trajet, sans parler du montage du pneu à réaliser soi-même une fois qu'il était livré. PNEUDEAL propose une alternative, avec le même type de services, spécifique sur les DOM et pour les DOM. Notre stock tampon nous permet de livrer entre 24h et 48h, et le site y garantit l'accès en temps réel : ce qui s'y trouve est disponible, qu'on se le dise !

Nos clients ont en outre le choix parmi différentes options, en particulier le mode de livraison (par avion ou bateau) et la possibilité que le pneu soit installé directement lors de la réception sur l'un de nos stands de montage partenaires. Le tout sans mauvaise surprise financière, car tout est inclus dès le paiement de la commande sur le site.

NOTRE ATOUT ? DES PRIX DÉFIANT TOUTE CONCURRENCE SUR DES PNEUS DE GRANDE MARQUE !

Nous tenons à proposer des pneus haut de gamme à des prix très compétitifs. Actuellement, les grandes marques sont proposées par de gros importateurs qui réalisent des marges très confortables grâce à l'exclusivité de la distribution dont ils bénéficient. PNEUDEAL vient enfin

changer la donne, avec des prix entre 30 à 40% moins chers que les vendeurs historiques.

Le site internet a été conçu très sobrement, dans une volonté d'épure et d'efficacité. Nous tenons à ce que chacun puisse l'utiliser sans la moindre difficulté : on y entre les dimensions et les caractéristiques du pneu, et le moteur de recherche indique aussitôt si la référence est disponible. Il est possible de commander le modèle et la marque de son choix, et d'affiner la recherche en fonction de la disponibilité, du prix, voire des deux réunis.

Nous avons bien conscience que le pneu est une dépense contrainte, personne ne les change par plaisir car c'est un produit cher et volumineux, qui s'use vite. Pourtant, il est indispensable qu'il soit en bon état pour des raisons de sécurité. C'est pourquoi PNEUDEAL propose un concept « low cost », visant l'économie, associé à des produits et un service haut de gamme. Le concept a été longuement réfléchi et élaboré, nous avons décidé de ne le lancer que lorsqu'il serait parfaitement au point. C'est chose faite. Ce système est amené à se développer rapidement, car il est exploitable sur les autres départements d'Outremer : bientôt, la Guadeloupe, la Réunion et d'autres territoires seront desservis.

Notre atout ? Des prix déifiant toute concurrence sur des pneus de grande marque ! »

La colocation

Popularisée, et un peu idéalisée par une célèbre série télévisée, la colocation constitue un bon moyen d'accéder à un logement plus confortable et/ou de ne pas vivre seul. Aucun texte de loi ne règlemente la situation des colocataires qui ne sont pas unis par les liens du mariage ou par un pacte civil de solidarité. Les règles qui s'appliquent sont donc celles d'une location classique.

Des règles précises

Des principes stricts régissent toutefois les baux à preneurs multiples : indivisibilité des obligations vis à vis du bailleur et des cautionnements apportés par les uns et les autres... En d'autres termes, les colocataires signent tous le même bail et chacun d'entre eux ou la personne qui s'est portée caution de chacun d'entre eux - est tenu à l'égard du bailleur du paiement de l'intégralité du loyer. Ainsi, en cas de départ prématuré de l'un des cosignataires du bail, les autres occupants de l'appartement seront tenus de continuer à verser l'intégralité du loyer au bailleur. Le plus souvent, les baux incluent également une clause de solidarité. Elle prévoit que, jusqu'à la fin du bail, un colocataire peut être tenu responsable pour tout manquement de la part des autres, même s'il ne réside plus dans le logement.

Assurance et allocations

En règle générale, le bailleur exige de percevoir l'intégralité du loyer.

