

ON AIR

CE MAGAZINE VOUS EST OFFERT PAR AIR ANTILLES & AIR GUYANE // ONAIR.NEWS

28 - *Changer d'air / A breath of fresh air*

BARBADE : LES GALERIES ENCHANTÉES DE HARRISON'S CAVE

BARBADOS: THE ENCHANTED GALLERIES
OF HARRISON'S CAVE

34 - *L'air du temps / Up in the air*

LIBERTÉ, HUMANITÉ, HUMILITÉ « ENTRETIENS AVEC AIMÉ CÉSAIRE » DE MARIJOSÉ ALIE

LIBERTY, HUMANITY, HUMILITY
"INTERVIEWS WITH AIMÉ CÉSAIRE"
BY MARIJOSÉ ALIE





Adoptez les bons gestes.



ANTICIPEZ VOTRE EMBARQUEMENT

- Présentez-vous à l'enregistrement 4h avant le départ
- Passez les contrôles de police 1h30 avant le départ



PRÉPAREZ VOTRE VOYAGE

- Assurez-vous de la validité de vos documents d'identité et sanitaires
- Étiquetez tous vos bagages
- Vérifiez que le poids de vos bagages correspond bien à la franchise de votre compagnie aérienne



DITES-VOUS AU REVOIR À LA MAISON & RESTEZ "COVID VIGILANTS"

- Respectez les gestes barrières, le port du masque et la distanciation sociale
- Si vous ne voyagez pas, restez à l'extérieur de l'aéroport



SOYEZ RESPECTUEUX

- Stationnez sur les places disponibles et pas en double file
- Respectez la durée d'arrêt au dépose minute
- Rapportez votre chariot aux points de collecte
- Respectez les consignes



www.guadeloupe.aeroport.fr

[GuadeloupePoleCaraibes](https://www.facebook.com/GuadeloupePoleCaraibes)

Préserver votre santé est notre priorité.

#RESTONSVIGILANTS

Basse
Terre
Majestueuse

Grande
Terre
Fascinante

Marie
Galante
Authentique

Les
Saintes
Enchantées

La
Désirade
Surprenante

Le Bonheur À MOINS D'UNE HEURE



LES ÎLES DE
GUADELOUPE
Il y a tant d'îles en elles



lesilesdeguadeloupe.com





Depuis 1933
madras
Dékolay!

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION





CHERS LECTEURS

Le ciel caribéen s'est rouvert avec la reprise des vols internationaux. Nous sommes heureux de pouvoir vous transporter vers Puerto Rico, la Dominique, Sint-Maarten, Curaçao, Bonaire, Miami et bien sûr la République Dominicaine (Punta Cana et Saint-Domingue).

Dès le mois d'août nous retournerons également vers Sainte-Lucie et la Barbade.

Par ailleurs nos fréquences augmentent entre la Guadeloupe, la Martinique, Saint-Martin et Saint-Barthélemy. Air Antilles continue d'opérer conjointement avec Air France les liaisons vers la Guyane Française et se repositionne sur les liaisons intra-caribéennes entre Sainte-Lucie, Barbade, la Dominique et prochainement Antigua.

Membre de l'alliance Caribsky, Air Antilles s'efforce de faciliter les déplacements intra-caribéens.

Nous vous proposons par ailleurs, un nouveau site internet : www.airantilles.com, plus riche, plus contemporain, qui vous accompagnera pour vos futurs voyages.

Vous y trouverez un moteur de recherche qui vous permettra, en quelques clics, de connaître les conditions administratives auxquelles vous devez répondre pour effectuer votre déplacement, suivant votre destination.

Quant à Air Guyane, la compagnie poursuit sa mission de désenclavement. Depuis le mois d'avril, elle opère Camopi. Air Guyane s'est également engagée à faire évoluer sa flotte pour desservir Maripasoula avec un ATR42 qui améliorera considérablement la qualité de service pour les usagers.

Au plaisir de vous accueillir à bord d'Air Guyane et d'Air Antilles, ✈

DEAR READERS

The Caribbean sky have reopened with the resumption of international flights. We are happy to be able to transport you to Puerto Rico, Dominica, Sint-Maarten, Curaçao, Bonaire, Miami and of course the Dominican Republic (Punta Cana and Santo Domingo).

From August we will also be returning to Saint Lucia and Barbados.

In addition, our frequencies are increasing between Guadeloupe, Martinique, Saint-Martin and Saint-Barthélemy. Air Antilles continues to operate routes to French Guyana jointly with Air France and is repositioning itself on intra-Caribbean routes between Saint Lucia, Barbados, Dominica and soon Antigua.

Member of the Caribsky Alliance, Air Antilles strives to facilitate intra-Caribbean travel.

We are also offering you a new website: www.airantilles.com, richer, more contemporary, which will help you on your future trips.

You will find a search engine that will allow you, in a few clicks, to find out the administrative conditions you must answer to make your trip, depending on your destination.

As for Air Guyane, the company continues its mission to open up. Since April, Air Guyane has been operating Camopi. Air Guyane is also committed to upgrade its fleet to serve Maripasoula with an ATR42 which will considerably improve the quality of service for users.

We look forward to welcome you aboard at Air Guyane and Air Antilles, ✈



Christian Marchand

Christian Marchand
Président Directeur Général
President and CEO

Offre exclusivement dédiée
aux entreprises.

**PLUS SIMPLE
PLUS RAPIDE
MOINS CHER**

Avec **CORSAIRPRO**,
bénéficiez **instantanément** de tarifs
préférentiels sur tous vos billets d'avion.

CORSAIR



JUILLET-AOÛT-SEPTEMBRE 2021

Bimestriel réalisé et édité par
Éditions Ante Insulae
Bas-du-Fort
BP-33 ; Village Viva
97190 Le Gosier
FWI - Guadeloupe
0690 747 777
redaction@anteinsulae.fr
RCS Pointe-à-Pitre TMC 812 635 415
N° de gestion 2015 B 875
Sarl au capital de 5 000 €

Directeur de publication
Christian Marchand

Rédactrice en chef
Agnès Monlouis-Félicité
amf@anteinsulae.fr

Rédaction
Mathieu Audigier (Mode) ;
Ophélie Cohen (Exposition) ;
M. Flow (Street Art) ;
Cécile Gitany (Cuisine Caraïbienne) ;
Charlina Harnais (Nautisme) ;
Agnès Monlouis-Félicité (Tourisme,
Digital, A la Une),
Edgard Parfait (Découverte) ;
Marie-Antoinette Séjean (Nutrition)

Crédits photos récurrents ou partenaires
@LePelican; Buzz mag; Katherine Vulpillat;
Shutterstock; Adobe Stock ;
Autres crédits photos : voir articles

Direction artistique
Jan Masgrau

En couverture
Marijose Alié

Crédits Photo de couverture
Mike Ibrahim

Traduction et relecture
CIL Translation, Ellen Lampert-Greaux,
Rachel Barrett-Trangmar, Edgar Parfait

Impression
Serigraf

La reproduction, même partielle,
des articles et illustrations publiés
dans ce magazine, est interdite.
Les Éditions Ante Insulae déclinent
toute responsabilité pour les
documents remis.
Magazine réalisé et imprimé
aux Antilles-Guyane.
Le papier est issu de forêts gérées
durablement PEFC

Tourisme *Tourism* 12
Digital *Digital* 22
Découverte *Discovery* 28

CHANGER D'AIR
A BREATH
OF FRESH AIR
12-32

À la Une *Cover Story* 34
Street Art *Street Art* 40
Exposition *Exhibition* 44
Nutrition *Nutrition* 48
Cuisine caraïbienne
Caribbean food 52

L'AIR DU TEMPS
UP IN THE AIR
34-54

Aventure *Adventure* 56
Nautisme *Boating* 58
Mode *Fashion* 64
VIP *VIP* 66
Événements *Events* 76
Jeux *Puzzles* 78

À L'AIR LIBRE
DANCE ON AIR
56-79



Se simplifier le quotidien avec Open.

Packs Open



à partir de

38,90€⁽¹⁾
/mois

pendant 3 mois
puis 63,90€/mois



Kit main libre recommandé

Offre soumise à conditions valable aux Antilles-Guyane françaises du 07/07 au 06/10/2021 et réservée aux particuliers pour toute souscription à une offre Open avec engagement de 12 mois.

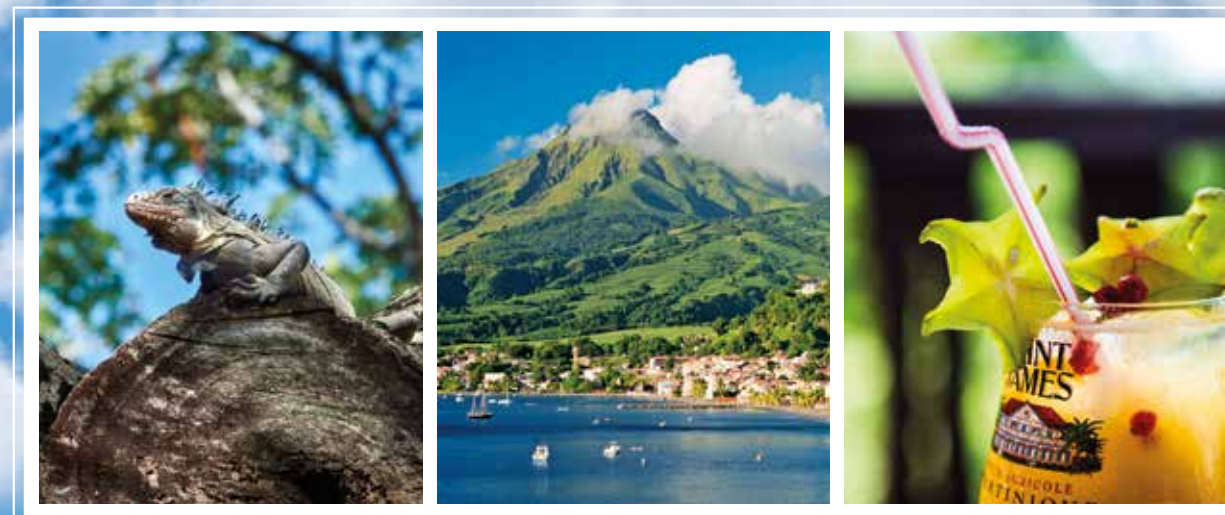
(1) A partir de 38,90€ par mois (Pack Open Essentiel XDSL avec un forfait Mobile 2h 3Go sans téléphone) pendant 3 mois, puis 63,90€ par mois (la remise étant appliquée dès la première facture). (2) Sous réserve d'éligibilité et de compatibilité technique, sous réserve de raccordement au domicile, sur réseaux et terminaux compatibles. Souscription possible uniquement en boutique Orange. Plus d'informations sur orangecaraibe.com. 07/21 © Orange Caraïbe - S.A au capital de 5 360 000€ - Siège social : 1 Avenue Nelson Mandela 94110 Arcueil - 379 984 891 RCS Créteil.

orange™



LA MARTINIQUE, ÉTOILE MONTANTE DU TOURISME MONDIAL

MARTINIQUE,
A RISING STAR IN GLOBAL TOURISM



ONAIR - La Martinique a été choisie comme première destination émergente du Monde en 2021 par les voyageurs du site Tripadvisor. Parallèlement, l'on a vu une série de reportages et d'émissions diffusées sur la destination. Comment s'explique cet engouement ?

François Baltus-Languedoc - Par les atouts de l'île, bien sûr ; mais aussi par les campagnes que nous avons menées. Ainsi, 40000 touristes ont visité notre île entre décembre et janvier. Cette promotion a eu un succès incroyable et a même suscité l'intérêt des médias, notamment Français générant beaucoup de rendez-vous avec les journalistes. Parmi les retombées : 50 minutes Inside sur M6, La revue des Arts sur France 24, Échappées Belles sur France 5, Sept à Huit sur TF1... Notre rôle en tant que Comité du Tourisme, est de lancer une dynamique vertueuse et de susciter l'intérêt de la destination tant auprès du grand public que des professionnels.

ONAIR - Martinique was selected as the top emerging destination in 2021 by the travel review site TripAdvisor. At the same time, there were numerous news reports and a lot of press coverage about the destination. How do you explain this enthusiasm?

François Baltus-Languedoc - The wonderful aspects of the island, of course; as well as the promotional campaigns we have run. As a result, 40,000 tourists visited the island between December and January 2021. Our promotional efforts met with an incredible success and led to increased interest by the media, especially French journalists. The coverage includes: 50 Minutes Inside on M6, La Revue des Arts on France 24, Échappées Belles on France 5, Sept à Huit on TF1... Our role at the Tourism Committee is to get the momentum going and raise interest in the destination for the public-at-large as well as professionals.

APRÈS UNE DISTINCTION CONVOITÉE LA HISSANT AU RANG DE MEILLEURE DESTINATION ÉMERGENTE DU MONDE ET UNE FORTE EXPOSITION MÉDIATIQUE SUR DES CHÂÎNES NATIONALES ET INTERNATIONALES, L'ÎLE AUX FLEURS EST SOUS LE FEU DES PROJECTEURS ET CE N'EST PAS FINI, COMME NOUS L'EXPLIQUE LE DIRECTEUR DU COMITÉ MARTINICAIS DU TOURISME, FRANÇOIS BALTUS-LANGUEDOC.

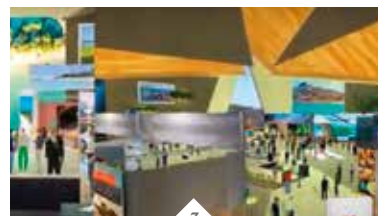
AFTER EARNING THE DISTINCTION AS ONE OF THE BEST EMERGING DESTINATIONS IN THE WORLD, PLUS MAJOR MEDIA COVERAGE IN NATIONAL AND INTERNATIONAL PRESS, THE ISLAND OF FLOWERS IS IN THE SPOTLIGHT AND IT'S JUST THE BEGINNING, AS EXPLAINED TO US BY THE DIRECTOR OF THE MARTINIQUE TOURISM COMMITTEE, FRANÇOIS BALTUS-LANGUEDOC.



5



6



7



8

OA - Puisque vous évoquez les professionnels, l'autre fait marquant de cette année a d'ailleurs été l'organisation d'un salon du tourisme virtuel. Quelle en a été la genèse ?

FBL - Avec la pandémie, nous avons très tôt amplifié nos interventions dans le digital et investi dans des actions comme les rendez-vous live sur Instagram et Facebook, de Paris et du Canada essentiellement. Nous avons aussi travaillé avec une agence qui manage des influenceurs afin de les associer à la promotion de la destination. Le COVID nous a obligé à nous concentrer sur le digital et c'est dans cette logique que l'idée d'un salon virtuel s'est imposée.

OA - Quels en étaient les objectifs ?

FBL - Avec le COVID, les acteurs du tourisme de Martinique avaient tendance à se recroqueviller... Il nous semblait indispensable de leur permettre de rencontrer des professionnels d'ailleurs, d'autant qu'il n'y avait pas eu de grand salon physique en 2020. Nous avons décidé de pallier ce manque en organisant le premier salon virtuel du tourisme de la Caraïbe : le Martinique Travel Show, avec un design sublime et un système de prise de rendez-vous. Nos professionnels ont pu y rencontrer des acteurs du Monde entier : Canada, États-Unis, France, Allemagne, Belgique, Italie, Suisse, Espagne, Royaume Uni et bien d'autres pays étaient représentés.

OA - Ce fut sans doute un challenge technologique de réunir tant de personnes des Amériques et d'Europe à des fuseaux horaires différents. Pari réussi ?

FBL - Oui, le défi technique a été relevé avec succès. Le salon a compté 1254 inscrits et une cinquantaine d'exposants. Le nombre total de tchats (ndlr : conversations numériques) entre acteurs locaux et tours opérateurs internationaux s'est élevé à plus de 6100. Plus de 3000 cartes de visite ont été échangées. Les socioprofessionnels ont pu rencontrer des agences qu'ils ne rencontrent pas d'habitude, pas même dans les salons physiques. Le retour sur investissement a été très intéressant et le bilan s'est soldé

OA - Since you mentioned professionals, the other big thing this year was the organization of a virtual tourism tradeshow. What was the idea behind that?

FBL - With the pandemic, we quickly increased our digital presence and invested in such things as live events on Instagram and Facebook, primarily in Paris and Canada. We also worked with an agency that manages influencers to associate them with the promotion of our destination. COVID obliged us to concentrate on digital activities, and it was from there that the idea of the virtual tradeshow was born.

OA - What were your goals?

FBL - With COVID, the tourism sector in Martinique was beginning to withdraw into its shell... It seemed indispensable to organize meetings with professionals from elsewhere, as there wasn't a large in-person trade show in 2020. We decided to compensate for this loss by organizing the first virtual event of its kind in the Caribbean: the Martinique Travel Show, with a beautiful design using online meeting software. Our professionals were able to meet tourism representatives from around the world: Canada, United States, France, Germany, Belgium, Italy, Switzerland, Spain, Great Britain, and other countries that participated.

OA - That must have been a real technological challenge to unite so many people from the Americas and Europe across so many different time zones. A success?

