

Guyamag

LE MAGAZINE

100% INFOS



**RICHARD
CURNIER**

La CDA, un appui
essentiel pour
l'économie des DFA

**BERNARD
CHEMOUL**

Méto Kourou
direction Cassiopée



TOURISME aux Antilles-Guyane VERS UN NOUVEAU DÉPART ?

L'INFO EN CONTINU SUR CARIBMAG.FR



Audi Q5. Du caractère.

SUV compact premium, l'Audi Q5 séduit par ses lignes sportives inspirées d'un coupé, son élégance – traditionnelle chez Audi – et sa praticité. Son agilité et sa facilité de conduite associées à un confort intérieur qui n'est plus à démontrer le placent au sommet du segment des crossovers compacts. La marque aux quatre anneaux se distingue encore sur les avancées technologiques avec des innovations qui changent tout : rampe commune d'injection, S tronic, TFSI, ESP, side assist...
Audi Q5, une nouvelle expérience de conduite.

www.audi.com

Sud Motors - Pendant les travaux à Sud Motors , rond point de la Madeleine,
retrouvez Audi au Novotel de Cayenne

Contact : Junior SERRAGLINI : 0694 23 25 77





Q5

Audi
Vorsprung durch Technik



Retrouvez les actualités de la marque Audi en Guyane sur



Audi Guyane

VOTRE AUDIT

Vous et l'ingénieur commercial Mediaserv définissez vos besoins et découvrez les économies possibles.

1



Contacter Mediaserv
pour un audit gratuit

(et sans engagement!)

COMMENT RÉDUIRE VOS COÛTS TÉLÉCOM EN 4 ÉTAPES ?

2

NOTRE PROPOSITION

Nous vous préconisons la meilleure solution technico-économique répondant à vos besoins.

3

NOTRE MISE EN OEUVRE

Nos équipes composées de techniciens expérimentés et d'ingénieurs confirmés interviennent avec un délai de mise en service optimisé.

4

VOTRE SUIVI PERSONNALISÉ

Nos équipes commerciales et techniques sont basées en local. Notre hotline, ainsi que notre centre de supervision et d'intervention, dédiées uniquement à l'entreprise, sont disponibles 7j/7 et 24h/24.



mediaserv
ENTREPRISES

SIMPLIFIONS ENSEMBLE LA TECHNOLOGIE

Accès internet • Interconnexion • Téléphonie • Services à valeur ajoutée

0811 570 570 | entreprises.mediaserv.com

(prix d'un appel local depuis un fixe)

36 / édito



Le tourisme que l'on mérite

Début septembre. Il flotte dans l'air comme un parfum de rentrée des classes, les vacances sont désormais derrière nous et au bureau, nous surlignons déjà sur notre calendrier les prochains jours qui nous permettront de souffler un peu. De prendre des vacances. Chez nous. Au soleil. Parce que nous ne nous en rendons pas forcément compte mais nous vivons sur une île, la Martinique, un archipel, la Guadeloupe ou sur un océan de verdure, la Guyane, et le moindre week-end se sirote sur une plage ou se grille au bord du fleuve.

Pensez donc un peu à tous ces pauvres métropolitains, qui préparent déjà leurs bottes et leurs imperméables, et qui aimeraient tellement, pour la plupart, être à notre place. D'ailleurs ceux qui en doutent encore n'ont qu'à publier sur Facebook une photo prise en bas de chez eux... et attendre avec délectation les commentaires envieux de l'ensemble de leurs amis qui "like", par procuration, ces petits coins de paradis.

Mais si nous vivons sur des territoires qui suscitent autant de jalousie, c'est bien que ces derniers doivent avoir quelque chose à offrir. Alors, qu'attendons-nous ? L'équation est pourtant simple. A : Nous vivons sur des terres extraordinaires. B : Nous aimons offrir. C : Nous aimons recevoir. La solution tient donc en un mot : A+B+C = Tourisme. Oui le tourisme, ça vous parle ? Il s'agit d'une activité qui se vit au quotidien et qui pourrait à elle seule insuffler un vent nouveau sur nos petits et grands territoires. Par vent nouveau, comprenez décollage économique, chute du chômage, nouvelles formations, développement des infrastructures, labellisation de notre agriculture, valorisation de nos ressources marines et sous-marines, mise en valeur de nos cultures... Oui le tourisme, c'est aussi ça.

Il ne nous reste alors plus qu'à nous mettre au boulot, dans le sillage de tous les acteurs du tourisme qui tentent depuis peu de relever la tête et de faire en sorte que la Guyane, la Guadeloupe et la Martinique, renouent avec un secteur auquel elles ont longtemps, trop longtemps, tourné le dos.

Bref, soyons fiers de donner raison à ceux qui pensent que l'on n'a que le tourisme que l'on mérite.

Édité par EPAG

Edition Presse Antilles Guyane
BP 2174 - 97 195 Jarry Cedex

• **Directeur de publication :**
Laurent Nesty/dir@caribmag.fr

• **Responsable d'éditions :**
Emmanuelle de Beaufort
contact@caribmag.fr

• **Rédaction :**
redaction@caribmag.fr

Mathieu Carbasse
Annick de Vassoigne
Eva Zonca
Camille Dervaux

• **Maquette :**
sikproduction972@gmail.com

• **Stagiaire Communication :**
Chloé N'Goala

• **Crédit photos :**
Jean-Albert Coopmann
photo@caribmag.fr

• **Impression :** Prim

• **Tirage moyen :**
25.000 exemplaires
certifié par huissier

• **Diffusion :** 450 points de
dépôts et par courrier

• **ISSN** 195-473X

Régies publicitaires

• **Guyane :**
Mathieu Delmer : 0694 26 55 61
iguanacom@wanadoo.fr

• **Guadeloupe :**
C2J Régie
0590 94 41 49
contact@c2jregie.com

• **Martinique :** E2B
0696 25 42 90 - pub@caribmag.fr
- Amandine Bessire : 0696 18 71 05
- Guilene Regal : 0696 94 23 25

• **Paris :**
MediaOutremer
Florence Diat : 01 53 53 15 95
fdiat@mediaoutremer.com
Irina Britsch : 01 53 53 16 37
ibritsch@mediaoutremer.com

IL Y A 350 000 ENTREPRISES ADHÉRENTES CHEZ NOUS QUI ONT 350 000 RAISONS DE L'ÊTRE

AG2R LA MONDIALE propose des produits flexibles, évolutifs et personnalisables à chacune de ses 350 000 entreprises adhérentes. Quels que soient leur taille ou leur secteur, nous leur assurons la même expertise en matière d'assurance collective. Autant de bonnes raisons de nous faire confiance.

www.ag2rlamondiale.fr



AG2R LA MONDIALE le contraire de seul au monde

PRÉVOYANCE
SANTÉ
ÉPARGNE
RETRAITE

36 / sommaire

10-18
Brèves

19
L'AFPA Guyane ouvre ses portes aux formations en alternance

20
Richard Curnier
La Caisse des Dépôts et Consignations
Un appui essentiel pour l'économie des DFA

24
Bernard Chemoul
Métro Kourou
Direction Cassiopée

28
NCCIE
L'adaptation, moteur de l'entreprise
Interview de Julien Soret

30
Villes équatoriales guyanaises durables : Quelles perspectives ?

32
DOSSIER
Tourisme aux Antilles-Guyane : vers un nouveau départ ?

38
Entre technologies et cultures ancestrales
Interview de Sylvie Desert, Présidente du CTG

40
La Guadeloupe à l'heure de l'envol ?
Interview de Josette Borel-Lincertin, du CTIG

42
La relance, c'est pour maintenant !
Interview de Karyne Roy-Camille
Comité du Tourisme de la Martinique

46
Pascal Fardin
Un pont productif entre la Martinique et l'hexagone

47
Brèves

48
Un œil avisé sur le tourisme

51
Interview de Brice Narayadou

52
Communauté d'Agglomération du centre littoral
Une nouvelle compétence: le transport urbain

54
Inédit en Guyane
ONE,
la première offre 2 en 1

56
La Région actrice de l'éducation de la jeunesse guyanaise

58
OHLICHER
Permis mer côtier, hauturier et rivière depuis 40 ans

60
Audrey Chong-sit
Elle relève tous les défis !

64
Vingadassalom
L'e-tourisme

66
Actualités régionales
COCONEWS

68
Actualités immobilières

70
Actualités juridiques

72
Infos

74
Jacky Vaudé
Fishing Contest
4ème édition
2012

FLASHEZ >
ET REJOIGNEZ-NOUS
WWW.CARIBMAG.FR
FACEBOOK : CARIBMAG
TWITTER : @CARIB_MAG



facebook



60
<

58
>

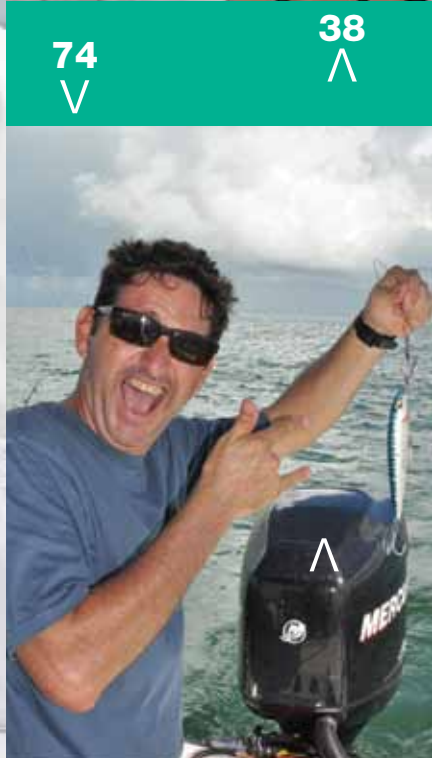


24
>



74
v

38
^



^

Les professionnels du tourisme en appellent au nouveau Président

Dans une lettre ouverte au Président de la République, l'Union des Opérateurs touristiques de Guyane crie au secours : "La Guyane nous échappe !!!" Ils regrettent que le lien entre la criminalité, les cambriolages et l'orpaillage clandestin soit "trop souvent passé sous silence", et demandent à l'État français, jugé "trop frileux", de "prendre d'urgence des mesures exceptionnelles".

Sur toute la Guyane l'activité touristique représente plus de 75.000 clients, pour un chiffre d'affaires d'environ 7 millions d'euros annuel.

PÉTROLE : LES TRAVAUX DE FORAGE ONT DÉBUTÉ

La compagnie pétrolière Shell a confirmé l'initiation des travaux de forage d'un puit au large de la Guyane. Ce forage doit en fait servir à confirmer la découverte des sources de pétrole mises en évidence l'an passé à une profondeur proche de 6.000 mètres. Néanmoins, il s'ancre dans un plus vaste projet incluant les travaux de trois autres puits : un juste après à quelques kilomètres de distance puis deux autres en 2013.

Les débuts des travaux laissent à penser que le gisement représente environ 300 millions de barils de brut. Shell, opérateur du permis depuis février, détient 45% des parts contre 27,5% pour la société britannique Tullow Oil, 25% pour Total et 2,5% pour Northern Petroleum et Wessex.

Mais les travaux des géants pétroliers ont d'ores et déjà attiré les foudres et l'inquiétude des écologistes qui ont récemment déposé des recours à Cayenne contre les arrêtés autorisant les forages.

LES SIGNES DE REPRISES SONT BIEN LÀ

N'Ouara Yahou Dauvier (chef de service Régional de l'INSEE) et Jean-Pierre Derancourt (Directeur Guyane de l'IEDOM) ont présenté les chiffres de l'année économique et sociale 2011.

Soutenue par le spatial et le BTP, l'économie guyanaise bien que fragile continue son développement

pour satisfaire les besoins d'une population de 236.000 habitants en constante augmentation. 2011 semble confirmer la reprise déjà enregistrée en 2010.

Reste que la Guyane est encore très dépendante de la métropole, et son marché du travail est dégradé (21% de chômage). Pour 2012, les prévisions sont bonnes, même si l'indicateur du climat des affaires se replie légèrement.

EDF : la SOLAM fait baisser la facture

Dans le cadre d'une "convention d'efficacité énergétique" avec EDF, la SOLAM (Société Laitière de Macouria) devrait économiser jusqu'à 15% sur ses factures d'électricité. L'entreprise a en effet bénéficié d'une aide de 12.600 euros (15% des 84.000 euros d'investissement total pour l'extension du réseau d'eau glacée).

EDF espère ainsi "limiter le déficit général de compensation des surcoûts", en Guyane, le prix de production de l'électricité étant 3 fois plus cher que son prix de vente.

Auplata voit double

La seule mine d'or française cotée a annoncé une forte augmentation de son chiffre d'affaires semestriel.

Cette petite société d'exploration et d'exploitation aurifère en Guyane française vient d'informer que sur l'ensemble du premier semestre 2012, sa production d'or s'établissait à 239 kilogrammes, en croissance de 50% par rapport au 1er semestre 2011.

Le groupe a bénéficié de conditions de marché favorables sur les cours de l'or ressorti à 40 882 euros/kg en moyenne au 1er semestre 2012 contre 33 123 euros à la même période de 2011.

Auplata annonce donc un chiffre d'affaires semestriel consolidé en progression de 85% à 9,1 millions d'euros.



BusinessClass by Europcar

Une expérience, dont vous ne pourrez plus vous passer !

La BusinessClass by Europcar est un bouquet de services sur mesure pour vos déplacements professionnels :

- Gagnez du temps : pré-enregistrez-vous et n'attendez plus au comptoir (Envoi des informations du permis de conduire et de la garantie bancaire).
- Récupérez votre véhicule directement sur le parking de l'aéroport.
- Choisissez votre niveau de confort parmi notre large gamme de véhicules : de la berline au SUV en passant par la citadine.
- Roulez l'esprit léger, ne faites plus le plein d'essence, les pénalités de remplissage sont offertes.
- Bénéficiez de la garantie « véhicule disponible » toute l'année, en réservant 48h à l'avance.
- Maîtrisez votre budget, les tarifs proposés sont fixes et renouvelés une fois par an.

Pour toutes informations complémentaires sur le service BusinessClass by Europcar, merci de contacter nos services commerciaux :



GUADELOUPE

Email :

info@europcar-gpe.com

Tél. : (+590) 590 93 18 15

europcar-guadeloupe.com



GUYANE

Email :

loc@groupestgm.com

Tél. : (+594) 594 35 18 27

europcar.fr



MARTINIQUE

Email :

contact@europcar-martinique.com

Tél. : (+596) 596 42 42 56

europcar-martinique.com

Europcar
moving your way

Un nouveau directeur de cabinet pour le préfet de région

Nommé par décret du président de la république en date du 7 mai 2012, Matthieu Garrigue-Guyonnaud a pris ses fonctions de directeur de cabinet auprès du préfet de la région Martinique au mois de juillet dernier. Il occupait précédemment la fonction de directeur de cabinet du préfet de la région Picardie, préfet de la Somme.

AIR CANADA DOUBLE LA FRÉQUENCE VERS FORT-DE-FRANCE

Air Canada vient d'annoncer le passage à deux vols hebdomadaires entre Montréal et Fort-de-France : du 8 Janvier au 9 Avril 2013, la compagnie nord-américaine reliera Fort-de-France à l'aéroport de Montréal chaque mardi, en plus des vols déjà as-

surés tout au long de l'année le dimanche. Les vols, sans escale, seront assurés en A319-100 configurés en deux classes : 14 sièges en Classe Affaires, et 106 sièges dans la cabine principale. Les départs de Fort-de-France sont prévus à 16h55, pour une arrivée à Montréal à 21h15. Au retour, les vols quitteront le Canada à 10h00, et rallieront la Martinique à 15h55.

La Martinique bientôt à la CARICOM

Le ministre français des Affaires Étrangères, Laurent Fabius, a donné son feu vert à Serge Letchimy. La Région peut entamer les négociations avec la communauté des États de la Caraïbe, pour siéger au sein de la CARICOM. La Martinique deviendra, en son nom propre, membre associé de cette organisation.

Par ailleurs, le Ministre des Affaires Etrangères a également approuvé le fait que la Martinique siège à la CEPALC, la Commission Economique des Nations Unies pour l'Amérique Latine, organisation dont la France est déjà membre.

LES CHIFFRES ENCOURAGEANTS DU TOURISME EN 2011

L'Insee a publié un bilan de la saison touristique 2011 en Martinique. Si la grande hôtellerie (3 étoiles et plus) a de meilleurs résultats qu'en 2010 puisqu'en moyenne 58 % des chambres offertes ont été occupées, l'offre en chambre diminue elle de

2 % en 2011 (contre 5 % en 2010). L'aéroport Aimé Césaire a accueilli 1,72 millions de passagers soit une hausse de 7,4 % depuis 2009.

Enfin, la ligne transatlantique représente près des deux tiers du trafic global de passagers, les lignes internationales participant dans une moindre mesure à la croissance du flux de passagers en 2011.

ESPRESSO, agence officielle du CMT

Espresso Communication a obtenu le mandat d'agence officielle du Comité Martiniquais du Tourisme au Canada. Dans le cadre de ce mandat, Espresso sera chargée de l'élaboration et de la mise en place de la stratégie de communication 2012-2013 du CMT sur le marché canadien.

Les Rhums Trois Rivières, La Mauny et Duquesne changent de main

Les trois rhums martiniquais ont désormais un nouveau propriétaire : le Groupe Chevrillon qui a fait l'acquisition de Bellonie et Bourdillon Successeurs. Il s'agit du rachat de 61 % du capital de BBS, qui était détenu à ce jour par la Martiniquaise. L'autorité de la concurrence avait mis son veto, en février dernier, car cette dernière, avec les distilleries Saint James, Dillon et Depaz, se trouvait en situation de monopole. Il y avait donc urgence à trouver un acquéreur pour les rhums Trois Rivières, La Mauny et Duquesne.

Mixa

"Ma peau sèche et terne est devenue unifiée et éclatante."

Sonia Rolland



NOUVEAU

GAMME AU KARITÉ PUR MIXA CONCUE SPECIALEMENT POUR LES PEAUX MÂTES À FONCÉES

1 - Le lait corps Nutritif Satinant au karité Pur protège et apaise la peau qui retrouve instantanément toute la douceur et l'éclat qu'elle mérite

2 - Le beurre fondant au karité et au miel nourrit intensément la peau et la satine. La peau est éclatante de beauté !



Le soin des peaux mates à foncées, c'est Mixa

LE DÉPARTEMENT VOTE LE BUDGET SUPPLÉMENTAIRE DE 2012

Les conseillers généraux ont voté à l'unanimité le budget supplémentaire 2012 (plus de 191 millions d'euros) destiné majoritairement aux actions de solidarité et au renforcement de la politique de grands travaux dans des domaines tels que les travaux

routiers et portuaires, ou encore l'enseignement.

Des majorations de crédits ont été effectuées dans les champs de compétences tels que le RSA (+ 4 M€), les chantiers d'insertion innovants dans les domaines de l'agriculture, de la culture, du nautisme et des métiers de la mer (+ 0,3 M€), l'amélioration de l'habitat (+ 1,3 M€), les travaux routiers (+ 17,3 M€), l'irrigation (+ 0,65 M€) ou encore le Fonds d'Aide aux Communes (+ 5M€).

