

#MartiniqueAttractive

Et si nous décidions de faire ensemble la révolution ?

SOMMAIRE

- Introduction
- Le féroce chambardement
- Le changement de monde
- Géographie et histoire, terre et territoire
- La Martinique sera attractive quand elle sera intense
- Les ambitions pour demain
- Conclusion

INTRODUCTION

Considérez-vous le futur comme déjà écrit ? Dans l'affirmative, vos décisions ne vous appartiennent pas. Elles sont déjà inscrites quelque part dans le grand livre du temps aux pages suivantes de votre vie. Et quelle que soit votre décision, dites-vous qu'elle était attendue.

Au sein de Contact-Entreprises, nous portons un regard différent sur les choses. Les chefs d'entreprise que nous représentons considèrent qu'une part de liberté existe et qu'ils peuvent l'exercer.

Pour nous, le dirigeant n'est pas celui qui raconte sa vie telle qu'il aurait aimé la vivre, mais qui la vit telle qu'il aurait aimé qu'on la raconte.

Alors quand il est apparu que la population martiniquaise maigrissait et vieillissait, nous avons d'abord écouté l'opinion générale : « Faisons de cette mauvaise nouvelle une opportunité et développons la silver économie. » Utiliser la contrainte comme ressort dénote toujours d'un esprit optimiste.

Mais peut-on se contenter de gérer son propre destin ? Ne peut-on pas espérer le contredire et même changer le cours annoncé des choses ?

Contact-Entreprises et la CPME Martinique ont saisi les chiffres et les tendances pour comprendre le diagnostic démographique. C'est la première partie de cet opuscule. Nous avons ensuite inversé la question : comment reconstruire l'attractivité du territoire martiniquais ? C'est la deuxième

partie de la réflexion. Parce qu'un lien fort existe entre l'attractivité d'un territoire et sa démographie.

Nous voulons ré-enchanter la Martinique, et nous livrons plusieurs ambitions concrètes. Certaines verront le jour dans les dix-huit mois qui viennent. D'autres s'attaquent à de profonds changements de mentalités et prendront plusieurs années pour se réaliser. Il suffit de se rendre dans les établissements scolaires pour le comprendre.

« Où serez-vous dans dix ans ? En Martinique, à l'étranger, ailleurs ? » Interrogés de la sorte, deux ou trois collégiens par classe seulement confirment leur attachement au territoire. Leur doigt levé est fusillé par tous les autres, sur le poteau d'exécution d'une conviction commune : « l'île n'est plus un avenir. »

Dans la lignée du Livre Bleu publié en Février 2014, Contact-Entreprises engage ici la bataille des trente prochaines années, dépose des projets concrets et des actions réalistes pour démentir cette idée reçue et mettre en route une nouvelle destinée martiniquaise.

LE FÉROCE CHAMBARDEMENT

Chaque année, vous prenez un an de plus. Ainsi coule la vie des hommes, avec la lenteur acceptable de leur anniversaire. Vous voyez vos enfants grandir. A combien de baptêmes assistez-vous chaque année ? Un ou deux ? Vous vous attristez de quelques départs. A combien d'enterrements vous obligez-vous d'assister ? Un ou deux ? Rares sont les naissances et les décès qui ponctuent nos vies. Les choses n'évoluent pas si vite autour de nous. Du moins est-ce notre impression.

Nous ne percevons pas de changements brutaux dans l'épanchement linéaire de nos existences.

C'est pourtant dans cet écoulement lent et sur une durée ramassée que tout est arrivé : un effondrement démographique massif a mordu la population martiniquaise avec le même effet que les guerres ou les épidémies d'autrefois.

Chaque année, une commune de 3.500 habitants comme Basse-Pointe ou les Anses d'Arlet est rayée de la carte.

Dans cette période de paix et de prospérité relative, alors que rien ne semblait bouger fondamentalement dans la vie des Martiniquais, un chambardement brutal s'est mis en route.

En 2007, la Martinique compte 398.000 habitants. Après avoir fait tourner leurs ordinateurs, les démographes et les statisticiens publient quatre années plus tard, leur projection du territoire à l'horizon 2040. Le scénario médian qu'ils dessinent s'établit à 423.000 habitants, avec un point intermédiaire de 409.000 habitants en 2015.

Sauf que l'année 2014 sonne la débâcle. La Martinique affiche 381.000 habitants.

L'écart entre le prévu et le réel donne 28.000 habitants de moins que ceux attendus.

Pourquoi ?

D'abord le taux de croissance de la population fléchit depuis 2008. Mais surtout, de 2013 à 2015, la Martinique perd 3.500 habitants net par an.

Comme si Basse-Pointe ou les Anses d'Arlet disparaissait chaque année. Habitations, commerces, associations, revenus, réjouissances, élections, institutions... Soudain, sur la carte des zones désertes surgissent là où la vie riait jadis. Vous n'avez plus de clients là où vous aviez quelques années plus tôt une opulente zone de chalandise. Une école maternelle ferme et le "lolo" d'en face meurt. Des maisons restent à l'abandon. Un pêcheur disparaît. Des commerces baissent leurs rideaux. Des communes s'éteignent lentement.

La pire projection semble même prévoir 320.000 personnes en 2040 dans le département au lieu des 420.000 attendues par les mêmes travaux prospectifs quelques années plus tôt. Il faut comprendre pourquoi. Enquêtons.

Il naît plus de Martiniquais qu'il n'en meurt.

Mais il en part plus qu'il n'en revient.

La Martinique se dépeuple.

C'est l'effet champignon.

Sur un territoire donné, une population grossit par le nombre des naissances et d'immigrations favorables. Elle périclité par les décès et les émigrations défavorables.

Posons-nous trois questions simples.

1- Le nombre de naissances a-t-il baissé ?

Très légèrement. Les statisticiens parleraient d'un tassement à la baisse. Les chiffres de l'Insee sont les suivants :

	2012	2013	2014
Naissances	4.458	4.218	4.367

Ces données ne montrent aucun effondrement accablant et restent globalement conformes à l'étude publiée en 2011.

2- Le nombre de décès a-t-il augmenté sur la même période ?

En chiffre absolu assurément. Les tendances l'attestent. Les voici pour la même période :

	2012	2013	2014
Décès	2.816	2.902	3.319

Cinq cent trois décès supplémentaires entre 2012 et 2014, est-ce beaucoup ? Ce n'est pas le chiffre à observer. Il faut examiner ce que l'on appelle le solde naturel, c'est-à-dire le résultat des naissances moins les décès. L'observation donne un résultat positif, ce qui signifie que sur ces deux premiers pa-

ramètres, la population continue de croître, conformément globalement à l'étude publiée en 2011.

	2012	2013	2014
Solde naturel	1.642	1.316	1.048

Bonne nouvelle, la population Martiniquaise, naturellement, est en expansion. Mauvaise nouvelle, elle n'en bénéficie pas. Voyons la troisième question.

3- Combien de candidats au départ chaque année ? Et combien d'arrivants ?

La différence entre les deux questions donne le solde migratoire. Il est explosivement négatif depuis 2012.

	2012	2013	2014
Solde migratoire	-5.569	-4.039	-4.600

Voilà la bombe cachée dans les chiffres. Et la déflagration se poursuit chaque année ! Comme si elle était l'écho de la précédente. Toutes les tranches d'âges sont également touchées. Les très jeunes, compris entre 10 et 14 ans, comme les plus de 65 ans.

Il y a plus d'allers simples que d'allers retours... Cette réalité prévaut depuis les années soixante. Un Antillais sur dix seulement n'a jamais quitté son île. Les autres ont construit leur trajectoire entre l'hexagone et l'Outre-mer, motivés par l'espoir de promotion sociale.

Interrogez les jeunes Martiniquais, entre 18 et 34 ans. 67% d'entre eux se disent prêts, aujourd'hui encore, à quitter leur département. Ils émigrent et se forment. Ils sont plus diplômés que la moyenne, trouvent des emplois qualifiés en France hexagonale et accomplissent leur rêve.

Un exemple ? Didier Alcindor appartient à cette catégorie. Il dirige l'agence bancaire CIC de Ballancourt-sur-Essonne en région parisienne. Expert-comptable, gestionnaire, c'est un multi diplômé parfaitement intégré dans la dynamique de son entreprise et promoteur de la motivation de ses collaborateurs. Retourner au pays ? « Ce n'est pas d'actualité ». Il trouve dans sa banque l'épanouissement qu'il recherchait, les promesses d'un futur plus confortable et la garantie que ses propres enfants s'ouvriront à des mondes plus vastes encore.

L'idée « qu'ailleurs est mon futur » donne des rides à la Martinique. La population y vieillit plus vite encore.

Il est très rare qu'une population déserte un territoire à cette vitesse quand aucune cause brutale ne l'y invite.

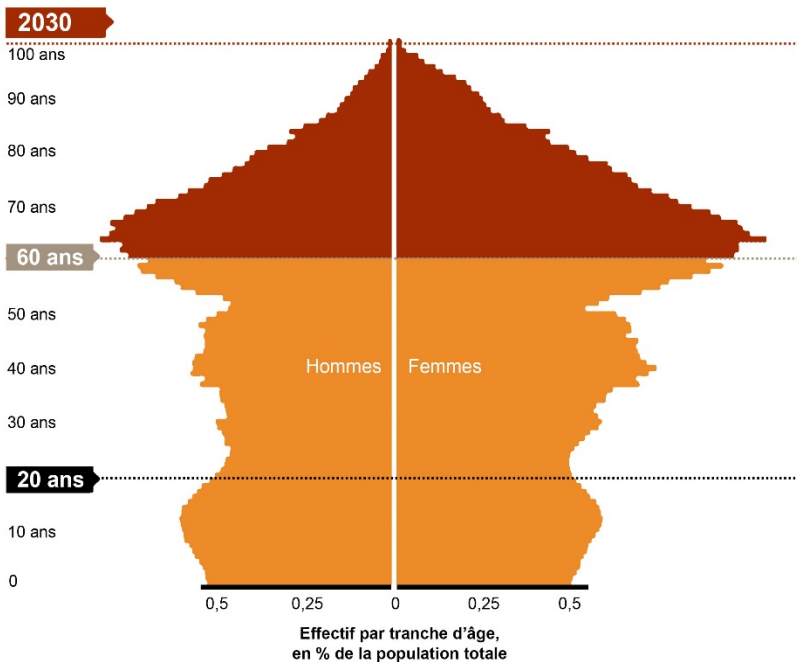
Dans le demi-siècle qu'elle vient de traverser, la Martinique s'est économiquement développée, a connu des décennies de croissance, bénéficié de régimes fiscaux favorables et d'amortisseurs sociaux intéressants. Rien ne la distingue particulièrement de sa voisine la Guadeloupe. Alors que s'est-il passé ? Ces mêmes années de bouleversement du monde ont changé les regards et les envies en profondeur. Une certitude partagée s'est installée dans les esprits : « Ailleurs est mon futur ».

La Martinique se dépeuple. Et elle vieillit plus vite. Ceci est la conséquence de cela.

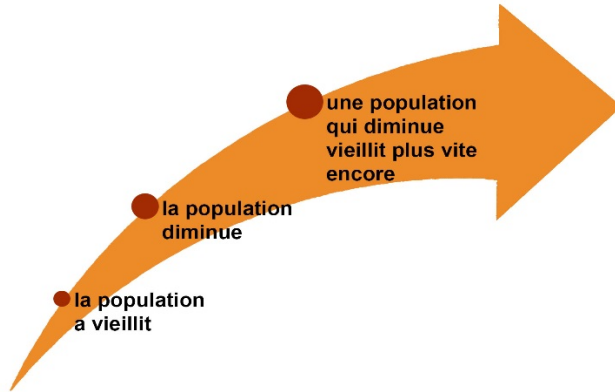
On mesure le vieillissement d'une population en comparant le nombre des plus de 60 ans et le nombre des moins de vingt ans. De 1999 à 2005 par exemple, cet indice a progressé de 9% en Martinique. Et le phénomène s'accélère sous l'effet de quatre causes.

- 1- Un vieillissement par le haut... La durée de vie s'allonge. C'est une bonne nouvelle.
- 2- Les effets du baby-boom. La population des 50 ans et plus est nombreuse. C'est la conséquence des sixties...
- 3- Le vieillissement par le bas... Les naissances se raréfient. C'est une mauvaise nouvelle.
- 4- L'effet migratoire négatif. C'est ici que les départs des jeunes amplifient mécaniquement la tendance naturelle des trois premiers phénomènes.

Les démographes parlent d'effet champignon. Il suffit de regarder la figure ci-dessous.



Chaque année, ce champignon pousse vers le haut. Son « chapeau » concentre les populations les plus âgées, les cinquante ans et plus. Elles grisonnent et aplatissent le haut de la figure. Quand ces populations auront disparu, la Martinique des années suivantes rétrécira brutalement. La flèche désigne les resserrements visibles des jeunes classes d'âge.



Retenons ceci : un chambardement violent percute la Martinique. En très peu de temps, sa population a diminué fortement. Et ce processus accélère encore son vieillissement. Et la silver économie si souvent mise en avant est sans doute une réponse possible au vieillissement de la population. Pas à sa diminution.

Pourquoi cet effondrement ? Pourquoi nos jeunes partent-ils ? Pourquoi ne reviennent-ils pas ? Pourquoi nos entrepreneurs vont-ils investir ailleurs ? Pourquoi nos forces vives nous abandonnent-elles ?