Les colocataires sont ensuite libres de décider entre eux des modalités de paiement : ouverture d'un compte commun, désignation d'un colocataire qui règlera le loyer et se fera partiellement rembourser par les autres... Comme pour toute location, les occupants du logement doivent l'assurer. Il leur est en général recommandé de le faire ensemble chez le même assureur. Enfin, chaque titulaire du contrat de location peut prétendre, selon sa situation et ses ressources, à une allocation logement. La demande doit être adressée à la Caf. Pour le calcul de l'aide, la Caisse d'allocations familiales prend en considération les ressources personnelles du demandeur ainsi que le montant du loyer divisé par le nombre de colocataires figurant dans le bail. Les revenus pris en compte sont ceux de l'année précédant l'ouverture des droits.

Chambre à louer

Pour un étudiant, la colocation peut également se limiter à la location d'une chambre dans un logement partagé avec d'autres occupants, auxquels il n'est pas lié. Il est alors seul signataire du bail.

Dans cette configuration, tous les détails de la future vie commune doivent être soigneusement anticipés et stipulés dans le bail : pièces attribuées à chacun, utilisation des parties communes, du mobilier ou des appareils électroménagers... Plus le nombre d'occupants sera élevé, plus cette répartition devra être rigoureuse.

Sous-location : une dérive risquée

Pour se situer effectivement dans le cadre d'une colocation, la situation doit être consentie par le bailleur et tous les occupants du logement doivent être mentionnés sur le contrat. Si tel n'est pas le cas, il s'agit d'une sous-location ou d'une cession de bail. Plus difficile à organiser, la première est toutefois nettement préférable à la seconde.

Généralement mise en place de façon informelle, la sous-location est en effet proscrite sans l'accord écrit du propriétaire et presque systématiquement interdite par les contrats de location, sous peine de résiliation du bail. Le ou les sous-colocataires n'ont donc aucune existence légale. Ils ne peuvent en conséquence bénéficier d'aucune forme de couverture, d'aide ou d'allocation.



PHILIPPE SCHAFER
PRÉSIDENT
DE LA CHAMBRE FNAIM
ANTILLES-GUYANE
220 Immeuble sardine
Marina Pointe du bout
97223 Les Trois Îlets
FNAIM.RegionAG@gmail.com



Le paiement de l'entrepreneur dans le marché à forfait des marchés privés

Le marché à forfait est un contrat dans lequel l'entrepreneur s'oblige à réaliser des travaux de bâtiment d'après un devis accepté par le maître d'ouvrage, pour un prix classiquement défini comme « global et forfaitaire » arrêté dès l'origine.

PAR MARK BRUNO

Dans ce type de marché, l'entrepreneur ne peut arguer d'une augmentation des quantités nécessaires de matériaux, d'une éventuelle erreur de métré, du coût de la main d'œuvre, ni du changement de ses prestations pour imposer une augmentation de sa facturation.

Le principe de l'intangibilité de ce type de marché est tel que même des travaux nécessaires au respect des règles de l'art de la construction, mais qui n'auraient pas été prévus initialement, ne peuvent donner lieu à une augmentation du prix.

La seule porte de sortie résulte d'un accord du maître de l'ouvrage constaté par un écrit fixant les nouveaux prix convenus, soit la conclusion d'un avenant.

Le marché à forfait est donc un contrat conclu avec un aléa de gain pour l'entrepreneur qui s'oblige dès lors à

plus de rigueur dans le calcul des travaux à réaliser et le calcul des coûts, s'il ne souhaite pas entamer sa marge bénéficiaire ou pire, travailler à perte.

Le caractère forfaitaire d'un marché découle de ce que les parties, peu important son intitulé formel, conviennent, au moment de sa conclusion, d'un prix intangible. Ce type de contrat permet au maître d'ouvrage d'exclure tout aléa sur le prix, sauf à ce qu'il réclame des travaux ou ouvrages supplémentaires à l'entrepreneur.

Le paiement d'acomptes sur le prix est possible et constitue d'ailleurs une pratique courante, que les parties professionnelles peuvent librement aménager dans leur convention.