La rénovation du Raizet côtera près de 500 millions

Pour les quartiers de Grand Camp et du Raizet, la Ruzab prévoit la démolition de 400 logements et la reconstruction de 2 000 logements neufs, des nouveaux bâtiments qui seront obligatoirement accessibles aux personnes à mobilité réduite. Les premières livraisons devraient avoir lieu en 2016 pour un budget de 499 millions d'euros. Par ailleurs, un deuxième programme de rénovation urbaine est prévu en 2015 et compte inclure les co-propriétés dégradées.

850.000 euros pour la sucrerie de Marie-Galante

Conformément à l'article 1 de la convention de soutien du 3 avril 2012 fixant les modalités de l'État et des collectivités territoriales à l'usine sucrière de Marie-Galante pour la période de 2012 à 2015, le Conseil Régional s'est engagé à verser, pour l'année 2012, la somme de 850 000 euros à la société SA Sucreries et Rhumeries de Marie-Galante (SRMG).

Cette subvention vise à garantir la pérennisation de son activité et le maintien de la filière canne-sucre-rhum à Marie-Galante.

Lancement officiel du site nouvellesiles.com

Douze ans après la création de l'agence en ligne nouvellesantilles.com, François Bénard a officialisé le lancement de nouvellesiles.com.

Basée en Guadeloupe, l'équipe de nouvellesiles.com conçoit des séjours à la carte et à votre image : des voyages sur mesure, à tarifs négociés par un spécialiste.

Nouvellesiles.com se positionne comme le dénicheur de bons plans branchés et tendances dans les îles tropicales.

Le site propose aux internautes d'assembler leurs produits et de composer leur "séjour idéal" selon leurs envies, leurs rêves et leur budget.

HAUSSE DE LA TGCA À SAINT-MARTIN

La taxe générale sur le chiffre d'affaires (TGCA) est passée de 2 à 4 % en juillet dernier et concerne les livraisons d'électricité et les services de télécommunication.

De plus, concernant les droits de mutation dus par l'acquéreur

à l'occasion de l'achat d'un bien immobilier, le taux du droit d'enregistrement est porté de 6 à 8 % (une taxe qui reste inchangée pour le bailleur social).

L'impôt sur la plus-value immobilière passe de 16 à 19 %, le délai d'exonération est rallongé de 15 à 30 ans. Avec ces nouvelles mesures fiscales, la collectivité espère récupérer 5 millions d'euros de recettes supplémentaires par an.

Intuitif, puissant et facile à utiliser. MacBook Air.

Tout le monde devrait avoir un portable aussi avancé.
Maintenant chez Tech and Com c'est possible.



New

TECHANDCOM

techandcom - 46 bd Joubert 97300 Cayenne - 14 ave Hector Rivarez 97320 St Laurent - 4 place Monnerville 97310 Kourou 0594 284077 www.techandcom.com



Revendeur
Agréé

**INVESTISSEMENT RECORD
POUR L'AFD EN OUTRE-MER**

L'Agence Française de Développement a largement investi en Outre-Mer avec un niveau historique d'activité en 2011, faisant état d'1,1 milliard d'euros d'autorisations d'engagement. "L'Agence a renforcé son appui aux collectivités locales et développé sa palette d'outils financiers pour accompagner le secteur privé", rapporte son

directeur général, Dov Zerah. Entre 2010 et 2011, l'appui au secteur public a ainsi augmenté de 40%, représentant aujourd'hui 55% de l'activité de l'AFD en Outre-mer. Un soutien financier également dans le secteur privé avec plus de 500 millions d'euros. Un nouvel outil, le prêt direct aux entreprises, a permis d'appuyer de nombreuses sociétés ultramarines. En 2011, 27 millions d'euros de ces prêts ont été accordés.

**Un Réunionnais nommé président
de la délégation aux Outre-Mer**

Le député-maire Jean-Claude Fruteau a été élu président de la délégation aux Outre-Mer de l'Assemblée nationale. Le député-maire socialiste de Saint-Benoît devient ainsi le premier président de cette nouvelle délégation, créée suite à la proposition de Claude Bartolone, président de l'Assemblée nationale. Elle sera chargée d'informer les députés sur toutes les questions relatives aux Outre-Mer et participera à l'évaluation des politiques publiques menées dans les territoires ultra-marins. Elle est composée de 63 membres : 27 députés d'Outre-Mer et 36 députés de France métropolitaine.

**OFFRES MOBILES :
LES PROPOSITIONS
DE L'ARCEP**

L'Autorité de régulation des télécoms (Arcep) a mis en consultation publique son projet d'encadrement tarifaire en matière de téléphonie mobile, alors que les abonnés des territoires ultramarins paient plus qu'en métropole. Elle a proposé un centime d'euro par minute. Dans son projet de décision, l'Arcep propose de retenir "un plafond de tarif de terminaison d'appel vocal mobile à un centime d'euro par minute, applicable à compter du 1er janvier 2013

aux principaux opérateurs" des zones Antilles-Guyane et Réunion-Mayotte. La terminaison d'appel vocal mobile est ce que paie un opérateur (fixe ou mobile) lorsque son abonné appelle un autre abonné d'un autre opérateur. L'Arcep estime que "la réduction de l'écart entre les terminaisons d'appel mobiles ultramarines et métropolitaines (qui ne serait plus que de 0,2 centime d'euro par minute) devrait favoriser l'inclusion dans les forfaits métropolitains des appels vers les mobiles ultramarins". Une décision définitive de l'Arcep est attendue au cours de l'automne.

**Mediaserv,
un chiffre d'affaire
en évolution de 13%**

Pour les 6 premiers mois de l'année 2012, le CA de Mediaserv s'établissait à 32 M€. Par rapport à la même période sur 2011, le CA progresse de 13% et le résultat d'exploitation devient nettement positif puisqu'il atteint 1,5 M€ sur la période.

La majorité du chiffre d'affaires est générée par l'activité résidentielle qui représente environ 70 % des revenus de la société. Avec plus de 75.000 clients, Mediaserv est plus que jamais un acteur incontournable du haut débit dans les DOM. Les nouveautés TV annoncées au premier semestre lui permettent maintenant de rivaliser pleinement avec les opérateurs de télévision ancrés de longue date dans le paysage domien.

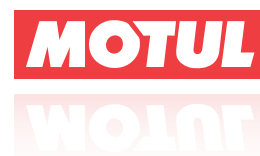
Par ailleurs, de plus en plus de collectivités et d'entreprises font confiance à l'expertise de Mediaserv puisque l'opérateur réalise sur le premier semestre 2012 un volume d'affaires de 7 M€ sur ce marché.

**Mayotte,
bienvenue
dans la cours
des RUP**

Mayotte, le 5e département d'outre-mer français, accède au statut de "région ultrapériphérique" (RUP) de l'Union européenne, ce qui lui permettra d'avoir accès aux fonds d'aide à partir de 2014. Victorin Lurel, Ministre des Outre-mer a fait part de sa "très grande satisfaction après la décision du Conseil européen".



Subaru WRX STI / Kawasaki Ninja ZX-10R



Partenaire de vos passions mécaniques
depuis 1984.

CAYENNE

650, Route de Baduel
Tél. 05 94 28 70 10
du lundi au samedi
de 9h à 12h30
et de 16h à 19h.

SAINT-LAURENT (chez Mag Auto)

Route de Saint-Jean
Tél. 05 94 34 47 09
Ouverture du lundi au vendredi
de 8h à 12h30 et de 15h30 à 17h30
le samedi de 8h à 12h.



L'Amérique du Sud armée jusqu'aux dents

Selon un rapport de l'Union des nations sud-américaines (UNASUR) qui réunit l'Argentine, le Brésil, le Chili, le Pérou, la Bolivie, la Colombie, le Venezuela, l'Uruguay, le Paraguay, l'Équateur, le Surinam et le Guyana, les pays d'Amérique du Sud ont doublé leurs dépenses militaires entre 2006 et 2010. Les dépenses de défense des États membres de l'organisation ont ainsi augmenté, passant de 17,6 milliards à 33,2 milliards de dollars. A noter que le Brésil réunit seul 47% des dépenses devant la Colombie (17%), le Venezuela (10,7%) et le Chili (9%).

LE PRÉSIDENT HAÏTIEN PLAIDE POUR L'USAGE DU FRANÇAIS

S'exprimant lors du 33e Sommet de la CARICOM qui s'est déroulé à Gros Islet (Sainte-Lucie) en juillet dernier, le Président Martelly a demandé que le français soit accepté comme langue officielle et/ou de travail à côté de l'anglais,

afin de promouvoir le développement des négociations et le processus d'intégration régionale.

En effet, la CARICOM est l'unique schéma d'intégration au monde, où l'anglais est la seule langue officielle. Or, plus de 55% de la CARICOM sont francophones ou créolophones; et les Haïtiens, à eux seuls, représentent plus de 50% du poids démographique de la CARICOM.

LE VENEZUELA FAIT SON ENTRÉE AU MERCOSUR

Après six ans d'attente, le Venezuela a célébré en juillet dernier, son entrée au sein du Mercosur. Le président vénézuélien Hugo Chavez s'est déclaré "très intéressé" par la perspective de "sortir du modèle pétrolier" qu'offre selon lui cette adhésion au sein du bloc créé en 1991 et qui comprend le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Para-

guay (actuellement suspendu). Avec le Venezuela, le PIB du Mercosur va représenter 83,2% de la richesse produite sur le continent sud-américain et sa population 270 millions de personnes (soit 70% de la population continentale). La forte demande vénézuélienne en biens de consommation et alimentaires devrait bénéficier au Brésil et à l'Argentine, gros producteurs de denrées comestibles, et dans une moindre mesure à l'Uruguay.

Un nouvel aéroport à Saint-Vincent

D'ici 2013, l'île de Saint Vincent devrait disposer d'un nouvel aéroport capable de recevoir 1,5 million de passagers par an sur des gros porteurs comme le 747 400s. Le gouvernement finance le projet à hauteur de 220 millions d'euros, le reste étant financé par des pays tels que le Mexique, le Canada, Cuba, Trinidad, le Venezuela, la Malaisie ou encore Taiwan.

Les USA et le Canada dans le viseur de Saint-Martin

Le comité de direction de l'office de tourisme de Saint-Martin s'est réuni pour la première fois sous la direction du nouveau président Alain Richardson. Afin d'accroître la visibilité de la destination, différents partenariats sont envisagés : avec la Caribbean Tourism Organization (CTO) pour le marché américain, avec Air Canada, West Jet et Sunwing pour la mise en place de séjours tests pour les professionnels du tourisme au Canada et avec Sun Sail, Métimer, Mooring et le port de Galisbay en ce qui concerne les marchés croisière, nautisme et yacht-ing.

Cuba veut attirer plus d'investissements étrangers

Cuba est en train de plancher sur la modification de la loi 77, dans le but de faciliter l'afflux de capitaux étrangers. C'est en substance ce qu'a affirmé en juillet dernier Yamila Fernandez, directeur des finances au sein du ministère des Affaires étrangères du Commerce extérieur et de l'Investissement (MINCEX). Une nouvelle loi devrait être promulguée avant décembre 2012.

Yamila Fernandez a par ailleurs déclaré que ces développements devraient favoriser l'accès aux technologies, contribuer au financement et à l'accès aux marchés, et être générateurs d'emplois.

L'AFPA Guyane ouvre ses portes aux formations en alternance

La formation par alternance constitue l'un des meilleurs remparts contre le chômage qui concerne, en Guyane, 21% de la population active (INSEE enquête emploi 2011). Mi-théorique, mi-pratique, la formation en alternance permet d'accéder à une certification reconnue et à faciliter son insertion professionnelle. Cependant, certains métiers ont encore du mal à attirer des candidats par cette voie et les entreprises n'ont pas toujours le réflexe de l'alternance : manque de temps, trop de lourdeurs administratives... C'est pour promouvoir les formations en alternance que l'AFPA Guyane a souhaité organiser une matinée sur cette thématique

Le mardi 25 septembre 2012

de 8h30 à 13h

au Centre Turenne Radamonthe

49 lot. Dalmazir à Matoury

Entrée libre

L'ALTERNANCE

**CONSTITUE UNE VOIE À ENCOURAGER POUR
RÉPONDRE AUX BESOINS DES ENTREPRISES**

Le système de l'alternance est une modalité de formation que nous maîtrisons dans sa conception, sa mise en œuvre et son évaluation. Nous privilégions une alternance intégrative, c'est-à-dire un dispositif caractérisé par une cohérence forte entre le terrain professionnel et le centre de formation. Il s'agit de penser un apprentissage partant de l'expérience et non de concepts théoriques, afin d'exploiter les situations de travail comme autant de problèmes à résoudre.

Ceci implique une collaboration étroite entre l'entreprise et le centre de formation. Nous construisons ensemble le parcours de formation et les contenus. Lors du positionnement avant l'entrée en formation, nous définissons la progression pédagogique en fonction des besoins du salarié en contrat de professionnalisation.

Le tuteur en entreprise est associé à la construction de cette progression pédagogique pour articuler les activités professionnelles réalisées en entreprise et

la formation en centre.

Il est prévu un tutorat double en entreprise et en centre de formation.

Ainsi, pour permettre au tuteur d'assurer au mieux ses fonctions d'accompagnateur, une formation à la fonction

tutorale peut être dispensée par notre organisme.

« L'AFPA Guyane dispose d'un savoir faire solide en termes de ressources humaines et de plateaux techniques. A travers la formation en alternance, nous avons souhaité mettre notre expertise au service des employeurs et de la professionnalisation des salariés de différents secteurs tels que le bâtiment, la mécanique, le commerce, le secrétariat, la gestion/comptabilité, la cuisine, l'informatique... Nos actions de formation en contrat de professionnalisation répondent à un besoin en recrutement de personnels qualifiés et formés aux méthodes et pratiques de l'entreprise. » (Monsieur LAMA Jean-Albert, Président de l'AFPA Guyane).



La Caisse des Dépôts et Consignations

Un appui essentiel pour l'économie des DFA

Elle intervient largement dans le cadre du financement des logements sociaux, dans celui de la rénovation urbaine ou du développement économique. Pourtant, la Caisse des Dépôts n'en demeure pas mieux connue auprès du grand public. Son directeur régional aux Antilles et en Guyane, Richard Curnier, nous livre les clés pour mieux identifier l'un des acteurs économiques majeurs de nos territoires.

Pour commencer, pouvez-vous pour nous présenter le rôle de la Caisse des Dépôts ?

Pour la définir de façon très simple, la Caisse des Dépôts est un établissement public à caractère spécial, qui œuvre dans l'intérêt général et le développement économique. Aujourd'hui, nous avons donc un rôle prépondérant, dans le cadre du développement économique, pour accompagner les collectivités locales comme par exemple les régions, mais également l'État, puisque l'on répond aux politiques publiques, locales ou nationales, au service des territoires.

Notre premier axe d'intervention est le financement du logement social, puisque nous sommes les banquiers de l'ensemble des bailleurs sociaux sur l'ensemble des trois DFA. Nous prêtons 350 millions d'euros par an pour la construction de logements sociaux en Antilles-Guyane, plus de 20 milliards d'euros à l'échelle nationale. Il s'agit d'un axe majeur de la Caisse des Dépôts surtout pour nos territoires parce que les besoins sont importants. Nous sommes là aujourd'hui pour prêter, sur 40 à 50 ans, à un taux à 2,85%, grâce à la ressource du Livret A. Pour résumer, l'argent qui est placé sur un Livret A, la Caisse des Dépôts et Consignations le "re-prête" aux bailleurs sociaux. Le Livret A sert, en ce moment, au financement du logement social.

La Caisse des Dépôts et Consignations est également un acteur majeur du développement économique des territoires. Par quels leviers y parvient-elle ?

Le développement économique est le deuxième axe de notre action : là nous ne sommes plus banquiers on ne prête plus, nous sommes investisseurs. Nous avons déjà réalisé de nombreuses opérations en Martinique : nous avons contribué à la rénovation du village Club Méditerranée, nous sommes actionnaires du centre commercial Perrinon, nous avons lancé une première opération sur le centre d'affaire Agora de la zone Etang Z'abricot, etc.

Plus récemment, nous participons au projet de la zone Kerlys où nous sommes investisseurs au côté du groupe Duval pour le lancement d'immobilier de bureaux. Cette nouvelle zone permettra de requalifier l'entrée de ville de Fort-de-France. La zone de Kerlys fournira aux PME et TPE, un ensemble immobilier de bureaux adapté à leur besoin. Nous souhaitons créer un pôle où l'entreprise peut trouver des bureaux, mais aussi une crèche, un espace de restauration... le tout dans une logique de développement durable.

Et en Guadeloupe ou en Guyane ?

Sur la Guadeloupe, nous sommes actionnaires par exemple du Parc de la Jaille – c'est un peu ce que nous voulons faire avec Kerlys, nous sommes aussi intervenus sur l'Université des Métiers dans le cadre d'un partenariat public-privé avec la Région Guadeloupe.

Sur la Guyane, nous avons mené des opérations dans le cadre de l'énergie renouvelable avec

un investissement dans une centrale biomasse, et un autre, dans une centrale hydroélectrique.

La Caisse des Dépôts étudie des projets sur les trois territoires.

C'est un véritable appui public de l'État et des Régions dans le cadre du développement économique. Par exemple, dans le cadre du Plan de relance lancé par le Président de la Région Martinique, Serge Letchimy, nous sommes dans une logique d'accompagnement de la collectivité régionale sur des projets structurants. Notre action permet à un moment donné de sortir une opération grâce à l'apport de fonds propres que nous apportons. Notre rôle de tiers de confiance est un élément indéniable pour le lancement des projets.

Quelle est la nature de votre participation au capital des entreprises ?

Jusqu'à 49%. Sur un projet de 100, il faut environ 30 de fonds propres. Et bien nous finançons 30 à 40% de ces 30, le reste, la majorité, incombe au porteur de projet à qui nous pouvons revendre nos parts entre 7 à 15 ans... tout dépend de l'évolution du projet.

Vous intervenez également au niveau du financement des collectivités locales...

Oui, le démantèlement de Dexia qui était la banque de financement des collectivités locales est en cours et certains banquiers se sont plus ou moins retirés du financement des collectivités locales. Du coup, dans l'attente d'une nouvelle banque qui financera les collectivités locales, la Caisse des Dépôts a

>

L'APPUI PUBLIC DE L'ÉTAT ET DES RÉGIONS DANS LE CADRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

mis sur la table plusieurs enveloppes pour un montant de 3 milliards d'euros pour financer les besoins d'investissements des collectivités. Pour l'instant, il y a carence.

Le tourisme est-il un axe majeur de la Caisse des Dépôts et Consignations ?

Oui même si le tourisme contribue d'une certaine manière au développement économique. Ce que je souhaite aujourd'hui, c'est ne pas construire des hôtels mais plutôt de nous occuper des friches. Je pense notamment à l'hôtel Kalenda aux Trois-Ilets ou à celui de Saint-François. Nous voulons réhabiliter, donner une autre vie à des sites touristiques plutôt que de créer ex-nihilo des hôtels. Ce qui nous intéresse c'est aussi de participer à la rénovation urbaine. Regardez l'exemple du Kalenda : on a un cadre idyllique et au milieu, une friche.

Vous êtes aujourd'hui en Martinique, vous étiez hier en Guadeloupe, dans le cadre du déploiement du Fonds Stratégique d'Investissement (FSI) au niveau régional. Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur ce fonds ?