Il y a bien sûr mille raisons à cela. Certaines relèvent de facteurs extérieurs, d'autres relèvent de nous-mêmes. La crise de

2009 a créé un choc dans les esprits. Il est encore difficile d'en mesurer les effets. Le "Martinique bashing" auquel nous nous livrons parfois trop aisément est un coup de coutelas que nous nous auto-infligeons : hurler à la crise du Zika, quand nos voisins choisissent la discrétion, détourne les avions. Répandre sans mesure l'idée que la Martinique est une "Strike Island", que nos terres sont définitivement polluées, que notre niveau de chômage alimente des foyers de violence et que l'insécurité règne à chaque coin de rue, n'est certainement pas de nature à créer de l'envie. S'insurger systématiquement contre les projets structurants, voir en eux d'abord la menace avant d'y voir l'opportunité, fait reculer les investisseurs. Oublier de valoriser celles et ceux qui font des parcours d'excellence dans notre île, laisse entendre à tort que l'on se réalise mieux ailleurs. Et quand certains services publics manquent d'efficacité au point d'être perçus comme des freins, alors qu'ils pourraient être - qu'ils devraient être - des accélérateurs de projets, c'est toute l'énergie d'entreprendre qui faiblit et le sens de l'initiative qui s'éteint, refermant une à une les portes de l'avenir. Transformer ces services en accélérateurs de projets, voilà une priorité absolue.

En 2040, si rien ne change, la Martinique deviendra le Limousin de l'Outre-mer. Un territoire bordé d'eau turquoise, à la biodiversité entretenue, aux paysages luxuriants ou urbains, mais dépeuplés, privé de joie de vivre et d'entreprendre, habitée de souvenirs et de désamour. Y vivra une population appauvrie et vieillissante, entourée de nostalgie et d'Histoire.

LE CHANGEMENT DE MONDE

Nous partageons tous un même sentiment. Des changements bouleversent le monde. Nous avons cru qu'il s'agissait d'une crise. Nous sommes convaincus aujourd'hui que nous assistons à la naissance d'un monde nouveau.

Le numérique renverse des secteurs entiers de l'économie. Le devoir écologique pèse chaque jour un peu plus sur nos activités. Des Start Up cohabitent avec des mastodontes du CAC 40. Une économie nouvelle a élevé les GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon) à des valeurs boursières inconnues au siècle dernier.

Peut-on comprendre ce qui nous arrive ? Les transformations en cours obéissent-elles à une logique visible ? Assiste-t-on à un emballement dénué de sens, porté par des fuites en avant technologiques ?

Les changements en cours se dopent l'un l'autre. Et leurs horizons croisés semblent désormais infinis.

Les économistes comme Christian Saint-Etienne, Marc Moati ou Nicolas Bouzou ont mis de l'ordre dans les changements en cours. Ils ont rangé les innovations par secteur sur les étapes des tendances.

Quatre révolutions s'opèrent depuis le début du XXIème siècle :

- les avancées des biotechnologies et particulièrement de la génomique ;
- le numérique dont les Block Chain et les imprimantes 3D sont les derniers développements connus ;

- les sciences cognitives qui se traduisent par l'introduction massive d'intelligences artificielles et de robots industriels de nouvelle génération dans les entreprises ;
- les nanotechnologies.

Les observateurs les plus avisés pensaient que chaque discipline sprintait dans son couloir à des allures vertigineuses. Depuis une dizaine d'années, on sait que cette vision ne reflète pas la réalité. Chaque discipline déborde dans le couloir des voisins qu'elle dope de sa présence. Toutes se mélangent et accélèrent plus vite encore. Personne n'avait prévu ces hybridations inattendues.

Le numérique s'invite dans les biotechnologies construisant aujourd'hui des prothèses bioniques que seules les séries de science-fiction d'autrefois avaient imaginées. Les nanotechnologies s'immergent dans la génomique pour inventer des médicaments personnalisés et préventifs. Les mathématiques investissent l'intelligence artificielle et permettent la mise en service de « cobots », nouvelle génération de robots capables de travailler aux côtés des hommes. Les mélanges créatifs de ces quatre secteurs électrisent le monde entier et mobilisent les jeunes dans de nombreux pays.

Elles courent vers des horizons innovants qui s'ouvrent chaque jour un peu plus.

Y a-t-il une logique dans ces changements magnifiques ? Les prospectivistes (Edgard Morin comme Marc Halévy sont de ceux-là) multiplient réflexions, études et ouvrages. Ils corroborent le regard et la vision d'autres observateurs comme Yuval Noah Harari (auteur de « Sapiens » chez Albin Michel)

en estimant que des réponses nouvelles s'emparent de questions anciennes et bousculent tout sur leur passage. Cinq grandes ruptures apparaissent.

- ***La rupture écologique***

Depuis le rapport du Club de Rome en 1972, il est acquis qu'une « croissance infinie dans un monde fini est impossible ». Nous puisons de plus en plus dans les matières non renouvelables de la planète. Nous savons par exemple que le « peak oil » a été dépassé vers l'an 2000. Nous consommons désormais plus de pétrole que nous n'en trouvons. Les autres matières premières ont doublé ou doubleront bientôt ce cap de la profusion.

Nous sommes obligés de passer de l'abondance à la frugalité, obligés de produire moins et mieux, obligés de consommer sans gaspillage ni exubérance, obligés de trouver d'autres modes de vies plus économes des ressources.

- ***La rupture numérique***

Nous sommes passés d'un monde mécanique à un monde numérique. Les voitures, les bâtiments, les appareils ménagers... il n'est pas un univers qui ne soit désormais piloté par le numérique. Nous avons accès à toutes les bibliothèques du monde.

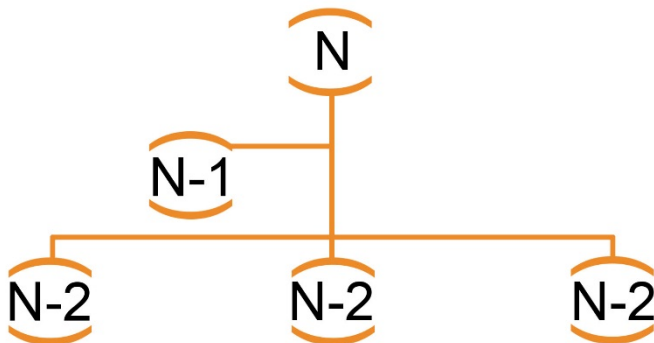
Il s'agit à présent de conserver une techno lucidité. Celle qui nous permet d'écarter les dominations impériales de Google ou d'Amazon. Celle qui nous empêchera d'être assujettis à la technologie, de conserver liberté et libre-arbitre.

- ***La rupture organique***

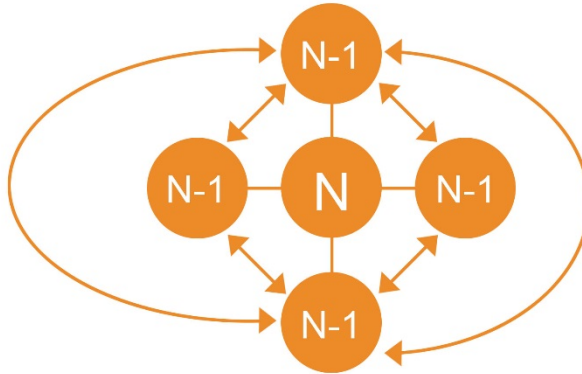
Un manager d'aujourd'hui prend autant de décisions par jour que celui des années 50 en un mois. Dans ce processus, la rationalité recule au profit de l'intuition. Et le collectif s'impose là où un seul homme commandait autrefois.

L'entreprise se redessine. De pyramidale, elle devient réticulaire. Le premier système, la pyramide, relie le manager à chacun de ses collaborateurs. Le nombre de liaisons est de $L = N - 1$ (N étant le nombre de collaborateurs). La pyramide est efficace par temps stable. Ainsi sont conçues nos entreprises et nos administrations depuis la Renaissance.

Le système pyramidal ne permet aucune transmission rapide de l'information pour tous.



Dans le système réticulaire, l'information est distribuée à tous immédiatement.



Quand le monde bouge, le réseau se révèle une organisation mieux adaptée. Chacun est relié à chacun et le nombre de liaisons est de $L = N \times (N-1)$. Chaque entité est autonome. Chaque entité règle les questions à son échelle. Et quand elle ne le peut pas, elle fait appel au réseau. La subsidiarité complète l'autonomie. La Start Up connectée à d'autres est construite en réseau et croît en réseau.

- ***La rupture économique***

Le modèle économique du XXème siècle reposait sur deux fondamentaux : des prix bas et une taille d'entreprise démesurée pour réaliser des économies d'échelle.

Aujourd'hui, à côté du low-cost existe l'option de mettre de l'intelligence comme plus-value dans le produit ou le service pour augmenter les marges. L'exigence est désormais à la

virtuosité et à l'excellence. Ce qui est bon marché coûte cher quand nous examinons le prix d'achat, la durée de vie, les maintenances intermédiaires d'un produit ou d'un service. L'absence de qualité est désormais un luxe interdit. Les Compagnons du devoir incarnent par exemple un modèle ancestral basé sur l'extrême compétence. Et ils ne manquent ni de marché, ni de prix avantageux que personne ne conteste.

- ***La rupture spirituelle***

Nos ancêtres et nos grands-parents s'inquiétaient souvent de la faisabilité des choses. Ils travaillaient sur le comment de leurs actions. Le pourquoi leur était donné. Cela s'appelait le progrès, entendu comme la volonté de léguer à la génération suivante mieux que ce que l'on avait obtenu.

Ces valeurs sont mortes dans l'esclavage et la traite négrière, les tranchées de la Grande Guerre et les horreurs des camps de concentration. On a compris que le progrès technique ne s'accompagnait pas du progrès moral.

Les jeunes générations exigent aujourd'hui le pourquoi des choses. Car il n'est plus donné par une croyance collective. Elles veulent un sens à l'entreprise et au projet entrepreneurial. Ce sont les générations Y et Z, les générations millenium.

Le siècle s'est mis en mouvement. La Martinique doit s'y projeter. Contact-Entreprises propose quelques ambitions.

Tous les pays se trouvent aujourd'hui confrontés à ces cinq ruptures. Aux chocs de l'ancien et du nouveau monde. Et leurs populations s'engagent avec plus ou moins d'aisance et d'adaptation dans la construction des nouvelles réponses.

Aucun pays ne fait l'économie d'une remise en question. Le Costa Rica est le premier de la planète à vivre entièrement d'une production électrique à base d'énergie renouvelable. D'autres y arriveront sans doute aussi.

Les jeunes générations naissent avec le portable comme tribu, la planète comme domicile et la conviction que les solutions se trouveront ensemble sans nécessairement recourir aux structures d'autrefois.

Dans ce contexte nouveau, « Être attractif » a changé de signification.

Prendre de l'avance sur le futur, inviter à penser autrement, à expérimenter ce qui vient, semble aujourd'hui la seule façon de rendre un territoire attractif, quelle que soit la génération concernée. La géographie importe moins que l'histoire en marche. Le siècle s'est mis en mouvement. La Martinique s'y est-elle projetée ?

Connecté partout dans le monde avec sa famille, ses réseaux, ses curiosités, ses tribus, chacun peut ajouter du nomadisme à ses racines. La sédentarité se démonétise. Au contraire. Plus que jamais les apports extérieurs, « l'étranger », « l'autre » est appelé en renfort pour relancer imagination et processus d'innovation. Les « différences » sont louées, parce que sources d'hybridation. Sur les dix derniers prix Nobel américains, 9 n'étaient pas originaires des États-Unis.

Dans un tel contexte, la Martinique parie-t-elle sur la puissance du numérique pour libérer les savoirs, fédérer les énergies, rassembler les initiatives ? Force-t-elle la cadence pour conquérir son autonomie énergétique et trouver des solutions

durables à ses déchets ? Écoute-t-elle les aspirations des jeunes générations dans toutes les dimensions nouvelles de ses espoirs et de ses inquiétudes ? Accepte-t-elle d'entendre la marche du monde et de réfléchir à toute la part qu'elle doit y prendre ? Conforte-t-elle une identité rare que les autres attendent pour s'enrichir de cette différence ?

Des hommes s'attaquent à des défis planétaires dont dépend leur survie. Ils travaillent à un allongement sans précédent de leur santé, reconsidèrent leur façon de diriger et de collaborer, balbutient des autonomies énergétiques.

Partout résonnent les mêmes préoccupations. Où se positionne la Martinique dans ce concert mondial ?

GÉOGRAPHIE ET HISTOIRE, TERRE ET TERRITOIRE

Une terre vierge encore offre à la vue des hommes l'émotion de ses couleurs et de ses fragrances. Le mélange de minéral et de végétal, les espaces et les volumes, la hauteur des arbres et la douceur des reliefs provoquent des arcs-en-ciel d'émotions aux premiers visiteurs.

La première vue instruit d'abord des essences et par déduction de la faune probable. Petit à petit des écosystèmes se révèlent, des espèces endémiques apparaissent. Une terre, sur la nôtre, n'est jamais absente de vie. Chacune à son dosage de chaleur et de pluie, de douceur et de lumière. Le vent et les ruissellements burinent ses reliefs. Tout cela ne reste qu'une terre.

Que l'homme s'y fixe et naît un territoire. Il s'accommode des rivières et des plaines, des ravins et des mornes. La singularité de la terre oriente ses pratiques et ses industries. Le carême et l'hivernage, le froid et le gel, l'entraînent vers la lente observation de la nature et du gibier. Il excelle dans le traitement de la matière et du végétal.

Ses craintes et ses rêves nourrissent son imaginaire. La baleine blanche habite l'esprit des gens de l'arctique. A rebours, le chaud et l'humide l'appellent à considérer le foisonnement de la végétation, la saison unique de la banane ou de l'ananas, l'ingénieuse variété d'usages de la noix de coco. D'autres us, d'autres cultures s'affirment.

D'une terre, l'homme, par sa culture, en fait un territoire. L'accueil y sera doux ou inexistant ; la curiosité forte ou ab-

sente ; le respect des anciens sera unanime ou disputé ; l'éducation des jeunes intense ou sans intérêt.