Conformément aux dispositions de l'article 1134 du code civil, ni le maître d'ouvrage, ni l'entrepreneur, ne peuvent de leur seule décision modifier les éléments du marché, lequel ne peut être modifié que par la voie d'un avenant écrit, comme le prévoit la norme AFNOR, annexe D.

La jurisprudence a cependant évolué, et n'exige plus de façon systématique que cet écrit soit antérieur à la réalisation des travaux complémentaires. L'acceptation de ceux-ci par le maître d'ouvrage devra cependant être expresse, claire et non équivoque. C'est dire qu'un simple accord verbal, ou même une lettre d'accord de principe du maître d'ouvrage des travaux exécutés ne peut suffire. En pareil cas, le juge ne manquerait pas de débouter l'entrepreneur qui tenterait d'obtenir en justice la condamnation de son client, au paiement du coût des travaux supplémentaires que ce dernier aurait pourtant verbalement demandé.

Le marché peut perdre son caractère forfaitaire si des modifications exigées en cours d'exécution des travaux, à la demande du maître d'ouvrage, sont d'une importance telle, qu'elles entraînent un bouleversement de l'économie même du contrat.

Bien entendu, cette appréciation sera celle du juge judiciaire, avec toutes les incertitudes que comporte celle-ci. Dès lors, prudence et rigueur dans les prévisions s'imposent lors de la rédaction du marché et d'éventuels avenants. Il convient de s'armer techniquement, mais également juridiquement.



EXIGEZ

LE MEILLEUR

Nous nous engageons en faveur du développement durable

ENGAGER : l'entreprise dans une démarche volontaire

PRIVILÉGIER : l'achat de papiers écologiques et de matériels plus économes

OPTIMISER : la consommation de papier

FAVORISER : l'utilisation de produits moins dangereux

GARANTIR : le tri et les conditions de stockage des déchets

ASSURER : l'élimination des déchets par des collecteurs agréés

AMÉLIORER : la consommation d'énergie, d'eau et d'air

SENSIBILISER : le personnel de l'entreprise aux enjeux environnementaux et sécuritaires

ADAPTER : l'offre de service aux besoins et attentes du client par une meilleure écoute, un dialogue et des conseils experts

ENCOURAGER : les partenaires de l'entreprise à adhérer à ses valeurs



IMPRIMEUR CONSEIL

947, RUE H. BECQUEREL - BP 2174 - 97195 JARRY CEDEX
TÉL. 0590 26 72 40 - FAX 0590 26 80 94

Offres d'emploi

ADECCO RECRUTEMENT RECHERCHE :

- Un commercial BtoB en vente d'espaces publicitaires (H/F)
Niveau BAC à BAC +2 idéalement dans le domaine commercial
Expérience réussie de 2 ans minimum à un poste similaire
- Un Commercial-Souscripteur assurances destinées aux entreprises (H/F)
De formation minimum BAC+2, spécialisé idéalement dans les assurances
Expérience obligatoire 2 ans dans la commercialisation e prestations d'assurances en BtoB
- Un Responsable adjoint de production en restauration collective (H/F)
De formation BEP à BAC +2, vous apprécier la cuisine
De bonnes aptitudes managériales sont nécessaires à ce poste
Vous avez idéalement un permis PL

ADECCO RECRUTEMENT RECHERCHE EN CDI :

- Un commercial BtoB en vente d'espaces publicitaires (H/F)
Niveau BAC à BAC +2 idéalement dans le domaine commercial
Expérience réussie de 2 ans minimum à un poste similaire
- Un Commercial Souscripteur assurances destinées aux entreprises (H/F)
De formation minimum BAC+2, spécialisé idéalement dans les assurances
Expérience obligatoire 2 ans dans la commercialisation de prestations d'assurances en BtoB
- Un Responsable adjoint de production en restauration collective (H/F)
De formation BEP à BAC +2, vous apprécier la cuisine
De bonnes aptitudes managériales sont nécessaires à ce poste
Vous avez idéalement un permis PL