Il s'agit d'un axe pour nous très important. Le FSI, c'est un peu le concept du fonds souverain "à la française", créé en 2008 au lendemain de la faillite de Lehman Brothers, en pleine crise financière. L'idée du FSI à l'époque était de préserver les intérêts patrimoniaux des sociétés françaises du CAC 40. Le FSI a ainsi été créé avec 20 milliards, dévolu à 51% par la Caisse des Dépôts et à 49% par l'État.

Le but aujourd'hui, c'est de développer ce FSI au niveau régional pour accompagner les PME (au sens de la Caisse des Dépôts, des entreprises qui font au minimum 2 millions d'euros de chiffres d'affaires, ndlr). Le FSI est là pour prendre des prises de participation dans des sociétés antillaises et guyanaises, pour leur permettre d'assurer leur développement. C'est ce que l'on appelle des fonds propres et du quasi-fonds propre. Soit il y a prise de capital dans la société, soit émission d'obligations convertibles mais qui ne rentre pas dans le capital, les dirigeants conservant les pleins pouvoirs.

Aujourd'hui, les entreprises des DFA subissent la double peine : à la fois la crise économique mais également les événements de 2009 qui leur ont fait subir des pertes. Elles manquent de fonds propres et le FSR (Fonds stratégique régional) est là justement pour les aider à reconstituer leur fonds propres et leur permettre de réaliser de nouveaux investissements,

d'acquérir des sociétés... L'idée, c'est de passer de la PME à l'ETI, l'entreprise de taille intermédiaire telle que définie par l'Europe (entre 250 et 5.000 salariés) pour faire émerger des groupes. Aujourd'hui, nous étudions quelques dossiers pour le FSI au niveau régional.

Un an après votre arrivée, quel état des lieux sur le développement économique aux Antilles et en Guyane pouvez-vous faire ? Invite-t-il à l'optimisme ?

On sent bien un ralentissement net de l'activité économique. De plus, l'économie a subi l'arrêt du financement des collectivités locales qui est d'ordinaire l'un des moteurs de croissance pour les régions, il y a aussi le problème de l'ensemble du financement des entreprises locales. Toutes ces choses ont continué de dégrader le secteur privé.

C'est justement dans ces situations-là que notre rôle est important, puisqu'on est là pour aider le développement économique. Nous sommes actuellement plus largement sollicités sur le volet de l'investissement que nous ne l'avons été il y a quelques années. Nous rendons possible la réalisation de projets.

Sur quels thématiques ou projets concrets la Caisse des Dépôts est-elle engagée en Antilles-Guyane ? Existe-t-il des axes à privilégier ?

Il y a tout d'abord la problématique de la formation professionnelle, le taux de chômage des jeunes est très élevé dans les 3 DFA. La formation professionnelle fait d'ailleurs partie du PIA, Plan d'Investissements d'Avenir mis en place dans le cadre du grand emprunt lancé par Nicolas Sarkozy, tout comme l'économie sociale et solidaire qui est aussi prépondérante afin d'aider les structures qui luttent contre l'exclusion et qui s'occupent des populations les plus démunies.

Le numérique est aussi un axe majeur à développer, il représente d'ailleurs une enveloppe de 4 milliards d'euros dans le cadre du grand emprunt. Les 3 DFA se sont engagés dans un grand schéma numérique, avec un gros volet "infrastructures", de façon à ce que tous les territoires soient couverts en fibre optique, pour rentrer non pas dans le haut-débit mais dans le très haut-débit. Le numérique est un élément majeur, surtout pour des territoires insulaires, que l'on travaille avec la métropole ou l'étranger...

**CE QUE JE SOUHAITE AUJOURD'HUI,
C'EST DE NE PAS CONSTRUIRE
DES HÔTELS MAIS PLUTÔT
DE NOUS OCCUPER DES FRICHES.**



À partir de :

24 300 €

TARIF MÉTROPOLE

- Climatisation automatique
- Contrôle électronique de trajectoire ESP+
- Jantes alliage 18"
- Régulateur de vitesse
- Assistance de stationnement AV/AR

Conso mixte de la gamme Antara (l/100km) : 6.3/8.8 et CO₂ (g/km) : 160/208.

NOUVEL ANTARA, NOUVELLE ASTRA GTC

Vous saurez pourquoi on vous regarde...

À partir de :

21 400 €

TARIF MÉTROPOLE



- Train avant haute performance
- Climatisation
- Radio CD mp3
- Ordinateur de bord
- Kit mains libres Bluetooth®
- Contrôle électronique de trajectoire ESP+

Conso mixte gamme Astra (l/100 km) : 3.7/8.1 et CO₂ (g/km) : 99/189.

PROFITEZ DE LA GAMME VÉHICULE PARTICULIER OPEL AU TARIF MÉTROPOLE

BERNARD CHEMOUL



©2012 ESA-CNES-ARIANESPACE/Optique Vidéo du CSG - G. BARBASTE

MÉTRO KOUROU

Direction Cassiopée

Bernard Chemoul est nommé Directeur du Centre Spatial Guyanais du CNES, l'agence spatiale française, à compter du 1er juillet 2012. Il était Directeur Adjoint et Sous directeur Protection Sauvegarde Environnement du Centre Spatial Guyanais depuis 2008.

Devenir directeur du CNES au CSG, est-ce un souhait de longue date ?

Diriger un centre du CNES aussi prestigieux que le Centre Spatial Guyanais est une opportunité unique dans la vie d'un ingénieur, surtout lorsqu'on est passionné de technologie spatiale.

Une telle responsabilité se propose et je remercie le président du CNES de la confiance qu'il m'accorde.

Durant vingt-sept ans j'ai fait partie de l'équipe de conception des projets Ariane en tant qu'expert en systèmes de lancement, puis je suis passé chef de programme.

J'ai découvert la Guyane en 1984 et y suis venu régulièrement à l'occasion de missions pour les lancements ou pour contribuer au projet ARIANE V et j'ai décidé de m'y installer en 2008 pour prendre des fonctions de responsable de la sécurité de la Base spatiale.

J'aime cette région et je suis fier du poste que j'occupe aujourd'hui auprès du CNES avec de si grands enjeux.

Pouvez-vous nous présenter votre rôle au sein de cette institution qu'est le CNES ?

C'est une tâche complexe et multiple comme vous pouvez l'imaginer. Etre à la tête d'un établissement de hautes technologies où des activités à risque sont menées chaque jour demande un souci constant de fiabilité des installations, de disponibilité des moyens et de la meilleure sécurité. C'est ma 1^{ère} responsabilité.

Aujourd'hui le CSG c'est 3 systèmes de lancement: ARIANE 5, SOYOUZ et VEGA en pleine exploitation opérationnelle. Nous devons mettre

la base spatiale en régime de croisière pour assurer un programme de lancement à cadence élevée. La mission du CNES est de coordonner l'ensemble des opérations de la base, d'apporter tout le soutien nécessaire pour préparer les satellites au lancement, d'assurer, pendant les lancements, la réception des mesures du lanceur et de suivre sa trajectoire avec ses radars : nous sommes les yeux de la base. Ainsi nous nous assurons que toutes les activités et tous les lancements sont réalisés en toute sécurité et dans le respect de l'environnement.

Par exemple, il faut nous assurer que le lanceur ne dévie pas du couloir pré-défini, auquel cas nous le neutralisons pour qu'il ne devienne pas dangereux.

**NOUS TENONS
ESSENTIELLEMENT
À PARTICIPER
AU DÉVELOPPEMENT
ACTIF
DE LA GUYANE**

Quel est le rôle du CNES dans le développement économique de la Guyane ?

Le CSG est un acteur économique important de la Guyane. A ce titre, le CNES développe un programme de soutien au développement, en contribuant financièrement à divers projets d'investissement notamment auprès des mairies, de la Région, etc.

Cette contribution peut prendre la forme d'une aide sur la réalisation de projets de haute technicité.

En outre, nous intervenons dans des actions de formation avec le rectorat de Guyane. Nous délivrons aussi des bourses à des étudiants guyanais pour leur permettre de poursuivre des études supérieures.

Vous le voyez, les activités sont nombreuses et variées : nous tenons essentiellement à participer au développement actif de la Guyane. >

Quels sont aujourd'hui les nouveaux enjeux de l'exploration spatiale ?

On peut les résumer en cinq grands domaines : l'accès à l'espace (offrir à la France et à l'Europe les moyens de se rendre dans l'espace de façon autonome), les applications grand public comme la réduction de la fracture numérique et l'accès au haut débit, la connaissance de l'environnement et des changements climatiques terrestres, la science de l'Univers (approfondir les connaissances astronomiques, explorer le système solaire, étudier les mécanismes de formation de l'Univers...) et enfin la sécurité et la défense, à la fois civile et militaire, en apportant une aide de gestion lors de crises importantes comme les incendies ou les inondations par exemple et en soutenant les troupes d'intervention en territoire étranger.

Mais ces enjeux se situent aussi en Guyane par le biais d'applications que nous avons déployées au service des citoyens.

C'est le cas de la télé-médecine qui, grâce à des partenariats avec les hôpitaux, nous a permis de répondre efficacement aux problèmes de soins dans les communes enclavées.

Je n'oublie pas non plus le Poste médical de secours avancé (PSMA), plateforme qui vise à répondre en un temps record en cas de catastrophes naturelles ou industrielles dans les pays limitrophes.

Je pense enfin à toute la cartographie et à l'exploitation associée des études du littoral amazonien réalisées par le biais du programme de Surveillance de l'Environnement Amazonien par Satellite (SEAS).

Quels sont les projets que vous désirez amorcer et concrétiser dans les années à venir ?

Notre ambition est d'avoir la base la plus performante, la plus sûre et la plus respectueuse possible de l'environnement, tout en augmentant nos cadences de lancements.

De plus, je souhaite que le CSG soit toujours plus présent dans l'activité guyanaise : aujourd'hui, sur les 1600 employés du CSG, 72% d'entre eux sont en contrat local. Au CNES Guyane, cette proportion est de 60% pour les cadres et ingénieurs. Les

femmes et les hommes du CSG sont partie prenante des forces vives de l'industrie spatiale européenne.

J'aimerais que la base ne soit pas vue comme un simple site industriel replié sur lui-même mais comme une base transparente porteuse de développement économique pour la Guyane et donc d'avenir pour cette région.

Que pensez-vous de cette phrase de Victor Hugo : "l'espace efface le bruit" ?

C'est une prémonition très juste de sa part, comme souvent chez lui, bien qu'il n'ait pas connu les voyages spatiaux (rires). En effet, l'espace n'est que silence...

Si l'on part du bruit, qui est par essence désorganisé, chaotique, source de confusion, alors l'Espace peut être vu comme un domaine où il y a nécessité de coopération, de coordination et d'organisation pour concrétiser des projets. L'Espace donne l'opportunité d'une aventure humaine formidable où il est nécessaire de réunir des savoirs variés, canaliser des forces multiples et créer des synergies pour réussir de grands projets au service de l'Humanité.

L'ESPACE
DONNE L'OPPORTUNITÉ
D'UNE AVENTURE HUMAINE
FORMIDABLE
OÙ IL EST NÉCESSAIRE
DE RÉUNIR
DES SAVOIRS VARIÉS



FORMAPRO Guyane

LARADE & DENION associés
Conseil - Formation - Soutien

NOUVEAU

Votre centre de formation professionnelle

NOS LOCAUX

L'ensemble de nos formations se déroule au sein de nos locaux à Cayenne ; vous aurez à votre disposition deux salles équipées de tout le matériel nécessaire. Vous pourrez également bénéficier d'une collation offerte.



Conception : amandine.bagole@gmail.com



NOTRE SITE INTERNET

Sur www.formapro-guyane.com,

accédez à plus de 80 programmes de formation répartis en 10 thèmes : management, vente, comptabilité, langues, droit, écrits professionnels, accueil, communication...

Vous pourrez aussi consulter le CV de nos formateurs, découvrir nos locaux grâce à la visite virtuelle, recevoir notre documentation et vous pré-inscrire en ligne !



CONTACTS



22 bld Jubelin 97300 Cayenne
Tél. : 05 94 275 379 - Fax : 05 94 275 489
Mail : contact@formapro-guyane.com

JULIEN SORET



Diriger une entreprise de nos jours, comme l'explique Julien Soret, c'est accompagner son développement de façon durable. Le NCCIE fête ses 38 ans : durant toutes ces années, la structure s'est adaptée aux évolutions du marché automobile guyanais en sachant saisir les opportunités quand elles se présentaient.

Comment appliquez-vous votre conception de l'entreprise au sein de la concession ?

Le dialogue est omniprésent et notre équipe dirigeante est toujours disponible pour son personnel. La qualité des relations entre les services permet à chacun de prendre conscience des difficultés des autres et ainsi de ne pas traiter chaque problème de manière isolée. J'ajoute que nos salariés sont intéressés aux résultats de l'entreprise et participent à l'intérêt collectif. Nous intégrons des stagiaires mais aussi des contrats d'alternance

ent aussi dans notre propre structure. Nous démarrons un chantier de rénovation de notre concession qui nous permettra de recevoir nos clients dans un environnement plus spacieux et moderne.

Quels sont les effets des différentes mesures gouvernementales sur le marché guyanais ?

Le marché guyanais se caractérise par sa stabilité. Les fluctuations des prix des carburants obligent les constructeurs à développer des technologies visant à réduire les consommations des véhicules. La technologie hybride développée par Toyota apporte une solution fiable et économique aux automobilistes, soucieux de réduire leur budget carburant mais aussi leur empreinte environnementale. Bien que la prime à la casse n'ait pas rencontré un succès comparable à la métropole, elle a eu pour avantage de remplacer de vieux véhicules trop polluants par de nouvelles voitures, plus respectueuses de l'environnement. Les dernières mesures gouvernementales pour aider le secteur

NCCIE

L'adaptation, moteur de l'entreprise

Interview de Julien Soret Directeur Commercial

qui permettent de former et parfois de révéler de nouveaux talents. Le NCCIE se fixe chaque année des objectifs pour diminuer son empreinte sur l'environnement en réduisant le volume de papier utilisé pour nos campagnes publicitaires par exemple. Il a fallu repenser et innover en remplaçant les supports traditionnels par de nouveaux médias tels que l'e-mailing.

Quelle est votre politique d'innovation ?

Nous estimons que toute innovation n'a d'intérêt que si elle est fiable. Elle se doit d'apporter un plus dans l'utilisation quotidienne d'un véhicule, mais elle ne doit en aucun cas être la source d'ennuis et de tracas. Il ne faut pas oublier que les infrastructures routières ainsi que le climat en Guyane sont éprouvants pour les voitures. L'innovation intervi-

de l'industrie automobile sont orientées sur le développement de véhicules moins polluants. C'est un pari d'avenir auquel le NCCIE répond présent.

En outre, la situation géographique de la Guyane implique des coûts logistiques qui pénalisent le pouvoir d'achat. Certains constructeurs ont pris conscience de cette réalité. Général Motors, que nous représentons, a pris toute la mesure de ce problème au cours de ses nombreuses visites. Depuis le 1er juillet 2012, l'ensemble de la gamme voitures particulières Opel est au tarif métropole. C'est un engagement que nous allons tenir jusqu'au 31 décembre de cette année. Nous espérons que le succès de cette opération démontrera à Général Motors le bien-fondé de cette opération.



Villes équatoriales gyanaises durables : quelles perspectives ?

Colloque de Cayenne les 12 & 13 novembre 2012

La ville durable est une notion relativement récente, née de la prise de conscience du caractère limité des ressources naturelles, et de la volonté, à l'heure du « tout consommation » et de l'urbanisme densifié, de penser une autre organisation de la cité. Ce concept global concerne les problématiques de la gestion du sol et du patrimoine, la maîtrise des nuisances et des déchets, la gestion des déplacements, de l'énergie, de l'eau, des espaces verts ; auxquelles il faut ajouter la dimension sociale de la ville.

La ville durable peut être ainsi définie comme étant celle qui offre une meilleure qualité de vie à ses habitants dans le respect de l'environnement. Elle propose une gestion participative, facilite les échanges, crée du lien social et favorise la territorialité tout en engendrant de nouveaux comportements et modes d'habitation.

A un point crucial de leur essor, les villes gyanaises se trouvent face à de multiples questions posées quant au cadre de vie qu'elles proposent aux habitants mais aussi aux gé-

nération futures. Aucun de ces territoires n'est resté indemne à l'issue des puissantes vagues de développement qu'ils ont subies au cours des trente dernières années. Si tous se modernisent, leur développement mal ou peu programmé entraîne du désordre, du gaspillage de terrain et de nombreuses nuisances induites.

L'époque des bourgades coloniales cintrées dans leur damier d'origine est révolue depuis longtemps. À l'affût de toute terre à aménager, l'habitat gyanais se disperse. Il s'épanouit dans un étalement urbain qui aboutit peu à peu à des conurbations linéaires dont la faiblesse en infrastructures amène beaucoup d'incohérences.

Au cœur des problématiques de la ville, le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement de Guyane (CAUE de Guyane) fait un état des lieux du développement de nos communes gyanaises. Partant de ce constat, le CAUE, l'ADEME, l'AUDeG, la DEAL, le CNFPT, le CROAG et l'EPAG organisent les 12 et 13 novembre prochains à Cayenne un colloque sur le thème de la ville durable.

La Guyane formée de 22 communes et de 4 intercommunalités est au centre de cette rencontre, au cours de laquelle élus, députés et sénateurs auront à exprimer leurs points de vue au contact d'intervenants élus et professionnels. Ce colloque revêt une dimension internationale puisqu'il intégrera des exposés et échanges sur les processus à l'œuvre, dans d'autres territoires de la bande intertropicale.

L'espace social des villes gyanaises est un véritable melting-pot. Chaque population a sa façon d'appréhender l'espace, de construire son habitat et d'y circuler pour y

travailler. En ce sens, les villes de cette région française sont ancrées dans la réalité sud-américaine. Planifier la ville gyanaise est donc urgent, dans un contexte en mutation et de forte pression démographique :

l'enjeu majeur est de définir les fondamentaux qui permettront un développement endogène durable.

Un des objectifs de cette rencontre, à l'issue des débats, est l'élaboration d'une charte énonçant les grands principes en matière d'aménagement et d'urbanisme, laquelle fera l'objet d'une signature par les 22 maires de Guyane.

villes.gyanaises.durables@orange.fr

LA VILLE DURABLE...

CELLE QUI OFFRE UNE MEILLEURE

QUALITÉ DE VIE À SES HABITANTS

DANS LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

La Casa

SANDWICHERIE - RESTAURANT - GLACIER

NOUVEAU
à Cayenne



Ouvert tous les jours de 6h30 à 21h
et le dimanche de 16 h à 21 h

40 Avenue de la Liberté - CAYENNE - Tél: 0594 31 30 12 - contact@lacasa-guyane.fr



DOSSIER **TOURISME** AUX ANTILLES-GUYANE
VERS UN NOUVEAU DÉPART ?



Plages paradisiaques ou forêts singulières, ballades en yoles ou en saintoise sur l'océan, en pirogue sur le fleuve, cultures ancestrales ou ambiance caribéenne... les Antilles comme la Guyane possèdent d'incroyables atouts qui doivent leur permettre à long terme de développer un secteur touristique jusque là assez moribond. Il faut dire qu'entre le déclin de l'activité que connaissent la Guadeloupe et la Martinique depuis une décennie et le difficile développement d'un tourisme de niche en Guyane, le défi est immense. Bonne nouvelle cependant, tous les acteurs du secteur donnent enfin l'impression d'avoir pris la mesure de la situation. Et si le meilleur était encore à venir...