Les vertus qu'avait la terre se démonétisent quand se présente l'art des hommes à y vivre ensemble. La culture, l'altérité, l'estime de l'autre, la soif de partage deviennent des marques territoriales bien plus recherchées que tous les rivages ensoleillés du monde. L'art de la parole, la profondeur des pensées, l'humour et la bonne humeur, la gastronomie distinguent un peuple. On en a fait une émission : « En terre inconnue ». On en a fait un catalogue de clichés. La joie qualifie la jeunesse brésilienne ; l'accueil souriant et direct va au Nord-Américain ; une réserve noble appartiendra au gentilhomme espagnol tandis que la frivolité créative s'attribuera à l'Italien et la discipline à l'Allemand.

La terre de Martinique regorge d'opulents paysages et d'oasis de confort nombreux. Le Sud plus maritime et doux sied aux longs week-ends de repos et aux vacances recherchées. Les bleus profonds, les camaïeux de turquoises, les grèges et les blancs signent ses horizons de paradis. Un aquarelliste lumineux enivre le visiteur de ces palettes rayonnantes. Le Nord atlantique présente toute la poésie rude de ses rivages, la puissance de ses rouleaux et le vacarme de sa houle. Être une île à la toute fin de l'Atlantique et à l'orée du Golfe du Mexique prend là-bas toute sa signification.

Voilà pourquoi beaucoup viennent en Martinique. Ils entrent dans la carte postale et marchent sur un rêve de plage blonde.

Le visiteur cherche et trouve le frisson de la sensorialité, la douceur naturelle des lumières tranchées, l'éclaboussure colorées des couchers de soleil qui firent Gauguin changer sa

peinture, le bercement des alizés, la nonchalance d'un temps suspendu.

Une fois tout ceci consommé, le voyageur se tourne vers les habitudes et les coutumes des hommes. Il tente d'imiter la cérémonie du ti-punch. Il découvre des fruits et des légumes transformés par l'art de vivre des familles. Il s'initie à des rythmes nouveaux autant marqués d'Histoire sombre que de sourires joyeux. Il visite les brûlures de Saint Pierre, ouvre un recueil d'Aimé Césaire sur un banc de la Savane. Il approche à pas lents l'esprit des hommes et n'est qu'au début de sa route.

Qui l'accueillera dans cette culture martiniquaise ? Qui le guidera dans les fêlures et les ravissements de cette autre façon de penser ? Du monde entier, aujourd'hui, la Martinique est visible sur Internet. Avec elle ou malgré elle, profusion de sites et de réseaux en parlent. Ils n'en disent que les clichés, pas les volontés.

La Martinique clame-t-elle assez qu'elle est une île ? C'est-à-dire un territoire où l'on peut se recueillir à l'abri des transes et des turbulences humaines ? C'est-à-dire un territoire plus contraint que partout ailleurs où plus que jamais aide et entraide forge la communauté de vie ? Que l'île ne produise pas assez d'électricité et elle en manquera car personne ne viendra l'aider. Qu'elle ne construise pas assez de logements et elle en manquera car personne ne pourra accueillir ailleurs ses habitants dans l'immédiat. Qu'elle doit trier ses déchets et les recycler sous peine de vivre sur une décharge à ciel ouvert. Qu'elle s'impose de développer ses capacités d'Internet et son intelligence numérique sous peine de ne pas vivre la pulsation du monde.

Il serait intéressant d'interroger de très nombreux résidents et autant de visiteurs sur l'île. Comment définiriez-vous l'identité des Martiniquais ? Que souhaiteriez-vous qui change demain ? Que voulez-vous qui ne change pas ? Un tel questionnaire révélerait les croyances communes. Elles sont nombreuses et toutes respectables.

Il ne s'agirait pas d'en discuter le fondement, mais d'en apprécier la cohérence et parfois les contradictions. Ce n'est pas dans les applications de grands principes qu'une culture se révèle, mais dans la façon dont elle résout ses contradictions.

Le Martiniquais veut être libre et tourner le dos aux périodes sombres de l'esclavage. Il y a une vingtaine d'années encore, il refusait de servir, dans un restaurant ou un hôtel par exemple. Le mot, trop proche « d'asservir » en qualifiait beaucoup trop les tâches. La fonction était trop voisine d'un statut historiquement combattu.

Le secteur de l'hôtellerie, de la restauration, du tourisme en général en a souffert. La fréquentation des visiteurs aussi. Des emplois ont été perdus. De telle sorte que beaucoup de Martiniquais préférèrent s'emprisonner dans de maigres allocations de chômage ou des minimas sociaux.

L'attractivité d'un territoire dépend de la vitesse d'adaptation d'une population aux appels et aux invitations du monde. Comment enrichissons-nous notre culture pour la mettre au diapason des évolutions en cours sans toucher aux fondamentaux de notre identité ?

L'attractivité d'un territoire dépend aussi et surtout de sa capacité à organiser ses énergies économiques dans un sens

clairement déterminé. Quel cap pour demain, quelle vision mobilisatrice, quelles infrastructures prioritaires ? Et très concrètement, quelles facilités faut-il donner aux populations pour qu'elles s'installent, circulent, et vivent heureuses au quotidien ?

L'organisation spatiale du territoire est organisée autour du SAR (Schéma d'Aménagement Régional), des SCOT (Schéma de Cohérence Territoriale) et des PLU (Plan Local d'Urbanisme) ; ce sont ces documents qui définissent les orientations voulues par les élus.

Force est de constater que le SAR voté en 1998 n'a pas permis le développement de la population, fondement même du développement économique du territoire, en limitant les zones constructibles et en gelant de vastes zones, soit au titre de la protection des terres agricoles soit au titre des zones naturelles.

Il n'a pas permis non plus une meilleure organisation des transports publics et du réseau routier pour créer un maillage fort permettant la fluidité de la circulation, élément clé de la compétitivité des entreprises et du bonheur des citoyens.

Au plan des zones d'activités, le territoire n'a pas retenu dans ses priorités la création d'une vaste zone d'activités à l'image de ce qui se fait dans d'autres régions, ce qui aurait permis l'installation d'activités nouvelles et l'extension des activités existantes.

La décroissance de la population et son corollaire, la baisse de l'activité économique, ne sont pas une fatalité. Une politique volontariste peut permettre d'inverser la courbe démogra-

phique observée depuis quelques années en intervenant sur les facteurs suivants :

- Création de nouveaux quartiers
- Amélioration du transport et du réseau routier
- Création de nouvelles zones d'activités

Pour y parvenir, les élus et les pouvoirs publics doivent maintenant s'interroger avec pragmatisme et en concertation avec les acteurs économiques sur les instruments qui régissent l'aménagement territorial. En particulier, la révision du SAR, les modifications des SCOT, les modifications des PLU, l'extension des zones constructibles, et la politique d'extension du réseau routier.

Cette politique ambitieuse d'équipements doit aussi se mettre au service d'une vision économique claire et mobilisatrice. Les travaux du précédent Livre Bleu de Contact-Entreprises, publié en Février 2014 avaient mis en exergue deux grands axes qui peuvent - qui doivent - inspirer les projets structurants de la Martinique :

- **L'économie bleue** : la Martinique peut devenir une terre d'excellence en se tournant délibérément vers la mer, et en s'organisant pour tirer profit de tous les potentiels qu'apportent les océans. Ainsi par exemple, tripler le nombre d'anneaux permettant aux bateaux de plaisance d'accoster chez nous, serait un signal fort qui attirerait des centaines, voire des milliers de visiteurs-consommateurs supplémentaires. La Martinique dispose aujourd'hui d'environ 3.000 anneaux ; et si nous décidions d'équiper nos côtes de 10.000 anneaux, et d'adapter notre cadre fiscal et réglemen-

taire, nous pourrions devenir la première destination nautique de toute la Caraïbe !

- **Le rhum** : la Martinique produit le meilleur rhum du monde, dans un des plus beaux endroits du monde. Et pourtant, elle n'est pas encore considérée comme la capitale mondiale du rhum. Observons comment le whisky a su modeler l'Ecosse, son territoire, son patrimoine culturel, son tourisme, mais aussi son agriculture, son industrie, son commerce... et son identité. Nous avons tout pour réussir ce petit miracle. Il nous manque juste un peu de volonté collective.

Contact-Entreprises prend ici la mesure de la marche en cours et propose des pistes de son temps. Des projets de renaissance et de joie pour forger une attractivité moderne et profonde.

LA MARTINIQUE SERA ATTRACTIVE QUAND ELLE SERA INTENSE

Imaginons une Martinique Intense où le beau est une valeur nationale et où la culture et la fête sont omniprésentes.

Imaginons cette expérience unique au monde où nous sommes plongés au cœur d'un éden, d'un verger généreux et luxuriant qui s'offre à tous. Le beau serait présent partout. La route deviendrait un jardin, un parcours de découverte, où les ronds-points, les ouvrages d'arts et autres aménagements routiers seraient des œuvres artistiques où les paysages seraient magnifiés, où les points de vue seraient dégagés, et où les accès seraient parsemés de fleurs, d'arbres grandioses et de fruits à portée de mains. Notre biodiversité, notre nature généreuse, nos nombreux artistes exprimeraient ainsi leurs magnificences.

A l'instar de l'entrée de la commune du François, imaginons un foisonnement de couleurs avec les bougainvilliers, les oiseaux du paradis, les frangipaniers, les alamandas, les hibiscus, les balisiers, les anthuriums, les roses de porcelaines... partout le long de nos routes.

A l'instar de l'allée de gliricidias de Basse-Pointe, imaginons fromagers, flamboyants, amandiers, figuiers, l'épinis, mahoganys, courbarils, zamanas et aussi une multitude de palmiers royaux, bouteille, céleri, rouges.

A l'instar des voies bordées de canne, imaginons nos routes transformées en vergers avec goyaviers, manguiers, avocats, orangers, mandariniers, papayers, maracudjas, pommes de liane, cocotiers, corossoliers, moubins, des arbres fruitiers à

foison qui offrent généreusement, gracieusement leurs fruits à qui veut bien.

A l'instar du rond-point de Plateau-Fofò à Schœlcher, imaginons des œuvres d'art grandioses sur l'ensemble des ronds-points. Imaginons les passerelles de la rocade métamorphosées en arc en ciel, les ponts de la A1 transformés en arches miraculeuses. De l'art partout intense.

Imaginons aussi nos coupeurs d'herbes mués en jardiniers du paradis, cultivant le merveilleux. Finis la débroussailleuse pétaradante, bienvenue à l'art, au beau, à la sélection d'herbes de couverture, à la recherche, à la préservation de la biodiversité, à l'exportation de plants.

La Martinique intense, c'est aussi une Martinique culturelle et festive où toute l'année est cadencée en continu par les fêtes et événements de toutes sortes.

Noël et les « chanté Noël », la Saint Sylvestre avec les boucans de la baie, le carnaval et ses soirées, ses défilés multicolores populaires et ses groupes à pieds dansant à l'unisson des tambours, Pâques avec son matoutou au bord de l'eau et de la plage, et aussi la fête Hindou Maha Kali, les grandes vacances avec le festival culturel, le tour des yoles, la toussaint en hommage aux disparus et les retrouvailles familiales, la fête du rhum en décembre.

L'intensité culturelle et festive omniprésente, ce sont aussi les fêtes patronales dans chacune des communes, le tour cycliste, la Martinique régata, le cata raid, la semaine de la voile pour les « voileux », les concerts de jazz, de biguine, de zouk, les

pièces de théâtre, la Course du souvenir, la TransMartinique du Club Manikou, le raid des Alizés, course 100% féminine...

A l'instar du Puy du Fou, imaginons aussi un spectacle grandiose son et lumière chaque 8 mai, date de la grande éruption, imaginons faire revivre les pirates au château Dubuc, imaginons chaque année une foire artistique caribéenne et américaine à l'habitation Clément, imaginons un espace artistique d'envergure internationale en lien avec le musée du Louvre et le musée Pompidou à proximité des bateaux de croisières.

Chaque saison, chaque mois, chaque semaine est ponctuée par un événement où la proximité et la convivialité s'expriment, où la communion des martiniquais suscite l'attraction et invite les vacanciers, les touristes à se mêler à notre allégresse et à notre chaleur locale authentique.

Voilà la Martinique intense qui habite déjà notre nature et chacun d'entre nous.

Voici cette Martinique intense qui nous consolide et nous ouvre au monde.

LES AMBITIONS POUR DEMAIN

1. L'Ambition de faire évoluer les comportements
2. L'Ambition de choisir son immigration
3. L'Ambition de former et de Rayonner :
 - Martinique Expansion
 - Martinique Digital Island
 - Martinique Hub régional
 - HEC Martinique
 - Ouvrir l'Université à l'international
4. L'Ambition terre et mer
 - Odyssea
 - Martinique Réserve de Biosphère
 - Martinique Bleue : plaisance et free tax
 - Une piscine en mer dans le nord
 - Kayflô
 - Le golf du Marin
5. L'Ambition Culturelle
 - Le Grand Musée de la Martinique
 - Martinique Terre de Rhum

AMBITION N°1 : Faire évoluer les comportements

“Et si on faisait le ménage dans nos têtes ? Un peu moins d'idées reçues, un peu plus d'optimisme. C'est toute la Martinique qui changerait de look.”

Nadia Chonville est docteur en sociologie à l'université des Antilles. Une hypokhâgne au lycée Jeanne d'Albret à Saint Germain en Laye, Sciences Po à Grenoble. Et un retour en Martinique.

Elle est partie. Elle est revenue. Elle est sociologue. Deux raisons au moins pour s'intéresser à la fuite des cerveaux Martiniquais. « Comprendre pour prévenir », telle pourrait être sa devise.

1ère affirmation : “Ils partent parce qu'ils ont été programmés pour cela”

« Nous avons en effet un réflexe culturel qui vise à rendre la Martinique repoussante », estime Nadia Chonville. On ne raisonne pas sur la question de l'opportunité de la Martinique. On adopte la doxa sans réfléchir ».