FBL - Yes, the technical challenge was considered a success. The show attracted 1,254 attendees and 50 exhibitors. There were more than 6,100 t-chats (digital conversations) between local tourism professionals and international tour operators. More than 3,000 business cards were exchanged. The socio-professionals were able to meet with agencies they don't usually meet with, even at in-person shows. The return on investment was very interesting and the success is most notably reflected



par des signatures de contrats notamment. Mais il y a aussi un après-salon : nous organisons pour nos professionnels des séminaires virtuels tous les mois avec des experts internationaux, par exemple sur « Le touriste de demain » ou la gastronomie. Pas moins de 10 webinaires leurs sont ainsi offerts.

OA - Vous rappelez souvent l'importance de mener une stratégie à 360°. Côté grand public, une nouvelle campagne a été lancée en radio au niveau national...

FBL - En effet, elle est menée sur les plus grandes radios de l'hexagone. Nous y mettons en avant les compagnies aériennes qui signent les fins des spots en annonçant leurs prix. L'idée là encore est qu'il y ait des retombées directes et mesurables. L'auditeur entend un message inspirant et comment le concrétiser ; puis, quand il va sur le site Tripadvisor nos affichages lui font écho. Il était naturel que nous fassions campagne sur ce site qui a vu la Martinique recevoir la distinction de meilleure destination émergente au Monde : bannières, petits films... plus de 100.000 euros y ont été consacrés. Parallèlement, nous investissons 200.000 euros sur du digital, essentiellement en « catch up tv » : des films de quelques secondes très inspirants diffusés en début des vidéos en replays. Enfin, nous préparons des podcasts « Raconte-moi la Martinique » qui seront diffusés bientôt sur les radios de la francophonie (France, Belgique, Canada).

OA - Au-delà des aspects de promotion, quel est le rôle du Comité Martiniquais du Tourisme, particulièrement dans une période comme celle que nous traversons ?

FBL - Notre rôle tient bien sûr aussi à la structuration de l'offre mais pas seulement. Nous avons été plus loin en faisant de l'accompagnement. L'année dernière par

in the signature of contracts. But there was also an after-salon: every month we organized virtual seminars for our tourism professionals with international experts, on such subjects as "The Tourist of Tomorrow," or Gastronomy. There were at least 10 webinars available to them.

OA - You often point out the importance of a 360° strategy. In terms of the public-at-large, a new campaign was launched on French national radio...

FBL - In fact, this campaign was on the most important radio stations in France. We promoted the airlines, which announced their prices at the end of the spots. The idea was to make a direct, qualitative impact. The listeners hear an inspiring message and told how to respond; then when they go on the TripAdvisor site, our ads reinforce the message. It was natural that we ran a campaign on this site that named Martinique as the best emerging destination in the world: banner ads, short films... more than 100,000 euros were spent. At the same time, we invested 200,000 euros on digital, essentially in Catch-Up TV: very inspiring films only a few seconds long played before online videos. Finally, we are creating podcasts called "Tell Me About Martinique" that will be aired shortly on Francophone radio stations (France, Belgium, Canada).

OA - In addition to such promotional activities, what is the role of the Martinique Tourism Committee, especially during a period like we are now experiencing?

FBL - Our role is to play a part in the structuration of the tourism program, but that's not all. We have also been very instrumental in terms of support.

exemple, quand les aides ont été données par la Collectivité territoriale de Martinique, nous avons formé des collaborateurs à la réception des demandes. Le CMT a ainsi été la porte d'entrée pour les subventions accordées. Nous sommes donc sortis de notre zone de confort de promotion, de structuration pour accompagner les acteurs. Le choc du COVID a eu aussi des conséquences sur la psychologie des professionnels. Il était important que nous les soutenions.

OA - Parlons de présent, d'avenir... Comment accompagnez-vous la réouverture ?

FBL - Nous menons les opérations « Partez en vacances en Martinique » et « Partez en musique en Martinique » (ndlr : voir article consacré dans ce journal). Avec une nouveauté cette année : via une application consacrée (Keetiz), les touristes qui dépenseront dans les commerces partenaires se verront reverser 25% de leurs dépenses sur leur compte ; l'enveloppe est financée par le CMT. En cohérence, l'émission sur ATV « Tous à bord » présentera une rubrique « Partez en vacances en Martinique » qui invitera les téléspectateurs de Martinique et de Guadeloupe à visiter les communes : quelles activités, où loger, que visiter etc.

OA - La valorisation des lieux est-elle un chantier structurant pour le futur ?

FBL - Absolument ! Nous avons cartographié la Martinique avec Google Maps. Plus de 500.000 localisations ont été capturées notamment par un consultant spécialisé avec qui nous avons collaboré. Les touristes peuvent découvrir la Martinique au plus près de sa réalité.

Et en parlant de nos merveilleux sites, nous nous sommes associés à Trace Télévision pour la création d'une émission de fitness qui sera tournée dans des sites iconiques comme la plage du Diamant. L'émission recevra parfois des invités de renom.

Tout cela permet d'accroître la notoriété de la Martinique de façon plus ludique... et ce n'est pas fini, il y aura de belles surprises à la rentrée : concert télévisuel d'artistes relayé sur une chaîne nationale en octobre, Transat Jacques Vabre arrivant en novembre, le Raid des Alizées le même mois... La Martinique n'a pas fini de faire parler d'elle ! 🐠

Last year, for example, when financial aid was offered by the Collectivity of Martinique, we trained our colleagues in the reception of the applications. The Committee also served as the gateway for the subventions provided. We moved out of our comfort zone of promotion and structuration in order to help our constituents. The shock of COVID also had psychological consequences for many professionals. It was important for us to support them.

OA - Let's talk about the future... How can you promote the reopening?

FBL - We have various campaigns, "Go On Vacation In Martinique" and "Go To Martinique For Music" (editor: see related article in this issue). Plus, something new this year: via a dedicated application (Keetiz), tourists who spend money with our commercial partners will get 25% of their spending back; this project is financed by the Tourism Committee. In the same vein, the show "Tous à bord" on ATV will support "Go On Vacation In Martinique" by inviting viewers from Martinique and Guadeloupe to visit various towns: what activities, where to stay, what to see, etc.

OA - Is the promotion of these places part of the structuration work for the future?

FBL - Absolutely! We mapped all of Martinique with Google Maps. More than 500,000 locations were captured primarily by the work of a consultant with whom we collaborated. Tourists can discover Martinique as close to reality as possible.

In speaking of our wonderful locations, we are working with Trace Télévision on the creation of a show about fitness that will be shot in some of the iconic places on the island, such as Diamant Beach. The show will also host renowned guests.

This will allow Martinique to increase its notoriety in a fun way... and we're just getting started. There will be some great surprises in the fall: a televised concert shown on a national channel in October, the Transat Jacques Vabre arrives in November, the Raid des Alizées the same month... And that is really just the beginning of talking about Martinique! 🐠

BÉNÉFICIEZ DE

-25%*

SUR VOS VACANCES
EN MARTINIQUE !PARTEZ
EN VACANCES
EN MARTINIQUEJe télécharge
l'appli Keetiz

Keetiz

J'enregistre
ma CB

Je paye par CB

J'ai accès à mon
remboursement via l'appli

Conditions de l'opération Partez en vacances en Martinique

*Offre valable jusqu'à épuisement de la dotation, chez tous les professionnels du tourisme participants à l'opération Partez en vacances en Martinique présents dans l'application Keetiz. 25% remboursés dans la cagnotte Keetiz pour chaque achat payé en « CB », dans la limite de 50€ de récompense cash par établissement participant et par jour. Le remboursement apparaît dans l'application Keetiz quelques jours après l'achat sous forme de cagnotte. Dès 15€ de cagnotte atteints, virement possible sur votre compte bancaire participant. Offre soumise à l'inscription sur l'application (téléchargement gratuit, hors coûts de communication et d'accès Internet selon opérateur) + connexion bancaire à réaliser afin de profiter de l'opération. Conditions et modalités visibles dans l'application Keetiz.



PARTEZ EN VACANCES... ET EN MUSIQUE EN MARTINIQUE !

GO ON VACATION...

AND LISTEN TO MUSIC IN MARTINIQUE!

CETTE ANNÉE L'OPÉRATION « PARTEZ EN VACANCES EN MARTINIQUE » PERMET AUX TOURISTES LOCAUX OU DE PASSAGE DE PROFITER DE L'ÎLE TOUT EN ÉCONOMISANT. DANS LE MÊME TEMPS, « PARTEZ EN MUSIQUE EN MARTINIQUE » PROPOSE DES CONCERTS DANS LES RESTAURANTS DE L'ÎLE, PERMETTANT AU PASSAGE DE SOUTENIR LES ARTISTES. UNE LOGIQUE QUI BÉNÉFICIE À CHACUN DES ACTEURS.

THIS YEAR'S SPECIAL PROMOTION "GO ON VACATION IN MARTINIQUE" ALLOWS REGIONAL AND FOREIGN TOURISTS TO ENJOY THE ISLAND AND SAVE MONEY.

AT THE SAME TIME "GO TO MARTINIQUE FOR MUSIC" PRESENTS CONCERTS IN THE ISLAND'S RESTAURANTS, WHICH HELPS SUPPORT LOCAL MUSICIANS. A CULTURAL AND ECONOMIC WIN-WIN.



Pour la 21ème édition de l'opération annuelle « Partez En Vacances En Martinique », le Comité Martiniquais du Tourisme (CMT) a débloqué une dotation financière de 100 000 euros permettant de rembourser aux touristes 25% de leurs dépenses dans les commerces partenaires. Martiniquais et Guadeloupéens sont particulièrement visés par cette opération qui concerne aussi la diaspora et plus généralement tout touriste venu d'ailleurs. Pour en bénéficier, il suffit de télécharger l'application Keetiz sur son téléphone et d'enregistrer sa carte de paiement. Chaque dépense, de plus de 15 euros, effectuée avec cette carte chez un partenaire de l'opération voit le compte être crédité de 25% du montant de la dépense.

STIMULER L'ACCÈS AUX OFFRES ~ « D'après les expériences menées en la matière, pour 100.000 euros investis, nous nous attendons à ce que soit généré 8 fois plus de chiffre d'affaires pour les acteurs », espère François Baltus-Languedoc, Directeur Général du CMT. La dotation du CMT financera ces remboursements jusqu'à épuisement des fonds. Parrainée par l'artiste Paille, l'opération vise à encourager les visiteurs à « découvrir et redécouvrir la richesse de l'offre touristique disponible dans tous les secteurs : activités de pleine nature, excursions nautiques, musées, hôtels de charme, résidences de tourisme, découverte de lieux insolites... » ; découverte de la culture aussi.

For the 21st edition of the annual program, "Go On Vacation In Martinique," the Martinique Tourism Committee (CMT) set aside the sum of 100,000€ in order to reimburse tourists 25% of their spending with the CMT's commercial partners. Tourists from Martinique and Guadeloupe are especially targeted by this promotion, which also concerns the diaspora and in a more general sense, tourists from other countries. To take part, simply download the application Keetiz on a smartphone and register a credit card. Then 25% of every payment made with that card for more than 15 euros, at one of CMT's commercial partners, will be credited back to the card.

STIMULATE ECONOMIC ACTIVITY ~ "According to experts in this field, for an investment of 100,000 euros, we are hopes to generate eight times that in sales for our partners," asserts François Baltus-Languedoc, director of the CMT. The money from the CMT will finance these reimbursements until it runs out. Reggae singer Paille is the patron artist for this program intended to encourage visitors to "discover or rediscover the richness of all that is available to tourists in many sectors: outdoor nature activities, nautical excursions, museums, charming hotels, vacation rentals, exploration of places off the beaten track..." and of course local culture.



SOUTIEN AUX ARTISTES ~ Et c'est d'ailleurs dû par cette volonté de soutenir la diffusion de la culture-pays que le CMT a initié une deuxième opération phare, « Partez en musique en Martinique ». « L'idée est partie de notre Présidente Karine Mousseau, sous l'impulsion d'un de nos administrateurs Yan Monplaisir », confie François Baltus-Languedoc. Ils regrettaient le temps où des animations comme les ballets folkloriques se tenaient dans les hôtels pour le plus grand bonheur des touristes ». Aujourd'hui, au cœur de la crise, alors que les restaurants sont restés longtemps fermés et que les artistes n'ont pas travaillé depuis des mois, le CMT décide de faire d'une pierre deux coups : offrir de l'attractivité aux premiers, tout en permettant aux seconds de se produire et de pérenniser leur statut d'intermittent.

BÉNÉFICES PARTAGÉS ~ 144 cachets ont ainsi été attribués. La Direction des Affaires culturelles est aussi partenaire de l'opération. La DAC a en effet financé la formation d'une vingtaine de restaurateurs à l'organisation d'événements (licence d'entrepreneurs du spectacle) leur permettant ainsi d'accueillir le public en toute sécurité. « L'on donne de la visibilité aux restaurants, on les professionnalise et on permet aux artistes de bénéficier de cachets chargés : l'opération s'avère ainsi vertueuse, souligne François Baltus-Languedoc ». Elle a été lancée le 21 juin, jour de la Fête de la musique, pour s'achever le 25 juillet. Au programme : 31 concerts dans 25 sites des 4 coins de l'île. ➤

SUPPORT FOR ARTISTS ~ Also motivated by a desire to support the island's traditional culture, the CMT has launched a second major initiative, "Go To Martinique For Music." "The idea for this came from our president Karine Mousseau, under the aegis of one of our administrators, Yan Monplaisir," explains François Baltus-Languedoc, who is nostalgic for the days when folkloric dancers performed in hotels to the great delight of tourists. Today, due to the pandemic, at a time when restaurants were closed for a long time and local artists have not worked for months, the CMT decided to kill two birds with one stone: offer something attractive to the restaurants while at the same time allowing musical artists to perform and perpetuate their employment status.

SHARED SUCCESS ~ To date, 144 fees have been paid to musical artists. The French Cultural Affairs Direction (DAC) is also a partner in this project, financing the training of 30 restaurateurs to organize cultural events (entertainment business license), allowing them to safely host audiences. "That gives visibility to the restaurants, by endorsing them, and allows the artists to benefit from monies collected: the project has been beneficial so far," adds François Baltus-Languedoc. The program was launched on June 21, the day of La Fête de la Musique, through July 25. On the roster: 31 concerts in 25 locations on the four corners of the island. ➤

CARIBBEAN BIG REOPENING

Le retour du bon Air !

Miami
San Juan
Punta Cana
St Domingue
St-Barth
St-Martin
St Maarten
Guadeloupe
Dominique
Martinique
Ste-Lucie
Barbade
Cayenne
Curaçao
Bonaire
Aruba

AN NOU AY !



airantilles.com
et agences agréées.

Suivez-nous >



0 890 648 648 Service 0,25 € / min + prix appel





L'EXPÉRIENCE DIGITALE SUR-MESURE DES ÎLES DE GUADELOUPE

THE ISLANDS OF GUADELOUPE'S
CUSTOMIZED DIGITAL EXPERIENCE

UN NOUVEAU SITE MODERNE, PLUS À MÊME DE RÉPONDRE AUX BESOINS ET ENVIES DES VISITEURS :
TEL EST LE NOUVEAU FER DE LANCE DU COMITÉ DU TOURISME DES ÎLES DE GUADELOUPE
QUI L'A PRÉSENTÉ AU MOIS DE JUIN. IL S'INTÈGRE DANS UN DISPOSITIF GLOBAL DE SÉDUCTION
DES TOURISTES ET DE SOUTIEN AUX PROFESSIONNELS.

THE ISLANDS OF GUADELOUPE TOURIST BOARD'S NEW SPEARHEAD WAS PRESENTED IN JUNE:
A NEW MODERN WEBSITE, MORE SUITABLE TO VISITORS' NEEDS AND DESIRES, PART OF A THOROUGH
INITIATIVE TO ATTRACT TRAVELLERS AND SUPPORT PROFESSIONALS.