Textes de Mathieu Carbasse et Annick de Vassoigne. Photos de Jean-Albert Coopmann



DOSSIER TOURISME AUX ANTILLES-GUYANE VERS UN NOUVEAU DÉPART ?

Alors que les années 2000 avaient - semble-t-il - sonné le glas du développement de l'activité touristique sur nos îles, depuis plusieurs mois, tous les acteurs du secteur semblent enfin décidés à pousser dans le même sens et multiplient ainsi les initiatives. Le but affiché : s'appuyer sur un constat précis et jouer sur tous les tableaux afin de replacer progressivement les destinations Guadeloupe et Martinique sur le devant de la scène caribéenne. Et on ne va pas se mentir, la course contre la montre est déjà lancée.

Entre la concurrence des autres îles du bassin caraïbéen et la détérioration de l'offre locale, le constat est sans appel : le tourisme dans les Antilles françaises traverse une grave crise depuis près d'une décennie. Et une statistique illustre parfaitement cette situation : la Martinique accueille aujourd'hui deux fois moins de touristes qu'à l'orée des années 1990. En 1998, l'île accueillait plus d'un million de touristes alors qu'en 2010, elle en accueillait moins de 700.000. Et si cette situation est un peu moins alarmante en Guadeloupe, l'évolution de la fréquentation touristique sur l'archipel reste, en de nombreux points, similaire. Comment expliquer ce déclin aussi rapide que prononcé ? Comment expliquer que les mêmes causes, d'une île à une autre, aient entraîné les mêmes conséquences ?

Bien sûr, un des premiers arguments avancé par les acteurs du secteur est de nature sociale. Outre la concurrence des autres destinations de la zone, plus compétitives en termes d'offres comme en termes de prix, la situation sociale dans nos départements peut justifier le désamour des touristes et des tour-opérateurs pour les destinations Guadeloupe ou Martinique. En effet, la stabilité est un élément essentiel dans le choix d'une destination et la crise de 2009 a agi comme un cyclone, balayant tout sur son passage, avec des effets négatifs et surtout, durables. Outre les annulations massives de l'année 2009, nos îles sont ainsi, encore aujourd'hui, en train de payer la désaffection des vacanciers et des opérateurs pour nos départements. Et si les chiffres repartent à la hausse depuis un ou deux ans, nul doute que l'image négative renvoyée par la Guadeloupe et la Martinique continue de "plomber" les taux de fréquentation.

L'hôtellerie pas au niveau

Autre constat accablant pour le tourisme aux Antilles françaises : la crise qui touche le secteur hôtelier, comme une parfaite illustration des difficultés de l'activité touristique dans son ensemble. Au cours

des dix dernières années, le parc hôtelier antillais a ainsi été divisé par deux. En Guadeloupe, près de 5 000 lits hôteliers ont disparu entre 2003 et 2008 et le nombre de lits pourrait encore diminuer de moitié d'ici 2015. En Martinique, se sont près de 1.000 chambres qui ont été rayées des capacités d'hébergement de l'île et 26 hôtels ont fermé entre 2000 et 2010. De plus, l'absence manifeste d'enseignes internationales (hormis Club Méditerranée et Accor) nuit à la réputation des destinations et ce, même si l'hôtel La Batelière de Schoelcher en Martinique va bientôt passer sous l'enseigne Radison Blue, un exemple à suivre. Le parc hôtelier des deux îles reste totalement obsolète et soutient difficilement la comparaison avec les autres destinations environnantes.

Au-delà des problèmes conjoncturels, le véritable

problème du tourisme aux Antilles françaises est justement que le secteur n'est pas (encore) une priorité en matière de développement économique. Le secteur ne compte pour seulement 2% environ de la richesse produite en Guadeloupe ou en Martinique (contre 15% à la Barbade), 10% si l'on

prend en compte les retombées indirectes... Pourtant, face au resserrement des financements publics et européens, l'activité touristique apparaît comme la seule dont on peut espérer un développement, la seule à constituer un gisement d'emplois durables. D'autant plus que le tourisme peut entraîner avec lui d'autres secteurs économiques comme l'agriculture, la pêche, l'artisanat ou encore le bâtiment.

Il est donc indispensable aujourd'hui que l'ensemble des acteurs - politiques, chefs d'entreprises, agriculteurs, artisans... nous sommes tous des acteurs du tourisme - prennent conscience de l'existence d'une filière touristique et que tous les moyens soient mis en oeuvre pour développer le secteur.

Faire du tourisme une priorité

Il faut donc en premier lieu faire du tourisme la priorité des Antilles en matière de développement



LA MARTINIQUE ET LA GUADELOUPE SONT LES DEUX SEULES ÎLES DE LA CARAÏBE À NE PAS AVOIR DE LIAISONS DIRECTES AVEC LES ÉTATS-UNIS, CUBA MIS À PART

TOURISME AUX ANTILLES- GUYANE



économique. Longtemps réfractaire à son développement, la population de nos territoires a longtemps perçu le tourisme – et le service de façon générale – comme de la servitude. L'adhésion de la population est pourtant une condition indispensable au développement de l'activité. L'heure est donc venue de renforcer les actions de sensibilisation de la population à l'intérêt de l'industrie touristique. Et les initiatives comme "La semaine du tourisme à l'école" lancée en 2012 par le Comité Martiniquais du Tourisme (CMT) doivent donc être renouvelées et multipliées. Par ailleurs, il est temps pour la Guadeloupe comme pour la Martinique de prendre des initiatives afin d'attirer les touristes nord-américains et européens, notamment en incitant les compagnies aériennes étrangères à desservir les Antilles françaises. Parce qu'il est incroyable (et douloureux) de voir qu'à part Cuba, la Martinique

L'ADHÉSION DE LA POPULATION EST UNE CONDITION INDISPENSABLE

et la Guadeloupe sont les deux seules îles de la Caraïbe à ne pas avoir de liaisons directes avec les États-Unis ! Aujourd'hui, près de 90% des touristes visitant les Antilles françaises sont des Français alors que nos îles possèdent les mêmes atouts que nos voisines, très prisées par la clientèle anglo-saxonne notamment. En ce sens, gageons que la desserte aérienne depuis Roissy mise en place fin 2011 par Air France portera ses fruits tant elle apparaît comme indispensable pour mettre la main sur une clientèle plus large, plus européenne qu'exclusivement française.

Atténuer l'effet de saisonnalité

Cependant, faire venir les touristes, c'est bien, les héberger dans des hôtels aux standards internationaux, c'est encore mieux. Il faut donc revoir l'offre d'hébergements des destinations Guadeloupe et Martinique, en ajustant par exemple le dispositif de défiscalisation pour l'hôtellerie qui per-



mette la mise à niveau des établissements hôteliers. La loi votée en mai 2011 et qui accorde aux hôteliers jusqu'à 7.500€ de subventions par chambre rénovée va dans cette direction. Assurément la bonne. Toutefois, l'hôtellerie traditionnelle n'est pas l'unique solution, le tourisme de gîtes est aujourd'hui par exemple en plein essor dans les Antilles. Favorisant un contact entre le touriste et la population, il peut constituer un secteur d'avenir pour le tourisme antillais, comme l'illustre notamment le projet de la Pointe Faula au Vauclin en Martinique, qui prévoit la construction d'un Parc Résidentiel de Loisirs (PRL) de 80 bungalows avec restaurant, piscine à vague

(Flow Rider), spa... Pour autant, ce secteur doit être davantage encadré, labellisé.

Afin de pérenniser les offres, l'autre défi pour les acteurs du tourisme consiste à diversifier les produits touristiques et les clientèles, de façon à atténuer l'effet de saisonnalité. En ce sens, la clientèle senior doit être une cible privilégiée puisqu'il s'agit d'une clientèle qui présente l'avantage d'être disponible hors saison et de disposer de temps et d'argent.

De plus, il faut que nos départements mettent en œuvre une politique événementielle ambitieuse (festivals, événements sportifs, traditionnels, etc.) permettant de "désaisonnaliser" l'activité. La création par exemple du Memorial Act, le futur Musée de l'Esclavage de Pointe-à-Pitre, va dans ce sens. Le tourisme d'affaires et de congrès doit aussi être

développé même s'il implique des infrastructures importantes (construction de Palais des Congrès -seule la Martinique en possède un-salles de conférences, hôtels d'affaires, etc.). Enfin, le tourisme inter-DOM, entre Guadeloupe et Martinique ou en provenance de Guyane, peut aussi agir contre la saisonnalité du tourisme aux Antilles françaises.

Développer des formations localement

Pour développer un tourisme de qualité, un tourisme de "priorité", il faut donc miser sur la qualité de l'accueil et de la formation. Et pour ce faire, miser localement sur la formation des salariés du secteur en renforçant par exemple le nombre d'heures d'enseignement des langues étrangères dans les écoles, les collèges et les lycées de ces deux départements, en lançant un plan de formation aux langues étrangères pour les salariés du secteur ou encore en favorisant l'immersion des salariés du secteur hôtelier dans d'autres pays d'Amérique du Nord ou de la Caraïbe, ceci afin de leur permettre d'acquérir une expérience internationale.

De plus, la donnée environnementale est devenue une composante essentielle pour le touriste désireux de voyager vers une destination respectueuse de l'environnement. Il faut donc développer en Guadeloupe et en Martinique un tourisme vert, mais surtout, valoriser le formidable patrimoine naturel des deux îles. Il ne suffit plus de bénéficier d'un parc naturel pour se décréter "destination verte". Et l'image de l'île verte ne sera rendue possible qu'à plusieurs conditions :

prise en compte de la dimension environnementale dans l'ensemble de la politique touristique (transport, logement, agriculture, etc.), développement des énergies renouvelables, amélioration du cadre de vie et, en particulier, de la gestion des déchets.

Parce que les véhicules et machines à laver hors d'usage au bord des routes, ce n'est pas ce que le touriste préfère prendre en photo.

MISER SUR LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL ET DE LA FORMATION



SYLVIE DESERT

DOSSIER **TOURISME** AUX ANTILLES-GUYANE VERS UN NOUVEAU DÉPART ?

Entre technologies et cultures ancestrales

Générateur d'activité économique et pourvoyeur de nombreux emplois, le tourisme constitue l'un des secteurs d'avenir pour l'économie guyanaise. D'autant plus que la Guyane bénéficie d'atouts incroyables qui en font une destination unique dans le monde. Sylvie Désert, qui préside le Comité du Tourisme de la Guyane (CTG), répond à nos questions.

Quels sont les principaux enseignements que l'on peut tirer des chiffres du tourisme pour l'année 2011? Quelles sont les attentes pour 2012?

Même si les chiffres officiels publiés tardivement par l'INSEE en 2011 ne concernent que l'année 2009, les différents sondages effectués par le CTG montrent une stabilisation des chiffres du tourisme en 2011. Que ce soit au niveau de l'hébergement, des principaux sites touristiques et de l'aéroport, les flux se sont globalement maintenus, avec toujours une prédominance du tourisme d'affaire et affinitaire.

Pour 2012, l'ensemble des professionnels mise naturellement sur une progression du tourisme d'agrément notamment liée à l'augmentation prévisionnelle des croisiéristes.

Quel type de tourisme doit être développé ou encouragé en Guyane? Par quel biais?

Le tourisme d'affaire, notamment généré par l'activité spatiale, devrait naturellement progresser, la Guyane étant en pleine expansion économique.

Le tourisme d'agrément qui s'appuie sur une offre extrême-

ment riche et diversifié, où la plus haute technologie spatiale côtoie des cultures ancestrales, une faune et une biodiversité exceptionnelle, des fleuves immenses et un patrimoine historique considérable, doit poursuivre sa structuration à travers des aménagements et le renforcement de la capacité d'accueil.

Que faut-il entreprendre pour que l'activité touristique décolle réellement?

Le développement de cette filière dépend de la conjugaison de plusieurs paramètres qui doivent progresser simultanément : la structuration de l'offre, l'hébergement, la formation, les transports, la communication, l'observation... Tous assortis des moyens financiers adéquats.

Le CTG intervient déjà sur les paramètres relevant de sa compétence, mais pour créer un effet de levier beaucoup plus important et une synergie de tous les acteurs, à la demande de la Région Guyane, le CTG travaille actuellement à la réalisation d'un Schéma Régional de Développement Touristique et des Loisirs de Guyane. Il s'agit d'un document de planification réalisé avec l'ensemble des partenaires, qui a vocation à tracer les grands axes du développement touristique sur les dix prochaines années sur 5 grands volets : Aménagement, Marketing, Observation, Formation et Qualité. Il devrait être adopté d'ici la fin de l'année 2012.

Qu'est ce que les pays voisins peuvent nous apporter en terme d'expérience en la matière? Que peut-on développer ensemble ? Quel rôle la "multi-destination" doit-elle jouer?

Les pays limitrophes sont des partenaires naturels qui développent des produits complémentaires aux nôtres. L'idée initiée il y a quelques années d'un produit touristique combiné entre les trois états du Brésil, du Surinam et de la Guyane s'est heurtée à certains écueils administratifs et réglementaires, et n'a pu véritablement aboutir. Néanmoins aujourd'hui, certains professionnels travaillent avec le Surinam sur des groupes venant d'Europe désireux de découvrir les deux territoires. La volonté de travailler avec le Brésil est pressante et fait l'objet de nombreuses rencontres mais elle se heurte au problème de la desserte aérienne.

Peut-on développer le tourisme "antillo-guyanais"? Si oui, comment?

Des liens très forts unissent naturellement ces territoires et font que le tourisme affinitaire en provenance des Antilles est très important, et connaît un pic significatif durant la période du carnaval. Toutefois on ne peut pas occulter que le coût du transport aérien constitue un vrai frein au développement du tourisme entre la Guyane et les Antilles.

Le tourisme guyanais gagnerait aussi beaucoup à augmenter sa capacité en lit en s'engageant sur une offre d'hébergement intégrée de type "Lodge" qui serait plus en adéquation avec l'offre "nature" que propose la Guyane. Les premières tentatives sur l'est du territoire ont été des réussites particulièrement plébiscitées par les visiteurs.

Comment le Comité du Tourisme de la Guyane se mobilise-t-il afin de renforcer la visibilité du potentiel de la région ?

**LE TOURISME D'AFFAIRE,
NOTAMMENT GÉNÉRÉ PAR L'ACTIVITÉ SPATIALE,
DEVRAIT NATURELLEMENT PROGRESSER,
LA GUYANE ÉTANT EN PLEINE EXPANSION
ÉCONOMIQUE.**

La stratégie du Comité du Tourisme repose sur un plan marketing annuel qui a pour cible d'une part le marché local et régional, d'une part, et le marché national et l'Europe francophone, d'autre part.

La stratégie consiste principalement à assurer la présence de la Guyane sur différents salons grand public et professionnel, programmer régulièrement des "éductours", des voyages de presse, des voyages de repérage, travailler avec des Tour-opérateurs, etc. Le souci étant de développer un tourisme de niche, la Guyane n'ayant pas vocation à développer un tourisme de masse souvent destructeur de la biodiversité.

Enfin, quelle sera la place du CTG dans l'opération "Guyane, base avancée, 2014-2016"?

Dès l'origine, le Comité du Tourisme de la Guyane a été partie prenante de ce projet, en assurant la co-présidence, aux côtés du CNES, de la commission marketing. Il s'agit d'une véritable opportunité de promotion de l'image de la Guyane qui justifie de travailler à la venue sur ce bout de France en Amazonie de l'élite sportive de la Nation. L'ambition est aussi de créer les conditions pour que des circuits "sportif" programment la Guyane en complémentarité de la participation au Mondial ou aux Jeux du Brésil.



EN 2011,
LA GUADELOUPE
A ACCUEILLI PLUS DE
TOURISTES DE SÉJOUR
QU'EN 2008,
L'ANNÉE DE RÉFÉRENCE

DOSSIER TOURISME AUX ANTILLES-GUYANE LA GUADELOUPE À L'HEURE DE L'ENVOL ?

Nous avons rencontré Mme Borel-Lincertin, Présidente nouvellement élue du Conseil Régional de Guadeloupe et Présidente du Comité du Tourisme. Cela a été l'occasion de faire un tour de la situation touristique des îles de Guadeloupe. Un entretien riche et convivial.

Pour commencer, quelle est la conjoncture actuelle de l'activité touristique en Guadeloupe ?

Le tourisme en Guadeloupe est bien portant aujourd'hui même si l'ensemble demeure encore assez fragile. On peut dire que, naturellement, la Guadeloupe possède des atouts exceptionnels qui la placent comme une destination "cœur de cible" parmi les destinations de la Caraïbe. En revanche, bien que sa signature « archipel de découvertes » ait remporté un réel succès, elle souffre encore d'un déficit de différenciation au sein du marché des destinations soleil plage. N'oublions pas, en effet, que le tourisme est une industrie très concurrentielle. Dans ce concert des destinations soleil, vous devez faire émerger vos atouts de façon simple en vous basant sur des avantages que n'ont pas vos concurrents mais que recherche votre clientèle. Il en est de même pour tout produit de consommation courante. Bien sûr, le prix

constitue un élément important du choix mais il n'en est pas forcément la composante principale. En réalité quand votre produit séduit, le prix ne compte plus.

Quel bilan peut-on faire de l'année 2011 ? Quelles sont les attentes pour 2012 ?

Nous avons réalisé une progression sensible en 2011 sur le tourisme de séjour comme sur le secteur de la croisière. On peut même parler d'année record car en 2011, la Guadeloupe a accueilli plus de touristes de séjour qu'en 2008, l'année de référence (soit avant 2009, ndr). Pour la croisière, les chiffres sont aussi très bons puisque nous avons eu deux fois plus de croisiéristes qu'en 2010. Et en 2012/2013, nous allons à nouveau multiplier par deux nos résultats, soit plus de 300.000 croisiéristes. Avant de dépasser, je l'espère, la barre des 400.000 l'année suivante...

Que faut-il entreprendre pour que l'activité touristique décolle réellement ?

En premier lieu, nous devons travailler aujourd'hui pour que l'image de la Guadeloupe ne soit plus détériorée. Les tour-opérateurs et les agents de voyage sont très vigilants sur ce point. En 2009, nous avons connu une chute phénoménale des touristes de séjour, de l'ordre de -20% !

Deuxièmement, nous devons faire évoluer cette perception de notre destination afin de parvenir à l'émergence d'une véritable marque « les îles de Guadeloupe » en adéquation avec nos forces.

Enfin, il faut poursuivre les efforts sur les infrastructures notamment en rénovant nos hôtels, en créant de nouveaux établissements, et en mettant en place de grands chantiers touristiques comme l'Aquarium du Gosier ou le Memorial Act (futur Musée de l'esclavage de Pointe-à-Pitre, ndlr). Si on parvient à poursuivre cette politique d'amélioration de l'offre, on pourra poursuivre sur notre dynamique. D'autant plus qu'il s'agit d'un élément à croiser avec le fait que nous disposons d'une offre de sièges aériens plus importante d'ici la fin de l'année. Notre rôle est donc de fixer la demande et de la faire progresser dans le sens de nos objectifs.