Elle-même a quitté son département pendant de nombreuses années. Au moment de son départ, elle avait décidé de revenir. Elle s'est installée de nombreux mois au Mexique, a étudié en région parisienne et à Grenoble. Puis a repris le chemin de Fort-de-France.

La sociologue a mené des entretiens avec des jeunes installés dans l'entonnoir de la fuite des cerveaux. « Un mot revenait sans cesse comme repoussoir au retour : la mentalité ».

À l'analyse, le terme en cache un autre : le « maquerellage », appellation locale du cancan, babil, caquetage, potin, commérage. Et dans une dimension plus négative, la calomnie.

« C'est vrai, reconnaît Nadia Chonville. Le maquerellage est une réalité, un sport national. Quand on en a conscience, on peut agir pour soi et pour les autres. Pour soi, en ne s'autorisant pas certains comportements en public afin de protéger sa propre réputation, bien précieux sur une île. Pour les autres, en s'interdisant d'être agent de rumeur. »

Les grandes villes permettent d'enrober toutes les bêtises d'anonymat. Diluer sa vie dans les interdits sans soulever la moindre risée ou entacher sa réputation est possible. Goûter à cet avantage rend plus suffocante l'impression d'étouffement au retour. « Le maquerellage peut être perçu comme un défaut du vivre ensemble. Quelle société n'a pas le sien ? Là où l'anonymat prévaut s'étend aussi l'empire de la solitude. On peut même se sentir seule au milieu d'une foule dans une capitale mondiale ! »

Pour éviter la fuite des cerveaux, il faut d'abord laver les cerveaux des stéréotypes.

2ème affirmation : “Nous avons encore des comportements influencés par des problématiques racistes”

« Le discours raciste de la période coloniale est aujourd'hui intériorisé dans le tissu social. Par exemple, la femme essaiera de se marier avec ‘plus blanc que soi’ pour monter dans l'échelle sociale. Ou encore, il est préférable d'avoir des enfants ‘plus blancs que soi’ pour qu'ils s'élèvent plus aisément dans la société », explique la jeune sociologue.

Pour tordre le cou à ces convictions enfouies, elle préconise de prendre le contrôle de l'éducation. Les programmes scolaires et les projets éducatifs doivent servir la déconstruction du racisme intériorisé.

D'abord en permettant aux chercheurs d'accomplir un travail en profondeur sur la colonisation. Ce qui permettrait de dynamiser des tabous et de rénover le regard porté sur soi-même. Ensuite, adapter les programmes scolaires : « En Histoire comme en Géographie, l'Éducation Nationale fait des efforts, mais ils sont trop timides juge la sociologue. C'est au moment où vous avez 17 ans que pendant deux heures on vous parle enfin de l'Histoire propre de votre département. On nous construit une image de la France. Pas de la Martinique ».

Des exemples existent comme à la Barbade où les manuels racontent le territoire depuis ses débuts. « En Martinique, nous avons l'impression que tout commence avec l'arrivée des Français. Le début de notre histoire est une catastrophe ».

Le troisième levier consisterait à utiliser les écrans pour y diffuser des histoires, des fictions de qualité qui permettraient d'élaborer des mythes fondateurs.

3ème affirmation : “Chacun doit devenir l'avocat de la mentalité martiniquaise. Nous devons produire du discours positif”

« En réalité, estime Nadia Chonville, depuis la colonisation, il est admis que ‘le nègre n'est pas positif’. De telle sorte que le Martiniquais adopte sans réfléchir les postures qui le définissent comme blanc ».

Quand les femmes se défrisent les cheveux pour ressembler non pour être, est un comportement aliéné. En Martinique des réactions se manifestent. « Porter des cheveux crépus est une façon de lutter contre l'aliénation, clame la jeune sociologue. Les forces de la Martinique ne se limitent pas au sport, à la musique et à la culture. J'ai étudié au Mexique. Sur cinq textes proposés, deux étaient signés Aimé Césaire. »

Les Martiniquais, estime la jeune femme, doivent être très attentifs au discours qu'ils tiennent à leurs enfants. Ils doivent très tôt promouvoir la Martinique. « Les artistes, les hommes politiques doivent s'engager. Qui sera l'avocat de la mentalité martiniquaise ? Nous devons produire du discours positif. »

4ème affirmation : “Cessez de croire que le futur n'est qu'économique. Les choses bougent”

L'attractivité économique du territoire n'est pas en cause, pense Nadia Chonville. *« On a exilé les jeunes diplômés partis faire leurs études ailleurs en leur faisant croire l'inverse, tonne-t-elle. Il y a du travail pour tous »*

Les dernières études de l'Insee semblent contredire la profession de foi. Dans son Flash n° 53 de novembre 2016, l'institut note un léger repli de l'attractivité en Martinique en 2013 par rapport à 2008. « Le territoire attire globalement peu d'emplois productifs et encore moins d'emplois qualifiés de cadres ou de professions supérieures. Parmi eux, les natifs sont largement sous-représentés »

Les trajectoires professionnelles n'entraînent pas toujours qu'une seule personne, mais une famille. L'homme peut se sentir très à l'aise et passionné par son nouveau contexte pro-

fessionnel quand l'épouse est déçue par le cadre culturel environnant. Cette remarque est fréquemment rencontrée dans les départements de l'Est ou du Nord de l'hexagone.

La Martinique pourrait en souffrir aussi. « Nous avons une économie du divertissement, plaide la docteure en sociologie. Et ça c'est nouveau ! Nous avons par exemple importé d'ailleurs la culture des bars à thèmes. Nous devons en faire la promotion. Personne ne vous dit 'On s'éclate ici !' Et on peut encore les développer en fonction de notre culture. On assiste aussi à l'émergence de petits cabarets et de petites salles de concerts ». C'est heureux car l'étudiant parti à l'étranger compare la journée à Prague ou à Londres avec un retour dans une villa de la campagne martiniquaise avec les poules pour voisines.

5ème affirmation : “Il nous manque un enseignement supérieur plus complet”

L'offre universitaire chétive de la Martinique oblige les jeunes îliens à partir. En France hexagonale, le jeune étudiant peut embrasser un parcours à l'étranger grâce à Erasmus. Et il revient dans sa ville. Le jeune Martiniquais sait en revanche qu'il part pour ne pas revenir.

« Il faut se donner les moyens financiers de permettre aux jeunes étudiants de revenir dans leur île », estime Nadia Chonville. Elle milite pour le rétablissement du passeport mobilité.

En résumé, il s'agirait :

- De modifier les mentalités.
- De lutter contre l'idée reçue qui consiste à croire qu'ailleurs c'est meilleur.

- De lutter contre l'idée que l'offre économique seule fait l'attractivité du territoire.
- De soigner les comportements encore liés à une idéologie coloniale.
- De développer l'offre universitaire.

À entendre la jeune femme, beaucoup de travail peut être réalisé sur soi avant même d'attendre une intervention extérieure. Ce qui est la marque d'une exceptionnelle liberté.

AMBITION N°2 : choisir son immigration

Moutoussamy, N’Guela, Ho Hio Hen, Jaar... Tous ces patronymes viennent de loin et sont profondément martiniquais.

Et pourtant la Martinique est aujourd'hui le territoire français qui accueille le moins d'immigrés (moins de 2% de la population), alors que notre terre s’est construite par et autour des migrations et des mobilités.

Le comble, c’est que malgré un taux de chômage massif, la Martinique manque de compétences ou de ressources sur certains métiers : qui n'a pas attendu plusieurs semaines pour un rendez-vous chez un médecin ou un ophtalmologiste ? Pour développer la silver économie, avons-nous assez d'infirmières, de spécialistes de la domotique ? Pour développer un cluster digital, assez d'informaticiens ? En lien avec Pôle Emploi et les principales branches professionnelles, la collectivité pourrait identifier les secteurs en difficulté de recrutement et les postes à pourvoir qui ne trouvent pas preneurs localement.

Imaginez quels coups de projecteurs internationaux aurait reçu la Martinique si en pleine crise des migrants syriens, nous avions annoncé que nous étions prêts à en accueillir 1000 ?

Sans parler des classes qui n'auraient pas fermé et des compétences qui auraient été ainsi accueillies comme ont su si bien faire les Allemands ?

Les médias modernes (Facebook, LinkedIn, ...) permettent aujourd'hui d’orienter la publicité en fonction des profils des candidats pour promouvoir la Martinique, charge ensuite à ces profils de chercher un emploi. Pourquoi ne pas nous lancer

dans la démarche, sur le modèle de ce que fait le Canada ? Dans la même optique, pourquoi ne pas faire une campagne favorisant le retour de nos jeunes ?

Deux personnalités se sont récemment exprimées : Raphaël Confiant a écrit le 23/09/2016 "Nos responsables seraient (mieux) inspirés de réfléchir à une politique d'accueil de populations extérieures, caribéennes en priorité évidemment, mais de toute autre contrée du monde aussi, afin de redonner du souffle à notre natalité. Il y va de l'existence même du peuple martiniquais".

Avant lui, Gerry L'Etang, le 11/06/2015, déclarait "La solution, même si elle apparaît hérétique, est de relancer les flux migratoires".

Alors oui, de même que toutes les facilités pour le retour de nos migrants martiniquais, notamment les jeunes adultes, sont à encourager, il apparaît nécessaire de rendre la Martinique attractive pour une immigration voulue et choisie.

Prêt pour le débat et pour agir ?

AMBITION N°3 : Martinique Expansion

Tiens, un investisseur ! Coup de fusil ou tapis rouge ?

Attrape-t-on des mouches avec du vinaigre ? Les règles qui s'imposent naturellement aux créateurs d'entreprise sont si lourdes, qu'à elles seules elles suffisent souvent à enterrer les projets. Et on serait effrayé si le cimetière des projets mort-nés se dressait devant nos yeux. Effrayé et indigné, car combien de belles idées, combien d'entreprises d'avenir, combien d'aventures enthousiasmantes, combien d'emplois crouissent aujourd'hui dans ces morgues, tout simplement parce que nous n'avons pas su les accueillir, les épauler, les aider ?

Dynamisme démographique, diversité des filières d'activité, savoir-faire des Martiniquais, innovations, nouvelles technologies, développement des énergies durables, tourisme : les enjeux et les futurs gisements de croissance convergent pourtant vers la Martinique. Mais quand un investisseur débarque, vers qui se tourne-t-il ? Qui pourra l'aider concrètement à ouvrir les premières portes, à trouver un site, un financement, à identifier des partenaires, à contourner les obstacles, à trouver une école pour ses enfants, à réserver une place à la crèche... Bref, qui lui déroulera le tapis rouge ?

Il existe dans certains territoires des organisations, à l'instar de Vendée Expansion, dont pourrait s'inspirer la Martinique : pourquoi ne pas imaginer un élargissement des missions de Martinique Développement réunissant plusieurs acteurs publics et privées de l'économie martiniquaise, qui agirait sans relâche pour promouvoir le territoire et ses acteurs, attirer des entreprises, soutenir les filières innovantes et les pôles de compétitivité ?

Cette mission d'intérêt général mettrait en œuvre de nombreux métiers : accompagnement de projets, facilitation des relations avec les partenaires incontournables (EDF, téléphonie, mairies, administrations...), prospection d'entreprises, intelligence territoriale, négociations foncières, aménagement de sols, ingénierie immobilière, promotion et commercialisation touristiques. Toutes ces compétences et tous ces savoir-faire agiraient en synergie et seraient mobilisés pour l'accueil, l'accompagnement et la réussite des projets.

L'organisation n'aurait qu'une obsession : attirer les créateurs d'entreprises et leur dérouler le tapis rouge ! Une conciergerie pour chefs d'entreprise : le métier reste à inventer. Il cumule carnet d'adresses, diplomatie, connaissances des hommes, des choses et des institutions. Il ouvre les portes, facilite les contacts, anticipe les besoins professionnels et les nécessités personnelles.

AMBITION N°4 : Martinique Digital Island, l'exemple de Yoane et Saïdou

Saïdou Bernabé & Yoane Pavadé travaillent maintenant depuis une quinzaine d'années dans le domaine de la création numérique. Ces deux amis de longue date se rencontrent pour la première fois à l'IRAVM (Institut Régional d'Arts Visuels). C'est suite à l'obtention de leur DNAT (Diplôme National des Arts & Techniques) obtenu à l'IRAVM qu'ils intègrent la prestigieuse école de cinéma, l'ESRA (école Supérieure de Réalisation Audiovisuelle) qui venait d'ouvrir un département consacré aux effets spéciaux numériques. Sortis major de leurs promotions respectives, leurs films d'animation sous le bras, les deux natifs de la Martinique font alors leurs premiers pas dans le monde professionnel de la place parisienne.

De fil en aiguille, ils finissent par intéresser les plus gros studios de post-production parisiens et intègrent les équipes de nombreux projets de longs-métrages : *Astérix aux Jeux Olympiques*, *Underworld 3*, *Arthur et les minimoyes*, *Batman the Dark Knight*.

Forts de leurs expériences, ils relèvent un nouveau défi : Intégrer les prestigieux studios d'effets spéciaux londoniens. Pari réussi ! Puisque quelques mois plus tard, ils sont recrutés par Double Negative sur le long-métrage *John Carter Of Mars* des studios Disney/Pixar.

C'est dans cet environnement Anglo-Saxon, au milieu de pas moins de 900 techniciens hautement qualifiés venus du monde entier, que les deux entrepreneurs mûrissent alors

l'idée d'un retour au pays et d'un partage de leur expérience internationale avec la jeunesse martiniquaise.