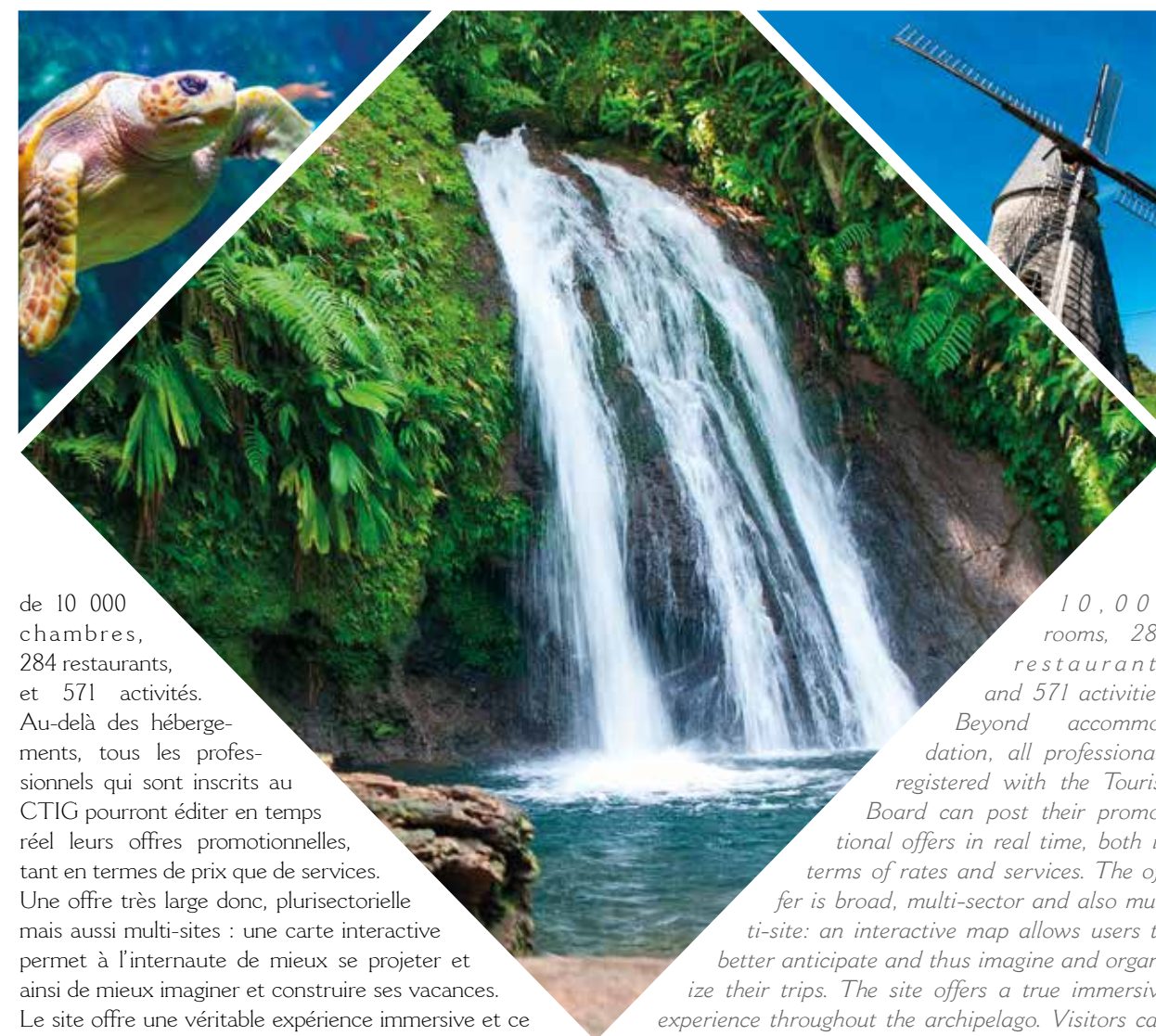


ATTRACTIVITE DIGITALE ~ « Plus design, plus épurée et plus intelligente, notre nouvelle plateforme entend s'adapter aux comportements et exigences des internautes », explique le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe à l'occasion de la conférence de presse de lancement du nouveau site internet lesilesdeguaadeloupe.com. C'est en observant le comportement de navigation des 3 millions d'internautes ayant visité son site que le CTIG a dressé ce constat : « l'internaute souhaite de plus en plus construire son séjour absolument comme il le désire ; une tendance renforcée par la crise sanitaire ». Pour répondre à ces attentes, le comité a repensé sa politique digitale afin de rendre accessible « la bonne information au bon moment ». Première étape de cette stratégie de transformation : la refonte graphique partielle de la plateforme. Il s'agit, dans un premier temps, de construire une page d'accueil « intelligente » présentant des contenus à l'internaute en fonction de son origine géographique, de ses préférences et de maturité de son projet de voyage.

OFFRES ET BONS PLANS ~ Autre refonte, la page de présentation des hébergements avec une valorisation du classement ou de la labellisation des établissements. « Il s'agit d'un signe visible de l'évolution qualitative de l'offre de l'archipel », explique le CTIG. Équitable, la page garantit la même exposition à tous les acteurs par un système d'affichage aléatoire des offres. Cette vitrine dévoile 631 hébergements, soit plus

DIGITAL ATTRACTIVENESS ~ “Our brand-new smart platform, with better design and style, intends to adapt to its users' behavior and requirements”, explains the Islands of Guadeloupe Tourist Board at a press conference for the launching of its new lesilesdeguaadeloupe.com website. By closely watching the browsing behavior of some 3 million Internet users who have visited its website, the Tourist Board noticed the following: “Internet users increasingly want to shape their stays exactly according to their wishes; this trend has become stronger due to the health crisis.” To meet these expectations, the Board has redesigned its digital policy to deliver “the right information at the right time.” The first step in this transformation strategy is the platform's partial graphic redesign. The goal is to build a “smart” home page presenting content to Internet users according to their geographic origins, preferences and the maturity of their travel plans.

SPECIAL OFFERS AND GOOD DEALS ~ Another modification is the accommodation page with better classification or labeling of businesses. According to the Board, “this is a visible sign of a qualitative change in the archipelago's offering.” The page is fair to all, guaranteeing the same exposure to all professionals through a system of random display of all offers. It shows 631 accommodations, or more than



de 10 000 chambres, 284 restaurants, et 571 activités. Au-delà des hébergements, tous les professionnels qui sont inscrits au CTIG pourront éditer en temps réel leurs offres promotionnelles, tant en termes de prix que de services. Une offre très large donc, plurisectorielle mais aussi multi-sites : une carte interactive permet à l'internaute de mieux se projeter et ainsi de mieux imaginer et construire ses vacances. Le site offre une véritable expérience immersive et ce dans tout l'Archipel. Le visiteur peut y découvrir une infinie possibilité de trajets, loisirs ou sites pouvant être explorés. Parallèlement, l'encyclopédie « Guadeloupédia », forte de ses 20 000 lecteurs, nourrit l'imaginaire et les parcours. Bientôt un assistant virtuel et un nouveau programme de fidélité devraient enrichir cette expérience digitale.

INVITATION AU VIRTUEL POUR DES SEJOURS REELS ~ « La précédente version du site internet des îles de Guadeloupe affichait déjà plus d'un million de pages vues par an », explique le CTIG, « gageons que cette nouvelle version saura séduire bien plus de visiteurs ». Le comité s'en assure, notamment par une campagne de communication massive : 300.000 cartes postales sont envoyées au mois de juillet aux résidents de Guadeloupe et de Martinique. « Non seulement elles sont séduisantes mais en plus elles ont un QR code permettant d'arriver directement sur la plate-forme », explique Willy Rosier, Directeur du CTIG. « Ils découvriront des contenus inspirationnels qui leur donneront des idées et guideront leurs choix et envies

10,000 rooms, 284 restaurants and 571 activities. Beyond accommodation, all professionals registered with the Tourist Board can post their promotional offers in real time, both in terms of rates and services. The offer is broad, multi-sector and also multi-site: an interactive map allows users to better anticipate and thus imagine and organize their trips. The site offers a true immersive experience throughout the archipelago. Visitors can discover endless possibilities of journeys, activities or sites to explore. At the same time, the Guadeloupedia encyclopedia, with its 20,000 readers, boosts the imagination and travelling possibilities. Soon, a virtual assistant and a new loyalty program should improve this digital experience even more.

INVITING TO A VIRTUAL WORLD FOR REAL STAYS ~ “The previous version of the website already had more than a million page views per year”, says the Islands of Guadeloupe Tourist Board. “We anticipate that this new version will attract many more visitors.” The Board is making it real, in particular by setting up a massive communication campaign with 300,000 postcards sent in July to Guadeloupe and Martinique residents. “Not only are they attractive, but they also include a QR code allowing you to access the platform directly”, says Willy Rosier, Director of the Islands of Guadeloupe Tourist Board. “They will find inspirational contents giving them ideas and guiding their choices and



de découverte de culture, des paysages, de la gastronomie, des plages... ». L'idée étant aussi de séduire de plus en plus de prescripteurs qui relaieront les charmes de la destination sur les réseaux sociaux. Un terrain favorable au CTIG qui totalise d'ores et déjà plus d'un demi-million d'abonnés.

LA COMMUNICATION DES ACTEURS

~ Autre nouveauté majeure de cette campagne : le CTIG a annoncé son soutien aux actions de communications des professionnels locaux durant ces vacances : « Quand le professionnel mettra 1 euro pour faire la promotion de son établissement et ce, quelle que soit son activité, le CTIG mettra aussi 1 euros », annonce son Directeur. « Il s'agit de faire en sorte que sa communication soit plus performante, que les résultats soient plus conséquents et qu'il puisse y avoir plus de touristes donc de consommateurs afin que la reprise se fasse rapidement ». Soutien financier aux acteurs, renouveau digital, valorisation des territoires et conquête de voyageurs : les 5 îles de Guadeloupe entendent bien séduire et garder leur positionnement de destination phare. L'archipel figure aujourd'hui dans les 10 premières places du baromètre social Media de l'agence « We like travel », parmi toutes les régions de France. ➤

desires to discover culture, landscapes, gastronomy, beaches... "The idea is also to attract more and more influencers who will present the destination's charm on social networks: it is a breeding ground for the Board which can already boast more than half a million followers.

LOCAL ACTORS' COMMUNICATION ~

This campaign relies on another major innovation: the Islands of Guadeloupe Tourist Board announced its support for the communication actions of local professionals during the summer holidays: "Where a professional puts 1 euro to promote their business, whatever the activity, the Board will also contribute 1 euro", the Director announces. "It is about ensuring that their communication is more efficient, that the results are more substantial and that there are more tourists and therefore customers, so that recovery takes place quickly." Financial support for actors, digital renewal, enhancing territories and winning travelers' hearts: the 5 Guadeloupe islands intend to seduce and keep their position as a flagship destination. Among all French regions, the archipelago is now ranked in the top 10 destinations by the social media barometer of the agency "We Like Travel". ➤

RENDEZ-VOUS SUR / CHECK OUT THE WEBSITE:

<https://www.lesilesdeguadeloupe.com>



*Halcatibou !**



ARAWAK
BEACH RESORT

0590 48 69 48 - arawakbeachresort.com
41, route des hôtels, Pointe de la Verdre - 97190 - Le Gosier
reservation@arawakbeachresort.com

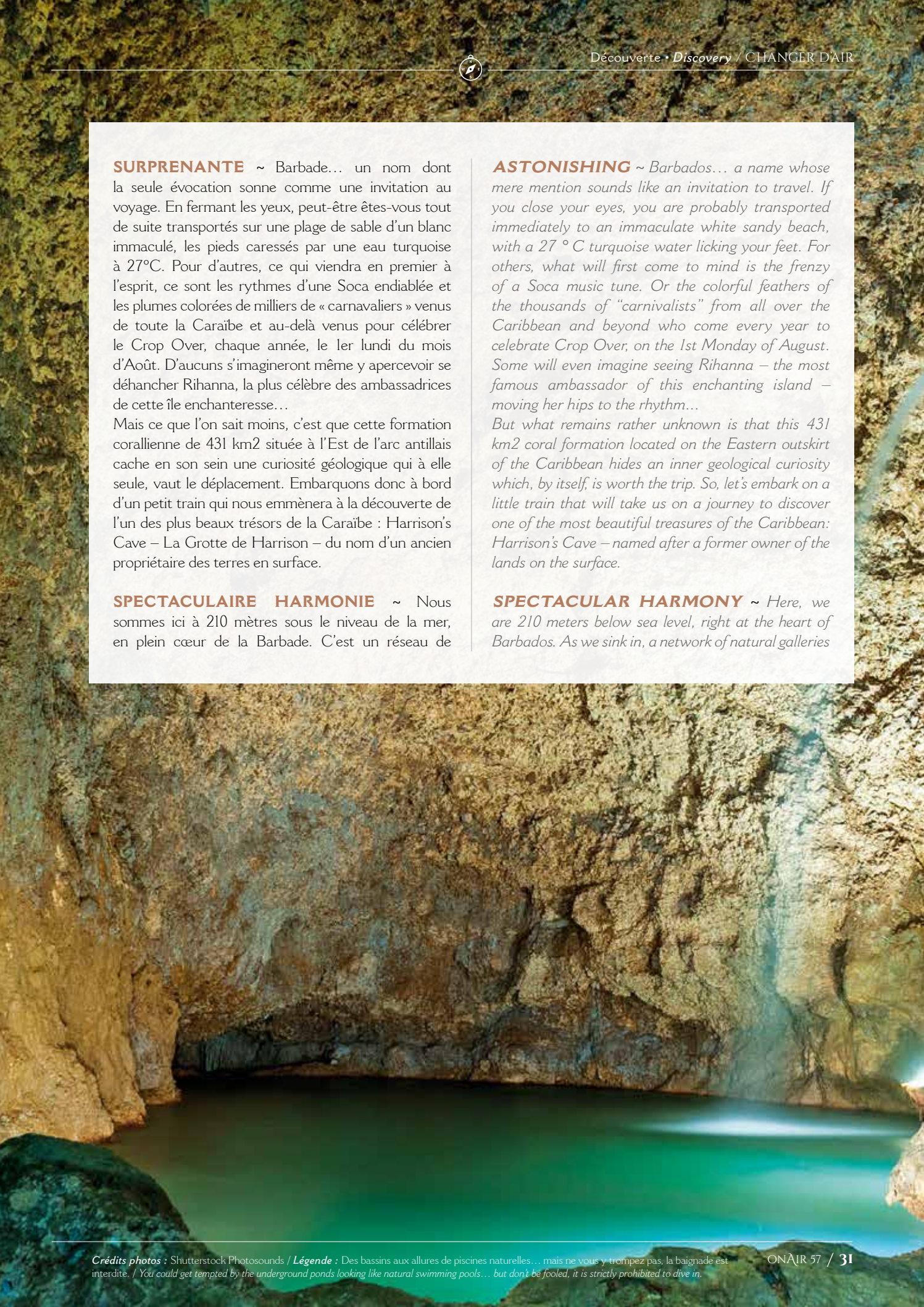


BARBADE : LES GALERIES ENCHANTÉES DE HARRISON'S CAVE

BARBADOS: THE ENCHANTED GALLERIES
OF HARRISON'S CAVE

SI VOUS FAITES PARTIE DE CELLES ET CEUX POUR QUI LA DIFFÉRENCE ENTRE STALACTITES ET STALAGMITES RESTE PLUTÔT INSAISSABLE, SUIVEZ-NOUS DANS LES PROFONDEURS DE LA TERRE BARBADIENNE AU SEIN DE LA « GROTTES DE HARRISON », L'UN DES PLUS BEAUX TRÉSORS DE LA CARAÏBE.

IF YOU ARE ONE OF THOSE WHO CANNOT REALLY TELL A STALACTITE FROM A STALAGMITE, PLEASE LET US TAKE YOU TO THE "HARRISON'S CAVE" – ONE OF THE CARIBBEAN BEST KEPT SECRETS NESTED AT THE HEART OF THE BARBADIAN GROUND.



SURPRENANTE ~ Barbade... un nom dont la seule évocation sonne comme une invitation au voyage. En fermant les yeux, peut-être êtes-vous tout de suite transportés sur une plage de sable d'un blanc immaculé, les pieds caressés par une eau turquoise à 27°C. Pour d'autres, ce qui viendra en premier à l'esprit, ce sont les rythmes d'une Soca endiablée et les plumes colorées de milliers de « carnavaliers » venus de toute la Caraïbe et au-delà venus pour célébrer le Crop Over, chaque année, le 1er lundi du mois d'Août. D'aucuns s'imagineront même y apercevoir se déhancher Rihanna, la plus célèbre des ambassadrices de cette île enchanteresse...

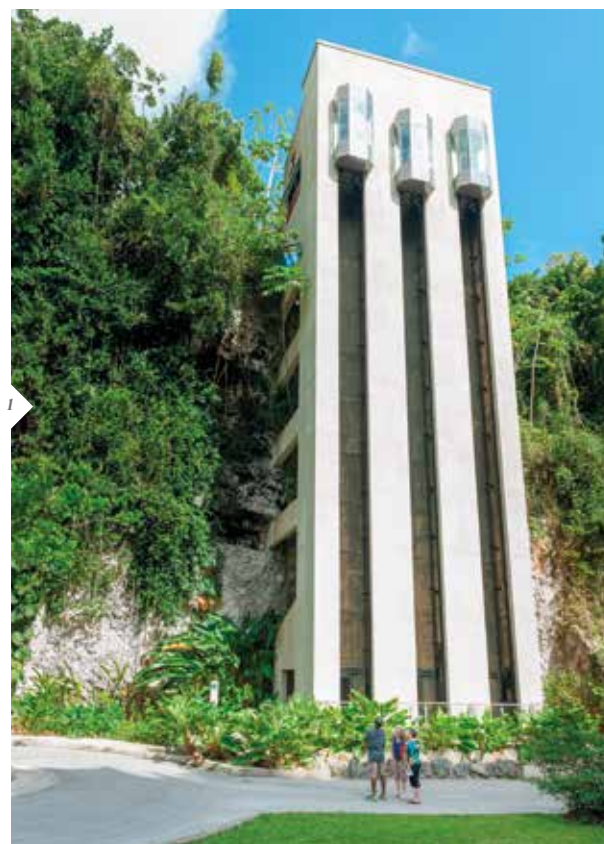
Mais ce que l'on sait moins, c'est que cette formation corallienne de 431 km² située à l'Est de l'arc antillais cache en son sein une curiosité géologique qui à elle seule, vaut le déplacement. Embarquons donc à bord d'un petit train qui nous emmènera à la découverte de l'un des plus beaux trésors de la Caraïbe : Harrison's Cave – La Grotte de Harrison – du nom d'un ancien propriétaire des terres en surface.