Comment la Guadeloupe se positionne-t-elle au niveau de la Caraïbe ?

Aujourd'hui, notre positionnement est clairement archipélagique. Il s'agit d'une image construite il y a une dizaine d'années et qui continue de prendre de l'ampleur.

Nous possédons chacun des atouts de nos voisins, avec des rivières magnifiques comme celles de la Dominique, des plages de sable fin comme à Barbade ou aux Bahamas, un piton, aux Saintes, un peu comme à Sainte-Lucie, ou encore un parc national comme El Yunque, à Porto-Rico. A quelques exceptions bien sûr : nous n'avons pas de grottes avec des stalagmites comme celles que l'on trouve à la Barbade par exemple... Ainsi, en Guadeloupe, sur un territoire multiple, on peut passer de la mer à la montagne, de la randonnée à la plongée sous-marine et évoluer au sein de sites d'une beauté inouïe.

Peut-on imaginer concurrencer les destinations-phares comme la République Dominicaine ou Sainte-Lucie ?

La question est la suivante : comment profiter au mieux du dynamisme de certains pays de la Caraïbe, des destinations qui sont inondées de touristes américains -notamment à Porto Rico ou en Jamaïque, anglais -à Barbade ou Sainte-Lucie, et français. Il faut développer le tourisme multi-destinations même si le problème du transport entre nos îles continue de se poser.

Qu'est-ce que la Guadeloupe a en plus que ses voisins ?

Nous avons l'authenticité, un côté peut-être un peu plus "roots", l'âme d'un peuple avec des traditions bien vivantes... Par exemple, les touristes aiment manger dans les petits restaurants le midi, pour une dizaine d'euros. Riz, haricots rouges, poisson, ils mangent comme les Guadeloupéens. Ce genre de choses, très importantes, font partie des atouts de la destination Guadeloupe, comme les vendeurs d'eau de coco ou le sorbet tourné à la main... Il faut aujourd'hui le faire savoir. Il faut aussi noter notre capacité à accepter les contraintes liées à la préservation de l'environnement, comme c'est le cas avec la Réserve naturelle de la Désirade, la seule dans les DOM, ou encore Petite-Terre et ses requins-citron. Un groupe de scientifiques internationaux doit d'ailleurs venir prochainement pour tenter de comprendre pourquoi les requins-citron sont revenus à Petite-Terre, alors qu'en général, ils ne reviennent pas sur un site qu'ils ont délaissé auparavant. Nous assistons à la reconstruction d'un écosystème, comme avec les tortues. A nous d'en récolter les fruits aussi.

Un mot sur le tourisme d'affaire. Pourquoi peine-t-il à se développer ?

Le tourisme d'affaire représente 10% des séjours. Cependant, ce n'est pas quelque chose de permanent, il manque des infrastructures comme un Palais des Congrès. La Guadeloupe est plutôt une destination de "conventions", pour l'Assemblée générale de certaines entreprises par exemple. Se pose aussi le problème des visas à l'échelle de la Caraïbe. Par contre, la Guadeloupe connaît une multiplication d'événements avec le plus populaire d'entre eux, la Route du Rhum, mais aussi la Karujet, le festival de Jazz « Terre de Blues » à Marie-Galante, le Tour cycliste ou encore la Fête des Cuisinières...

CHIFFRES 2011 DU TOURISME EN GUADELOUPE

- avec 417.800 touristes de séjour en arrivées aériennes, l'année 2011 dépasse le niveau record de 2008 (412.000)
- la dépense moyenne du touriste de séjour progresse sensiblement en 2010 et 2011 (+58% entre 2006 et 2011)
- la durée moyenne de séjour est de 13 jours
- Les Saintes, plus particulièrement Terre de Haut, demeurent la destination de l'archipel la plus visitée avec 34% des touristes qui optent pour ce choix
- avec plus de 307.000 croisiéristes attendus pour la saison 2012- 2013, les îles de Guadeloupe confirment leur redressement sur ce secteur

KARINE ROY-CAMILLE



DOSSIER **TOURISME** AUX ANTILLES-GUYANE
VERS UN NOUVEAU DÉPART ?

La relance, c'est pour maintenant !

Karine Roy-Camille dirige depuis 2010 le Comité Martiniquais du Tourisme (CMT). Après une première saison marquée par la déliquescence du tourisme de croisière, il semblerait que les nombreuses actions menées par le CMT et l'ensemble des socio-professionnels du secteur portent enfin leurs fruits. Entretien.



Quels sont les principaux enseignements que l'on peut tirer des chiffres de l'année 2011 ?

En 2011, on a pu noter que l'hémorragie s'était enfin arrêtée. C'était l'objectif prioritaire lors de ma prise de fonction en 2010, alors que tous les chiffres étaient alors à la baisse. Ceux de la croisière sont toutefois encore à la baisse, car il s'agit en fait d'une répercussion de la crise de 2009. En effet, les programmations pour 2010 étaient déjà arrêtées en 2009 donc la répercussion ne s'est pas fait sentir. Par contre, il y a eu beaucoup de "déprogrammations" pour l'année 2011. La croisière est donc le seul secteur qui a subi une baisse conséquente l'année dernière.

Et quelles sont les prévisions pour 2012 ?

Pour l'année 2012, nous aurons des retombées extrêmement conséquentes sur la croisière puisque, à la suite d'actions de lobbying très importantes que nous avons mises en place auprès des compagnies de croisière, nous assistons au retour de la compagnie Costa et à l'arrivée de la compagnie MSC. Notre objectif est aussi de faire en sorte que nous ayons un bateau en tête de ligne à la Martinique (départ d'une croisière depuis Fort-de-France, ndlr): la compagnie MSC a accepté. Cela signifie pour la Martinique, certes de pouvoir accueillir des touristes, mais également de faire travailler toute une chaîne de l'économie locale. >

Quelles îles du bassin caribéen concurrent en premier lieu la destination Martinique ?

Très clairement, sur la croisière et auprès des compagnies françaises et européennes, la Guadeloupe a aujourd’hui une belle expérience notamment avec la compagnie Costa. Ils ont pu construire les infrastructures nécessaires et doubler leurs surfaces d’accueil.

Lorsque les bateaux ont quitté la Martinique, ils ne sont pas allés bien loin : au nord, à la Dominique, au sud, à Sainte-Lucie. Ce sont donc nos voisins les plus proches qui représentent le plus grand danger pour nous. Ceci dit, la donne est en train de changer. Il n’y pas si longtemps la priorité des compagnies était de faire du chiffre, de vendre le maximum d’excursions, aujourd’hui, le public de croisiéristes est différent, il a envie de découvrir chaque destination de façon indépendante. En 2011, la Martinique a été nommée l’île la plus “safe” (la plus sûre, ndlr) de tout le bassin caribéen. Actuellement, c’est un argument qu’entendent les compagnies. Or il existe un certain nombre d’îles de la Caraïbe où cela peut poser des problèmes... La Martinique est donc regardée différemment par les compagnies.

Mais le touriste qui souhaite découvrir par lui-même la Martinique le temps d’une escale, on lui propose quoi concrètement ?

Nous avons lancé au mois de janvier dernier une Commission “Croisière”, dans laquelle nous avons réuni tous les acteurs qui touchent à ce domaine, et notamment les artisans -tax-

is qui ont un rôle déterminant dans le devenir de la croisière et dans le succès des escales. Nous travaillons aussi à l’élaboration d’un livret à remettre aux clients des artisans-taxis. Il s’intitulera “A perfect day in Martinique with your private taxi driver” (Une journée parfaite avec votre chauffeur privé, ndlr). Nous avons ainsi répertorié une dizaine d’excursions que proposeront les artisans-taxis. C’est rassurant pour les touristes de savoir que les choses sont orchestrées et encadrées.

**EN 2012,
DES RETOMBÉES
EXTRÊMEMENT CONSÉQUENTES
POUR LE PREMIER SEMESTRE.
UNE FRÉQUENTATION GLOBALE
EN HAUSSE (+12,7%) PAR RAPPORT À 2011
ET PARTICULIÈREMENT
SUR LA CROISIÈRE (+154,9 %)**

Qu’est-ce que les autres îles peuvent nous apporter en terme d’expérience touristique ?

Je tiens avant tout à souligner quelque chose de fondamental à mes yeux, dans de nombreuses îles de la Caraïbe, les gros projets hôteliers n’appartiennent pas à la population autochtone. Les populations ne sont plus propriétaires de leur

patrimoine foncier, littoral notamment.

Chez nous c’est quelque chose heureusement qui n’arrivera pas, même si l’on passe des partenariats public-privé et que l’on cherche des investisseurs étrangers pour réaliser des projets... Je vais également vous parler de la CTO puisque la Martinique est membre de la Caribbean Tourism Organisation et que je suis membre de son Conseil d’Administration, ce qui constitue véritablement un grand plus que de me retrouver parmi 32 îles ou pays de la zone. Nous pouvons échanger sur nos expériences, sur ce qui marche et ce qui ne marche pas... C’est fondamental parce que même si nous ne fonctionnons pas tous de la même façon, nous avons tous le même besoin : faire venir des touristes.

On ne travaille pas sur les mêmes marchés, par contre, on convoite des marchés que les autres ont déjà. Parmi les dossiers que je porte à la CTO, il y a notamment : le désenclavement aérien régional, la multideestination et le développement du tourisme régional. Nos amis caribéens veulent récupérer la clientèle française et européenne et passent des partenariats avec des compagnies françaises. Pourquoi ne ferait-on pas la même chose en nouant des partenariats avec des compagnies étrangères qui acheminent des passagers vers la Barbade ou Sainte-Lucie ? Pourquoi nous ne pourrions pas récupérer cette clientèle ? La multideestination est un très gros volet à développer.

Quels retours sur les campagnes “J’M Martinique” et “Bâtisseurs de Paradis” avez-vous pu constater ?

Ce sont deux campagnes différentes. Sur le volet extérieur de notre communication, le concept “J’M” a beaucoup accroché, les gens ont bien mémorisé. D’ailleurs aujourd’hui, on le décline : J’aime ma yole, J’M ma Transat, etc. Nous l’avons reconduite en 2011 et nous la reconduirons également pour l’hiver 2012 en la déclinant sur d’autres formats, notamment sur le web.

D’ailleurs, nous allons créer un vrai site portail en 2013 pour offrir à la destination le site qu’elle mérite. Ce sera un site qui mettra en avant tous les secteurs de la Martinique, pas uniquement le tourisme, et les hôteliers y auront toute leur place. Pour la campagne, “Bâtisseurs de Para-

dis”, il était très important de nous préparer au niveau local. Il nous fallait, parallèlement à la campagne extérieure, communiquer vers un très large public, vers la population de façon générale. Pour quelle raison ? Pour faire comprendre que le tourisme est une activité phare pour

la Martinique, comprendre le rôle et les enjeux du tourisme...

LA MARTINIQUE ÉLUE “ÎLE LA PLUS SÛRE” DE LA CARAÏBE

Mais finalement, a-t-on vraiment besoin du tourisme pour développer l’économie de la Martinique ?

C’est une question que beaucoup de Martiniquais se posaient et c’est aussi pour cette raison que nous avons un rôle pédagogique très important.

Pourquoi faire du tourisme alors qu’aujourd’hui, cela n’apparaît pas comme une nécessité ?

Très clairement, depuis 2010, nous avons dit au plus haut niveau politique en Martinique que le tourisme est un axe majeur de développement économique. Mais au-delà des mots, il faut l’expliquer, il faut le quantifier.

Quand on parle du nombre de touristes, du nombre d’emplois générés, ça parle et ce qui nous intéresse avant tout, c’est

de générer de l’emploi. Elle est là notre priorité.

Qu’est-ce qui peut créer de l’emploi en Martinique? L’État se désengage, l’Europe a de moins en moins de moyens. Si on redémarre au niveau touristique, on entraînera le BTP, les services, l’agriculture, la pêche, etc.

CE QUI NOUS INTÉRESSE AVANT TOUT, C’EST DE GÉNÉRER DE L’EMPLOI



UN PONT PRODUCTIF ENTRE LA MARTINIQUE ET L'HEXAGONE INTERVIEW DE PASCAL FARDIN

Créer un lien économique entre nos ultra-marins situés dans l'Hexagone, le Monde, et leur Terre d'origine. Permettre aux jeunes diplômés martiniquais de connaître et s'ancrer au sein de réseaux professionnels spécifiques. Grand Angle sur les initiatives du Pôle Économie de la Maison de Martinique avec celui qui le dirige : Pascal Fardin.

Quels sont vos objectifs en direction de la jeunesse martiniquaise ?

Des études démographiques révèlent que la sélection en termes de niveau d'étude s'opère principalement au bénéfice de l'Hexagone au détriment des DOM : plus de 50% des 18/34 ans nés en Martinique et en Guadeloupe, diplômés du supérieur, résident en France Continentale. C'est donc tout un pan de potentiels jeunes cadres qui n'occupent pas des postes en Martinique... Nous essayons dans un premier

temps de répondre à ces problématiques démographiques et économiques en sensibilisant ce public de jeunes aux différentes possibilités. Nous mettons en exergue ce qui fonctionne, les initiatives, les organismes, les dispositions facilitatrices entreprises en Martinique ou dans l'Hexagone par l'intermédiaire de la Maison de la Martinique ou du Conseil Régional. L'idée est de mettre en avant cette nécessité de nous réunir davantage afin de permettre l'émergence d'un réseau fort, bénéfique pour ces jeunes et pour la Martinique.

Quels sont les autres actions mises en place afin de réussir votre mission vis-à-vis de cette cible ?

Nous avons entrepris de nombreuses d'actions. Par exemple le Martinique Startup Weekend qui a eu lieu en mars dernier à l'UAG de Schoelcher, et qui a proposé à une cinquantaine de jeunes, en l'espace d'un week-end, de présenter leur scénario de création d'entreprise. La Maison de Martinique a pu jouer son rôle dans la mesure où les organisateurs résident en France Hexagonale. Entre autres, Marc Lesdéma et l'association LERECA ont été les instigateurs, soutenus par le Conseil Régional et la CCIM qui ont pu contribuer au succès de la manifestation.

Nous accueillons également des « ateliers ressources humaines » qui consistent à proposer un accompagnement de la part de cadres dirigeants : nous avons accueilli des directeurs de grandes entreprises telles que la BNP ou L'Oréal, qui ont pu aider des jeunes diplômés ou actifs à mieux structurer leur démarche professionnelle.

Nous recevons enfin des CV tout au long de l'année, ce qui permet de faire fonctionner les réseaux tels que Cap Outremer, Moun' Prépa, ou LADOM, et d'en faire bénéficier les jeunes qui nous sollicitent.

Quels autres acteurs doivent être selon vous impliqués pour réaliser vos objectifs ?

En plus de ce public de jeunes porteurs de projets, et de professionnels au sens large, il faut impliquer dans ce travail toute les composantes du secteur économique martiniquais. Comme, par exemple, les cabinets de conseil en recrutement, les directions des ressources humaines, afin de mener une réflexion approfondie. Parfois j'entends parler de certains postes de cadres qui ne trouvent pas preneurs en Martinique alors que, dans mes réseaux, j'ai un public de jeunes cadres qui pourraient potentiellement faire l'affaire... Il faut mettre tout le monde autour de la table afin de dynamiser la logique d'échanges.

**LOOKÉA SIGNE
SON RETOUR
AUX ANTILLES**

10 ans que Look Voyages n'avait plus d'hôtel labellisé aux Antilles françaises, depuis la fermeture du Lookéa Fort Royal, à Deshaies en Guadeloupe. Et Fram a, lui aussi, vendu au milieu des années 2000 son Framissima La Batelière, en Martinique, et cessé d'apposer le label Framissima sur l'Arawak, en Guadeloupe. Depuis, seuls Nouvelles Frontières (avec le Manganao en Guadeloupe et le

Marouba en Martinique) et le Club Med (La Caravelle en Guadeloupe et Les Boucaniers en Martinique), occupaient le terrain des hôtels-clubs labellisés aux Antilles françaises. Pour l'hiver prochain, Look a donc labellisé les 207 chambres du Carayou Hôtel & Spa, aux Trois-Îlets en Martinique, le tour opérateur profitant du lancement du vol XL Airways entre Paris et Fort-de-France (au départ de Roissy). Le séjour d'une semaine en tout inclus, au départ de Paris ou de plusieurs villes de province, est affiché à partir de 1299 € par personne.

**Air France
modifie sa politique
bagages sur les Antilles**

Air France KLM aligne sa politique bagages à 1 pièce de 23 kg en classe économique sur les DOM ainsi que Saint-Martin et Port-au-Prince pour tout billet émis à compter du 1er août 2012 et pour un voyage à compter du 1er décembre 2012.

Ainsi à partir du 1er août 2012, il faudra déboursier en classe Voyageur 75 euros pour un second bagage ou une valise d'un poids supérieur à 23 kg sur les vols entre les DOM et la France.

Pour les lignes Air France et KLM reliant Saint-Martin et Port-au-Prince, la franchise bagages passe à 100 € pour la 2e valise ou d'un poids supérieur à 23 kilos. Le même tarif s'applique pour les liaisons entre les DOM et le reste du monde (sauf les USA).

Pour les passagers Alizé /Premium Voyageur ou les membres du programme Flying Blue en cabine Voyageur, le 2e sac de 23 kg est toujours gratuit. Les clients Affaires peuvent eux transporter gratuitement 2 bagages de 32 kg chacun.

**Des tarifs low cost
vers la Martinique et la Guadeloupe**

La compagnie XL Airways a décidé de mettre en place des liaisons aériennes low cost à destination de la Martinique et de la Guadeloupe. La compagnie commencera à opérer ses vols au départ de Roissy-Charles de Gaulle à partir de la mi-décembre 2012 et annonce un prix d'appel à 399 € aller-retour, soit 30% de moins que les tarifs proposés par Air France, Air Caraïbes et Corsair qui se partageaient jusque là les dessertes vers les Antilles Françaises. La compagnie proposera 3 rotations par semaine à destination de Pointe-à-Pitre et de Fort-de-France et les vols seront opérés sur des Airbus A330 de la compagnie.

**La Martinique
va pouvoir accueillir
les plus grands paquebots
du monde**

La ville de Fort-de-France va débiter les travaux d'extension de son terminal de croisière et pourra accueillir les navires géants de la compagnie Royal Caribbean International. D'ici la fin de l'année, il sera capable d'accueillir les mastodontes de RCI, des navires de 365 mètres de long, 225.000 tonneaux de jauge et 2700 cabines. Le port de Fort-de-France redevient tête de ligne pour certaines compagnies, comme Costa depuis 2011, ainsi que MSC et RCI l'hiver prochain. Quant à l'aménagement d'un terminal de croisière à Saint-Pierre, ce projet semble toujours être d'actualité...

**VICTORIN LUREL
VEUT DOPER LA PART
DU TOURISME**

"Le tourisme constitue l'un des secteurs potentiellement les plus prometteurs pour les départements d'Outre-mer. Cela est vrai pour la Guadeloupe et pour la Martinique et cela vaut aussi pour la Guyane qui peut développer des activités touristiques axées sur la découverte de la nature et de

la biodiversité" a ainsi souligné le Ministre des Outre-mer dans le magazine Interf@ce. "Notre objectif est clair : une île comme la Barbade réalise 20% de son PIB grâce aux activités touristiques, la Guadeloupe, pour ne citer qu'elle, atteint 5%.