Yoane fut également formateur à l'ESRA et SUPINFOCOM en tant que professeur d'animation 3D tandis que Saïdou revenait de Nouvelle-Zélande où il a travaillé sur le film *The Hobbit* dans le prestigieux studio de Peter Jackson, réalisateur de la fameuse saga *Le Seigneur des Anneaux*.

Forts de ces expériences, Yoane Pavadé et Saïdou Bernabé décident de rentrer au pays afin de monter PARALLEL 14 la première École Supérieure privée, spécialisée dans les domaines techniques innovants de la création numérique dans le Bassin Caribéen.

PARALLEL 14, l'exemple concret d'une formation d'excellence, vecteur d'attractivité pour la Martinique :

Premier établissement de ce genre installé et positionné sur les Antilles-Guyane et la Caraïbe, PARALLEL 14 est structurée autour de trois départements :

- L'Ecole de 3D proposant une formation initiale de 4 ans pour les jeunes de 18 à 24 post-bac.
- La formation continue dans les domaines de la communication numérique et de la post-production pour les particuliers, salariés et demandeurs d'emploi.
- La prestation en image de synthèse, en communication graphique, pré-production, en post-production audiovisuelle cinématographique et en activités péri-scolaires.

L'Ecole répond ainsi à une demande identifiée dans la formation et la prestation dans ces métiers avec un impact réel sur

l'emploi et sur l'innovation. L'entreprise couvre ainsi le champ des compétences et actions nécessaires à la structuration d'un des pôles de l'industrie du numérique.

Savoir rendre notre territoire attractif par la formation :

L'emplacement géographique privilégié de l'école, la nature de l'enseignement, l'envergure de ses formateurs, en font un établissement ouvert aussi bien au monde Francophone, qu'à l'ensemble de la Caraïbe en passant par l'Amérique du Sud. De ce fait les formations sont dispensées en français et en anglais. L'école accueille des étudiants du monde entier.

Les plateformes et les espaces d'information spécialisées autour de la 3D et des VFX (Effets Visuels) sont des relais en termes de communication pour l'école faisant connaître par la même occasion la Martinique.

Exporter notre imaginaire et notre culture :

Nos films d'étudiants qui feront le tour des festivals internationaux sont une carte de visite pour la Martinique. Nombreux sont les festivals d'animation et d'effets spéciaux à travers le monde : Le festival International du film d'animation d'Annecy, le Siggraph, le London International Animation Festival pour ne citer que les plus célèbres offrent une vitrine à de nombreuses écoles et par la même à leur pays. En présentant nos films dans ces festivals, la Martinique s'assure d'une visibilité à travers le monde tout en exportant son imaginaire culturel.

Savoir rendre notre territoire attractif par l'économie du savoir numérique :

L'attractivité de la Martinique dans ce domaine d'expertise dépend d'une série de facteurs : les incitations (mesures fiscales, crédits d'impôt), la disponibilité de main-d'œuvre qualifiée...

D'autres exemples à travers le monde étayent fortement cette vision. En effet, le recours à une approche de crédits d'impôt ciblés a largement contribué au fil des dernières années à l'émergence de l'économie du savoir dans bon nombre de pays (Canada, UK, Belgique...). Grâce à une stratégie intégrée misant entre autres sur les crédits d'impôt et la mise en place de pôles industriels, ces pays ont su développer des créneaux d'excellence et une identité économique forte qui leur ont permis de développer, de soutenir leur croissance et d'attirer de grands leaders internationaux dans le domaine du numérique.

Montréal, un modèle à suivre pour la Martinique : Aujourd'hui, grâce à la stratégie déployée au cours des dernières années, la carte d'activité économique de Montréal à l'international s'articule autour de la créativité et de plusieurs secteurs à haute valeur ajoutée. Le jeu vidéo, les effets visuels, l'aérospatiale, les sciences de la vie et les technologies de la santé sont de bons exemples de ces créneaux dans lesquels la métropole jouit aujourd'hui d'une notoriété économique d'envergure mondiale.

Si Montréal est devenu en quelques années seulement le 4e centre mondial d'effets spéciaux dans le monde, c'est notamment grâce à la compétitivité du crédit d'impôt pour les services de production cinématographique.

Parallèle 14 à travers la mise en place de formations numériques d'excellence et services liés à la production d'effets visuels internationaux fait partie de ces nouvelles entités qui sont au cœur du développement d'une nouvelle économie pour la Martinique basée sur une industrie de l'Entertainment.

En stimulant des projets de ce type qui forment et qui offrent des services dans des secteurs de haute technologie, c'est le développement de toute l'économie qui est encouragé.

AMBITION N°5 : Martinique hub régional... à la croisée des chemins

- Pourquoi t'es-tu installé en Martinique ? C'est vrai, il y a le soleil, mais tu es sur une île perdue au milieu de nulle part !

- Tu sais, aujourd'hui, l'important c'est de pouvoir se connecter, et aujourd'hui avec la fibre optique, pas de problème. Et puis, on n'est qu'à 8h de vol de l'Hexagone, avec plusieurs vols par jour. Et maintenant, aller à New-York c'est facile, et ce n'est pas cher !

Le monde moderne est un monde de réseaux. Combien de villes ont-elles changé de visage suite à l'évolution des modes de transport : arrivée du chemin de fer aux Etats-Unis, développement du TGV en France, implantation d'aéroports... ?

La Martinique a un héritage culturel et historique majeur avec la France Hexagonale, mais aussi avec la Caraïbe. Et si nous voulons assurer notre succès, il est vital que nous restions au carrefour de notre histoire et que nous renforçons nos liens avec notre environnement. Ces liens passent par le tourisme (9% du PIB de la Martinique selon le rapport de la Cour des Comptes de Février 2014, contre 7,4% en France) et les entreprises.

Avec une densité de population de 340 habitants/km², parmi les plus élevées des départements français, nous devons privilégier les activités de service (84% du PIB) et faiblement consommatrices d'espace.

Or, qu'avons-nous et que nous faut-il pour attirer à la fois les touristes et les entreprises ? Un palais des congrès et/ou un

Zénith, des sièges régionaux d'entreprises, un service hospitalier de pointe, des accès Internet de haute qualité, un aéroport avec des liaisons fréquentes vers l'Europe, les Caraïbes et les Etats-Unis, une tête de pont pour les navires de croisière... Nous avons de bons germes, mais pour faire la différence, nous devons être encore meilleurs. Le projet d'extension de l'aéroport Aimé Césaire annoncé par la SAMAC est à cet égard un signal très positif pour notre attractivité.

Pour devenir un hub régional, nous devons développer l'enseignement post-bac : notre Université doit devenir plus forte et plus attractive, y compris au niveau de la recherche et auprès des publics seniors ; en plus de l'EGC et du Campus Caraïben des Arts, nous pourrions accueillir d'autres programmes de formation dans des domaines bien fléchés afin de garder nos jeunes et d'attirer ceux des Caraïbes pour renforcer notre économie et nos entreprises.

Pour devenir un hub régional, nous devons disposer des meilleures infrastructures hôtelières et touristiques de la région Caraïbe. Nous avons de vrais atouts : la Fondation Clément, les distilleries, le tour des Yoles... mais suffisent-ils à rivaliser en attractivité avec le Mémorial ACTe de Guadeloupe, les grands hôtels de Sainte-Lucie ou le World Creole Music Festival de Dominique ?

Devenir un hub régional procède d'une vision politique, d'une volonté forte, d'une stratégie transversale aux transports, à l'économie, au tourisme et aux loisirs. C'est une clé pour ne pas rester au bord de la route, et devenir un oublié de l'histoire.

AMBITION N°6 : avec HEC Paris, former les dirigeants caribéens

« Nous vous accompagnons dans votre transformation et celle de votre entreprise » : telle est la promesse d'HEC Paris envers les Dirigeants. L'implantation martiniquaise de cette école mondialement reconnue et ses perspectives de développement peuvent servir la volonté politique de soutenir la compétitivité et l'attractivité de nos entreprises et de notre territoire, via la formation et le renforcement des compétences managériales des Dirigeants de toute la Caraïbe.

Nous savons que l'attractivité est un concept protéiforme dans sa définition et multidisciplinaire dans sa mesure. Elle recouvre des enjeux globaux tels que l'emploi, le vieillissement de la population, et d'autres, locaux tels que le développement ou l'aménagement du territoire.

Depuis 2010, l'École forme en Martinique des Dirigeants dans le cadre d'un Cycle d'Enseignement Supérieur des Affaires (CESA) développé en lien avec la CCIM et HEC Paris. Elle est toute à la fois mondiale par son rayonnement ou ses ambitions et locale par sa présence, son réseau et son action. Forte de cette implantation sur l'île, l'école ambitionne de développer son offre de formation et pense en termes de rayonnement, de production et de diffusion de solutions d'accompagnement des leaders économiques caribéens.

Si HEC Paris choisit ainsi la Martinique, c'est principalement parce que l'école connaît bien l'influence de l'implantation dans la réussite d'une entreprise : un territoire participe à la performance en proposant des infrastructures (transport, sécurité, cadre de vie, éducation, culture...). Concomitamment,

nous pouvons dire que *les entreprises attirent les entreprises* : une organisation crée des richesses et de la cohésion sociale, structurant ainsi un territoire et le rendant toujours plus attractif pour d'autres organisations. Dans un contexte de concurrence internationale, cette spirale du succès fait que la production de richesses est appelée à se concentrer dans des zones bien ciblées (cf. Silicon Valley, Bangalore, Sofia Antipolis, Catalogne...) cumulant soleil, densité de population, innovation, entrepreneuriat, relations interentreprises qu'elles soient firmes multinationales, startups ou PME.

Comme pour d'autres régions ultramarines, les PME représentent la très grande majorité des entreprises martiniquaises : leur développement est un levier essentiel de la création de richesses et d'emplois, donc d'attractivité. Cependant la plupart d'entre elles ont encore un mode de fonctionnement très intuitif (manque de données objectives dans le processus de prise de décisions, difficultés à formaliser...). Elles peinent à se constituer en réseau, n'empêchent pas le relatif isolement du dirigeant et de son organisation, et ne lèvent pas les freins - réels ou supposés - à la modernisation et à l'innovation.

A l'origine de ce mode de fonctionnement, nous trouvons des dirigeants qui n'ont pas réellement la posture de leader, qui ne maîtrisent pas toujours les outils de pilotage avancés d'une entreprise et qui n'ont pas une vision du développement de leur structure dans l'espace caribéen et mondial. Nous sommes ainsi confrontés ici à des problématiques de Direction Générale qui nécessitent un accompagnement de proximité dans la durée, spécifique à chaque structure.

De fait, la création de formations HEC Paris en management qui proposent aux Dirigeants de faire un point sur l'orientation

de leur société, de mieux maîtriser le management de leur entreprise et de prendre le temps de définir le cadre de leur développement, est en mesure de contribuer à créer les conditions du développement et de la pérennité des entreprises martiniquaises.

L'intérêt du développement en Martinique d'une offre de formation supérieure HEC Paris à destination des dirigeants caribéens est triple :

- **académique** : proposer en Martinique une formation supérieure et produire une recherche caribéenne au management internationalement reconnues,
- **économique** : permettre aux entreprises françaises et étrangères actives sur le département de recruter les cadres nécessaires à leur développement régional et international,
- **politique** : doter la Martinique d'une offre de formation supérieure en management, facteur d'attractivité pour les investisseurs internationaux.

Les facteurs clé de succès de l'offre de formation HEC Paris en Martinique reposent sur :

- Une formation pluridisciplinaire de haut niveau, personnalisée et adaptée, mettant l'accent sur le management stratégique des entreprises ;
- Une formation mêlant nécessairement contenu académique et visites-action en entreprise ;
- Un dispositif de formation/conseil à la carte, accompagnant la transformation de l'entreprise et de son dirigeant, faisant largement intervenir une mise en application sur le cas propre de l'entreprise.

Ainsi l'ambition du projet est d'offrir la possibilité :

- De proposer une formation pour les dirigeants de haut niveau, intégrant les spécificités économiques de la zone Caraïbe ;
- D'échanger et de construire de futures relations d'affaires dans la zone Caraïbe ;
- De contribuer au rayonnement de la Martinique dans la zone Caraïbe et au développement des relations entre responsables économiques des pays de la zone.

L'implantation d'une école de management réputée en Martinique – rappelons qu'HEC Paris est classée depuis 7 ans par le Financial Times dans le Top 3 des meilleures écoles de formation en formation continue – est susceptible de générer d'autres externalités positives de nature à contribuer à l'attractivité du territoire. Parmi ces effets, la présence de l'école peut amener à produire des synergies sur des partenariats possibles autour de la mise en place d'incubateurs (cf. expérience de l'Incubateur HEC, dispositif du Centre d'Entrepreneuriat HEC). La mise en place d'une telle dynamique, porteuse d'une image positive, est à même d'attirer et de maintenir sur le territoire de la matière grise dans les domaines du tourisme, de la communication, du BTP et de la transformation : les entreprises pourraient bénéficier, par des stages d'étudiants et des projets de recherche, d'un savoir-faire pendant six à huit mois à moindres frais. Le fait d'amener sur le territoire des Dirigeants de toute la Caraïbe constitue une opportunité pour nos infrastructures touristiques et peut générer nombre de collaborations ou fertilisations croisées.

Enfin, un tel projet est de nature à rassembler les énergies de la Martinique telles qu'autorités politiques, institutions éducatives (classes prépas, école de gestion et de commerce, université) et communauté des affaires autour d'une ambition commune : contribuer à améliorer par divers ressorts l'attractivité de l'île. Il ne présente pas de risque particulier, mais il doit faire l'objet d'une attention extrêmement minutieuse dans sa mise en œuvre, compte tenu de l'étroitesse du marché initial et des partenariats à élaborer avec différentes institutions en Martinique et des partenaires étrangers.