SPECTACULAIRE HARMONIE ~ Nous sommes ici à 210 mètres sous le niveau de la mer, en plein cœur de la Barbade. C'est un réseau de

ASTONISHING ~ Barbados... a name whose mere mention sounds like an invitation to travel. If you close your eyes, you are probably transported immediately to an immaculate white sandy beach, with a 27 °C turquoise water licking your feet. For others, what will first come to mind is the frenzy of a Soca music tune. Or the colorful feathers of the thousands of "carnivalists" from all over the Caribbean and beyond who come every year to celebrate Crop Over, on the 1st Monday of August. Some will even imagine seeing Rihanna – the most famous ambassador of this enchanting island – moving her hips to the rhythm...

But what remains rather unknown is that this 431 km² coral formation located on the Eastern outskirts of the Caribbean hides an inner geological curiosity which, by itself, is worth the trip. So, let's embark on a little train that will take us on a journey to discover one of the most beautiful treasures of the Caribbean: Harrison's Cave – named after a former owner of the lands on the surface.

SPECTACULAR HARMONY ~ Here, we are 210 meters below sea level, right at the heart of Barbados. As we sink in, a network of natural galleries



galeries naturelles creusées dans la roche par l'érosion comme autant de petites cathédrales majestueuses. Elles s'égrenent sous nos yeux ébahis, à mesure que nous nous enfonçons. De mélodieux ruisseaux serpentent les cavités pour se rejoindre par endroits en de petits bassins d'une eau cristalline aux reflets d'émeraude. C'est cette même eau qui, goutte à goutte, au fil des millénaires, est à l'origine des milliers de stalagmites qui semblent jaillir de terre pour rejoindre les stalactites suspendues au plafond au-dessus de nos têtes. Parfois les deux amants de calcaire finissent par se rencontrer pour former de somptueuses colonnes.

INFOS / CONTACT
www.visitbarbados.com

EXPLORATION INCONTOURNABLE ~ Le guide nous invite à descendre du train quelques minutes pour explorer de plus près ce monde enfoui qui fut révélé au grand public il y a une cinquantaine d'années seulement. En effet, si les premières évocations des grottes remontent à 1795, ce n'est que dans les années 70 qu'elles sont redécouvertes par une équipe de spéléologues de Barbade et d'ailleurs. Elles sont réaménagées quelques années plus tard par le gouvernement, faisant d'Harrison's Cave l'une des principales attractions touristiques du pays. La visite du musée et des grottes dure 3 heures. Elles passent très vite, agrémentées d'anecdotes de guides qui ne manquent pas d'humour. ➤

carved into the rock by the erosion, reveal themselves before our astonished eyes, like a myriad of small yet majestic cathedrals. Melodious streams meander through the cavities. They meet in some places to form small pools of crystal clear water with emerald reflections. Drop by drop, over the millennia, that same water has been responsible for the formation of thousands of stalagmites. They seem to gush from the earth to join the stalactites suspended from the ceiling above our heads. Sometimes the two limestone lovers end up meeting to form sumptuous pillars.

UNMISSABLE EXPLORATION ~ The guide invites us to get off the train for a few minutes and take a closer look at this buried world which was revealed to the general public only fifty years ago. Although the first mentions of the caves can be traced back to 1795, they were only rediscovered in the 70s by a team of international and Barbadian speleologists. A few years later, the site benefited from a development program run by the government, whose clear intention was to make Harrison's Cave one of the country's top tourist attractions. The visit of the museum and the Caves is 3 hours long – which go by fast as they are punctuated with humorous anecdotes from the tour guides. ➤

CARIBBEAN BIG REOPENING

Le retour du bon Air !

ST DOMINGUE

Au départ de Guadeloupe & Martinique

A partir de

330 € TTC A/R*

AN NOU AY !

PUNTA CANA

Au départ de Guadeloupe

A partir de

330 € TTC A/R*

AN NOU AY !

*1 bagage cabine 5kg - Voir conditions en agences

Miami
San Juan
Punta Cana
St Domingue
St-Barth
St-Martin
St Maarten
Guadeloupe
Dominique
Martinique
Ste-Lucie
Barbade
Cayenne
Curaçao
Bonaire
Aruba



airantilles.com
et agences agréées

Suivez-nous >



0 890 648 648 Service 0,25 € / min + prix appel





LIBERTÉ, HUMANITÉ, HUMILITÉ « ENTRETIENS AVEC AIMÉ CÉSAIRE » DE MARIJOSÉ ALIE

LIBERTY, HUMANITY, HUMILITY

“INTERVIEWS WITH AIMÉ CÉSAIRE”

BY MARIJOSÉ ALIE



EN NOUS LIVRANT SES « ENTRETIENS AVEC AIMÉ CÉSAIRE », LA JOURNALISTE ET AUTEURE MARIJOSÉ ALIE PARTAGE DES RENCONTRES FRANCHES, VÉRACES, INTIMES PARFOIS... CET OUVRAGE, INÉDIT EN SON GENRE, NOUS DÉVOILE UN AIMÉ CÉSAIRE ENTIER, SENSIBLE, DRÔLE ET BIENVEILLANT COMME PEU L'ONT FAIT AVANT. UNE LOGIQUE ÉMERGE DU TEMPS, DES ESPACES ET DES RÔLES ASSUMÉS : HOMME POLITIQUE OU ÉCRIVAIN À LA PLUME BRILLAMMENT BELLE ET INCISIVE... AIMÉ CÉSAIRE AVANCE, COHÉRENT ET LIBRE D'ÊTRE.

BY PRESENTING “INTERVIEWS WITH AIMÉ CÉSAIRE,” JOURNALIST AND AUTHOR MARIJOSÉ ALIE SHARES WITH US HER CANDID, TRUTHFUL, AND SOMETIMES INTIMATE ENCOUNTERS... THIS BOOK, THE ONLY ONE OF ITS KIND, REVEALS THE MULTI-FACETED PERSONA OF AIMÉ CÉSAIRE, SENSITIVE, WITTY, AND KIND, AS FEW HAVE DONE IN THE PAST. A SENSE OF LOGIC EMERGES OVER TIME, PLACE, AND ROLES PLAYED: A POLITICIAN AND A WRITER WHOSE WORK WAS BRILLIANTLY BEAUTIFUL AND INCISIVE... AIMÉ CÉSAIRE, FORWARD-THINKING, COHERENT, AND FREE TO BE HIMSELF.



« On m'a laissé entendre qu'avant de réaliser le portrait d'un Césaire jusque-là boudé par les médias, je ferais mieux de m'attaquer à celui du grand socialiste local, Maire de Trinité, Casimir Branglidor... ».



“... I was made to understand that before writing a profile of Césaire, who was still shunned by the media, I would be better off tackling that of an important local socialist, Casimir Branglidor, mayor of Trinité...”

ONAIR - Marjosé Alie, qu'est-ce qui explique votre motivation à réaliser cette première interview d'Aimé Césaire ? Peu semblaient en saisir l'importance...

Marjosé Alie - J'ai été envoyée en Bourgogne car j'étais trop indépendante dans un audiovisuel public qui était à l'époque, à la disposition du pouvoir. Quand je suis revenue, à la fin des années 70, je voulais donner la parole à l'opposition politique, notamment à Césaire dont le discours était pour moi fondateur ; j'avais tout lu de lui et me demandais comment on pouvait avoir chez nous un si grand homme sans que les médias locaux lui donnent l'espace qu'il méritait. Il avait une place énorme au Canada, en Afrique, aux États-Unis et ailleurs mais en Martinique, chez lui, il était ignoré, en tout cas par le service public.

OA - Pourquoi était-il à ce point persona non grata ?

MA - Il y avait un climat néocolonial qui hérissait Césaire et qu'il dénonçait. Il avait été élu Maire de Fort-de-France en tant que communiste et en était diabolisé. De même, quand il a créé son propre parti, il prônait davantage de dignité, d'autonomie, de respect. Il avait créé le SERMAC cet espace qui, pour la première fois, permettait d'étudier le tambour et ses racines, la peinture... Son discours dérangeait. La bourgeoisie faisait et défaisait l'opinion à l'époque et elle était plutôt à droite... il y avait de plus quelque chose de très assimilationniste dans les tendances de l'époque. J'étais quant à moi complètement en distorsion avec ce monde.

ONAIR - Marjosé Alie, what motivated you to do your first interview with Aimé Césaire? Few would have understood the importance...

Marjosé Alie - I was sent to Burgundy because I was too independent in the world of public media, which at the time was under political control. When I came back at the end of the 70s, I wanted to give a voice to the political opposition, notably to Césaire whose opinion was, for me, seminal: I had read all of his work and asked myself how we could have such an important man amongst us without local journalists giving him the attention he deserved. He had a great reputation in Canada, in Africa, in the United States, and elsewhere, but in Martinique, his home, he was ignored, in any case by the official media.

OA - Why was he such a persona non grata?

MA - There was a neo-colonial climate that angered Césaire and he denounced it. He was elected mayor of Fort-de-France as a communist and was demonized for it. However, when he created his own political party, he engendered more dignity, autonomy, and respect. He created the SERMAC, a place which, for the first time, promoted the study of the tambour and its roots, painting... Yet his political stance was not widely embraced. The bourgeoisie was responsible for the making and unmaking of public opinion at the time, and they stood more to the right... there was something very assimilationist in the politics of that era. As for me, I was completely at odds with that world.



« (...) à terme on aurait fabriqué de bons petits Français à peau noire et rien d'autre. Très vite, nous avons compris le caractère pernicieux d'une telle entreprise et... sans renier la culture, à travers la culture française et à travers la culture universelle, nous avons essayé de chercher notre bien et de prendre possession de nous-mêmes. »

OA - Vous décrochez un entretien à la bibliothèque de l'Assemblée nationale, alors qu'Aimé Césaire se tenait plutôt loin des médias. Qu'est-ce qui l'a convaincu ?

MA - Il pensait que tout avait été dit dans ses écrits et que les interviews n'étaient pas nécessaires. Je voulais pourtant qu'il me dise avec ses mots ce qu'il avait voulu écrire. Qu'il soit le gardien de lui-même. C'est lors d'une conférence de presse en Martinique que je lui ai demandé si je pouvais le revoir à Paris pour une interview. C'était un homme extrêmement gentil et il a dit oui ; pas sûr qu'il pensait que j'aurais été au bout. J'avais tellement foi en ma démarche, en ce qu'elle était juste, que je n'ai pas envisagé l'échec.



« — Voilà, on peut repartir comme on est venu, monsieur. Je ne manque pas d'air, huit mille kilomètres en avion, aux frais du contribuable. — Moi, je vous connais parce que j'ai lu tout ce que vous avez écrit (...) »

Je lui tends un cahier. — Dans ce cahier, il y a ce que j'écris depuis toute petite, c'est mon univers. Faites-moi l'honneur d'en lire quelques lignes, si ce que vous lisez fait de moi quelqu'un d'affreux, je plie bagage, nous plions bagage... »

Dans ce cahier, je réfléchissais à ce qu'était « être Martiniquais », résultant d'une histoire immonde, violente : massacre des amérindiens, esclavage, départementalisation à deux vitesses... Il a vu dans mes écrits une « révolte saine », et a sans doute ressenti que je n'étais pas enfermée dans un schéma néocolonial. Il y avait peut-être moins de chemin à faire qu'avec d'autres à l'époque pour se retrouver dans un espace commun. Il a donc accepté.

OA - Il y a eu bien d'autres entretiens les années qui ont suivi. Quels impacts ont-ils eu sur vous ?

MA - Il a ancré mon amour pour la Martinique dans quelque chose de réel par des mots, des impressions des sentiments. Je partais avec lui dans différents endroits. Il a été le premier par exemple à me raconter l'histoire que devaient raconter plus tard les statues érigées par Laurent Valère au Diamant ; celles qui illustrent les esclaves engloutis par la mer. Cette histoire le fascinait.



“... eventually we would have created nothing other than good little French citizens with black skin. Rather quickly we realized the harmful nature of such an adventure... and without disowning culture, by way of French culture and universal culture, we tried to find our worth and take possession of ourselves.”

OA - You landed an interview in the library of the National Assembly, although Césaire stayed pretty clear of the media. What convinced him?

MA - He thought that all had been said in his writing and that interviews were not necessary. Yet I wanted him to tell me in his own words what he had wanted to write. That he represent himself. It was during a press conference in Martinique when I asked if I could see him again in Paris for an interview. He was an extremely polite man, and he said yes; not sure he thought I'd see it through. I believed that my request was proper to such a point, that I couldn't imagine failing.



“ — Now, we can leave as we came, sir. I am not lacking air, eight thousand kilometers in an airplane at the taxpayers' expense. — Me, I know you because I have read all that you have written... »

I hand him a notebook. — In this notebook, everything I have written since I was very young, this is my universe. Do me the honor of reading a few lines, if what you read makes me a terrible person, I will go home, we can both go home... ”

In this notebook, I thought about what it was to “be from Martinique,” resulting in an appalling, violent history: massacre of the Amerindians, slavery, two-tiered departmentalization... He saw in my writings a “healthy revolt,” and undoubtably sensed that I was not locked into a neo-colonial scenario. He would not have to go as far as he might with others at the time to find a common ground. So, he accepted.

OA - There were a lot of additional interviews in the years to come. What impact did they have on you?

MA - He anchored my love for Martinique in reality by his words, impressions, and feelings. I went with him to different places, figurately. He was the first, for example, to tell me the story that many would later tell of the statues built by Laurent Valère at Diamant; those that illustrate slaves that were swallowed by the sea. That story fascinated him.



Les gens ont longtemps eu l'impression que leur couleur de peau était une malédiction Césaire vivait dans une Martinique qui refusait son origine africaine. Il avait donc senti que le Martiniquais avait besoin, non pas d' « avoir » mais d' « être ».



« Quand j'ai dit une fois devant le général de Gaulle que notre histoire commençait dans la cale des bateaux négriers, il paraît qu'il y a des Martiniquais tout à fait assimilés qui ont été totalement vexés, totalement offusqués. Mais c'est ça le fait premier, et il ne faut pas en avoir honte car c'est ça la vérité. Si quelqu'un doit en avoir honte, ce sont ceux qui ont fait la traite et non pas ceux qui l'ont subie. »

OA - Aujourd'hui cette prise de conscience semble avoir été opérée. Elle est d'ailleurs assez éruptive... Comment mettriez-vous en perspective ce qui se passe en ce moment aux Antilles Françaises, en Martinique notamment, au regard de la pensée de Césaire ?

MA - Il y a eu dans nos îles un massacre psychologique qui jusqu'à présent provoque des colères. Rien n'est réglé. Nous connaissons l'histoire mais pour tourner la page nous devons la lire ensemble. Les descendants d'esclaves ont un formidable travail à faire de récupération de l'identité qu'on a essayé de nous voler. Nous faisons preuve d'une grande créativité et sommes riches en littérature, musique, Arts plastiques et tant d'autres domaines. Nous sommes un laboratoire d'humanités creuset de l'Humanité et ce que nous en faisons se perçoit. Depuis des décennies nous forçons les portes avec nos talents et nous y arrivons. Il faut maintenant que nous nous aimions. J'ai depuis petite le sentiment que nous sommes formidables car nous avons survécu à l'innommable. Toutefois l'universalité, espace de communication, n'est pas ce qui émerge le plus... Nous avons encore des comptes à régler et des conversations à avoir, notamment avec des descendants de colons.



“When I once said before General de Gaulle that our history began in the hold of slave ships, it was said that there were people from Martinique fully assimilated, completely vexed, totally offended. But that was the point, not to be ashamed, as it was the truth. If anyone should be ashamed it should be those who signed the treaty and not those who were subject to it.”

OA - Today this sense of awareness seems to have taken hold. It is also rather explosive... How do you put into perspective what is happening now in the French West Indies, especially in Martinique, in terms of Césaire's thinking?

MA - In our islands, there was a psychological massacre that until now provoked a lot of anger. Nothing was solved. We know our story, but to turn the page we would have to read it collectively. The descendants of slaves have an arduous job to do in terms of recovering the identity they tried to steal from us. We have proved to be incredibly creative and we are rich in literature, music, visual arts, and many other disciplines. We are a laboratory of peoples, a melting pot of humanity, and what we do with it is what matters. For decades we have been forcing open doors with our talents and we are making progress. Now we have to love ourselves. Since I was little, I have had the feeling that we are formidable as we survived the unspeakable. However, universality, room for communication, is not the end of the issue... We still have scores to settle and conversations to have, especially with the descendants of the colonialists.



« Senghor et moi, nous étions à la cité universitaire et puis bon, nous lisions (...): écoute Léopold, écoute cette phrase, c'est fantastique ! Hegel explique que ce n'est pas par la négation du singulier que l'on va à l'universel, mais que c'est par approfondissement du singulier que l'on va à l'universel. (...) Nous avions vingt ans ! – Il me regarde. – Non ? – Il jubile et conclut. – Et je lui ai ajouté avec un petit clin d'œil :
Donc plus nous serons nègres,
plus nous serons hommes »

OA - Aujourd'hui, s'agit-il toujours de mieux se connaître ?