Il nous faut donc créer les conditions pour faire progresser cette part du tourisme dans la valeur ajoutée locale, car c'est un vrai gisement d'emplois directs et indirects".

Un œil avisé sur le tourisme

Freelance dans la communication, Madly est aussi une spécialiste du tourisme aux Antilles. Preuve en est, elle lance le site internet Veille Tourisme Antilles (VTA), un formidable outil qui tend à centraliser toutes les informations liées de près ou de loin au tourisme dans la zone. Martiniquaise exilée à Paris, elle a quelque chose à nous dire sur un secteur qui doit réussir sa mutation.

Tout d'abord, pourquoi avoir choisi de créer un site dédié au tourisme aux Antilles ?

Veille Tourisme Antilles est l'évolution du blog Veille Tourisme Martinique lancé en avril 2010 dans le cadre d'une recherche de fin d'études sur ce secteur. Il s'agissait alors de collecter et de partager des données difficilement accessibles.

Face au succès du blog, j'ai décidé de lancer une version géographiquement "élargie" pour 3 raisons : d'une part, le tourisme à la Martinique partage des problématiques communes avec d'autres territoires comme la Guadeloupe ; d'autre part, cela répondait à une demande des internautes d'avoir des informations plus régionales ; enfin, ça correspond à mon souhait de ne pas me regarder le nombril (Madly est Martiniquaise, nldr). Veille Tourisme Antilles traite donc de tourisme à travers une perspective large : économie, marketing, ressources humaines, histoire, transport, etc.

Cela permet de mieux comprendre les enjeux du secteur. En tant qu'auteur du site, je ne prétends pas avoir tous les tenants et aboutissants du tourisme antillais mais je m'efforce de centraliser au mieux les informations.

Pourquoi s'intéresser au secteur du tourisme en particulier ?

Cela s'est fait un peu par hasard. J'ai avant tout une formation en communication mais en dernière année de Master, je me suis penchée sur une problématique tourisme/communication. J'ai commencé mes recherches et je me suis rendu compte de la vacuité qui existait : j'ai donc commencé à publier mes trouvailles sur mon blog comme un journal de bord. Le

secteur touristique a ceci d'intéressant qu'il est au carrefour de plusieurs autres domaines : on touche à l'identité, aux relations sociales, aux liens de pouvoir...

Le grand public manque-t-il d'informations sur ce secteur ?

Il y a une certaine opacité dans les informations mises à disposition du grand public. On demande à la population de sourire, de servir, d'accepter, de développer, d'investir dans le tourisme sans réellement parler de son impact économique, social, environnemental ; sans aborder les différentes facettes de l'activité, sans toucher du doigt ce qui est parfois tabou.

Au fil de mes recherches, j'ai découvert qu'il

**LE DISCOURS AMBIANT
VEUT QUE LE TOURISME SOIT L'UNIQUE VOIE
DE SORTIE QUI PERMETTRA AUX TERRITOIRES
D'AVOIR DE LA CROISSANCE.
C'EST FAUX.**

existait peu de données factuelles (statistiques, dates-clés, etc.) ou quand elles existent, elles ne sont pas mises à jour. Grâce à mon blog, j'ai découvert que beaucoup de personnes - Antillais ou non, jeunes ou moins jeunes - s'intéressaient au tourisme et à ses enjeux sans nécessairement trouver d'interlocuteur ou de sources d'informations.

Le tourisme est-il, selon vous, un des éléments indispensables au développement des territoires?

Oui et non. Il est un des éléments, il n'est pas l'Élément. Le discours ambiant est que le tourisme est l'unique voie de sortie, la seule issue de secours qui permettra aux territoires d'avoir de la croissance. C'est faux. Un territoire mono-économique, qui dépend d'un secteur aussi aléatoire que le tourisme (climat, envie des consommateurs, desserte aérienne, etc.) n'ira pas très loin. En revanche, le développement d'un tourisme à haute valeur ajoutée, à côté d'autres secteurs, peut permettre une croissance de ces territoires.

Mais est-ce que le tourisme permettra de changer un modèle principalement basé sur la consommation et les subventions de tous ordres ? J'en doute.

PAS DE TOURISME SANS CAPITAL HUMAIN

Faut-il essayer de développer un tourisme "Made in France sous les tropiques" ?

Je ne crois pas à un tourisme "Made in France sous les tropiques". Le territoire doit cultiver ses particularités : un touriste qui veut les États-Unis ira-t-il à

Porto Rico ou Hawaï ?

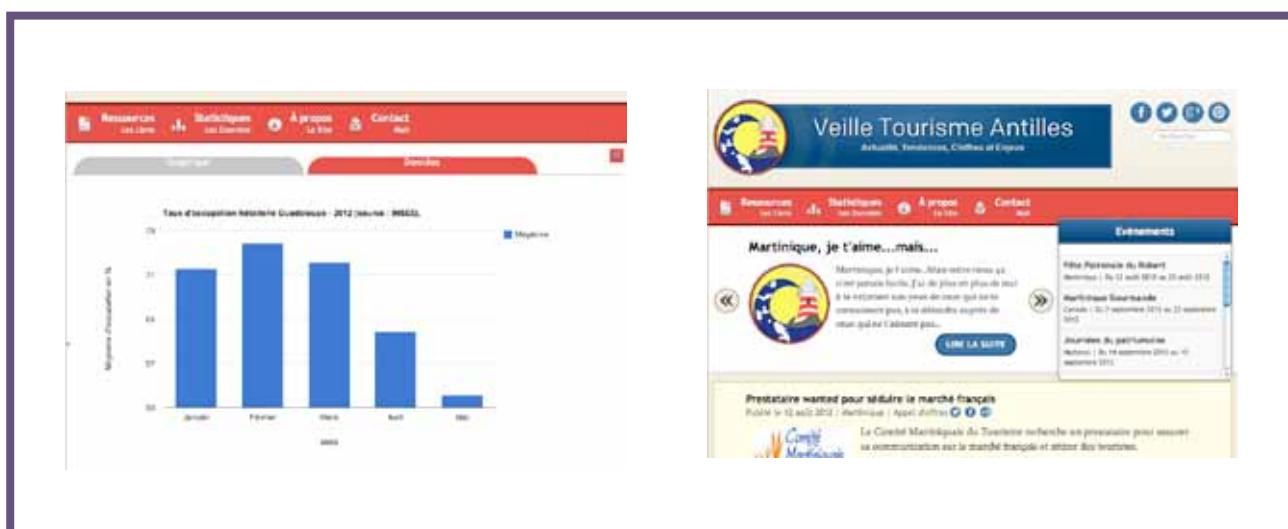
Le touriste qui veut Paris, ne viendra pas chercher un "Petit Paris", qui n'a d'ailleurs aucune Tour Eiffel ou aucun Arc de Triomphe. En revanche, le tourisme antillais doit enfin entrer dans le XXIème siècle, sous peine de continuer à essayer de prendre le train en marche,

alors même que la locomotive est loin devant.

Sur quels leviers agir lors ?

Il me semble essentiel d'appuyer sur plusieurs leviers en gardant toujours en tête les notions d'excellence, de qualité, d'innovation.

Premièrement, le développement des compétences. Cela passe par la formation initiale et continue. On l'ignore peut-être mais il existe plusieurs formations menant au tourisme à la Martinique, mais bizarrement peu préparent à des postes à responsabilités. Parallèlement, on entend régulièrement des critiques envers les salariés du secteur touristique aux Antilles. Les formations sont-elles de qualité ? Sont-elles



adaptées ? Prennent-elles en compte les impératifs du secteur (flexibilité, capacité à parler plusieurs langues, maîtrise du numérique etc.) Les compétences doivent englober du savoir théorique, du savoir-faire et du savoir-être.

Ensuite, l'attitude "Customer-oriented", c'est-à-dire tournée vers les besoins des touristes pour les satisfaire, voire les anticiper. Si possible, en créer de nouveaux et y répondre. On ne peut pas obliger toute une population à être au service du touriste mais une attitude "customer-oriented" est fondamentale pour ceux qui travaillent dans le secteur. On apprécie d'être bien traité ailleurs par ceux qui nous apportent un service, il doit en être de même chez nous. Il y a aussi le numérique : les organismes, les entreprises et les personnes qui travaillent dans ces lieux doivent maîtriser le web ou tout au moins comprendre ses rouages et ses enjeux. Cela conduira certainement à une autre façon de considérer le marketing : plus proche des consommateurs, plus interactif. Le web permet d'exister et de communiquer à l'échelle mondiale, alors que les Antilles le font souvent encore à l'échelle locale.

Les infrastructures constituent également un levier important : il ne s'agit plus de construire des hôtels de centaines de chambres que l'on espère remplir avec des vols charters. Croire qu'une piscine et deux transats font un hôtel ou un restaurant c'est également se leurrer. Ou alors, viser une clientèle à pouvoir d'achat très bas. Il faut rénover l'existant mais surtout développer des concepts originaux avec des services innovants. Dans les infrastructures, la thématique du transport est également prépondérante et pas seulement l'aérien. Je l'ai dit à plusieurs reprises sur mon blog, mais un système de transport en commun performant serait certainement très utile. Enfin, l'offre touristique : concrètement, que propose-t-on au touriste une fois qu'il est sur place ? Qu'est-ce qui va faire qu'il va non seulement se sou-

venir de la Martinique mais en plus en parler pour donner envie à d'autres d'y revenir ? Que peut-il faire par temps de pluie par exemple ? Quels sont les sites qui peuvent accueillir des enfants ? La Martinique se vante régulièrement d'avoir de nombreux atouts naturels et culturels comme si cela n'existait pas dans d'autres destinations. Celles qui réussissent sont avant tout celles qui mettent en scène leur offre touristique, qui l'enrichissent, qui lui donnent de la valeur, qui créent de l'inattendu auprès des touristes, qui lui donnent un effet "waouh".

Ne faut-il pas, avant tout, une vraie prise de conscience des Guadeloupéens comme des Martiniquais sur la nécessité de développer le secteur ?

C'est une phrase récurrente. Évidemment, tous les Antillais ne s'intéressent pas à parts égales au tourisme, comme tous ne s'intéressent pas à l'agriculture, la pêche ou l'industrie solaire mais il y

a des interrogations, une volonté d'information, une envie forte de donner son avis chez certains.

Les Martiniquais et les Guadeloupéens ont assez de sens critique pour voir ce qui ne va pas, mais les solutions nous manquent parfois ou nous semblent inaccessibles. Ceux de

ma génération qui ont souvent voyagé, vécu ou étudié à l'étranger se rendent compte des obstacles qui entravent le développement touristique mais n'ont pas nécessairement l'envie ou le courage de les affronter.

Nous sommes également plus lucides et plus formés : nous prenons conscience que le tourisme nous a jusqu'à présent échappé et je ne suis pas sûre que l'on se contente uniquement de postes d'exécution sans pouvoir activement être impliqués. On refuse la fausse participation active. J'ai confiance en ma génération.

Plus d'infos sur

www.veilletourismeantilles.com

**NOUS PRENONS CONSCIENCE
QUE LE TOURISME
NOUS A JUSQU'À PRÉSENT ÉCHAPPÉ,
J'AI CONFIANCE EN MA GÉNÉRATION**



BRICE NAYARADOU

Le gérant de Nayaradou Voyages nous parle de son premier bilan de la saison 2012.

Quel est selon vous l'état des lieux actuel de votre secteur d'activité ?

C'est un secteur un peu mouvementé... Le gros de notre chiffre d'affaire est fait principalement sur les mois de juillet et août. Nous nous rendons compte que les gens ont consommé en 2012 de façon différente : ils ont fait attention à leur budget et ont vraiment essayé de trouver le meilleur rapport qualité/prix.

La crise affecte-t-elle vos objectifs pour l'année 2012 ?

Heureusement, non.

Quels sont vos produits touristiques qui, cette année, fonctionnent le moins bien ?

Cette année nous avons une perte de vitesse sur Miami et le Canada.

Avez-vous pour la saison 2012 mis en place de nouveaux produits ?

Oui, Antigua par exemple.

Quel est leur impact sur le consommateur ?

Ils ont bien fonctionné, mais en dernière minute.

Quels sont vos prochains objectifs ?

On ne peut pas vraiment en fixer, car personne ne sait à quelle sauce on sera mangé l'année prochaine, c'est-à-dire comment la situation économique va évoluer. Nous allons essayer de maintenir ce que nous avons réalisé cette année et tâcher de trouver d'autres destinations.

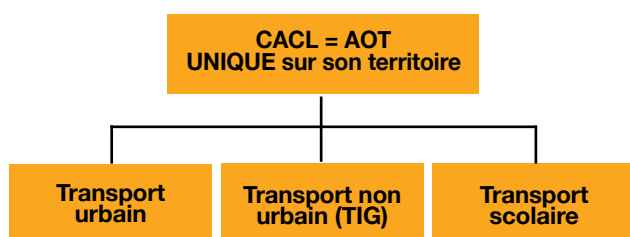
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU CENTRE LITTORAL

UNE NOUVELLE COMPÉTENCE : LE TRANSPORT URBAIN



La Communauté d'Agglomération du Centre Littoral a été créée le 1er janvier 2012 (arrêté préfectoral du 23 décembre 2011). Ses six communes membres sont Cayenne, Matoury, Rémire-Montjoly, Macouria, Montsinéry Tonnégrande et Roura. Elle se substitue à la Communauté de Communes du Centre Littoral qui avait été créée en juin 1997.

Cette évolution statutaire permet à la CACL qui accueille aujourd'hui plus de 117 000 habitants (soit 50% de la population de la Guyane) sur un territoire de 5087 Km² d'élargir ses domaines des compétences et d'assurer un développement plus équilibré et cohérent de son territoire. Depuis le 1er janvier 2012 le CACL est compétente en matière d'organisation des transports urbains. Une phase de transfert de six mois aura été nécessaire pour permettre la CACL d'assumer pleinement sa compétence.



A ce titre, elle est devenue l'unique AOT (Autorité organisatrice des transports) sur son territoire. Elle se substitue désormais au département pour le service de transport scolaire et interurbain (TIG) et au SMTC (syndicat Mixte des Transports en Commun) qui a été dissous le 30 juin 2012 par arrêté préfectoral.

Pour assurer la gestion de sa nouvelle compétence transport la CACL a créé une Régie Communautaire de Transport à autonomie financière et sans personnalité morale. Le réseau transport comprend désormais :

- le réseau urbain développé sur Cayenne par l'ex SMTC : 5 lignes urbaines, 2 petites couronnes et 5 lignes scolaires pour une fréquentation quotidienne de 9 200 voyageurs en moyenne
- le réseau de transport scolaire anciennement piloté par le Conseil Général : Environ 110 lignes pour 10 000 enfants transportés

- le réseau de transport interurbain sur son périmètre (TIG) : 9 lignes exercées par des transporteurs privés sous forme de DSP (Délégation de Service Public) Sa qualité AOT unique permettra à la CACL à court terme de garantir une desserte adaptée à ses six communes (Cayenne, Matoury, Rémire-Montjoly, Macouria, Montsinéry Tonnégrande et Roura), de renforcer la lisibilité du réseau et améliorer le confort (création de point d'arrêt sur l'ensemble du territoire, aménagement d'abris bus, ...). A moyen terme de réduire les temps de parcours pour le transport scolaire, ainsi que de refondre et de reconfigurer l'ensemble de l'offre de transport afin d'étendre les lignes urbaines au-delà de la ville de Cayenne. Et enfin à long terme d'aménager les voiries pour accroître la circulation et la régularité des bus et de permettre l'accueil d'un plus grand nombre de voyageurs.



Transport scolaire 2012/2013

Vous avez inscrit vos enfants :
Comment récupérer leurs cartes de transport ?




EN ROUTE VERS LA RÉUSSITE AVEC MON AGGLOMÉRATION !

Où ?

Vous habitez,

- **Cayenne** : à la Régie Communautaire de Transport (ex SMTC) située au 2682 route de la Madeleine
- **Matoury** : à la Régie de la Mairie située à l'angle des rues Victor Cécide et Abbé Cherrier
- **Rémire-Montjoly** : à la Mairie
- **Macouria** : à la Mairie ou à son annexe de Soula (les jeudis et vendredis)
- **Montsinéry-Tonnégrande** : à la Mairie ou à l'annexe de Tonnégrande (les permanences seront fixées par la Mairie)
- **Roura** : à la Mairie ou à son annexe de Cacao (les permanences seront fixées par la Mairie)

Quand ?

À partir du 20 août 2012 si le dossier d'inscription a été déposé dans les délais.

Si vous avez communiqué un numéro de téléphone portable, vous recevrez un SMS pour vous informer que votre carte est disponible.

Combien ?

La CACL a mis en place un **tarif social et solidaire** pour les enfants d'une même famille :

- Si vous avez un enfant inscrit, vous payerez 100 €
- Si vous avez deux enfants inscrits, vous payerez 200 €
- Si vous avez trois enfants ou plus, vous payerez 200 € (gratuité à partir du 3^{ème} enfant)

Comment ?

Vous pouvez payer par chèque, carte bleue ou espèces.

A partir de quand vos enfants pourront-ils prendre le bus ?

Le jour de la rentrée scolaire !

N.B. : La CACL informe les parents d'élèves qu'après le 30 septembre 2012, les inscriptions ne se feront plus qu'à Cayenne, à la Régie Communautaire de Transport.



Conception Terres de Guyane

Communauté d'Agglomération du Centre Littoral (CACL)

Chemin la Chaumière - Quartier Balata • BP 92-66 • 97351 Matoury

INÉDIT EN GUYANE :**ONE, LA PREMIÈRE OFFRE 2 EN 1 :
LE MOBILE ET LA BOX RÉUNIS EN UN
SEUL ABONNEMENT
POUR ENCORE PLUS D'ÉCONOMIES !**

Outremer Telecom, premier opérateur alternatif dans les départements d'Outre-mer avec la marque only, annonce le lancement de l'offre ONE qui regroupe pour la première fois en Guyane un forfait mobile et un forfait box à un prix très avantageux, à partir de 49,89 euros/mois.

Après avoir lancé les forfaits mobiles révolutionnaires next et next +, le lancement de la nouvelle offre ONE s'inscrit dans la démarche d'innovation permanente d'Outremer Telecom.

Avec ONE, Outremer Telecom, l'opérateur du pouvoir d'achat, apporte une nouvelle fois une réponse directe aux attentes des consommateurs:

- La simplicité : un forfait mobile et un forfait box réunis dans un seul abonnement
- Le choix : proposer le meilleur des offres mobiles et box
- Les économies : offrir des prix toujours plus attractifs

=

**Simplicité et choix**

Véritable offre 2 en 1, ONE permet aux clients de bénéficier de tous les avantages d'un forfait mobile next+ et d'un forfait box only pour plus de simplicité :

Pour le mobile :

Le client peut choisir entre les deux forfaits next+ avec :

- Soit l'illimité local : Appels illimités 24h/24 vers tous les mobiles et fixes de Guyane
 - Ou l'illimité 24h/24 vers tous les mobiles et fixes de Guyane, Antilles, Métropole + 40 destinations
- Ces 2 forfaits incluent les SMS illimités 24h/24 vers tous les mobiles Guyane, Antilles, et Métropole et 1 giga d'Internet.

De plus, selon ses besoins, le client a la possibilité de choisir la formule avec ou sans mobile, avec un engagement de 12 ou 24 mois.