Ainsi, ce projet, proposant cette offre de formation à la fois de très haut niveau et totalement centrée sur les besoins des entreprises et collectivités locales, permettra à HEC Paris d'apporter une contribution distinctive au développement et à l'internationalisation du tissu économique local, en même temps qu'au rayonnement et à l'attractivité de la Martinique.

AMBITION N°7 : ouvrir l'Université à l'international

L'attractivité de la Martinique passe par la prise en compte des capacités de l'Université des Antilles à s'imposer dans sa zone géographique naturelle qui est la Caraïbe en élargissant son espace de recrutement et en mettant en œuvre des projets de formation et de recherche avec les enseignants-chercheurs de la Caraïbe principalement.

En effet, la Martinique est soumise à un vieillissement démographique continu avec comme conséquence une baisse tendancielle des effectifs de bacheliers qui représentent le vivier indispensable à la survie de l'Université. A cela s'ajoute la surmédiation des problèmes de l'Université ces dernières années, ce qui a été particulièrement nuisible à l'attractivité de l'établissement. En outre, on constate une émigration de plus en plus forte des jeunes et meilleurs bacheliers vers les grands centres de formation universitaires de France, d'Europe, d'Amérique du Nord et singulièrement du Canada. Ces universités, conscientes du potentiel attaché aux départements français d'Amérique et particulièrement à la Martinique, considèrent à juste titre nos territoires comme un vivier intellectuel et scientifique, un espace vital de recrutement.

Dans ces conditions, une part notable des jeunes bacheliers s'inscrivant à l'UA le font souvent comme une solution d'attente faute de mieux : en attendant d'intégrer le marché du travail, ou simplement pour bénéficier de la bourse, ou en attendant une meilleure opportunité de recrutement à l'étranger.

Pour stopper l'hémorragie d'étudiants à laquelle l'UA est confrontée, il convient que les partenaires publics et privés

incitent à l'ouverture sur l'international. L'international doit devenir à moyen terme l'espace de recrutement privilégié des étudiants de tous cycles (premier, second et troisième). Cela exige que l'Université innove en matière d'offre de formation en développant des enseignements en ligne en mesure d'attirer des étudiants de tout l'espace francophone (Caraïbes, Afrique, Asie, Amérique, Europe). Cela exige également que l'UA innove en développant des enseignements dispensés en langue anglaise et/ou espagnole, aussi bien en ligne qu'en présentiel. Cela exige encore que l'UA innove en développant une politique de formation suffisamment dynamique avec l'ouverture à l'étranger de filières entières de formation fonctionnant déjà en son sein, comme le font déjà nombre d'universités de France métropolitaine en Afrique francophone par exemple. Et comme le font aussi des universités canadiennes en France métropolitaine.

L'ouverture à l'international de l'UA devra couvrir aussi la recherche fondamentale et appliquée, domaine dans lequel des actions de coopération vigoureuses se doivent d'être institutionnalisées afin d'accroître la visibilité internationale de l'établissement grâce à l'appui des partenaires publics et privés.

L'Université est un établissement public d'enseignement supérieur européen implanté dans un cadre géographique particulier, celui de la Caraïbe. Elle a donc vocation à disposer d'une compétence territoriale complète pour tout ce qui concerne l'enseignement supérieur et la recherche dans le cadre déterminé par la loi sur l'enseignement supérieur.

Certes, l'UA prend en considération les réalités antillo-guyanaïses, l'originalité de ses données historiques et culturelles, la spécificité de sa vie économique et les impératifs

géographiques de cet ensemble. Elle développe ses activités, en particulier de recherche, en fonction de cette réalité et des problèmes concrets que pose le développement économique et social durable des pôles que constituent les sites de la Guadeloupe, de la Guyane et de la Martinique.

Toutefois, et de façon complémentaire, une des conditions de l'épanouissement et du rayonnement de l'UA et des territoires de Martinique et de Guadeloupe réside dans l'existence d'un esprit régional entendu dans son acception la plus large. Il s'agit aussi bien des régions administratives que des régions géographiques des Antilles et de la Guyane que du bassin caribéen et du continent latino-américain. Une autre condition réside dans la vocation de l'UA à favoriser la diffusion de la connaissance et les relations au niveau international favorisant du même coup l'attractivité du territoire.

Par l'accroissement de ses moyens pédagogiques, par la formation et le perfectionnement d'un corps d'enseignants, par l'amélioration des méthodes pédagogiques, par la promotion de ses étudiants et le dynamisme de la recherche scientifique, l'UA doit valoriser l'acquisition des connaissances fondamentales et professionnelles au niveau régional. Par région, il faut entendre la Caraïbe.

L'UA étant un établissement supérieur délivrant des diplômes européens, est de fait une Université attractive dans la zone Caraïbe. En délivrant des formations habilitées au niveau européen, l'Université rend ainsi possible la structuration, à moyen et long terme, d'un réseau de cadres aptes à répondre aux besoins propres de ses voisins de l'espace Caraïbe dont la Martinique pourra bénéficier à son tour. En effet, il s'agira de contribuer au développement des différents territoires à partir

de l'enseignement et la recherche portant sur des axes très ciblés, à savoir :

- favoriser la croissance et l'emploi par l'innovation et l'économie de la connaissance ;
- renforcer l'attractivité par le désenclavement et la connectivité des territoires ;
- valoriser et protéger le capital environnemental à travers la gestion commune et durable des ressources (terrestres, maritimes...) et des risques ;
- développer les services communs et les synergies entre les institutions et entre les territoires pour renforcer la cohésion sociale et l'intégration dans l'espace Caraïbe.

Sans que cela soit exclusif, il apparaît que l'objectif est de favoriser le développement économique de la zone Caraïbe en s'appuyant sur les atouts existants. Ce développement dans les domaines aussi diversifiés que les télécommunications, l'agroalimentaire, la biodiversité, les énergies renouvelables, l'offre touristique, etc. requiert en effet des cadres de haut niveau, que l'UA doit contribuer à former dans la zone. L'objectif est aussi de contribuer à l'amélioration et au développement d'une offre coordonnée de formation dans les secteurs clés de l'économie, en réponse et en anticipation aux besoins des entreprises (y compris dans l'approfondissement des relations préférentielles entre les pays de l'espace Caraïbe). Cette démarche de l'Université et de ses partenaires passe par le développement d'une offre de formation de nature à favoriser la connaissance mutuelle, l'amélioration de la qualité de vie et un sentiment d'appartenance commune à l'espace Caraïbe.

Ainsi, pour ce qui concerne les régions ultrapériphériques de l'Europe dans la Caraïbe et en particulier la Martinique, le bénéfice direct acquis par l'Université est doublé de retombées plus larges envisageables pour l'économie et la société. En effet, les compétences acquises et le réseau créé par les liens entre l'UA et les autres Universités de la Caraïbe permettront de bénéficier de l'intensification des courants d'échanges attendue du développement des échanges au sein du marché commun de la zone Caraïbe.

Cette démarche peut être soutenue par l'Union européenne, car elle répond tout d'abord aux principes généraux qu'elle s'est fixée en matière de développement, tant en termes d'objectifs que de méthode. Il s'agit pour elle d'aider les pays en développement « dans le domaine du commerce et de l'intégration régionale en encourageant une croissance équitable et écologiquement viable, une intégration en douceur et progressive dans l'économie mondiale, et en établissant un lien entre les stratégies commerciales et les stratégies de réduction de la pauvreté ou équivalentes. Les priorités dans ce domaine sont le renforcement des institutions et des capacités, de façon à concevoir et mettre en œuvre de façon efficace des politiques commerciales et d'intégration saines, ainsi que le soutien au secteur privé pour que celui-ci profite des nouvelles possibilités d'échanges » (Communication du Parlement européen, du Conseil et de la Commission de février 2006 intitulée « Le consensus européen pour le développement »). « Les pays les plus pauvres, en particulier les pays les moins avancés et les pays de petite taille, enclavés ou insulaires nécessitent qu'une attention particulière soit portée à l'offre et à l'accroissement de la compétitivité du secteur privé »

Aussi, cette démarche va bien au-delà de l'aide humanitaire traditionnelle ou de l'assistance au développement très souvent inefficace. Ici, l'accent est mis sur la formation supérieure et la recherche donnant aux pays de la Caraïbe, et à la Martinique en particulier, la capacité d'augmenter, de façon endogène, leur implication dans la coopération régionale intra-caribéenne et de prolonger ainsi, sur le long terme, l'action initiée par l'Union européenne pour une meilleure intégration dans les échanges mondiaux.

AMBITION N°8 : ODYSSEA dans le sud de la Martinique

L'attractivité de notre territoire sera sans aucun doute renforcée par la mise œuvre effective du programme européen ODYSSEA en gestation depuis de nombreuses années au niveau de la ville du Marin dans le but de rayonner sur l'ensemble de l'Espace Sud.

Il s'agit de valoriser une offre intégrée de tourisme durable permettant le développement d'itinéraires patrimoniaux et une plus grande proximité avec la mer, les voies navigables, la nature, les cultures locales, la gastronomie, le patrimoine, dans le respect et la préservation de l'environnement et un meilleur accès pour tous les publics à la culture et aux activités maritimes. Il inclut le tourisme balnéaire et nautique, le tourisme de croisière et de navigation. Ce sont ainsi plus de 30 activités nautiques qui sont concernées.

Il s'agit concrètement d'inscrire la destination maritime de la Martinique dans un programme de développement territorial et touristique intégré et durable dont les objectifs sont l'économie, l'emploi, la protection et la valorisation de l'environnement dans le nautisme, la plaisance, la croisière, l'écotourisme et l'éco mobilité. Ce programme est fondé sur 6 axes stratégiques reconnus par la Commission Européenne dans sa « Stratégie 2014-2020 pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime ».

La mise en place de ce programme européen chez nous est laborieuse, mais il offre de vraies perspectives et suscite beaucoup d'espoir pour notre petit territoire :

- comment améliorer de façon cohérente et efficace les différents espaces remarquables existants : parc des

Floralies, golf des Trois-Îlets, piste cyclable de la Pointe du Marin aux Salines, circuit des plages Grand Macabou à Salines, entre autres...

- comment circuler avec une signalétique claire entre ces différents espaces ?
- comment découvrir davantage les différentes distilleries et les circuits mis en place avec l'exemple phare de l'Habitation Clément ou de Saint-James ?
- comment développer la plaisance et répondre aux besoins d'une clientèle qui ne demande qu'à découvrir notre beau territoire ?

ODYSSEA devrait en réalité couvrir tout le territoire martiniquais, et nous inciter notamment à :

- découvrir la côte Schœlcher - Prêcheur en passant par un véritable musée de Saint-Pierre digne de la notoriété internationale de la catastrophe du 8 mai 1902.
- développer la circulation par navettes maritimes entre Sainte-Anne et Prêcheur.
- améliorer l'accueil et les services indispensables au bon fonctionnement de toutes ces infrastructures.

Certes l'approche par programme INTERREG de ces dossiers est un levier non négligeable pour obtenir des financements, mais il y a urgence dans la mise en œuvre effective de ce projet d'autant que le territoire regorge d'espaces à valoriser.

AMBITION N°9 : Martinique réserve de biosphère

***“Des milliers de touristes et un territoire revitalisé ?
Possible ou faut-il un miracle ?”***

J’ai trois questions à vous poser. À votre avis, la Martinique est-elle un trésor de biodiversité terrestre et marine ? Deuxième question : est-elle un trésor culturel et humain ? Troisième question : pourrait-on faire de ces atouts un levier de développement économique en assurant la promotion des savoir-faire et en valorisant recherche, éducation et respect de l’environnement de façon durable ?

On pressent un « oui » en réponse. Mais un « oui » intelligent. Un « oui » imaginaire. Il faut inventer le possible. C’est une construction complexe. Avec des équations à plusieurs contraintes. Imaginons la recette.

Prenons une grande salle d’une trentaine de places. Réservez sept à huit fauteuils pour des entreprises martiniquaises de tous secteurs, tourisme, rhum, énergie, recherche biomédicale, agriculture... Ajoutez-en autant pour des élus locaux volontaires, passionnés par l’environnement et les accords de la COP21. Et aussi des associations concernées, représentant la société civile. Ajoutez une pincée d’universitaires, des lycéens, l’un ou l’autre réseau « amis de la Martinique » que l’on trouve sur Facebook par exemple.

Demandez à tout ce petit monde de trouver une formule qui permette 1) de conserver la diversité biologique et culturelle de la Martinique 2) d’aider au développement économique et social par la promotion des produits locaux et de projets innovants adaptés aux priorités du territoire 3) d’attirer les tou-

ristes et développer des circuits culturels 4) d'apprendre aux jeunes à protéger leur environnement marin et terrestre 5) d'accueillir des chercheurs pour étudier la richesse de l'île et des historiens pour nous raconter les épaves sous-marines.

Il va se concentrer sur les enjeux économiques, sociaux, culturels et environnementaux en pensant durabilité, qualité, innovation. Evidemment tout le monde ne sera pas d'accord, mais l'essentiel est qu'une grande partie d'entre eux le soit.

Vous leur donnez quelques mois pour définir les intérêts prioritaires, les produits à valoriser, les activités à développer. Il y a une feuille de route à suivre pour faciliter toute cette réflexion. Pour dessiner le projet de Réserve de Biosphère. Oui, parce qu'il faut aller vite. Ce projet doit être présenté aux instances nationales pour être défendu devant l'UNESCO.

Imaginons le projet accepté : en Martinique se crée une Réserve de Biosphère. L'UNESCO apporte des réseaux, un espace de coopération national, régional et international, le réseau de la Caraïbe et le réseau international des îles, des institutions avec lesquelles travailler et un titre reconnu partout dans le monde. C'est un outil puissant pour la Martinique, pour ses populations et son développement économique. Car l'UNESCO a un programme sur l'Homme et la Biosphère qui rassemble 669 Réserves de Biosphère dans 120 pays. Il en existe 13 dans la Caraïbe. Chacune partage son savoir-faire, ses problèmes et ses solutions. Ensemble, elles font grandir la nature et les hommes.