MA - L'universalisme dans la pensée de Césaire est fondateur. La planète va mal et cela entraîne un repli sur soi. Le nationalisme monte partout. Toutefois, je reste persuadé que ce phénomène n'est qu'une péripétie car l'être humain est formaté pour avoir une intelligence collective. Nous sommes interdépendants les uns les autres comme le reflète si bien la mondialité d'Edouard Glissant. Le COVID le montre : nous sommes condamnés à trouver des solutions en commun.



« Tant de gens brillants, savants ont décortiqué sa poésie, analysé son théâtre, étudié son parcours ; mon propos est ailleurs. Je revendique l'humilité de cet ouvrage.
J'ai seulement voulu partager avec le plus grand nombre l'homme simple et pudique qui se cachait derrière une plume incandescente. »

OA - Quelle est la genèse de votre livre ?

MA - C'est la convergence de plusieurs choses : en plein confinement, j'ai reçu un appel d'Eric de Lucy qui m'a soufflé l'idée, l'envie d'écrire sur Césaire. J'avais des rushes d'interviews. Plusieurs entretiens avaient été diffusés mais je ne pouvais en effet pas laisser cette parole au hasard des programmations télévisuelles. Outre-Mer la 1ère et France 5 ont mis à disposition les documentaires que j'avais fait et j'ai commencé à écrire. Le livre touche un public plus large : on peut le prêter, le relire, se l'approprier. Je voulais que ce soit attractif et vrai : approcher l'homme tel qu'il est avec ses tics, son sourire, son humour parfois potache. Avec la crise, des drames se jouaient autour de moi. Et une fois de plus, Césaire m'a fait beaucoup de bien. J'ai eu l'impression de mieux le connaître encore. La compilation des souvenirs a entraîné ce « mais oui mais c'est bien sûr » qui m'a donné envie de relire encore ce que j'avais déjà lu, de façon différente.



“Senghor and I, we were on the university campus and well, we were reading... Listen Léopold, listen to that phrase, it's fantastic! Hegel is explaining that it is not by the negation of the singular that we move toward the universal, but that by deepening the singular we move toward the universal... We were 20 years old!
– He looked at me. – No? – He rejoiced and understood. – And I added with a little wink:
So the more we are Negroes,
the more we are men.”

OA - Today, is it still a question of better knowing yourself?

MA - The universality in the thinking of Césaire is fundamental. The planet is in trouble and that leads to withdrawal into one's self. Nationalism is on the rise everywhere. However, I remain convinced that this phenomenon is just a footnote as the human being is formatted to have a collective intelligence. We are interdependent on one another like Edouard Glissant's intelligent reflection on globalism. COVID was proof in the pudding: we are condemned to find common solutions.



“Many brilliant people, thinkers have dissected his poetry, analyzed his theatre, studied his career: my work is different. I intend to be humble in writing this book. I only wanted to share with as many people as possible, this simple, modest man who hid behind an incandescent pen.”

OA - What was the genesis of your book?

MA - It was the convergence of several things: during the lockdown I got a call from Eric de Lucy who gave me the idea, the desire to write about Césaire. I had the rushes from my interviews. Several of them had been broadcast but I couldn't really leave his words to the vagaries of television programs. Outre-Mer La 1ère and France 5 made available the documentaries I had done and I started to write. The book is for the general public: you can borrow it, re-read it, make it your own. I wanted it to be appealing and truthful: to approach the man as he was, with his tics, his smile, his sense of humor, sometimes offbeat. With the pandemic, all kinds of things were happening around me. And once again, Césaire did me a lot of good. I had the impression of knowing him even better. The compilation of souvenirs resulted in this “but yes, but of course” that made me want to reread that which I had already read from a different point of view.



« Lorsqu'Alizer, après avoir fait la longue liste du travail accompli par Césaire, propose qu'on l'honore de façon concrète en donnant son nom à l'aéroport du Lamentin, Césaire assis à sa gauche, fait la moue. Il a le secret des grimaces bavardes, c'est son côté clown ou homme de théâtre. Sa gestuelle pourrait à elle seule entretenir une conversation : il lève les yeux au ciel, il secoue la tête, plisse les paupières, plisse la bouche comme s'il allait sortir un tchiiip monumental, il met les mains à la tête comme s'il voulait dire : Ils sont fous ces Martiniquais. »

OA - Nous sortons un peu de notre posture d'intervieweur et endossons celle de critique pour confirmer que votre livre opère telle une intime traduction de la pensée césairienne. L'on en saisit comme une nouvelle essence, et l'on comprend, avec une clarté lumineuse, un eureka, la cohérence entre la vision, les valeurs et les actions du penseur, écrivain, politicien et homme, du simple et du grand homme.

MA - Je voulais en effet être dans l'humain, la rencontre. Celle d'un homme qui a fait preuve d'une exceptionnelle abnégation et a effacé son égo au profit de son peuple. Nous avons eu une chance extraordinaire. Certains personnages marquent l'humanité - Jésus de Nazareth, Mandela, Bouddha, Beethoven... Et être leurs contemporains permet d'entrer dans leur lumière. Aimé Césaire, un homme pudique, timide qui pourtant « déflagrait » avec sa plume, montre que l'on peut être un immense personnage tout en étant un vrai gentil.

Il est important de savoir à quel point un homme modeste, gentil se cachait derrière une plume dix fois plus grande que lui. Il faut que les gens sachent que, même s'ils se sentent parfois petits ou incertains, ils sont capables de prendre des virages exponentiels comme Césaire l'a fait. Lui pensait profondément que le besoin d'« être » des Martiniquais était déjà le signe d'un destin formidable et d'une infinie possibilité de créations. Je le crois moi aussi. Je le vis. ✨



“When Alier, after presenting the long list of work accomplished by Césaire, suggested that we honor him in a tangible manner by naming the Lamentin airport after him, Césaire, seated to his left, pouted. He knew the secret of meaningful grimaces, that was his clownish nature, this man of the theatre. His body language alone was an entire conversation: he raised his eyes to the heavens, he shook his head, crinkled his eyelids, puckered his mouth as if to suck his teeth in disgust, put his hands on his head as if to say: they are crazy these Martiniquais.”

OA - We move away from our role of interviewer and take on that of critic to confirm that your book is indeed an intimate translation of Césaire's thinking. We grasp it like a new quintessence, and we understand it, with a luminous clarity, a eureka, the coherence between the vision, the values, and the actions of a thinker, a writer, a politician, and a man, a simple yet great man.

MA - I wanted to actually be in the human dimension, the sense of meeting someone. That of a man who displayed an exceptional abnegation and put aside his ego for the benefit of his people. We had an extraordinary opportunity. Certain public figures have defined humanity—Jesus of Nazareth, Mandela, Buddha, Beethoven.... And being their contemporary allows you to enter into their light. Aimé Césaire, a modest man, shy, yet who could “explode” with his pen, proving that one can be an important figure, all while remaining a gentleman.

It is important to know to what point this modest and kind man hid behind a pen ten times larger than himself. People must understand that even if they sometimes feel small or uncertain, they are capable of making of making exponential leaps, like Césaire did. His profound thinking that the need to “be” Martiniquais was already the sign of an incredible destiny and an infinite possibility of creativity. I believe that as well. I live it. ✨





LA PALETTE D'INFLUENCES ET DE COULEURS DE L'ARTISTE JIMMY « SHEIK »

A PALETTE OF COLORFUL IMPRESSIONS
BY THE ARTIST JIMMY 'SHEIK'

LA GUADELOUPE OFFRE UNE NATURE CHATOYANTE ET GÉNÉREUSE QUI INSPIRE NATURELLEMENT DE NOMBREUX ARTISTES LOCAUX ET INTERNATIONAUX. PORTRAIT DE JIMMY SHEIKBOUDHOU QUI, DEPUIS PRÈS DE 20 ANS, MET DE LA COULEUR ET DE LA PROFONDEUR DANS NOS VIES.

GUADELOUPE HAS AN ABUNDANCE OF MAGNIFICENT LANDSCAPE, WHICH NATURALLY INSPIRES MANY LOCAL AND INTERNATIONAL ARTISTS – NOTABLY JIMMY SHEIKBOUDHOU WHO, FOR ALMOST 20 YEARS, HAS BROUGHT COLOR AND DEPTH INTO MANY PEOPLE'S LIVES.



UNIVERS CRÉATIF ~ L'on ne traverse pas la Guadeloupe sans avoir le regard accroché par les créations colorées et à ciel ouvert de Jimmy Sheikboudhou. Elles sont le reflet d'un cheminement quasi initiatique, sans cesse nourri. Natif de l'île, Jimmy Sheikboudhou y grandit et suit un cursus scolaire classique qui l'amène à des études de gestion et comptabilité, mais il comprend rapidement que ce n'est pas le chemin qui le fera vibrer durablement. L'appel du cœur et des racines aidant, c'est à 19 ans qu'il décide de tout quitter et de prendre un billet pour l'Inde. Une révélation s'impose alors à lui, sur la terre de ses ancêtres : c'est via l'Art qu'il devra s'exprimer et traduire la richesse de son monde intérieur, un univers créatif teinté de spiritualité... tout en couleurs ! De retour « o péyi », il passe très rapidement à l'action, dégage les bombes, les pinceaux, mixe les techniques et réalise ses premières fresques. C'est le bon choix, il en est convaincu... cette passion ne le quittera plus.

INDIANITÉ ~ Omniprésent sur l'île aujourd'hui, son style, imprégné de paysages et de symboles liés à la culture caribéenne dépasse largement les frontières du papillon et même de la Caraïbe. Ainsi on retrouve sa patte, sa touche « Graff-ique » sur les murs de St Martin/Sint Maarten, des Saintes, de St Barth...

CREATIVE UNIVERSE ~ When traveling around Guadeloupe, you cannot help but be attracted to the colorful creations of Jimmy Sheikboudhou, out in the open for all to see. They reflect a quasi-rite of passage that is continually evolving. Born and raised on the island, a standard school education led Jimmy Sheikboudhou to study management and accounting. However, he soon realized that this would not interest him for very long. So, at the age of 19, he decided to follow his heart, as well as his roots, and leave it all behind to buy a ticket to India. It was in the country of his ancestors where he had a revelation: through Art he could express and convey the riches of his inner world – a creative universe tinged with spirituality ... in full color! On returning to his homeland, he quickly put his thoughts into action; using brushes and spray cans in combination with different techniques, he produced his very first frescoes. He was convinced that he had made the right choice ... this passion would never leave him.

INDIAN INFLUENCES ~ Omnipresent on the island, his work is imbued with the landscape and symbols of Caribbean culture, and it travels far beyond the borders of Guadeloupe and even the Caribbean. You can thus find his imprint, his 'graphic' mark, on walls in St Martin/Sint Maarten, the Saints, St Barts ... and

mais aussi aux 4 coins du globe : de Bali à Bangkok en passant par Marrakech, Paris, Genève... sans oublier de nombreuses villes Indiennes.

Il faut dire que depuis une bonne dizaine d'années Sheik partage sa vie entre ses 2 pays de cœur : la Guadeloupe et l'Inde. Il passe environ 6 mois de l'année au pays du Gange et des rivières sacrées pour développer, au-delà de sa dimension artistique, son intérêt pour les coutumes locales, les traditions, les pratiques ancestrales et spirituelles. Fêru de Yoga, il a maintes fois parcouru la vallée de l'Himalaya au départ de Rishikesh (capitale mondiale du Yoga) et s'est pris de passion pour les soins énergétiques et vibratoires. Il a d'ailleurs apporté son soutien financier pour qu'un Ashram soit érigé dans cette région.

INSPIRATION BIENVEILLANTE ~ C'est dans ce contexte introspectif qu'est né son concept graphique le plus actuel : « WE LOVE ». Apparaissant comme une traduction picturale de son monde intérieur, Sheik explique qu'il se donne presque comme mission de diffuser largement ce message positif, chargé de pensées et d'intentions bienveillantes. Il partage ainsi une part de sa sensibilité et espère inciter à l'éveil des consciences, au processus de transformation qui, par exemple, permet à la chenille de devenir un merveilleux lépidoptère coloré prenant son envol... à l'image de son emblème.

Si rien ne le prédestinait à une telle carrière artistique, c'est avant tout en écoutant son intuition, sa petite voix intérieure que Jimmy en a pris le chemin, avec en tête une sorte de « mantra » qui s'intensifie années après années : NOTHING IS IMPOSSIBLE and IMPOSSIBLE IS NOTHING !

Si vous êtes séduit par les réalisations de cet insatiable créatif voyageur, sachez que, où que vous soyez, vous pouvez faire appel à Jimmy Sheikboudhou ! Il se fera un plaisir de vous apporter, via sa palette de couleurs, de très bonnes vibrations ! ✨

in all four corners of the globe – from Bali to Bangkok, including Marrakech, Paris and Geneva, not forgetting many cities in India.

For more than ten years now, Sheik has divided his life between the two countries close to his heart: Guadeloupe and India. He spends approximately six months of the year in the land of the Ganges and other sacred rivers, where he cultivates – beyond his artistic creativity – his fascination for local customs, traditions, together with spiritual and ancestral practices. Passionate about Yoga, he has been to the Himalayan valley many times, starting from Rishikesh (the world capital of Yoga); and he has developed a keen interest in energy and vibration therapies. He has also helped to fund the establishment of an ashram in this region.

COMPASSIONATE INSPIRATION ~ *It is in this introspective context that Sheik created his most recent graphic work, entitled 'We Love'. Like a pictorial depiction of his inner world, Sheik explains how it has almost become his sole mission to spread this positive message, full of compassionate thought and intention. In sharing some of his sensitivity, he hopes to encourage a conscious awakening, a process of transformation that, for example, allows a caterpillar to become a wonderfully colourful butterfly taking flight ... just like his emblem.*

Nothing in particular may have led him to his artistic career, but it was by listening to his intuition, his inner voice, that led Jimmy to choose his path, with a type of 'mantra' in his head, which intensifies year after year: "Nothing is impossible and impossible is nothing!"

If you are impressed by the works of this insatiably creative traveler, know that wherever you are you can call upon Jimmy Sheikboudhou – and he will happily bring you good vibrations through his colorful palette! ✨

CONTACT

Sandra Espagne



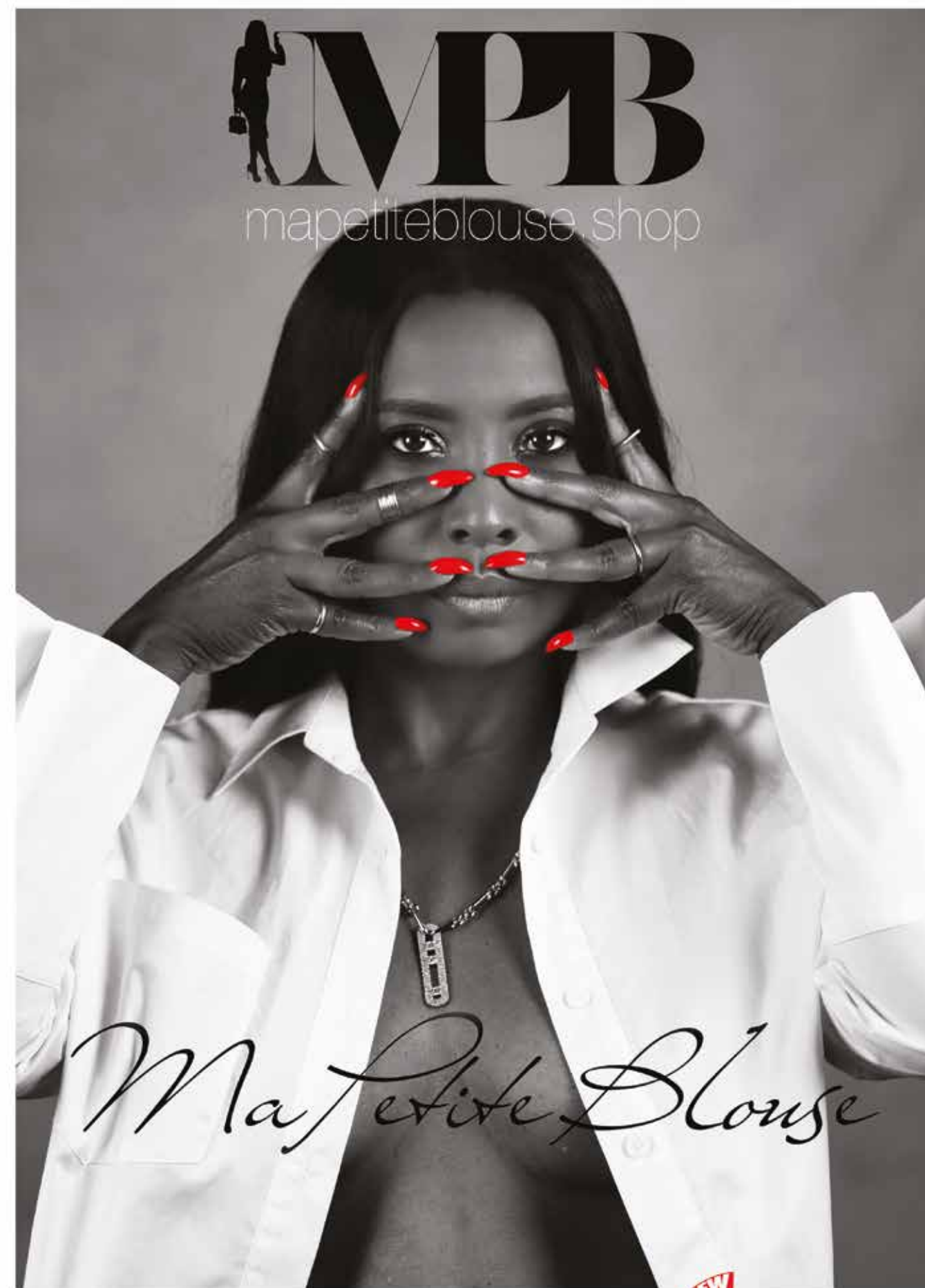
sandra.espagne@orange.com



JIMMY SHEIK



Crédits photos : 1. M. Flodrops / 2.3. Gwen-B



f Ma Petite Blouse
@ mapetite_blouse
mapetiteblouse.shop

0590 570 397
35 rue Ferdinand Forest - CC galerie de Houelbourg
97122 Baie-Mahault