Pour la box :

Le client profite également de tous les services de la box only :

- Accès à Internet jusqu'à 20 méga
- 25 chaînes de télévision
- Et pour la téléphonie fixe :
 - . les appels à l'usage,
 - . ou les appels illimités 24h/24 vers plus de 100 destinations dont les fixes et mobiles locaux et de métropole.

A propos d'Outremer Telecom**UN OPÉRATEUR INTÉGRÉ DANS L'ENSEMBLE DES ROM**

- Fondé en 1986, Outremer Telecom s'est imposé dans les régions d'Outremer (Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion et Mayotte) comme le premier opérateur alternatif de télécommunications capable de proposer une offre intégrée de téléphonie fixe et mobile et d'accès Internet, à l'attention des particuliers et des entreprises.

LES CLÉS DU SUCCÈS :

- Outremer Telecom a développé son propre réseau de télécommunications qui lui permet aujourd'hui de se prévaloir d'un positionnement de challenger offensif et innovant sur un marché en forte croissance.
- La société s'appuie sur une marque unique, only, qui bénéficie d'une très grande notoriété dans l'ensemble des régions d'Outremer et véhicule une image moderne de qualité et de proximité.

Exclusivité
only

Forfait mobile
next+



Appels illimités **24h/24**⁽¹⁾
vers tous les fixes et mobiles
Guyane

SMS illimités **24h/24**⁽¹⁾
**Guyane, Antilles,
Métropole**

Internet 1Go inclus⁽²⁾

+

Forfait
box



Jusqu'à **20 méga**⁽³⁾

Appels à l'usage⁽⁴⁾

25 chaînes TV⁽⁵⁾

=

one

Une seule offre
mobile+box

à partir de

49,89€
par mois

only®

Visuels non contractuels. Offre ONE à partir du 21/08/12. L'offre présentée à 49,89€ se compose du forfait next+ sans mobile « appels illimités 24/24 vers Guyane, SMS illimités 24/24 vers Guyane, Antilles et Métropole » et d'un forfait Box jusqu'à 20 méga avec appels à l'usage, avec engagement 24 mois (+5€ /mois pour 12 mois). Obligatoires et en sus du prix : **Box, location: 3€/mois, vente: 100€+ abonnement téléphonique.** Décodeur TV indispensable pour accéder aux services TV/VoD : **location : 5€/mois (caution 50€) ou vente 200€.** (1) Illimité : hors roaming, appels vers n° courts, spéciaux et Internet, SMS+, MMS et MMS+. 2h maximum/appel, 99 correspondants différents maximum/mois. (2) Au-delà, data facturée 0,10€/Mo, palier de facturation de 100ko. (3) en zone dégroupée (zone non dégroupée, débit jusqu'à 1 méga). Débit théorique maximal indiqué sous réserve d'éligibilité du client et activé au maximum du potentiel de la ligne. (4) Conditions, détails des tarifs des appels en boutique et sur only.fr. (5) Nombre susceptible d'évoluer. Détails et conditions de l'offre en boutiques only ou sur only.fr.
Outremer Telecom SAS 4 281 210,30 € - RCS FdF 383 678 760 - Août 2012

LA RÉGION,

ACTEUR DE L'ÉDUCATION DE LA JEUNESSE GUYANAISE



Réhabilitation du lycée Max Joséphine

Consciente des problématiques liées à la croissance exponentielle et à la jeunesse de la population guyanaise, la Collectivité régionale a fait de l'éducation une priorité, avec un budget porté pour l'année 2012 à 36 millions d'euros, ainsi que la mise en place d'actions concrètes destinées à améliorer les conditions de travail des lycéens de l'ensemble du territoire, et à créer les conditions d'une égalité des chances de chacun dans l'accès au savoir. Parmi ces actions, l'on peut noter les dotations d'équipements, la mise en place de bourses et d'aides aux élèves en difficulté, la valorisation des filières professionnelles et technologiques, l'accompagnement des lycéens admis dans les grandes écoles, et de nombreuses autres dont celles mentionnées ci-après.

Construction, extension et réhabilitation des lycées de Guyane

En attendant la construction de nouveaux lycées à Macouria et à Matoury (à partir de 2013), la Collectivité régionale a planifié pour 2012 une importante programmation de réhabilitation, d'extension, et de modernisation concernant notamment les établissements suivants :

- reconstruction et extension du lycée polyvalent Lumina Sophie à Saint-Laurent du Maroni, qui verra sa capacité passer de 800 à 2000 places ;
- réhabilitation et la restructuration générale du lycée Max Joséphine, avec l'aménagement d'une salle informatique ;
- réhabilitation du lycée Melkior et Garré, comprenant la réfection de la façade, la couverture du plateau sportif, la rénovation des locaux dévolues à la demi-pension, etc.

Ordinateur Portable pour les Elèves de Guyane (OPEG)

Portée par la Région Guyane et co-financée par l'Europe et le Centre National d'Etudes Spatiales, l'opération OPEG s'inscrit dans la politique volontariste impulsée par la Collectivité régionale pour réduire la « fracture numérique » et pour assurer une égalité des chances dans l'accès au savoir pour tous les lycéens de Guyane.

Le dispositif consiste à permettre à chaque lycéen de disposer d'un équipement informatique (ordinateur et services associés) jusqu'au baccalauréat, et au-delà.



Inscriptions ouvertes

La Région Guyane investit sur la jeunesse ...

Inscrivez-vous en ligne
dès maintenant





Remise des ordinateurs aux lycéens de Melkior-Garré par Rodolphe Alexandre, Président de Région (le 12 avril 2012)

Une phase expérimentale a été lancée de mars à juin 2012 sur 3 lycées (Lumina Sophie de Saint-Laurent, Gaston Monnerville de Kourou, et Melkior-Garré de Cayenne), et a abouti à l'inscription de 445 élèves pour un total de 168 ordinateurs livrés (l'écart provisoire étant dû aux difficultés de certains parents à produire certaines pièces justificatives). Le déploiement à l'ensemble des lycées est prévu pour la prochaine rentrée scolaire (2012-2013).



Gratuité des manuels scolaires

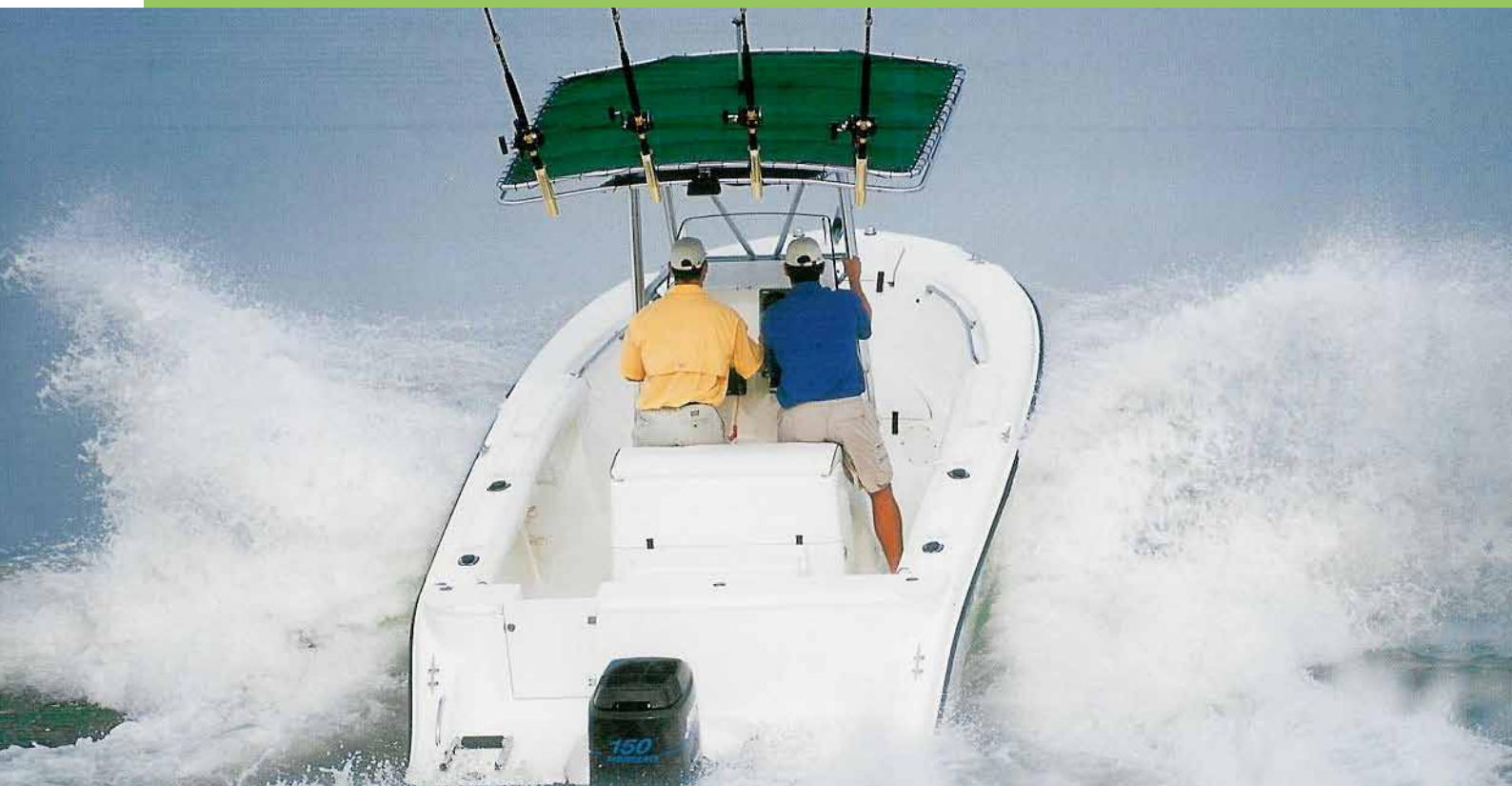
Né d'une convention signée entre la Région et la Fédération de Conseils de Parents d'Elèves, ce dispositif permet aux Etablissements Publics Locaux d'Enseignement (EPLÉ) d'acquérir 3 manuels de base et/ou des trousseaux d'équipements, dans les filières générales, technologiques et professionnelles. Il concerne les élèves de Seconde, Première et Terminale. En 2011, la Région y a consacré 269.004 € ; le budget à mi-parcours pour l'année 2012 s'élève à 152.203 €.

OPEG Un pas de plus vers l'excellence

La Région Guyane aide ses élèves

Un ordinateur portable pour chaque élève

OHLICHER FORMATIONS



Spécialisée dans la préparation aux examens officiels des permis mer côtier, hauturier et rivière depuis 40 ans, notre bateau école s'adapte aux spécificités de chacun : formation week-end, cours du soir, formation en entreprise.

Les stages week-end constituent un excellent moyen d'aborder les permis de bases (Permis mer côtier et rivière). Durant ces 2 jours, vous alternerez cours théoriques, examens blancs et cours pratiques. Vous aurez le choix de passer votre examen dans la semaine qui suit ou bien plus tard.

Les permis bateau ont fait l'objet d'une réforme applicable au 1er janvier 2008

La conduite des bateaux de plaisance à moteur est subordonnée, lorsque la puissance motrice est supérieure à 4,5 kilowatts (environ 6 chevaux), à la possession d'un permis de conduire qui comporte les options et extensions suivantes :



**En eaux maritimes (Mer) :**

- Option "côtière", pour une navigation jusqu'à 6 milles d'un abri.
- Extension "hauturière", pour une navigation au-delà de 6 milles d'un abri.

En eaux intérieures (Rivière) :

- Option "eaux intérieures", pour une navigation sur un bateau de plaisance d'une longueur inférieure à 20 mètres.
- Extension "grande plaisance eaux intérieures" pour une navigation en eaux intérieures sur un navire d'une longueur égale ou supérieure à 20 mètres.

Sur les rivières et canaux, la conduite des bateaux de plaisance à voile équipés d'un moteur de plus de 4,5 kilowatts est subordonnée à la possession d'un permis de conduire valable en eaux intérieures correspondant à la longueur du bateau.

Age minimum requis :

L'âge minimum requis est de 16 ans, sauf l'extension "grande plaisance eaux intérieures" pour laquelle l'âge minimum requis est de 18 ans.

Tous les permis passés avant la réforme gardent leurs prérogatives respectives.

Le BATEAU ECOLE OHLICHER est agréé par les affaires maritimes de Guyane et centre de Formation Professionnelle par le ministère du travail et affilié au syndicat professionnel section nautisme du CNPA.

**5 BONNES RAISONS POUR NOUS ACCORDER VOTRE CONFIANCE !**

- Un taux de réussite proche de 100% dès le premier passage.
- Une grande souplesse des formations, sur l'ensemble du département, en un week-end, en semaine ou à des horaires sur mesure.
- Des tarifs attractifs, des promotions, des tarifs de groupes.
- Des formations diverses aux différents permis bateau (Mer côtier, Mer hauturier, Rivière, initiation à la VHF...) mais également remise à jour, stages de prise en main de votre propre bateau.
- Valérie et Gérard nos formateurs aux permis bateau sont des passionnés qui transmettent leur amour de la navigation lors de nos sessions de formation (Véritable formation pratique en rivière et/ou en mer le long de nos côtes).

Contact :**Tél : 0594 30 10 14****Email : formations@ohlicher.fr**



ELLE RELÈVE TOUS LES DÉFIS !

PAR EVA ZONCA

Passionnée par la décoration d'intérieur et l'Art de la table, Audrey Chong-Sit réalise aujourd'hui un rêve transmis par sa maman. A tout juste 35 ans, elle développe la franchise Geneviève Lethu en Guyane.

Qu'est-ce qui vous a décidée à changer de voie professionnelle?

J'étais directrice de deux sociétés avec une équipe de onze personnes sous ma responsabilité et même si cela me passionnait, il n'y avait plus vraiment de challenge personnel, et puis la gestion de collaborateurs prenait une place prépondérante dans le travail quotidien. J'ai donc décidé de quitter mon travail en janvier 2011 avant de signer un accord avec Geneviève Lethu au mois de mars pour l'exclusivité de la franchise en Guyane. Depuis, une année s'est écoulée dans la recherche d'un local et enfin la signature d'un bail au centre commercial Family Plaza.



Commisionnaire en douane
Transitaire maritime
Groupeur

[www.ttom.fr]
ttom
The Opening on the world

■ Grand-Couronne ■ Le Havre

Bd de l'île aux oiseaux
BP 15
76530 Grand-Couronne
Tél : (+33) 2 32 11 57 57
Fax : (+33) 2 32 11 57 79
ttom@ttom.fr

7 rue Pierre Brossolette
76600 Le Havre
Tél : +33) 2 35 21 07 07
Fax : +33) 2 35 21 70 89
lehavre@ttom.fr

■ Gennevilliers ■ Dunkerque

6 route de bassin
NR 1 - Bat. A1 - CE122
92631 Gennevilliers Cedex
Tél : +33) 1 41 21 41 01
Fax : +33) 1 47 98 82 10
gennevilliers@ttom.fr

5/7 place de la République
59140 Dunkerque
Tél : +33) 3 28 66 66 16
Fax : +33) 3 28 66 66 23
dunkerque@ttom.fr

■ Martinique ■ Guadeloupe

Immeuble Frigodon - 1er étage
ZIP de la pointe des grives
97200 Fort-de-France
Tél : 05 96 71 78 30
Fax : 05 96 71 71 72
martinique@ttom.fr

19 rue de la chapelle
97122 Baie Mahault
Tél : 05 90 32 71 91
Fax : 05 90 38 30 15
guadeloupe@ttom.fr

■ Réunion ■ Guyane

18 rue Sadi Carnot
97420 Le Port
Tél : 02 62 38 59 02
Fax : 02 62 38 59 20
reunion@ttom.fr

ZI degrad des cannes
97354 Remire Montjoly
Tél : 05 94 30 58 96
Fax : 05 94 30 95 73
guyane@ttom.fr

*De la PME à la très grosse structure,
la grande capacité de TTOM est de
savoir s'adapter à chaque type de
société en créant une relation
priviliégiée avec ses interlocuteurs.*

*Faites confiance, pour le transport
de vos marchandises, à une entreprise
solide, fiable et adaptable avec 20 ans
d'expérience.*



opening on the world

Quel est votre parcours initial ?

Je suis née en Guyane où j'ai effectué toute ma scolarité avant de partir poursuivre mes études en métropole. Ma maîtrise «administration et management» en poche, je suis partie une année à la Barbade afin de perfectionner mon anglais, puis je suis revenue à Paris avant de retrouver la Martinique puis la Guyane, dans un premier temps en tant que commerciale chez Hertz et CGFF avant de devenir directrice des deux entités.

Qu'est-ce qui a motivé votre choix pour la franchise Geneviève Lethu ?

J'ai quitté un emploi très confortable dans le but de mener à bien mon projet d'entrepreneur et de vivre une nouvelle vie professionnelle. En tant que mère de quatre jeunes enfants, ce n'est pas sans risques. L'idée de la franchise m'a semblé en adéquation avec mes aspirations professionnelles et personnelles. C'est une façon de se lancer tout en limitant certains risques inhérents à une première activité de commerce.

Je me suis dit qu'il y avait une réelle demande à satisfaire en Guyane, car le marché de l'habitat est en plein développement et parce que le plaisir de recevoir va de pair avec le bien-être intérieur et l'aménagement de son habitat, un peu dans la vague de « Un dîner presque parfait »...

L'enseigne est déjà bien implantée, elle bénéficie d'une notoriété importante et d'une bonne image de marque. Par le biais de l'enseigne, j'ai la possibilité de présenter plusieurs marques différentes, autres que Geneviève Lethu. Cette souplesse me semble être une bonne alliance afin de bénéficier de la notoriété d'une marque tout en ayant une marge de liberté et de créativité. Geneviève Lethu propose une véritable méthode de travail via notamment des formations qui permettent de se familiariser avec les procédures types.

Et pourquoi Geneviève Lethu en particulier ?

Je suis une fervente admiratrice de cette enseigne qui a su

s'adapter pour allier l'esthétique et le design à la qualité et faire partie du quotidien, avec des collections saisonnières et permanentes, classiques comme originales, accessibles de l'entrée de gamme au haut de gamme.

Certaines femmes connaissent déjà l'enseigne et nombreuses sont celles qui attendaient l'arrivée de la marque en Guyane, pour d'autres c'est une agréable découverte. L'arrivée de grandes enseignes à forte notoriété en Guyane est souvent perçue comme un progrès pour notre département, c'était le cas par exemple de Mc Donald's il y a une quinzaine d'années.

Pouvez-vous nous parler des difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Trouver le lieu approprié. Au départ ce n'était pas le Family Plaza qui avait été choisi, mais les imprévus ont bien fait les choses et aujourd'hui je suis très satisfaite qu'il en soit ainsi.

La clientèle de l'enseigne correspond davantage à celle des centres commerciaux et puis nous nous y sentirons plus en sécurité qu'en centre-ville par exemple.

Un retard de six mois sur le lieu définitif m'a amené à démarrer l'activité dans un local de

25m2 aménagé spécialement pour l'ouverture qui a eu lieu le 21 mai dernier, juste avant la fête des Mères. Provisoirement, l'espace limite la quantité de produits proposés, c'est un peu frustrant, mais c'est une phase de transition avant l'ouverture prochaine du magasin de 90m2 au Family Plaza (Centre Commercial de Matoury) prévue pour Mai 2013.