Je vous sens de plus en plus enthousiastes et il y a de quoi. Regardons les avantages.

- La Martinique fait œuvre créatrice et imagine en mode collaboratif une solution pour intégrer harmonieusement son développement économique et la valorisation de son patrimoine biologique et culturel. La formule martiniquaise est unique. Elle est exemplaire. Elle peut être exportée partout dans le monde via les réseaux de l'UNESCO.
- Des chercheurs s'installent et avec eux s'inventent des projets de biotechnologies, culture d'algues, aquaculture durable... La diversité biologique marine et terrestre protégée les attire en nombre. N'oubliez pas que nous travaillons en réseau.
- De jeunes scientifiques se voient accorder des bourses d'études dans le cadre de leurs recherches dans l'île et la jeunesse se mobilise dans des opérations de sensibilisation. Elle se forme aussi au développement durable.
- L'île participe à la construction de la région Caraïbe, devient membre d'un réseau régional et mondial avec des partenaires mobilisables selon les besoins.
- Une réserve de biosphère est en quelque sorte un label qui montre l'engagement d'une population sur son territoire, qui donne une visibilité internationale à ses produits et à ses services, et qui renforce l'attractivité de l'île.

Alors oui, c'est beaucoup de travail, ce sont des heures de concertations, de discussions, de convictions déployées. Oui, c'est de l'imagination en concentré, des formules simples et nouvelles à trouver. C'est par là aussi que la Martinique entre-
ra avec une attractivité renforcée dans le XXIème siècle.

Il y aura des intérêts privés et des intérêts publics mêlés. Oui, les uns et les autres devront marcher ensemble dans un intérêt général bien compris.

Souvenez-vous des trois questions que vous pose ce projet et qui peuvent se résumer en une seule : l'utilisation et la conservation des ressources peuvent-elles intelligemment cohabiter ? Vous avez répondu oui. Il faut définir comment. À nous de le faire. Avec les talents et l'implication de tous.

AMBITION N°10 : attirer les navires de plaisance

“J’ai fait mes courses aux Duty Free shops du Marin. Classe... et moins cher.”

Scène sur un ponton martiniquais – aujourd’hui

- *Vous dites comment en anglais « une aussière ? ». Parce que la vôtre est mal arrimée...*
- *...*
- *Bon, on n’est pas sorti de l’auberge. On va y arriver...*

Il se passe beaucoup de choses sur les pontons. Y déambulent un esprit d’entraide, des silences lourds, de jolies filles, des skippers burinés... La plaisance, c’est un monde international par nature.

Une île, pour un marin, c’est une destination parmi d’autres. Naturellement, le plaisancier voyage, compare, interroge, partage. La Martinique se trouve de force en concurrence frontale avec la Caraïbe pour l’accueil et le développement de sa plaisance.

Elle doit s’aligner sur les fondamentaux internationaux du secteur :

- Mettre en place des zones duty free pour les produits et la main d’œuvre du secteur de la plaisance pour ne pas être hors marché, par rapport à la partie hollandaise de Saint Martin par exemple.
- Construire des marinas pour abriter des unités supérieures à 100 pieds qui font les beaux jours du secteur.
- Lancer des formations techniques pour accueillir les plaisanciers toute l’année.

La Martinique Yachting Association a fédéré le monde martiniquais de la plaisance autour de cette idée simple : reconstruire ces trois fondamentaux. Et elle est sur la voie du succès.

Elle a déployé toute une pédagogie parlementaire pour obtenir l'absence de TVA sur les charters de plaisance au départ des DOM, et sur les produits et services facturés pour les navires de plaisance.

Et elle a complété son action en demandant une réorganisation complète de l'octroi de mer quand il s'agit du secteur de la plaisance.

Au niveau local, elle encourage la réalisation des marinas du Marin, du Bakoua et du François. Ce qui ferait de la Martinique un hub de la plaisance internationale dans la Caraïbe.

Les formations techniques en anglais ouvrent le troisième volet du projet. Elles garantissent un accueil international de qualité.

Scène sur un ponton martiniquais - demain

- Look at the docking of your hawser!
- Thanks.
- What can I do for you?
- Well... a lot, I think...

Quand du monde entier les marins accosteront en Martinique avec le sentiment d'être accueillis comme à la maison, c'est l'image de tout un territoire qui en sera augmentée.

Et encore :

- Développer le nombre d'anneaux : à partir de 5.000 anneaux, la Martinique sera considérée comme une véritable destination nautique.
- Accueillir des régates de niveau international et promouvoir la pratique de la voile en Martinique.
- Promouvoir le projet ODYSSEA pour que le flux nautique irrigue nos terres.
- Remettre nos infrastructures de loisir à niveau, en particulier le golf des Trois-Îlets.
- Développer des spots de plongée en créant des récifs artificiels.
- ...

AMBITION N°11 : une piscine en mer dans le nord Atlantique

“J’irai nager dans une piscine de 1.500 m de long sur 250 m de large”

Domestiquer le rivage sans abîmer la nature. Prendre le sauvage sans l’inconfort. Voilà l’âme de ce projet qui imagine une piscine en mer de 1.500 m dans la zone nord atlantique de l’île, balisée par des tétrapodes.

Ce sont des sortes de modules en béton étudiés pour casser la vague et apaiser les flots. Ainsi la mer déborde par-dessus cette forme de barrage, et l’océan devient un lac.

La piscine forme un grand rectangle turquoise de 1.500 m de long sur 250 m de large et 8 m de profondeur.

Baigneurs, kayakistes, amateurs de voile bénéficient d’un lagon sur mesure dont l’horizon se confondrait avec celui de la mer.

Dompter la houle et respecter les éléments, honorer l’environnement et donner du sens au mot détente. Ici l’homme acclimate la mer et accepte toutes les cohabitations de la biodiversité.

Ce dispositif pourrait se déployer sur les côtes de Basse-Pointe, dans la baie de Chalvet, et donner ainsi l’envie aux baigneurs de découvrir les plaisirs de la “mer du nord”. Selon Charles de LUCY, qui a imaginé ce projet, une telle station balnéaire permettrait aux activités d’accueil de se développer : les hôtels ouvriraient leurs chambres, les restaurants offri-

raient leurs tables, et par effet de ruissellement, des dizaines de métiers touristiques et artisanaux irrigueraient à nouveau le nord atlantique.

AMBITION N°12 : KAYFLÔ, Kay comme Maison en créole, Flô comme Flottante

“J’habite au 3^{ème} flotteur. Quand tu es sur le ponton, c’est tout droit et à gauche. C’est la maison avec les deux éoliennes sur le toit à droite des bouées rouges.”

Le foncier se raréfie en Martinique. Les contraintes environnementales se renforcent. Le réchauffement climatique entraîne une perceptible montée des eaux. Il faut préserver les terres pour l’agriculture. Ces contraintes offrent-elles des solutions inédites ?

Imaginons une maison flottante, une KayFlô. Réglementairement, c’est un navire qui voyage à 11km/h. Fonctionnellement, c’est une maison dont la structure monocoque à l’avant et catamaran à l’arrière assurent à la fois confort et stabilité. Conçue avec plusieurs possibilités d’aménagements intérieurs, une des 8 versions offre deux chambres, deux salles de bains dont une chambre de 12 m², un salon et une cuisine ouverte à 360°. 107m² habitables avec la mer comme jardin : «Ta maison est sur ta piscine ».

20m² de panneaux photovoltaïques et deux éoliennes pourvoient à l’autonomie en énergie. Récupération des eaux de pluie, filtrage des eaux usées et toilettes sèches permettent l’autonomie en eau et zéro rejet.

Usages privilégiés : il y a d’abord le client particulier, vous et moi. On peut imaginer un village côtier. Un hôtel à quai, ou encore un hôtel à flot en bord de mer, pourrait aussi bénéficier de ces maisons flottantes. Chaque suite KayFlô serait reliée à la terre grâce à une navette.

Emplois créés : Construction en France Hexagonale, assemblage à la Martinique. Produits et services touristiques innovants et haut de gamme.

Portrait d'un(e) utilisateur (trice) : *Ce jour-là, Céline est pressée. Elle descend du car scolaire avec sa copine Aurélie. C'est la première fois qu'elle invite une copine à la maison. Il faut voir sur le ponton l'état d'excitation des deux collégiennes. Cette maison sur l'eau, pour Céline, c'est un paradis, pour Aurélie, un rêve. Elles montent dans la navette. Toutes les deux en jean et t-shirt. Elles débarquent sur un petit parvis à l'arrière de la maison.*

- Ça bouge à peine !
- C'est rare quand ça bouge plus.
- Moi qui pensais avoir le mal de mer.
- C'est une maison, pas un bateau ! Enfin si, c'est les deux.

Rien que « monter à bord » plutôt que « frapper et entrer » nous embarque dans cette nouvelle ère où l'habitat sera flottant et respectueux de l'environnement.

Et encore :

KayFlô, c'est une maison-bateau de 107 m², soit environ 13 m x 7 m, en pleine mer ou à quai. Et ça peut être aussi, un bar flottant, un restaurant flottant, une base de loisirs flottante...

AMBITION N°13 : le golf du Marin

“Le golf du Marin, la fusion de l’événement sportif et des rendez-vous d’affaires”

Sur le papier, le projet est solide. Sur le terrain, c’est un golf. C’est-à-dire un parcours d’obstacles.

Le premier est franchi déjà. La ville du Marin a bien prévu un golf avec une partie à bâtir dans son Plan Local d’Urbanisme. L’Espace Sud, communauté de communes du Sud, a validé le projet dans son SCOT (Schéma de Cohérence Territorial). Le projet prévoit en effet un parcours de 18 trous, un complexe hôtelier haut de gamme, une centaine de villas de standing et un sauna.

Cet espace-là peut théoriquement s’organiser. A plusieurs conditions. Le schéma d’ensemble doit être validé par l’architecte de golf en collaboration avec les architectes des différentes constructions pour respecter la cohérence du projet. Il faut trouver des partenaires. Un premier pour construire et gérer le golf ; un deuxième pour construire et gérer l’hôtel ; un troisième pour imaginer l’espace SPA et l’animer ; un dernier pour construire, vendre, et gérer les villas.

L’investissement global avoisine les 100 millions d’euros. On imagine l’ingénierie financière nécessaire, le montage juridique complexe et l’étude économique préalable.

Le projet devra enfin prouver qu’il respecte l’environnement et les ressources en eau.

La passion du golf emmène les joueurs sur tous les continents. Et les parcours sont cotés, jugés, décrits. Ce sont des pourvoyeurs d'émotions naturelles. Que le bouche à oreille soit favorable dans ce monde prestigieux et les adeptes se bousculeront.

Le yachting de luxe a le golf en cousinage. Que le Marin puisse accueillir des unités de plus de trente mètres le fait accéder à cette catégorie de marina capable de recevoir la jet set du monde entier avec d'autant plus d'aisance qu'un golf s'étend à proximité.

Un parcours de golf est un terrain de sport, une salle de réunion, une salle de réception, un bureau de négociation. C'est une zone d'influences et de rencontres entre décideurs. Que la Martinique devienne une terre de rencontres, de projets, de décisions, qu'elle soit l'écrin de nouveaux élans et de partages pourrait donner une autre dimension à son attractivité.

Études qu'il reste à réaliser :

- Faisabilité économique (cabinet d'études)
- Révision partielle du PLU relatif au classement du terrain de golf
- Relevé topographique de toutes les zones à aménager (géomètres)
- Loi sur l'eau
- Loi sur l'environnement
- Réalisation d'un avant-projet définitif
- Dépôt des différents permis de construire
- Montage juridique du projet
- Montage financier du projet
- Dépôt des dossiers de subvention et de défiscalisation
- Phase des travaux en 2019 (24 mois)

- Le domaine du golf de Grands Fonds devrait être opérationnel pour 2021.

Et encore :

- Réhabiliter d'urgence le golf des Trois-Îlets.
- Encourager une dynamique de ligue du golf en Martinique.
- Favoriser l'accueil de grandes compétitions de golf en Martinique.
- ...

AMBITION N°14 : le grand musée de la Martinique

“La culture rapporte plus que le secteur automobile. Vrai ou faux ? Vrai. C’est votre dernier mot ? Oui Jean-Pierre...”

La culture, c’est un jack pot ! Elle rapporte sept fois plus au PIB français que l’automobile par exemple : 57,8 milliards d’euros par an ! Et au total, elle coûte moins de la moitié : 21,5 milliards.

On vous aurait posé la question, vous auriez prétendu l’inverse ! Une récente enquête des ministères de la Culture et de l’Économie le montre. Et l’étude du cabinet Ernst & Young arrive à un ordre de grandeur identique. Les industries culturelles et créatives dégagent un chiffre d’affaires de 61,4 milliards d’euros annuellement en France.

La culture rapporte aussi 670.000 emplois directs en France.

Pour préciser ainsi le chiffre d’affaires de la culture, il a fallu définir le périmètre du secteur. Personne ne l’avait fait. Les auteurs de l’étude ont repris le périmètre de l’Union Européenne et de l’Unesco : le spectacle vivant, le patrimoine, les arts visuels, la presse, le livre, l’audiovisuel, la publicité, l’architecture, le cinéma, les industries de l’image et du son ainsi que l’accès au savoir et à la culture, c’est-à-dire les bibliothèques et les archives par exemple.

On peut encore être plus précis. Toutes ces activités culturelles ont un effet d’entraînement sur l’économie. Organisez un festival et vous générez des nuits d’hôtel, des locations de voitures, des cours de taxis, de la restauration, des locations de salles, des visites touristiques pour les conjoints, une multi-

tude de services... Les activités culturelles entraînent 46,7 milliards d'euros de chiffres d'affaires dans les autres secteurs de l'économie.