À POURVOIR ÉGALEMENT EN INTÉRIM :

- Electromécanicien (H/F)
- Boucher (H/F) profil expérimenté
- Carrossier (H/F)
- Soudeur TIG / MIG (H/F) avec licence
- Electricien (H/F) habilité HT BT
- Conducteur d'engin (H/F) CACES 1, 2, 4 et 9
- Chauffeur PL (H/F) FIMO à jour
- Frigoriste (H/F)
- Peintre Industriel (H/F)

Laure Seichepine

Consultante
Recrutement
Adecco Martinique

www.adeccodfa.fr
GSM. 0696 27 82 02
Fixe. 0596 60 83 10



Adecco
better work, better life*

Votre solution CDD – CDI – Interim
Adecco BTP – Industrie
Secrétariat – Bureautique – Finances

* Mieux travailler, mieux vivre

Adecco Martinique
Zac Rivière Roche
0596 60 64 69



www.adeccodfa.fr

ESPACE BEAUTÉ

Marie-José
Coiffeur styliste visagiste
Maître artisan diplômé de l'Université de Paris et des États Unis

Lydia
Coiffure

Armelle
Esthétique

Carole
Esthétique

59, rue des Barrières - 97232 LAMENTIN
0596 51 41 59 - 0696 73 97 97 - 0696 50 69 89
2h quinzaine sur RDV du mardi au samedi de 8h à 18h

ET SI VOUS DÉCIDIEZ D'ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE ENTREPRISE ET DE VOTRE RÉUSSITE !



CHEF D'ENTREPRISE - ARTISANS COMMERCANTS - PROFESSIONS LIBERALES

Découvrez notre programme ACTIONCLUB

Ce programme vise à vous faire acquérir TOUTES les connaissances fondamentales nécessaires pour réussir le développement de votre entreprise.

Vous découvrirez toutes les problématiques de base de la GESTION d'une entreprise, et vous apprendrez à améliorer les clés de la réussite: TEMPS, ARGENT, EQUIPE.

Prochaine session le 7 juin 2013

Durée : 6 modules de 3h (1 module par semaine pendant 6 semaines)
TARIF : 990 € TTC / participant

ActionCOACH coaching d'affaires **05 96 61 16 49**
Inscrivez-vous maintenant au www.actioncoach.com/christellelautre

Paie ment en plusieurs fois

f Actioncoach-Martinique @ christelautre

Votre Pub sur tous les smartphones de Martinique et Guadeloupe* ça vous intéresse ?



* smartphones équipés des applications CINEPAD et/ou TBOT

Contactez la régie pub mobile
06 96 23 44 74

"Touch and See" by *ange route*
TBOT et CINEPAD Applications disponibles sur

VMA GEST
Conseil en gestion d'entreprise & Formation

Jean-Marie VICTOIRE M-Andrée
2 rue de la Réjane
Route de l'entraide
97200 Fort de France

Tél/Fax : 0596 61 45 86
Port : 0696 80 05 68
vma-gest@orange.fr

CONTACTEZ LES RÉGIES PUBLICITAIRES DES MAGAZINES

MADINMAG KARUMAG GUYAMAG
pour apparaître dans nos prochaines éditions

Retrouvez nos coordonnées selon votre localisation

SUR WWW.CARIBMAG.FR

Zié dan zié : méfiance ! Désormais, les promesses faites « les yeux dans les yeux » sont empoisonnées. La faute à Jérôme Cahuzac. Mais vraiment, vous n'aviez pas déjà tendance à trouver ça louche quand, avant même notre ministre aux comptes suisses, un élu vous jurait la vérité d'un regard appuyé, en vous prévenant qu'il allait vous parler franchement ? Le mensonge est un outil politique depuis des siècles et notre société du spectacle en a fait un art majeur.