NEW
Ma Petite Blouse
Download on the App Store
GET IT ON Google Play



LES OBJETS PERMÉABLES DE JEAN MARC BULLET

PERMEABLE OBJECTS BY JEAN-MARC BULLET

**ECO-CITADIN, JEAN-MARC BULLET ÉVOLUE ENTRE L'ÉCOLOGIE
ET L'URBANITÉ PAYSAGÉE QU'IL MANIPULE, EXPLORE ET DONT IL SE NOURRIT.
DÉCOUVRONS SON EXPOSITION AU CŒUR DE FORT-DE-FRANCE.**

**ECO-CITY DWELLER JEAN-MARC BULLET WORKS WITHIN THE REALMS OF ECOLOGY
AND LANDSCAPED URBAN ENVIRONMENTS, WHICH HE EXPLORES,
TRANSFORMS AND WHICH NOURISH HIS CREATIVITY.
LET'S TAKE A LOOK AT HIS EXHIBITION IN THE HEART OF FORT-DE-FRANCE.**

« Les Objets Perméables : redonner de la porosité au milieu » est la première exposition rétrospective du designer Jean-Marc Bullet, créateur de l'agence Bullet & Associés en Martinique. Au sein des différents espaces du centre culturel LePatio19, l'exposition dont le commissariat est assuré par l'association « abité », rassemble de manière inédite les différentes thématiques qui définissent son « ArtDesign » : la terre, les usagers et la relation que ceux-ci entretiennent avec leurs espaces. Son travail se veut avant tout centré

'Permeable Objects: Restoring Porosity to the Environment' is the first retrospective exhibition by the designer Jean-Marc Bullet, founder of the agency Bullet & Associates in Martinique. Presented in one of the many spaces of 'LePatio19' cultural center, under the aegis of the association 'abité', this exhibition uniquely brings together the different themes that define his 'Art Design': the Earth, its inhabitants and the relationship that the latter have with their environment. His work principally focuses on the human being, from which he

sur l'hu-
main à partir
duquel il élabore
des formes, es-
paces et services. De
cet interstice entre Art et
Design émergent des objets
transculturels, témoins contem-
porains de manières purement cari-
béennes d'habiter la terre.

DES OBJETS TRANSCULTURELS

~ Jean-Marc Bullet s'inspire aussi de l'architecture moderne notamment de l'architecte le Corbusier en questionnant son Modulor. Car pour le designer, l'homme où qu'il soit est un homme enraciné ou qui cherche à l'être. Ce n'est pas seulement un ensemble de mesures standards qui définissent l'homme. Mais ce sont aussi ses rencontres tout au long de la vie, ses racines, sa culture et l'environnement dans lequel il vit. Ces objets transculturels fruits d'une hybridation sociale martiniquaise, chinoise et française réclament de nouvelles façons de produire plus proches de soi en harmonie avec les éléments qui peuplent nos quotidiens (fibre de coco, plastique recyclé, bois de goyavier, Mahogany, etc.) ; et des espaces nourriciers sains de reproduction de nos ressources.

C'est au sein de ce lieu nourricier qu'est l'agence Bullet & Associés située à Saint-Joseph, à mi-chemin entre la forêt de Rabuchon et Cœur Bouliki que les objets prennent corps et structurent au bout d'un crayon et au détour d'une conversation aux voix multiples. Ils deviennent idées, puis tentatives pour finir nécessaires, justes et purement utiles. De ces objets du quotidien ou d'événement surgissent de mots, esquisses, expressions et morceaux de phrases que l'artiste-designer tente par ses moyens les plus appropriés de conjuguer au singulier.

*creates
shapes, spac-
es and services.
"From this inter-
vening space between
Art and Design emerge
transcultural objects – con-
temporary witnesses of ways to
inhabit the Earth, which are essen-
tially Caribbean", explains the artist in
his introduction to the exhibition.*

TRANSCULTURAL OBJECTS ~

Jean-Marc Bullet is equally inspired by modern architecture; he notably questions Corbusier's 'Modulor', as he believes that "Man, wherever he may be, becomes rooted or seeks to be so." It is not simply a set of standard measurements that define man, but it is also his encounters throughout his life, his roots, his culture and the environment in which he lives." These transcultural objects, the results of a Martiniquais, French and Chinese cultural hybridization, find new ways of existing closer to oneself in harmony with the elements that inhabit our daily lives (coconut fiber, recycled plastic, guava wood, mahogany etc.); "and the nourishing locations that provide our resources." It is within one such 'nourishing' location, at the Bullet & Associates agency in Saint-Joseph, half-way between the Rabuchon forest and the Cœur Bouliki, where the objects find their shape and structure in a pencil drawing and in the course of a conversation between multiple voices. "They become ideas and then attempts to become something necessary, just and primarily useful." From these everyday objects, or those related to specific events, emerge words, sketches, expressions and parts of sentences, which the artist-designer attempts to appropriately conjugate into a singular form.



BIOGRAPHIE DE L'ARTISTE ~ Né en 1980, en France, Jean-Marc Bullet est diplômé successivement de l'ESAD, École Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg en paysage et de l'ENSCI- les Ateliers, École Nationale Supérieure de Création Industrielle à Paris. Son travail part du postulat que les pratiques culturelles se font toujours dans un jeu de relation entre acteurs reliés qu'ils soient humains, animal, végétal ou éléments naturels (vent, lumière, eau). C'est dans cet aire de jeu qu'il imagine des dispositifs, espace ou objets comme des catalyseurs de relation, qu'il appelle des objets passeurs. Tout juste diplômé en 2012, il fonde l'agence Bullet&Associés et enseigne le design au Campus Caraïbéen des Arts en Martinique. Son projet de diplôme de l'ENSCI, «Design en territoire rhizomique» est présenté à la Biennale de design, «l'empathie ou l'expérience de l'autre» à Saint Étienne en 2013. En Martinique, il réalise des scénographies d'exposition pour des institutions publiques comme la Chambre de Commerce et d'Industrie, et collabore avec la Ville de Fort-de-France à des programmes de rénovation urbaine. Fin 2016, il part en Chine comme directeur artistique pour une agence de design. De retour en France, il présente en 2017 le projet composteurs urbains au Parc des Tuileries à l'exposition Jardin, Jardin et obtient le label Observateur du design 2018, puis le German design Award en 2019. Son dernier projet, l'œil perméable pour Tropiques Atrium, est son premier dispositif numérique dans l'espace public. 🐦

ARTIST'S BIOGRAPHY ~ Born in France in 1980, Jean-Marc Bullet graduated in Landscape Design from the Decorative Arts School (EnsAD) in Strasbourg; and subsequently from the French Design School in Paris (ENSCI). His work is based on the theory that cultural practices are formed through a game of relationships between participating actors – be it human, animal, plant or natural elements (wind, light, water etc.). It is in this 'playing field' that he designs devices, either space or objects, as catalysts for relationships, which he calls dispatchers. Immediately after graduating in 2012, he founded the agency Bullet & Associates, while also teaching design at the Caribbean Arts Campus in Martinique. His project 'Design in Rhizomic Territory', at the French Design School, was presented at the Design Biennial 'Empathy or the Experience of the Other' in Saint Étienne in 2013. In Martinique, he has designed exhibition spaces for public institutions such as the Chamber of Commerce and Industry, and he has collaborated with the city of Fort-de-France for urban renewal programs. At the end of 2016, he went to China to become the artistic director for a design agency. On returning to France, he took part in the urban composters project in the 'Jardin' exhibition at the Tuileries Gardens in 2017. He also received the 'Observer of Design' award in 2018, followed by the 'German Design Award' in 2019. His last project, 'The Permeable Eye' at 'Tropiques Atrium' cultural center in Martinique, was the first time that he had exhibited a digital installation in a public space. 🐦

CONTACT

<https://www.bulletassocies.com> ✉ jeanmarc.bullet@gmail.com



Simon
HOTEL ****

1 rue Loulou Boislaville
97200 Fort-de-France
Martinique

T : +596 (0)596 50 22 22

Horaires d'ouverture

• 7j/7 – 24h/24



QUAND LE STRESS PÈSE TROP LOURD...

WHEN STRESS
IS TOO MUCH TO HANDLE...

EN PÉRIODE DE TENSION, LA NOURRITURE EST UN REFUGE À PORTÉE DE MAIN.
UNE MULTITUDE DE DOUCEURS ET DE METS DÉLICIEUX SONT PARFOIS ENGLOUTIS.
C'EST ALORS QUE LE CORPS SE RELÂCHE ET S'ENROBE.

IN STRESSFUL TIMES, FOOD CAN BECOME A SAFE HAVEN.
SWEET FOOD AND DELICIOUS DISHES MAY BE DEVoured.
BUT THEN YOUR BODY SLOWS DOWN AND YOU PUT ON WEIGHT.



TOUS BAINÉS DE CORTISOL ~ Vous subissez trop de contraintes ? Les surrénales - des glandes qui portent bien leur nom car situées au-dessus des reins - se mettent alors à fabriquer plus de cortisol qu'à l'accoutumée. Cette hormone de résistance au stress invite le métabolisme à basculer en mode stockage. La mise en réserve plurielle est lourde de conséquence sur la balance. Elle concerne l'eau et le sel ainsi que tous les sucres - ceux qui ont un goût sucré et ceux qui sont cachés dans les féculents comme le pain ou les céréales. Le cortisol met tout de côté « au cas où » la situation pourrait s'aggraver, une circonstance bien récurrente en ces temps de pandémie.

DU POIDS, DE L'EAU ET SURTOUT DE LA BEDAINE ~ Trop de sucreries, trop de bières, trop de cafés sucrés, trop de boissons énergisantes, pour résister à l'ennui de l'enfermement, à la fatigue ou aux contraintes du télétravail ? Il s'en suit un changement radical de silhouette. Se met en place un ventre trop rond, déformant la silhouette et dangereux pour la santé car il majore le risque cardiovasculaire. En « mode cortisol », tous les sucres (glucides) de votre assiette se logent autour de la ceinture et une forte rétention d'eau s'installe, gonflant les jambes et les poches sous les yeux, infiltrant une cellulite récalcitrante.

LE REGIME ANTISTRESS ~ « Moins de sucres, moins de sel, moins de gras et plus d'oxygène ». Vous l'aurez compris, si vous subissez trop de stress, même si vous ne mangez pas forcément davantage, vous ne brûlez

ALL BATHED IN CORTISOL ~ Are you feeling under too much pressure? Adrenals - glands located above your kidneys - then start producing more cortisol than usual. This stress resistance hormone prompts your metabolism to switch to storage mode. Storing has serious consequences on your weight, especially water and salt as well as all sugars - those tasting sweet and those hiding in starch as in bread or cereals. Cortisol stores everything, "just in case" the situation could get worse, which is very common in these pandemic times.

WEIGHT, WATER AND ESPECIALLY PAUNCH ~ Too much sweet food, beer, sugared coffee and energy drinks to fight boredom from self-isolation, fatigue or teleworking constraints... Then your body shape quickly starts to change: Your stomach gets bigger, you are getting out of shape and your health is endangered with increased cardiovascular risk. In "cortisol mode", all the sugar (carbohydrates) on your plate gets lodged around your waist and strong water retention sets in, swelling the legs and bags under the eyes, contributing to stubborn cellulitis.

ANTI-STRESS DIET ~ "Less sugar, less salt, less fat and more oxygen." As you can understand, if you are under too much stress, even if you do not necessarily eat more, you are not burning anything! For you to get back to normal weight after this period of repeated excess, you have to first aim at salt and hidden sugars and of course restrict dietary fat.





CONTACT

Dr Marie-Antoinette Séjean
Nutritionniste -
Psychosomaticienne
Présidente de l'association
Nutricréole

✉ drsejean@gmail.com

<https://www.facebook.co/nutricreole>

<http://www.nutricreole.org/>

plus rien ! Il va sans dire que pour retrouver un poids normal après cette période d'excès répétés il devient primordial de traquer en priorité le sel et les sucres cachés et de limiter bien sûr les graisses alimentaires.

LE CHOIX ET LE MOMENT DES SUCRES

~ Lorsque l'on est sous pression le corps nécessite plus d'énergie. Les besoins en sucres sont toujours démultipliés. Mais tous les sucres n'ont pas la même incidence. Fuyez toute nourriture industrielle : bonbons et gâteaux, barres chocolatées, pizzas, quiches, bokits et hamburgers, charcuteries, chips ou fromage. Et retenez que les sucres sous forme liquide contenus dans les jus ou les sodas, le vin ou les cocktails sont absorbés plus vite et se transforment directement en poignées d'amour. Il est temps de se remettre à l'eau !

Préférez donc les féculents « sains », rassasiants comme les patates douces, les légumes-pays, les légumes secs ou le riz à condition de les associer à des légumes verts et des fruits riches en fibres qui limitent leur absorption. Vous craquez pour une friandise ? Elle est autorisée en fin repas ou en collation accompagnée d'un fruit.

MIEUX RESPIRER

~ Pour calmer les surrénales, il suffit simplement de pratiquer de longues et profondes respirations. Le système nerveux parasympathique est activé, le calme gagne vos cellules. Une activité sportive douce, le yoga ou la méditation guidée sont une autre option pour nous oxygéner et libérer de plus des endorphines. Une assiette colorée et une belle posture sont autant d'atouts pour un corps et un cœur plus léger... et pour retrouver le sourire !

CHOICE AND TIMING FOR SUGAR ~ When you are under pressure, your body requires more energy. You need sugar even more. But not all sugars have the same impact. Avoid all industrial food: sweet food and cakes, chocolate bars, pizzas, quiches, bokits and hamburgers, cold cuts, chips or cheese. And remember that liquid sugars such as juice or soda, wine or cocktails get absorbed faster and turn directly into love handles. Get back to drinking water, now!

Choose "healthy" starchy, filling foods such as sweet potatoes, ground provisions, pulses or rice, but have them with green vegetables and fruits rich in fiber to limit their absorption. If you are really craving a treat, you can have one of course, ideally at the end of a meal or as a snack with a fruit.

BETTER BREATHING ~ To quiet adrenals, all you need are long, deep breaths. Your parasympathetic nervous system gets activated, calm starts to reach your cells. Gentle sports activity, yoga or guided meditation are another option for oxygenation and the releasing of more endorphins.

A colorful plate and a nice posture will help you keep a lighter body and heart ... smile again!

HOTELS VOLS VOITURES CIRCUITS CROISIÈRES

PACK ESCAPADE > MARTINIQUE

3 JOURS/2 NUITS

La Pagerie ****

Base triple à partir de

225€ pers*

VOLS A/R airantilles

Base double ou triple chambre + petits déjeuners

Base double à partir de

230€ pers*

Enfant à partir de 120€

*Le tarif TTC comprend : les vols aller/retour Pointe-à-Pitre/Fort de France, les taxes aéroportuaires, 1 bagage de 23 kg en soute et un bagage cabine de 5 kg, le package selon la prestation choisie.
Ne comprend pas : les assurances annulation/bagage/rapatriement, les repas non mentionnés, les frais de séjour et caution à régler sur place, les différents transferts, les dépenses d'ordre personnel et les frais d'agence.

PACK ESCAPADE > GUADELOUPE

3 JOURS / 2 NUITS HOTEL

Karukera Lodge

Lodges SERENITE/PASSION KOKO KARUK EVASION Jusqu'à 4 personnes Sur une base de 4 personnes

Lodge BOIS DESIR avec piscine, jusqu'à 6 pers. 3 chambres, cuisine équipée Sur une base de 6 personnes

Lodge BULLE DE REVE avec jacuzzi, jusqu'à 6 pers. 3 chambres, cuisine équipée Sur une base de 6 personnes

Suite JUNIOR base double exclusivement

à partir de

200€ pers*

à partir de

225€ pers*

à partir de

210€ pers*

à partir de

255€ pers*

VOLS A/R airantilles

KARUCOCO LODGE + entrée au PARC KARUKERALAND + petits déjeuners

Enfant à partir de 120€

*Le tarif comprend : les vols aller/retour, Fort-de-France/Pointe-à-Pitre, les taxes aéroportuaires, 1 bagage de 23 kg en soute et un bagage cabine de 5 kg, le package selon la prestation choisie.
Le tarif ne comprend pas : les assurances annulation/bagage/rapatriement, les repas non mentionnés, les frais de séjour et/ou caution à régler sur place, les différents transferts, les dépenses d'ordre personnel et les frais d'agence.