Vous semblez inépuisable, il y a un truc ?

Avec du recul, ce côté hyperactif chez moi provient peut-être du tempérament fougueux et infatigable de mon père, toujours en action et rarement au repos malgré la retraite ! J'ai toujours besoin de me défouler et d'évacuer beaucoup d'énergie. Et bien sûr le plaisir c'est aussi de se retrouver entre amis les soirs de week-ends autour d'une belle table gourmande et conviviale.

**ET BIEN SÛR LE PLAISIR
C'EST AUSSI DE SE RETROUVER ENTRE AMIS
LES SOIRS DE WEEK-ENDS
AUTOUR D'UNE BELLE TABLE
GOURMANDE ET CONVIVIALE**



Mizzi

bureautique

Mobilier de bureau
Mobilier scolaire Coffres-forts Rayonnages



Fichet-Bauche
Reventeur agréé de mobilier de sécurité



ZI COLLERY 5 - CAYENNE
Tél : 05 94 30 48 16 - Fax : 05 94 31 05 52
mizzibureautique@orange.fr

600 m² d'exposition
de mobilier de bureau

MAJUSCULE

comme à la maison

AU BUREAU



PAPETERIE & FOURNITURES



LOISIRS CRÉATIFS



INFORMATIQUE & BUREAUTIQUE



JEUX ÉDUCATIFS



zi Collery 5 - Cayenne
tél : .05 94 30 49 18 - fax : .05 94 30 42 57
office-fournitures@orange.fr

AUX MEILLEURS PRIX !





Aujourd'hui, la majorité des acteurs touristiques sont présents sur la toile. Présents, certes, mais ils doivent affiner leurs stratégies numériques sur du multi-screen: smartphones, tablettes numériques, sites internet, communication en « push » (mailing, jeux-concours, cagnottes) et réseaux sociaux.



L'E-TOURISME

Les touristes de loisirs acquièrent de plus en plus de "pouvoir" avec Internet. L'internaute devient exigeant à travers les sites de voyageurs et communautaires (OPODO, Trip Advisor, PartirpasCher, TriVaGo, Booking, Hotels.com...)

Les « Coms » et les notations des touristes qui ont déjà fait le « trip » sont des critères de sélection qui pèsent dans la balance !

Les agences de voyages seront amenées à modifier de plus en plus l'infomédiation entre l'offre et la demande touristique, qui consiste, grâce à des contenus éditoriaux ou à des outils, à donner une information pertinente qui crée de l'audience ; cette dernière étant génératrice de monétisation. Elle regroupe cinq grands types de sites : les sites de contenus éditoriaux ; les sites de comparaison ; les sites de rating (qu'ils soient web 2.0 ou d'émanation professionnelle) ; les forums et les dénichers de bons plans.

Cette stratégie participe à la création de valeur de la chaîne menant de l'information à la vente et génère plus de 40 % des achats e-tourisme en France.

Le développement des TIC et notamment la dématérialisation des billets d'avions ont modifié la chaîne de distribution des produits touristiques et ont eu pour effet une augmentation de l'e-tourisme.

L'avenir pour les opérateurs est de se fédérer autour de plateformes pour valoriser des « packages dynamiques » c'est à dire de donner le choix aux potentiels clients de composer leur séjour (ex : train + voiture + avion + visites...)

La raison de la croissance :

L'internaute souhaite comparer et rechercher le meilleur rapport qualité/prix sans avoir à se déplacer ; le Web 2.0 apporte une touche collaborative à l'ensemble, créant une "proximité" entre les prospects et les opérateurs touristiques.

Le marché :

- 350 millions de mobinautes sont sur FACEBOOK ;
- 90 millions de membres sur GOOGLE+
- 135 millions de professionnels sont présents sur LinkedIn ;
- 56% des Flashcodes apparaissent sur les emballages des produits français
- les ventes de voyages en ligne en France ont progressé de 12% en 2011

Le chiffre d'affaires du secteur de l'e-tourisme aux Etats-Unis s'est élevé à 94 milliards de dollars en 2011, en progression de 11% par rapport à l'année précédente, selon Comscore.

Si ce sujet vous intéresse vous pouvez consulter pour ce 8ème baromètre FEVAD et Médiamétrie/NetRatings ont réalisé sur les Comportements d'Achats des Internautes. L'étude identifie les comportements d'achats multicanaux pour de nombreuses catégories de produits et services en évaluant les canaux d'achats et les canaux prescripteurs. Elle fait le point sur les pratiques et nouvelles tendances du E-Commerce.

www.fevad.com



Votre agence digitale EN GUYANE

www.netactions.net

+ 1,6 Millions
DE VISITEURS SUR NOS SERVEURS

3 ans
D'EXPERTISE WORDPRESS

6 Postes
DE FORMATION

13 ans
D'EXPERIENCE

+ 40 sites web
REALISES

Newsletter

sites web Audit CMS

Formation

Une équipe DYNAMIQUE marketing



Team Manager /
Spécialiste TIC



Chef de projet /
Developpeur WORDPRESS



Webdesigner /
Developpeur WEB



Community Manager



Developpeur



Certifié
Expert WORDPRESS

0594 28 62 92
infos@netactions.net
facebook.com/netactions
twitter.com/netactions

netactions
sites web • formations • e-marketing

OCTOBRE

FÊTE PATRONALE
DE SAINT-FRANÇOIS.

Du 4 septembre 2012 au jeudi

4 octobre 2012. Tél. 0590 68 66 81.

RIPAJ AN KRÉYOL

(sous réserve). A l'occasion de la semaine internationale du créole, la dictée sera le temps fort de cette manifestation. Tél. 0690 559 576.

MISS INDIA GUADELOUPE.

13 octobre 2012 à partir de 20 h. Salle

Robert Loyson au Moule.

Tarifs 25 euros adulte

et 15 euros enfants.

Tél. 0690 39 56 29.

KRÉYOL AN MOUVMAN.

Manifestation organisée par le Conseil

Général de Guadeloupe autour du

créole. Conférences, concerts,

expositions, dikté kréyol

au programme. Tél. 0590 997925.

COMMÉMORATION DU DÉCÈS
D'HENRY SIDAMBAROM.

Début octobre. Tél. 0590 867161.

RENCONTRES THÉÂTRALES
À SAINTE-ROSE.

Début octobre. Les différentes troupes et écoles de théâtre de la ville présenteront leurs créations. Tél. 0590 280815.

SALON DE L'ENFANT

au WTC du 26 au 28 octobre 2012. Au programme des ateliers, des conférences et des animations. L'un des temps forts de ce salon : le premier Festival du Livre et de la Jeunesse

Tél. 0590 24 35 34.

SEPTEMBRE

HOMMAGE À EUGÈNE MONA

LE 21 septembre. Plusieurs concerts

seront proposés au Robert et à Fort de

France. Eugène Mona, de son vrai nom

Georges Nilecam, est un chanteur et

flûtiste martiniquais, né le 13

septembre 1943 au Vauclin et décédé

le 21 septembre 1991 à Morne

Calebasse à Fort de France.

COMMÉMORATION
DE L'INSURRECTION
DU SUD DE 1870.

Retraite aux flambeaux à Rivière Pilote le 22 septembre.

6ÈME ÉDITION DU CROSS DE
L'ASSOCIATION LA CIGOGNE
MARTINIQUE au Lamentin.

Tél. 0596 03 06 37- 0696 21 80 16.

OCTOBRE

FÊTES PATRONALES

Fête du François

et de Fonds-Saint-Denis.

22ÈME ÉDITION DU SALON DE
L'HABITAT, DE L'AMÉNAGEMENT,
DE LA DÉCORATION
ET DU FINANCEMENT

à Fort de France, stade Pierre Alier de Dillon. Du 10 au 14 octobre. Mercredi,

Jeudi, Dimanche : 10h00 - 21h00 / Vendredi, Samedi : 10h00 - 22h00. Entrée gratuite le mercredi et jeudi.

Tél. 0596 77 11 55.

JOURNÉE INTERNATIONALE
DU CRÉOLE.

Conférences, ateliers et dictée créole vous seront proposés.

Semaine du créole : Rabouraj «Simenn pou gloriyé lang ek kilti kréyol» à Trinité. Tél. 0596 582162.

MISS INDIA MARTINIQUE.

27 octobre 2012 à partir de 20 h. Grand carbet Aimé Césaire de Fort de France.

Tarifs 25 €adulte et 15 €enfants. Tél. 0696 44 62 81.

SEPTEMBRE

FÊTE PATRONALE
DE REMIRE MONJOLY.

8 septembre.

JOURNÉES EUROPÉENNES
DU PATRIMOINE.

15 et 16 septembre

Des visites de sites du patrimoine guyanais.

SALON DES SPORTS
ET DES LOISIRS.

Tél. 0594 29 80 60.

FÊTE DU VÉLO

organisée par l'ORA (l'Observatoire Régional de l'Air en Guyane). Cette manifestation est proposée à l'occasion de la semaine européenne de la mobilité début septembre. Inscription gratuite possible sur place ou au 0594 28 22 70.





CAYENNE - KOUROU - St LAURENT

97.3 - 95.3 - 100.5



Le bail meublé étudiant

Le bail meublé étudiant se distingue d'un bail meublé ordinaire par une durée minimale de location ramenée à neuf mois et l'absence de tacite reconduction du bail à expiration de celui-ci. Le locataire étudiant et le propriétaire doivent donc signer à nouveau un bail s'ils veulent continuer à louer dans les mêmes conditions.

Avantage pour l'étudiant : en signant ce type de contrat, il peut se permettre de ne payer un loyer que pendant neuf mois et employer son argent à d'autres dépenses pendant les vacances d'été.

Avantage pour le bailleur : il peut anticiper plus facilement le départ d'un étudiant au terme de son année scolaire. En outre, une durée de bail réduite permet de récupérer son bien rapidement si l'on n'est pas sûr de vouloir louer longtemps au même locataire.

LOCATION

ENCADREMENT DES LOYERS :

Une des promesses du candidat François Hollande en matière de logement, relayée par la ministre du logement Cécile Duflot, était le blocage des loyers. Le décret a été publié et est entré en vigueur le 1er août 2012 ; il s'applique pendant une durée d'un an dans le cadre d'une nouvelle location ou d'un renouvellement de bail relevant de la loi du 6 juillet 1989 (locations non meublées).

D'après le texte, l'encadrement devrait s'appliquer dans 17 agglomérations de la Guadeloupe, 3 de la Guyane et 15 de la Martinique où la

hausse des prix des loyers au m² est supérieure à 3,2% par an depuis 2002 et où le loyer moyen dépasse les 11 euros le m². D'une manière concrète, ce texte prévoit que lors de la relocation d'un logement le propriétaire ne pourra demander un loyer supérieur à celui de l'ancien locataire. Toutefois, il pourra le revaloriser en tenant compte de la variation de l'indice de référence des loyers (IRL).

Deux exceptions : si le loyer est sous-évalué par rapport au voisinage ou si des travaux importants ont dû être réalisés. Ces travaux doivent correspondre au moins à la moitié de la dernière année de loyer. Dans ce cas, la hausse ne peut excéder 15% du coût des travaux TTC.

ACHAT

Les diagnostics techniques obligatoires

Vous projetez d'acquérir un appartement ou une villa ? Les diagnostics techniques vous apportent une sécurité supplémentaire quant aux caractéristiques du bien dans lequel vous investissez.

Ainsi, depuis le 1er novembre 2007, un dossier unique appelé « Dossier de Diagnostic Technique » (DDT) doit rassembler les états, constats et diagnostics pour vous apporter une meilleure information.

C'est au vendeur qu'il revient de fournir le DDT, qui diffère selon le type, l'âge du bien ainsi que sa localisation, afin de l'annexer à l'avant-contrat ou à l'acte authentique. Il doit comporter :

- Le diagnostic de performance énergétique (DPE)
- Le Constat de Risque d'Exposition au Plomb (CREP) (Pas nécessaire aux Antilles-Guyane)
- L'Etat des Risques Naturels et Technologiques (ERNT)
- La mesure de la surface-loi Carrez (en plus du DDT) (Pour les lots de copropriété)
- Le repérage amiante avant-vente
- L'état relatif à la présence de termites
- L'état des installations intérieures de gaz
- L'état des installations intérieures électriques
- Le contrôle des installations d'assainissements non collectif



MATERIELS & SERVICES

RESEAU SOCODA

En partenariat avec



Journées Portes Ouvertes "30 ans de Matériels et Services" les 10,11 et 12 octobre 2012.

**DE NOMBREUX
CADEAUX SURPRISES !**

30 ans au service du BTP et de
l'industrie,
merci pour votre confiance !



CompAir

POTAIN
by **Manitowoc**



Putzmeister
Mörtelmaschinen



LA NOUVELLE LOI SUR LE HARCELEMENT SEXUEL : UNE NOUVELLE DEFINITION

PAR MAÎTRE BORIS CHONG-SIT

Une loi récente a modifié, de façon identique dans le Code Pénal et le Code du Travail, la définition du harcèlement sexuel et ce suite à la décision du Conseil Constitutionnel en date du 04 mai 2012 qui avait censuré l'incrimination initiale issue de la loi du 02 novembre 1992 en raison de son caractère imprécis, ce qui avait mis fin à toutes les procédures en cours et créé un vide juridique.

Le nouvel article 222-33 du Code pénal est désormais rédigé comme suit :

I. Le harcèlement sexuel est le fait d'imposer à une personne, de façon répétée, des propos ou comportements à connotation sexuelle qui soit portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, soit créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante.

II. Est assimilé au harcèlement sexuel le fait, même non répété, d'user de toute forme de pression grave dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers.

III. Les faits mentionnés aux I et II sont punis de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende (...) ».

Le texte prévoit en outre plusieurs circonstances aggravantes lorsque ces faits sont commis

- 1 -** Par une personne qui abuse de l'autorité que lui confèrent ses fonctions ;
- 2 -** Sur un mineur de quinze ans ;
- 3 -** Sur une personne dont la particulière vulnérabilité, due à son âge, à une maladie, à une infirmité, à une déficience physique ou psychique ou à un état de grossesse, est apparente ou connue de leur auteur ;
- 4 -** Sur une personne dont la particulière vulnérabilité ou dépendance résultant de la précarité de sa situation économique ou sociale est apparente ou connue de leur auteur ;
- 5 -** Par plusieurs personnes agissant en qualité d'auteur ou de complice ».

Un texte plus précis et plus sévère

- La répétition n'est pas forcément nécessaire pour qualifier un acte d'harcèlement sexuel,
 - Est considéré comme auteur celui qui agit pour son compte ou pour le compte d'un tiers,
 - Le champ de la protection est élargi aux personnes en formation ou en stage,
 - Les moyens utilisés pour qualifier l'acte d'harcèlement sexuel sont plus larges puisqu'est notamment réprimée "toute forme de pression grave" (sans autre précision) dans l'hypothèse du délit « assimilé » à du harcèlement sexuel,
 - Plusieurs circonstances aggravantes ont été créées,
 - Les peines ont été revues à la hausse,
- Une obligation de prévention et d'information pour les employeurs

Désormais, une nouvelle obligation pèse sur l'employeur

L'affichage des textes du Code pénal (article 222-33) sur le harcèlement dans les lieux de travail ainsi que dans les locaux ou à la porte des locaux où se fait l'embauche.

En vue de prévenir les faits de harcèlement sexuel, l'employeur doit en effet prendre toutes les dispositions nécessaires.

La loi relative au harcèlement sexuel a été promulguée le 6 août et est en vigueur depuis sa publication au journal officiel survenue le 7 août 2012.



*Pose et réparation à Domicile
Pendant vos heures de bureau*

Pare brise - Vitre laterale

Lunette - Custode

Rétroviseur

*Optique**

**Remplacement et nettoyage
sur place*



0594 35 11 16
0694 90 13 85





www.dom-outlet.com

1ère Boutique en ligne de Vêtements de marques aux Antilles qui livre dans les DOM en express et gratuitement à partir de 79 € d'achat ! Vous êtes livrés en express chez vous en France, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Saint-Martin, Saint-Bathélemy...

Profitez des 10% OFFERTS sur votre première commande sur www.dom-outlet.com



Petit Futé

Leader mondial du guide de voyages avec plus de 650 titres dans sa collection, consacre plus de 3 nouveaux guides aux Antilles-Guyane, dont la sortie est prévue début octobre 2012.

Il est aussi possible d'acheter ces guides en téléchargeant le catalogue Petit Futé sur Itunes Store pour Ipad et Iphone.

Offres d'emploi ADECCO

URGENT :

- Gros-œuvre => **Coffreur-bancheur expérimenté**

(1 an et + d'expérience) / maçon coffreur

- Second-œuvre => **Electricien polyvalent** (Bâtiment et tertiaire) / plombier / soudeur

- **Acheteur (Intérim de 2/3 mois)** : Avec diplôme d'école supérieure en droit ou commerce ou équivalent

- **2 Techniciens audiovisuel (CDI)** : BAC+2 minimum; Habilitation électrique (de moins de 3 ans) ; tâches : mise en œuvre des moyens d'installation courant faible, pose d'équipements, réalisation de cordon RCA, RJ45, JACK, XLR.

Pour des missions ponctuelles :

- **Technicien de maintenance climatisation** : avec 3/4 ans d'expérience.

- **Conducteur d'engins de chantiers expérimentés** (avec CACES 2/3/4/6 en cours de validité).

ETAM / CADRES

- **Ingénieur mécanique générale (CDI)** : avec diplôme d'ingénieur ou expérience significative (4 ou 5 ans + management d'équipe) ; permis VL obligatoire, maîtrise des systèmes mécaniques et/ou électromécaniques ; anglais obligatoire (allemand serait un plus).

- **Chef de chantier VRD**: Expérience réussie de 5 ans et +, Longue mission, lieu de travail St Laurent

- **Chef de Chantier Génie-civil**: Mission de 2 mois (pouvant être reconduite), sérieuse expérience de suivi de chantier et gestion du personnel



Adecco Guyane

Cayenne Kourou St Laurent

0594 29 77 50 0594 32 00 11 0594 34 70 61

better work, better life*

Votre solution CDD – CDI – Interim

Adecco BTP – Industrie

Secrétariat – Bureautique – Finances

* Mieux travailler, mieux vivre

www.adeccodfa.fr



inspiration nature



Le contemporain et vous !

inspiration baroque



inspiration d'ailleurs



Distribution Plomberie
Sanitaire

ZI Terca
Carrefour du Larivot
97351 Matoury
Fax : 05 94 35 09 85

05 94
35 09
89

JACKY VAUDÉ FISHING CONTEST

4EME ÉDITION 2012



Bientôt la fin de l'année
Offrez **Lui** le meilleur...



Distribué par H.S.M. - ZI COLLERY - 05 94 35 08 89

l'abus d'alcool est dangereux pour la santé - À consommer avec modération



Toyota Yaris Hybride votre meilleur choix



3,5L
/100km

79g
CO₂/km

100
ch.

2000€
bonus
écologique

Emission de CO₂ 79 g/km - Consommation en cycle mixte 3,5l/100 km



Toyota Cayenne 1358, route de Baduel
Val'Auto Kourou Agent distributeur - 2, rue Préfontaine - ZI Pariacabo
Auto Maroni Saint-Laurent 3 rue Zone Industrielle