Comment un candidat pourrait-il emporter une élection en ne disant que la vérité ? Imaginez un maire en pleine campagne municipale qui, lors d'un meeting, reconnaîtrait qu'il n'a rien pu faire contre le chômage, que ses finances sont plombées par des charges de personnel intenable, qu'il faudrait réduire l'équipe municipale de moitié et surtout supprimer la sur-rémunération des fonctionnaires...

Déjà, bien avant notre moderne démocratie, un pamphlet anglais intitulé « L'art du mensonge en politique » recensait les techniques indispensables pour convaincre le peuple du bienfait des actions des puissants. L'auteur explique même que mentir peut servir à animer ou à encourager. Et par temps de crise, il faut reconnaître que dire la vérité aux citoyens risquerait de faire exploser le système ou, tout du moins, de plonger la population toute entière dans une profonde dépression.

D'ailleurs, le mensonge qui en France est licite, rappelons-le, n'est pas réservé aux élus. Prenez les parents. Ils passent leur temps à mentir à leurs enfants. Du Père Noël aux cloches de Pâques en passant par les petites souris, on nous farcit de

balivernes dès le berceau. Pire. Quand une mère se pâme d'admiration devant son fils particulièrement vilain, c'est un mensonge éhonté. Mais imaginez une maman assénant ses quatre vérités à ce même fils, lui avouant qu'il n'a pas eu de chance en héritant de son grand-oncle, son regard torve et ses genoux cagneux ? Un père qui découvre que sa fille est une dinde tout juste capable de singer Paris Hilton dans le miroir peut-il décemment ex-

pliquer au garçon très sérieux qui, pour une mystérieuse raison, la fréquente depuis quelques mois, qu'il est beaucoup trop bien pour elle ? Bien avant Françoise Dolto, les parents avaient compris que pour faire des adultes confiants, il fallait mentir aux enfants.

Et dans le couple, peut-on imaginer dire la vérité à sa moitié quand elle s'affale sur le canapé, les cheveux en bataille, le corps ramolli moulé dans un T-shirt publicitaire et l'haleine encore chargée des effluves de la veille ?

Imaginez qu'on lâche franco : « Chéri(e), tu pues. Je te trouve de plus en plus laid(e) et je me demande comment je vais pouvoir te supporter encore 25 ans ? »

Salvateur, éducatif ou amoureux, les mensonges mettent parfois de l'huile dans nos relations. Boris Cyrulnik, le père de la résilience, affirme même que le mensonge est une preuve d'intelligence dans notre société si exigeante. Pas question bien sûr de faire l'apologie de la triche ou de la manipulation. Mais avouez que vous n'avez pas toujours envie qu'on vous dise la vérité. D'ailleurs, à qui ment-on le plus ? Soi-même, non ?

L'art du mensonge

Le support événementiel, c'est Arti.



OPTIMISEZ votre visibilité lors de vos événements en faisant confiance à Arti.

Nous disposons d'une large gamme de produits adaptés à vos besoins et à vos budgets :

Affiches, autocollants, banderoles, beachflag, drapeaux, kakémonos, marquage de véhicules, PLV, stands, tentes personnalisées, tee-shirts, casquettes, objets pub...

*N'hésitez pas à nous contacter au : **05 96 54 66 99***

Arti, la garantie d'une communication outdoor réussie !

www.artigroup.fr





Nouveau service Business by Air France.

Sur le réseau régional intra-Caraïbes, la classe Alizé change de nom et devient la classe Business avec plus de service : à l'aéroport, un parcours prioritaire grâce à SkyPriority ; en vol, un espace personnel préservé, des menus savoureux, un choix de boissons, un oshibori d'accueil et le transport gratuit de 2 bagages de 32 kg chacun en soute.

Sur notre nouvelle classe Business, nous veillons à vous offrir un voyage qui réponde à vos attentes.