PACK ESCAPADE > ST DOMINGUE

8 JOURS/7 NUITS HOTEL

Hodelpa Caribe Colonial ***

Base double chambre supérieure exécutive à partir de

440€ pers*

VOLS A/R airantilles

+ Base double ou triple chambre + petits déjeuners

Base triple chambre supérieure à partir de

425€ pers*

Enfant à partir de 280€

Le tarif comprend : les vols aller/retour Pointe-à-Pitre/ Saint-Domingue ou Fort-de-France/Saint-Domingue, les taxes aéroportuaires, 1 bagage de 23 kg en soute et un bagage cabine de 5 kg, le package selon la prestation choisie.
Le prix ne comprend pas : les assurances annulation/bagage/rapatriement, les repas non mentionnés, les frais de séjour et caution à régler sur place, les différents transferts, les dépenses d'ordre personnel et les frais d'agence.

www.sunnycaraibes.com
0590 384 338
17 rue Augustin Béchamp 97122 Basse-Martinique sunnycaraibes



LE MATÉTÉ SUCRÉ : UNE DOUCEUR SANS GLUTEN

SWEET MATÉTÉ: GLUTEN-FREE SWEETNESS



CHAQUE NUMÉRO, CÉCILE GITANY DU BLOG SWEET KWISINE PARTAGE L'UNE DE SES DÉLICIEUSES RECETTES AVEC NOUS. CETTE FOIS C'EST LE FAMEUX MATÉTÉ SUCRÉ DE MARTINIQUE QUI RAVIRA NOS PAPILLES ! A NE PAS LE CONFONDRE AVEC LE SUCCULENT MATÉTÉ DE CRABES GUADELOUPÉEN DIT MATOUTOU SUR L'ÎLE AUX FLEURS.

IN EACH ISSUE OF OUR MAGAZINE, CÉCILE GITANY OF THE SWEET KWISINE BLOG SHARES ONE OF HER DELICIOUS RECIPES WITH US. THIS TIME, THE FAMOUS SWEET MATÉTÉ FROM MARTINIQUE WILL DELIGHT US! DON'T CONFUSE IT WITH THE SUCCULENT GUADELOUPE MATÉTÉ MADE WITH LOCAL CRABS, KNOWN AS MATOUTOU IN MARTINIQUE.



ONAIR - Cécile, qu'est-ce que le matété ?

Cécile Gitany - Le matété, crème de manioc, est un porridge à base de lait, d'épices, et de farine de manioc. Héritage des temps lointains où la farine de manioc était un des aliments de base du quotidien, il est un délicieux petit déjeuner. La farine de manioc est sans gluten - certains apprécieront - mais elle est surtout très bonne et bien nourrissante. Ingrédient typique de la cuisine antillaise, on la trouve partout sur les marchés et même dans les commerces.

OA - Et comment fabrique-t-on cette crème?

CG - Le matété se fait avec du lait mais celui-ci peut être remplacé par de l'eau sans aucun problème. Si vous aimez les crèmes de maïs, le riz au lait ou encore tout simplement les gâteaux de semoule, vous serez comblés !

OA - On le mange seul ou accompagné ?

CG - Pour un petit-déjeuner complet, le matété peut être servi avec des fruits frais, par exemple des mangues et un zeste de citron vert ou tout autre fruit de votre choix. 🍌

ONAIR - Cécile, what is Matété ?

Cécile Gitany - Matété, or cassava cream, is porridge made with milk, spices and cassava flour, a heritage of distant times where cassava flour was among the staple foods of daily life. It is delicious for breakfast. Cassava flour is gluten-free - some will be pleased - but above all, it is very tasty and nutritious. This typical ingredient of West Indian cuisine can be found everywhere in markets and even in shops.

OA - How is this cream made?

CG - You make Matété with milk, but you can easily replace it with water. If you like creamed corn, rice pudding or simply semolina cakes, you will be delighted!

OA - Do you eat it as is or with something else?

CG - For a complete breakfast, Matété can be served with fresh fruit, for example mangoes and lime zest or any fruit of your choice. 🍌



LE MATÉTÉ SUCRÉ

INGRÉDIENTS

Pour un petit-déjeuner complet local pour 4 personnes, il faut :

- 500 ml de lait
- 6 cuillères à soupe de farine de manioc
- 2 à 3 cuillères à soupe de sucre roux (sucre goût)
- 1 bâton de cannelle
- 1 grosse pincée de muscade
- 1 cuillère à café d'extrait de vanille
- 1 zeste de citron vert
- 1 mangue
- Zeste de citron vert râpé

LA RECETTE DE SWEET KWIZINE

1. Chauffer le lait à feu moyen avec les épices et le sucre.
2. Quand il parvient à ébullition, verser la farine en pluie.
3. Cuire environ 10 minutes sans cesser de mélanger à la cuillère jusqu'à ce que la crème épaississe.
4. La verser immédiatement dans des ramequins et la laisser refroidir.
5. Servir bien frais accompagné de quelques tranches de mangues ne pas oublier d'ajouter un petit peu de zeste de citron vert.

PASSEZ UNE BONNE JOURNÉE AVEC CE MIAAAAAM MATINAL !



SWEET MATÉTÉ

INGREDIENTS

For a full local breakfast for 4 people, you need:

- 500 ml of milk
- 6 tablespoons of cassava flour
- 2 to 3 tablespoons of brown sugar (sweeten to taste)
- 1 cinnamon stick
- 1 large pinch of nutmeg
- 1 teaspoon of vanilla extract
- 1 lime zest
- 1 mango
- Grated lime zest

SWEET KWIZINE'S RECIPE

1. Heat the milk over medium heat with the spices and sugar.
2. When it comes to a boil, add the flour gradually.
3. Cook for about 10 minutes, stirring constantly with a spoon, until the cream thickens.
4. Immediately pour it into ramekins and let it cool.
5. Serve chilled with a few slices of mango, and remember to add some lime zest.

HAVE A NICE DAY WITH THIS MORNING YUMMY!



INFOS / CONTACT

PLUS DE RECETTES SUR / MORE RECIPES ON
<https://sweetkwizine.com/>

www.golfecarrental.com

GOLFE CAR RENTAL

LOCATION DE VOITURES À SAINT-MARTIN

LES NOUVEAUX VÉHICULES DISPONIBLES À LA LOCATION SONT ARRIVÉS !

NOUVELLE GAMME NISSAN 2019



NISSAN KICKS

NISSAN MARCH

NISSAN QASHQAI (dispo fin 2019)

TOUJOURS DISPONIBLE À LA LOCATION :
MUSTANG, PICANTO, MINIBUS ET ENCORE +



GOLFE CAR RENTAL
Route de l'Espérance - Grand Case

email : contact@golfecarrental.com

phone : 0590 51 94 81 - 0690 35 04 75

www.golfecarrental.com





SENSATIONS FORTES ET LUDIQUES AU NOUVEL AKROPARK DE GUADELOUPE

THRILLS AND FUN AT THE NEW
AKROPARK IN GUADELOUPE

UN NOUVEAU PARC D'AVENTURE VIENT D'OUVRIR DANS LA COMMUNE DE PETIT-BOURG ;
UN LIEU INÉDIT POUR VIVRE DES INSTANTS INOUBLIABLES EN FAMILLE.

A NEW ADVENTURE PARK HAS OPENED IN THE TOWN OF PETIT-BOURG ;
A DIFFERENT KIND OF PLACE TO ENJOY MEMORABLE MOMENTS WITH YOUR FAMILY



Situé dans la vallée verte de Petit-Bourg, l'Akropark est le lieu parfait pour les amateurs d'aventure en forêt. Défis, sensations et aventures sont garantis par ses créateurs.

Au sein d'une nature luxuriante se dessinent des parcours à la cime des arbres, sur des passerelles suspendues, des filets à grimper... 600 mètres de tyroliennes s'étirent sur l'ensemble du parc avec la plus grande d'entre-elles, longue de plus de 100 mètres !

Akropark propose aussi des dizaines d'ateliers en plein air pour les petits aventuriers comme pour les grands baroudeurs. Le site compte 7 nouvelles pistes à découvrir en famille ou entre amis. Le parc a été pensé pour les familles, les écoles et les centres de loisirs.

Le rendez-vous est donc lancé, au cœur de la forêt de Valombreuse.

C'est notre coup de cœur des vacances ! ➤

Located in the green valley of Petit-Bourg, Akropark is the perfect place to set out on a forest adventure. The creators of this new escapade promise a day of fun, challenges, and exhilaration.

In the heart of lush vegetation, an aerial adventure awaits in the treetops, with suspended walkways and nets to climb... Close to 2,000 feet of ziplines stretch across the park, the longest of which is over 300 feet!

Akropark also offers dozens of outdoor activities for small adventurers as well as for older explorers. This nature park counts seven new trails to discover in a group, as the idea was conceived for families, friends, schools, and camps.

Don't miss this great new spot, in the heart of the Valombreuse forest.

It's our hot pick for summer vacation fun! ➤

INFORMATION

Réservation en ligne sur / Reservations online
akropark.fr/billetterie ✉ contact@akropark.com

Tél. : 0690 94 89 42 - Chemin de Valombreuse, 97170, Guadeloupe.



EN MARTINIQUE, LE TOUR DES YOLES FAIT VIBRER TOUT UN PEUPLE

MARTINIQUE'S "TOUR DES YOLES",
THE THRILL OF AN ENTIRE PEOPLE

APRÈS UN AN D'ABSENCE, LA 36^E ÉDITION DU TOUR DE LA MARTINIQUE DES YOLES RONDES A LIEU DU 26 AU 30 JUILLET 2021. UNE COURSE NAUTIQUE UNIQUE AU MONDE, DONT L'EMBARCATION EST INSCRITE AU PATRIMOINE IMMATÉRIEL DE LA FRANCE ET À CELUI, MONDIAL DE L'UNESCO.

AFTER A YEAR OF ABSENCE, THE 36TH "TOUR DE LA MARTINIQUE DES YOLES RONDES" TAKES PLACE FROM JULY 26TH TO 30TH, 2021. A BOAT RACE, UNIQUE IN THE WORLD, WHOSE SKIFF IS LISTED AS PART OF FRANCE'S AND UNESCO'S INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE.

Chaque fin de juillet, la Martinique est en effervescence, le regard tourné vers la mer. Des milliers de personnes sont rassemblées sur la plage pour soutenir leur équipage favori. Les coursiers s'affairent, on met la yole à l'eau et on écoute les dernières instructions du « patron ». Il est 10h quand la conque de lambis annonce le départ de la course. Ça y est, le Tour des Yoles commence.

UNE QUESTION D'ÉQUILIBRE ~ La yole ronde (du norvégien "jol" qui signifie "canot"), est une embarcation légère et effilée, d'une longueur de 10m50 composée de bois dressés sur les côtés, d'une godille à l'arrière d'un mât et d'une ou deux voiles. Sans lest, ni dérive, ni quille, ni gouvernail, c'est un bateau à l'équilibre instable. A bord, une quinzaine de membres d'équipage : à la pagaie, l'expérimenté patron, capitaine de l'embarcation. Il est assisté par un ou deux aides-patrons. Un manœuvrier d'écoute est responsable du cordage. Selon les directives du patron et les variations du vent, il tend la voile ou lui donne du mou pour jouer sur la stabilité ou la vitesse. Enfin, les bwa dressés, posés sur les rondins de bois de même nom, assurent l'équilibre de la yole en faisant contrepoids. La navigation d'une yole ronde est une prouesse physique et technique, qui demande écoute, cohésion et concentration de tous les coursiers. Un véritable sport d'équipe !

Every year, at the end of July, Martinique is seized by a total frenzy, all eyes turned towards the sea. Thousands of people are gathered on the beach to support their favorite crew. The competitors start getting busy, they put the skiff to the sea while listening the last instructions from the "Boss". It is 10am when the conch shell sounds, announcing the start of the race. There we are, the "Tour des Yoles" begins.

A MATTER OF BALANCE ~ The "Yole Ronde" (originating from the Norwegian word "jol" which means "skiff"), is a 10m50 long light and tapered boat. It is composed of long wooden sticks – called bois dressés in French or bwa drésé in Creole — on the sides, a scull at the back of a mast and one or two sails. It is a rather unsteady boat where you will not find single ballast, daggerboard, keel or rudder. There are about fifteen crew members on board including the most experienced one, the captain – a.k.a. "the Boss" – with his hand on the paddle, helped by one or two assistants. One of the teammates is responsible for the ropes. Depending on the instructions from the Boss and the direction of the wind, he tightens the sail or gives it some slack to monitor the stability or the speed. The "bwa drésé", are placed on eponymous logs to counterbalance the skiff and ensure its stability. Maneuvering a "Yole ronde" is a physical and technical performance that requires attention, cohesion and concentration from all couriers. A real team sport!



EMBARCATION PATRIMONIALE ~ Créée au XVIII^e siècle afin de remplacer le gommier, la pirogue héritée des amérindiens, la yole est initialement destinée à la pêche et au transport de personnes et de marchandises. Embarcation endémique à la Martinique, sa fabrication et son évolution sont le fruit d'apports de techniques africaines, européennes et amérindiennes. Sa construction dure près de trois mois. Elle relève des compétences du charpentier de marine. Marin pêcheur de métier, ce dernier possède un savoir-faire transmis oralement, généralement aux hommes de la famille, de générations en générations. La coque est en bois massif : mahogany blanc, poirier ou bois de Guyane. La coupe du bois se fait en fonction du cycle de la lune. D'autres matériaux entrent dans la construction tels que le mât de côte, l'églantier ou encore le carbone. Innovation et tradition se mêlent pour créer une yole toujours plus légère alliant stabilité et vitesse. Réalisée sans plan, ni maquette, la fabrication est pleine de secrets et mystères que seule une poignée d'initiés est autorisée à percer. Chaque yole est une œuvre d'art et le savoir-faire empirique de ces artisans est désormais reconnu. En effet, le processus de fabrication de la yole ronde de Martinique est inscrit à l'inventaire du patrimoine culturel immatériel de la France depuis 2017.

AUX ORIGINES DU TOUR ~ L'histoire commence sur le littoral Atlantique. À l'origine, des marins-pêcheurs de la côte sous le vent s'affrontent pour déterminer quelle embarcation est la plus rapide, et qui sera le premier à atteindre le rivage pour vendre ses poissons. Ces compétitions amicales se font connaître et commencent à intéresser lesdits « békés », riches propriétaires de l'île qui décident de financer certains pêcheurs. Il est alors demandé, dans les années 40, au charpentier de marine Jean Lafontaine, de modifier la

A HERITAGE BOAT ~ Created in the 17th century to replace the gommier – an ancient canoe inherited from the Amerindians – the “Yole” was initially used to go fishing and as a transportation mean for both people and goods. Endemic to Martinique, its manufacturing and evolution are the result of contributions from African, European and Amerindian techniques. Its construction lasts almost three months. It is crafted by a skilled marine carpenter, a fisherman by profession. This knowledge is passed on orally from one generation to the next between the men in the family. The hull is in solid wood: white mahogany, local pearwood or Guyana wood. The wood this logged according to the moon cycle. Other materials are used in the construction such as the mast, rosehip or carbon. Innovation and tradition intertwine in the search of an always lighter skiff combining stability and speed. Carried out without a plan or a model, the creation of a “Yole” is surrounded with lots of secrecy and mystery only accessible to a handful of insiders. Each skiff is a work of art and the empirical knowledge of these craftsmen is now recognized. The crafting process of Martinique's Yole Ronde has been listed in the inventory of France's intangible cultural heritage since 2017.

AT THE ORIGINS OF THE TOUR ~ The story begins on the Atlantic coast. Fishermen from the leeward coast would originally challenge each other to determine the fastest boat, and who would reach shore first and sell their fish. These friendly competitions became known and began to catch the attention of some wealthy landowners commonly called “békés”, who decided to sponsor some of the fishermen. In the 1940s, Jean Lafontaine – a marine carpenter – was asked to modify the hull of the skiff. Once designed for

coque de la yole. Désormais taillée pour la compétition, des régates sont organisées les dimanches et lors des fêtes communales. Si un tour de la Martinique est réalisé en amateur de 1966 à 1968, par Marcel Bon St Come et ses amis, c'est en 1985, que le publicitaire George Brival, organise le 1^{er} tour de la Martinique des yoles rondes. Il a l'idée de faire sponsoriser chaque yole par des enseignes commerciales et d'apposer leurs marques sur la voile, rendant chaque embarcation facilement identifiable. Années après années, le tour gagne en popularité. Des patrons s'illustrent par leurs victoires: Frantz Ferjule, Charles Exilie, Désiré Lamon, Félix Méline, George Henri Lagier, Joseph Mas ...