Le total de l'économie culturelle (direct 57,8 milliards et indirect 46,7 milliards) atteint au moins 104,5 milliards.

Et le rapport établit une « corrélation positive » entre la présence d'une implantation culturelle et le développement socio-économique d'un territoire.

C'est depuis longtemps la conviction d'un martiniquais qui passe une bonne partie de sa vie dans les plus grands musées du monde.

Son premier coup de cœur pour l'art bat encore en lui. C'était au Louvre, devant « Le Radeau de la Méduse ». *« L'œuvre de Géricault fascinait les adultes. J'avais 16 ans. Je me suis écarté du groupe pour toucher le tableau. Les proportions étaient gigantesques. Cela m'a physiquement marqué. Et de retour en Martinique, je me suis dit : 'Et nous, que faisons-nous ici ? ' ».*

Marc LATAMIE est devenu l'un des premiers conférenciers dès l'ouverture de Beaubourg en 1977. Depuis il est devenu historien de l'art. Depuis, il a mené une réflexion personnelle : *« Dans une galerie, vous devez vous imposer, faire savoir qui vous êtes, avoir des relations qui donnent des relations. C'est intimidant. Dans la rue, il n'y a aucun filtre de mondanité ou de savoirs. On y discute de l'art à vif. Personne ne détient la culture. Il m'est indifférent de savoir avec qui je parle. »*

Une offre culturelle unique en Martinique, financée par du privé, abritée par du public, renouvelée, moderne, attractive, fascinante. Elle regrouperait des Impressionnistes, des Fauvistes, des maîtres hollandais... Et ne parlerait que de la Martinique. Tu imagines le tableau ?

Et tout ce qu'il a appris dans le monde de l'art depuis qu'il a quitté sa Martinique natale, il veut maintenant le mettre au service de cette terre pour lui singulière entre toutes et source d'inspiration inépuisable.

Pour sa fille, son père n'est rien moins que le « James BOND de l'art ». Et c'est vrai qu'il fait beaucoup penser au personnage de Ian FLEMING. Expert parmi les experts dans ce monde de l'art, il a brisé le plafond de verre qui s'oppose souvent à l'épanouissement de ceux qui ne font pas partie du sérail par le privilège de la naissance ou des origines.

Tel James BOND, il accepte des missions qui semblent au départ impossibles comme la recherche d'une œuvre de très grande valeur depuis longtemps disparue des écrans radars des expositions et des collections des musées. Quand il l'a retrouvée parfois après des années de recherches et d'enquêtes minutieuses, c'est lui qui se charge des négociations qui visent à convaincre son propriétaire de la vendre à son client ou à sa cliente à un prix qu'il aura déterminé.

Il voyage dans le monde entier. Il bondit de Paris à Londres, New-York, Boston, Dubaï ou Zurich... Il gère ses acquisitions. Il a l'oreille du chairman de la maison Christie's qui lui murmure un jour l'intuition de François Pineau : « *Les bateaux de croisières reviennent en Martinique. On peut offrir de la culture aux touristes. Nous devrions en parler* ».

Expert parmi les experts, présent par surprise, invisible quand c'est nécessaire. Toujours entre deux avions jonglant entre les fuseaux horaires, célébrant téléphoniquement ses victoires des quatre coins du monde avec ses proches, ses « amis frères martiniquais ».

En ayant toujours la Martinique dans son cœur, il s'interroge depuis longtemps : « Comment rendre à la Martinique ce qu'elle lui a donné ? »

Il sait depuis toujours que la Martinique, elle aussi doit accroître son attractivité et son rayonnement international avec un musée international digne de ce nom qui dynamiserait Fort-de-France sa capitale, comme cela est quasiment la règle dans de nombreuses métropoles nationales ou régionales. Il cite souvent le « Perez Art Museum » de Miami où il a exposé récemment.

Témoin et souvent acteur de la floraison de nouveaux musées sur tous les continents, il sait que c'est à lui de conduire un projet qui lui tient à cœur entre tous, celui d'un musée qui donnerait à voir à tous, à Fort-de-France, que la Martinique a inspiré certains des plus grands noms de l'histoire mondiale de l'art.

Il fait les comptes du capital culturel martiniquais et le qualifie de l'un des plus puissants de la région avec celui de Cuba. Chacune de ses conférences s'accompagne de trois images par thème : une pièce archéologique, un objet ou une toile de la période étudiée, un prototype du futur. « *Quand on se souvient que nous avons ici des souches indiennes, chinoises, africaines et européennes... nous sommes parmi les plus riches*

du monde ! » L'intelligence, la mémoire, la culture ne font pas un musée. Il manque une volonté.

Le fond du musée de la Martinique existe, dispersé dans le monde entier. *« Les musées français ont des réserves qu'ils n'ont jamais montrées »,* explique-t-il. *« Monet par exemple a peint des Martiniquaises en madras. Le musée du Havre abrite des Gauguin où l'on admire des Martiniquaises en bord de plage. Matisse a fait des gravures lors de ses séjours en Martinique. Nous avons même des Renoir peu connus qui évoquent notre île. »*

L'homme bouillonne devant l'évidence d'un possible.
« Je peux être la courroie, conclut-il. Il manque le moteur ».

La Martinique veut-elle apprivoiser la mémoire des peintres ?
Le regard de leur talent ? Les couleurs de leurs émotions ?

Voilà une source d'attractivité renouvelée et forte : réunir dans le monde entier les talents d'autrefois qui ont vu un cœur battre. Et l'offrir aujourd'hui, au monde...

Et encore :

- Promouvoir les initiatives existantes, et en particulier celles de la Fondation Clément, dont le musée d'art contemporain atteint un niveau d'excellence reconnu mondialement.
- Ouvrir tous nos musées les week-ends et les jours fériés.
- Créer dans chaque cœur de ville des espaces marchands dédiés à l'artisanat d'art.
- ...

AMBITION N°15 : Martinique Terre de Rhum

“Le ti-punch appartient à ces coutumes qui mêlent le temps, la terre et l’excellence du travail bien fait. Il signe une identité.”

- *Et alors ce jour-là, le pêcheur a arrêté son embarcation, installé sur l’échelle de coupée. Il nous a servi un ti-punch. Nous nous sommes baignés. Nous avons de l’eau jusqu’à la taille, nous marchions sur du sable blanc. Il paraît que cela s’appelle la baignoire de Joséphine...*

La Martinique exploite-t-elle bien son rhum ?

D’un point de vue professionnel, le parcours est sans faute. C’est le seul rhum agricole au monde qui a bénéficié d’une AOC, couronne obtenue en 1996. Neuf distilleries fumantes sont toujours en activité. Ensemble, elles servent seize marques concurrentes. Elles raflent tous les prix dans les concours nationaux et internationaux.

Économiquement, le rhum représente 8% des recettes à l’exportation.

D’un point de vue folklorique, qui ne connaît pas le ti-punch ? Souvent, il ressemble plus à une dégustation dans la cuisine des Tontons Flingueurs où il s’agit de résister à la brutalité d’une boisson forte plutôt que de se glisser dans l’histoire et les traditions.

Et c’est peut-être ici que la Martinique doit s’interroger : exploite-t-elle bien son rhum ?

Cette boisson forte contient des valeurs fortes : liberté, travail ardu, distillation délicate, arômes raffinés, esprit festif...

La canne à sucre est le symbole d'une détresse humaine. L'esclavage commence avec elle. Il disparaît dès les premières productions de rhum agricole peu après 1848.

Au fond du verre, aujourd'hui encore, traînent toujours des fragrances de liberté fraîche et d'émancipation des vies.

Qu'est-ce que boire un ti-punch ? C'est se souvenir qu'il s'agit d'une boisson de travailleur libre, appelé au sarclage de la canne. C'est une opération pénible. On la commence dès 5H00 du matin dans les habitations, avec une « mise à feu ». C'est le premier ti-punch de la journée. Cette dose d'alcool mesurée dans un verre minuscule salue le courage de la Martinique qui se lève tôt.

Dès 9H00, le soleil cuit les champs et use les volontés. Le travailleur s'arrête. C'est l'heure du « sec ». Le coup de pouce de la matinée qui s'étire jusqu'à 11H00. C'est l'instant du ti-lagoutte, lui-même annonciateur de la pause de midi trente où l'on s'octroie le ti-50%. L'autre moitié étant consommée à 15H00.

L'après-midi s'avance au cœur des croyances. 15H00, c'est l'heure du « christ » et 17H00 l'heure du ti-pape. La journée se termine par un pété-pied, la dose ultime qui rappelle que la modération s'impose surtout en fin de journée.

Il n'y a donc pas d'heure pour le ti-punch. Mais il y a une cérémonie. Sur un petit plateau ou sur la table en bois, on vous

présente un verre de faible contenance, 1/8ème de citron vert, et du sucre de canne. On ne vous sert pas le ti-punch. Chacun le fait à sa manière avec les ingrédients servis. Votre hôte vous sert ce qui vous sert. Verser une cuillère à café de sucre de canne dans le fond du verre. Ajoutez le citron vert. Mélangez. Prenez le temps. Savourez la préparation. Le citron s'obscurcit. Le sucre se dilue. Le mélange est prêt. Versez la dose de rhum souhaitée. Tournez... Humez l'ensemble... Reposez le verre.

Vous pouvez plagiez Voltaire à propos d'un bordeaux :

« Maintenant que vous l'avez regardé et que vous l'avez senti... nous pouvons en parler ». Pareillement se présente le rhum. Qu'il enchante vos sens avant de vous rendre disert à son sujet.

Ce n'est qu'ensuite que vous porterez le breuvage aux lèvres et l'apprécierez. Vous y distinguerez l'art de la distillation, la chaleur de la terre, l'acidité du fruit et mille soleils enflammés.

Ce rituel du “ti-punch” ne mérite-t-il pas le nom de cérémonie ?

Le verre que vous tenez entre les mains est le produit d'une virtuosité de la nature et du talent des hommes. Partager un ti-punch, c'est prendre le temps des hommes, c'est capturer de la lumière, humer la chaleur de la terre. Il y a du sourire, du respect, du travail au fond du verre. Et comme jamais on ne vous le sert, mais toujours on vous le laisse préparer, n'y aurait-il pas là une convivialité culturelle qui mériterait d'être protégée aussi par l'UNESCO ?

L'art du ti-punch s'apprend et se partage. Il identifie un territoire et lui donne des valeurs culturelles et économiques. Pourrait-il devenir un patrimoine immatériel de l'humanité, reconnu par l'Unesco ? Il ferait ainsi accéder le rhum à une identité culturelle qu'il ne revendique même pas tant elle est méritée ?

Que n'a-t-on dit du thé, de sa cueillette et de sa cérémonie ! La bière belge a été inscrite au patrimoine immatériel de l'humanité.

Un dossier du ti-punch pourrait être présenté à l'UNESCO. Il deviendrait officiellement un usage culturel pour honorer le territoire et en augmenter l'attractivité.

Bien sûr, au-delà de cette idée de la cérémonie du Ti-punch inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, le rhum de Martinique doit inspirer une stratégie territoriale ambitieuse capable de rayonner sur la planète entière : **Et si la Martinique devenait la capitale mondiale du rhum ?** Voilà un axe puissant. Car oui, le rhum peut faire de la Martinique ce que le whisky a su faire de l'Ecosse, et le vin... de Bordeaux.

CONCLUSION

Les projets de manquent pas. Le temps n'est plus à la diplomatie. Les hommes d'actions sont demandés. L'audace et le courage sont requis. Il faut inventer le futur et le diriger vers une Martinique enracinée et contemporaine, historique et connectée. C'est l'affaire de tous. Des anciens et des jeunes, des expérimentés et des débutants. Tout peut être réinventé. Une renaissance n'est pas la duplication de l'existant, mais une projection réinventée. Artistes, chefs d'entreprise, intellectuels, résidents, touristes, amoureux de la Martinique, tous sont requis pour construire ce XXIème siècle attractif et humaniste.

REMERCIEMENTS

Merci à celles et ceux qui ont accepté de livrer leurs idées et leurs visions sur l'attractivité : Saïdou BERNABE, Fred CELIMENE, Nadia CHONVILLE, Bernard de GENTILE, Satyam DORVILLE, Michel GALLET, Jean-Marie JEUNE-HOMME, Jean-Paul JOUANELLE, Marc LATAMIE, Charles LARCHER, Charles de LUCY, Marie MAQUAIRE, Michel MARTY, Eric NOUVEL, Yoane PAVADE, Jehann POGNON, Océane PROVOST, Douglas RAPIER, Emmanuel de REYNAL, Céline ROSE, Yoann SAINT-LOUIS, Jean-Marc SALPETRIER, Thierry WATELET...

Ce livre a été conçu et publié par Contact-Entreprises avec le concours rédactionnel de Thierry WATELET et de nombreux contributeurs partenaires.

Edition Mai 2016

Ce livre a été imprimé en Martinique par Caraïb Ediprint

La Martinique perd ses habitants. Chaque année, c'est l'équivalent d'une commune comme les Anses-d'Arlet qui disparaît.

Un choc démographique sans précédent, qui s'accompagne du vieillissement accéléré de la population.

Si on ne fait rien, on va dans le mur ! Nos forces seront de moins en moins vives, et notre déclin de plus en plus fort.

Devons-nous nous contenter de nous adapter ? Et d'accepter les effets inéluctables de cette régression ? Ou bien devons-nous réagir pour tenter d'inverser les courbes ?

C'est ce deuxième chemin que nous proposons, et qui exige que nous devenions tous des "obsédés d'attractivité". Donner envie de rester, de venir, de revenir... voilà le simple défi, le grand défi de #MartiniqueAttractive.

Un défi que Contact-Entreprises, la CPME et leurs partenaires proposent de relever collectivement avec l'ensemble des Martiniquais.