UN SPECTACLE SUR L'EAU ~ Le Tour des Yoles est un événement sportif et culturel majeur en Martinique. La compétition en 7 étapes relie chaque jour 2 communes de l'île afin d'en effectuer un tour complet. Clôturent la saison sportive, le tour est fortement disputé. Sur l'eau, entre 15 et 20 équipages représentant chacun leur commune s'affrontent parfois jusqu'à six heures par jour! En tête, les mapipis c'est-à-dire les yoles les plus fortes sont dirigées par des patron expérimentés, renommés à l'échelle locale. Chaque étape est mythique. Manœuvres périlleuses et stratégies audacieuses servent 3 objectifs : gagner l'étape du jour, faire la joie de leurs supporters et surtout, surtout ne pas dessaler !

UNE SEMAINE HORS DU TEMPS ~ Pendant l'évènement, la Martinique vit au rythme de la yole. À la maison d'abord, où l'on suit la course à la télévision et à la radio. En mer, sur les « bateaux-suiveurs », ou encore sur des catamarans transformés en lieux de fête. Mais surtout sur la plage. Chaque jour, des dizaines de milliers de personnes sont attendues dans la ville qui accueille l'étape. Dès 4h du matin, elles s'installent sur la plage pour profiter des

competition, regattas began to take place on Sundays and during local fairs. An amateur Tour of Martinique was organized from 1966 to 1968, by Marcel Bon St Come and his friends, but it wasn't until 1985 that Martinique's first “Tour des Yoles Rondes” was organized professionally by a publicist named George Brival. He came up with the idea to get each skiff sponsored by commercial brands whose logos placed on the sail would make them easily recognizable. The Tour got more and more popular every year. Some Bosses are distinguished by their victories: Frantz Ferjule, Charles Exilie, Désiré Lamon, Félix Méline, George Henri Lagier, Joseph Mas ...

A SHOW ON WATER ~ The “Tour des Yoles” is a major sporting and cultural event in Martinique. The 7-stage competition connects 2 towns every day until a complete tour of the island is accomplished. Closing the sport season, the tour is a seriously competition. Between 15 and 20 crews, representing their original town, compete on water for up to six hours some days! The strongest teams – also known as the mapipis – are led by experienced and locally renowned bosses. Each stage is legendary. They engage in perilous maneuvers and daring strategies in order to meet 3 objectives: to win the stage of the day, to make their fans happy and the most most important, not to sink!

A WEEK OUT OF TIME ~ During the event, the life on the island is adjusted on the pace of the Yoles. At home first, people follow the race on TV and on the radio. On the sea, on “following boats”, or on catamarans transformed into floating party venues. And especially on the beach. Every day, tens of thousands of people are expected in the hosting town of the day. From 4 am, they settle down on the beach to enjoy the best spots. Tables, chairs, barbecues and ham-





meilleurs spots. Tables, chaises, barbecues et hamacs : tout est fin prêt pour passer une journée mémorable en famille et entre amis. Dans les rues, on se promène et on revoit des amis de longue date. Les effluves de viande grillées, de chichis (churros) et de sorbet coco titillent les narines. Sur le podium, les artistes se succèdent : une vraie ambiance de festival ! Mais l'on n'oublie pas la course, radios collées aux oreilles, à écouter religieusement les spécialistes. Soudain, après des heures d'attente, on les voit poindre à l'horizon : elles arrivent ! Les mapipis se disputent la victoire d'étape dans un sprint final devant une foule en délire. La pression monte, on se jette à l'eau, le suspense est à son comble. Enfin, elle franchit la ligne d'arrivée : un cri de joie fait trembler toute la plage ! La yole victorieuse est accueillie dans la mer par les supporters ; on chante, on crie, on embrasse le patron, on remercie l'équipage, on célèbre la victoire tous ensemble.

**PLUS D'INFORMATIONS /
MORE INFORMATION AT**
<https://tourdesyoles.com/>

« **UNIQUE AU MONDE** » ~ Plus qu'une simple compétition, le tour des yoles est un vrai moment de communion, de liesse collective. « C'est une affaire de tout un peuple » estimait Aime Césaire. Mixte, intergénérationnelle, ancrée dans la société, la yole est devenue l'affaire de tous. Son caractère endémique et unique, permet aux martiniquais d'affirmer leur identité dans le monde. D'ailleurs, la yole ronde de Martinique est inscrite depuis le 17 décembre 2020 au registre des « bonnes pratiques de sauvegarde du patrimoine immatériel » de l'Unesco devenant une vitrine touristique et économique pour l'île, et surtout faisant la fierté de tout un peuple. »

mocks: everything is set for a memorable day with family and friends. In the streets, as you stroll around it is not unusual to bump into an old friend you had not seen in a long time. The flavored smell of grilled meat, chichis (churros) and coconut sorbet come and tease your nostrils. One after the

next, various artists come on stage: a real festival atmosphere! Nonetheless, you do not want to miss the race. Their radios glued to their ears, attendees religiously listen to the comments from specialists. All of the sudden, after hours of expectation, they emerge from the horizon: they are coming! The Mapipis battle out to win the stage victory in a final sprint in front of a cheering crowd. The pressure builds up, people get into the water, the suspense reaches its pinnacle. It finally crosses the finish line: screams of joy shake the whole beach! The victorious skiff is acclaimed by its followers on the sea; people sing, they shout, they hug the Boss, they congratulate the crew, they celebrate the victory together.

« **UNIQUE IN THE WORLD** » ~ More than a mere competition, the "Tour des Yoles" is a real moment of communion, of collective jubilation. "It's a matter dear to an entire people," used to say Aime Césaire. Mixed, intergenerational, anchored in society, the "Yole" has become everyone's passion. Its endemic and unique nature allows Martinicans to reinforce their identity in the world. As a matter of fact, Martinique's "Yole Ronde" has been registered as part of Unesco's "good practices for safeguarding of the intangible heritage" since December 17, 2020. It became a tourist and economic attraction for the island, and more importantly a source of pride for an entire people. »



#CARIBBEANLIFESTYLE



www.sebastiano.fr



SHOP ONLINE

GUADELOUPE - MARTINIQUE - GUYANE - SINT MAARTEN



SEBASTIANO

L'ÉTÉ SERA BLEU OU NE SERA PAS !

SUMMER WILL BE BLUE OR WILL NOT BE!

UN VENT DE FRAICHEUR SOUFFLE SUR SEBASTIANO...

Après 30 ans d'existence dans les French West Indies et en Guyane, Sebastiano affirme encore un peu plus son ancrage dans la Caraïbe avec l'ouverture en juin 2021 de son premier espace à Sint Maarten.

Véritable concept store à l'américaine avec écrans géants, 250 m2 de showroom au merchandising des plus avant-gardiste, Sebastiano n'a pas lésiné pour les Saint-Martinois...

Ce nouveau magasin propose la nouvelle collection été aux dominantes bleues, comme les grands classiques qui font le succès de la marque. Jean's stretch, slim, brut, skinny, bermudas dernières tendances, polos colorés 100% coton, large choix de chemises avec une large gamme d'accessoires (casquette, ceinture, cravate...) pour personnaliser votre look et assurer la final touch. L'autre nouveauté du moment est SBTN : la nouvelle marque haute gamme de Sebastiano qui propose des nouveaux polos, pantalons chino, chemises avec une finition et une qualité résolument haut de gamme.

A BREEZE OF FRESHNESS IS BLOWING OVER SEBASTIANO...

After 30 years of existence in the French West Indies and Guyana, Sebastiano is further asserting its roots in the Caribbean with the opening in June 2021 of its first space in Sint Maarten. A true American concept store with giant screens, 250 m2 of showroom with the most avant-garde merchandising, Sebastiano did not skimp on Saint Martin residents ...

This new store offers the new summer collection with dominant blue, like the great classics that have made the brand's success. Stretch, slim, raw, skinny jeans, latest trend Bermuda shorts, colorful 100% cotton polo shirts, a wide choice of shirts with a wide range of accessories (Cap, belt, tie, etc.) to personalize your look and ensure the final touch. The other novelty of the moment is SBTN: the new high-end brand from Sebastiano which offers new polo shirts, chinos, shirts with a resolutely top-of-the-range finish and quality.



SAINT-BARTH



PODIUMS DE LA TRANSAT EN DOUBLE - CONCARNEAU - SAINT-BARTHÉLEMY WINNERS' CIRCLE: TRANSAT EN DOUBLE - CONCARNEAU - SAINT-BARTHÉLEMY

Le 30, mai dernier en fin d'après midi, Nils Palmieri et Julien Villion de l'équipage TeamWork franchissaient les premiers la ligne d'arrivée de la mythique Transat en Double Concarneau Saint-Barthélemy, sponsorisée par la compagnie Corsair. Moins de deux heures plus tard, les 6 poursuivants arrivaient dans un mouchoir de poche, offrant à cette édition une dimension exceptionnelle ; d'autant que parmi les poursuivants, se distinguaient le local de l'étape, Miguel Danet et son co-équipier quimpérois, Eric Peron, qui réalisèrent une très belle sixième place.

Late on the afternoon of Sunday, May 30, Nils Palmieri and Julien Villion of TeamWork were the first twosome to cross the finish line in the challenging Transat en Double Concarneau Saint-Barthélemy, sponsored by the airline, Corsair. Less than two hours later, the next six teams of two arrived one after the other, giving this edition of the race an exceptional finish. Not to mention that the sixth duo to arrive included the one local sailor in the fleet, Miguel Danet, with his teammate Eric Peron from Brittany, as a large crowd welcomed them to Saint Barth.

Le classement des 10 premiers : The Top Ten:

1. TeamWork (Nils Palmieri / Julien Villion)
18d 05h 08min 03s*
2. Quéguiner - Innovéo (Tanguy Le Turquais / Corentin Douguet)
01h 41min 58s*
3. Bretagne - CMB Performance (Tom Laperche / Lois Berrehar)
02h 03min 03s*
4. GUYOT Environnement - Ruban Rose (Pierre Leboucher / Thomas Rouxel) 02h 23min 09s*
5. Région Normandie (Alexis Loison / Guillaume Pirouelle)
02h 26min 13s*
6. (L'Égoïste) - Cantina St Barth (Eric Péron / Miguel Danet)
02h 42min 30s*
7. Bretagne - CMB Océane (Elodie Bonafous / Corentin Horeau)
02h 50min 52s*
8. Breizh Cola (Gildas Mahé / Tom Dolan)
03h 10min 43s*
9. DEVENIR (Violette d'orange / Alan Roberts)
03h 50min 23s*
10. Gardons la vue (Martin Le Pape / Yann Eliès)
04h 27min 17s*

* Temps derrière le vainqueur / Time behind the winner



Live Your
Dreams Come True

SAINT BARTH
CATA|ZARAN



GRANDE SALINE - ST. BARTHS

(+590) 590 27 70 57
(+590) 690 56 59 59
info@st-barth-fleurdelune.com
www.st-barth-fleurdelune.com

+590 590 27 70 57
+590 690 56 59 59
info@saint-barth-catamaran.com
www.saint-barth-catamaran.com



En collaboration avec



SAINT-MARTIN

LA SUNSET SOCIETY DANS LES EAUX DE SAINT MAARTEN SUNSET SOCIETY IN THE WATERS OF SAINT MAARTEN

Chaque mois, les fans de musique électronique se retrouvent, non pas en soirée mais en journée, pour une après-midi sur l'eau, sur le catamaran de Super Cat Charters. Ambiance festive assurée au gré des vagues. La prochaine est prévue pour le mois d'octobre.

Every month, electronic music fans meet, not in the evening but during the day, for an afternoon on water, on the Super Cat Charters catamaran. Festive atmosphere guaranteed along with the waves. The next one is scheduled for October.

Crédits photos • Photo credits ~ Dacha@lepelican



LAPIERRE'S MARBLE A FÊTÉ SES 30 ANS LAPIERRE'S MARBLE CELEBRATED ITS 30TH ANNIVERSARY

A l'occasion de ses 30 ans, l'entreprise Lapierre's Marble a organisé une grande soirée le 18 juin dans son atelier. Expositions de toiles, de sculptures, concert de reggae, dégustation de sushis et spectacles de danse étaient au rendez-vous, pour une soirée autour de l'art et de la culture.

On the occasion of its 30th anniversary, the Lapierre's Marble company organized a grand party on June 18th in its workshop. There were exhibitions of paintings, sculptures, a reggae concert, sushi tasting and dance performances, for an evening celebrating art and culture.

Crédits photos • Photo credits ~ Dacha@lepelican



LE MYKONOS A SAINT MAARTEN, TEMPLE DE LA FÊTE MYKONOS IN SAINT MAARTEN, PARTY HOTSPOT

Le club, qui se veut aussi festif que l'île grecque dont il porte le nom, accueille tous les vendredis et samedis des DJs locaux et internationaux. Que les soirées soient à thème ou pas, le dancefloor est toujours en feu.

The club, which is as festive as the Greek island it is named after, welcomes local and international DJs every Friday and Saturday. Whether the nights are themed or not, the dancefloor is always on fire.

Crédits photos • Photo credits ~ Dacha@lepelican



En collaboration avec



greenmotion

Location véhicule premium

@greenmotionantilles

SAINT-MARTIN

Reservations@greenmotion.sx
Immeuble Aventura
97250 Grand Case

0690 338 950

GUADELOUPE

Boulevard Houelbourg - ZI Jarry
97122 Baie-Mahault

0690 640 320

MARTINIQUE

106 impasse ZAC de LAREINTY
97232 Le Lamentin

0696 408 333



GUADELOUPE



LE BONHEUR À MOINS D'UNE HEURE HAPPINESS LESS THAN AN HOUR AWAY

Conférence de presse du Comité du Tourisme des îles de Guadeloupe, «Le Bonheur à moins d'une heure», le 25 juin 2021 au Jardin de Valombreuse.

The Tourism Committee held a press conference on June 25, 2021 at the Jardin de Valombreuse to promote the islands of Guadeloupe, «Happiness Less Than An Hour Away.»

1. André Jean Vidal et Willy Rosier (DG CTIG)
2. Luigi Ssosse, Joel Delvecchio et Thierry Gargar CTIG
3. Didier Coffre et Sonia Taillepiere (Vice Président et Présidente du CTIG)
4. Lynda Cayarcy (ETV) & Romain Hordel (Directeur commercial Air Antilles)
5. Julien Amodeo (TECHIN) avec Bruno Lee (CTIG)

MINI BIG LOVE

Conférence de presse MINI BIG LOVE, chez le concessionnaire AAG le 18 juin 2021 pour la présentation des nouvelles MINI HATCH 3 et 5 portes.

A press conference for the MINI BIG LOVE, at the AAG dealership on June 18, 2021, a presentation of the new MINI HATCH 2-door and 4-door models.

1. Eric Pommier et Emmanuelle Lerondeau (SAS EP EVENT)
2. Marjorie Simon et Stacy Agneau (Marketing AAG)
3. Nelly Castran-Nickel et Stéphane Sophie (AAG BMW MINI)
4. Philippe Adan (RCP MEDIA) et Nelly Castran Bickel (AAG BMW MINI)
5. Rudolf Sperl (AAG et AAAM) et Eric Gruzka (Autograt et 100 pour 100 esprit auto)



UN TOURNAGE SALUTAIRE A HEALTHY FILM SHOOT

Lundi et mardi 28 et 29 juin 2021, à l'hôtel Arawak Beach Resort sur le tournage de l'émission «Vaksinasyon : an nou palé, an nou alé ! »

On Monday and Tuesday, June 28 and 29, 2021, at Arawak Beach Resort, the film shoot «Vaksinasyon : an nou palé, an nou alé ! (Vaccination: Let's Talk, Let's Go!)»

1. Frédérique TEJOU (GWADA BOY) et Jacob Desvarieux
2. Coralie Hatil et Jennifer Galap
3. Jacob Desvarieux et Coralie Hatil (Cheffe de pub Blue Marine)
4. Frédérique TEJOU (GWADA BOY) et Jennifer GALAP (Présentatrice)
5. Sandra Thomas, Priscilla Laurent (Groupe Maniokani) et Jacob Desvarieux (KASSAV)



**ENTREZ
DANS LA MAGIE
DU PLUS GRAND
JARDIN DE
GUADELOUPE**



Chemin de Valombreuse
Cabout, 97170 Petit Bourg
0590 95 50 50 | valombreuse.com

BILLETTERIE EN LIGNE





MARTINIQUE

En collaboration
avec le magazine



FÊTE DE LA MUSIQUE : LIVE KOLO BARST AU VIEUX FOYAL FÊTE DE LA MUSIQUE : LIVE KOLO BARST AU VIEUX FOYAL

Le Vieux Foyal, en plein centre ville, dans une maison créole centenaire propose de la Musique live, Jam session toutes les semaines. Dans cet antre du Jazz, se produisait Kolo Barst dans une version acoustique le 21 juin 2021 pour la fête de la musique. Une ambiance chaleureuse et conviviale pour le plus grand bonheur des spectateurs venus en nombre.

Le Vieux Foyal, en plein centre ville, dans une maison créole centenaire propose de la Musique live, Jam session toutes les semaines. Dans cet antre du Jazz, se produisait Kolo Barst dans une version acoustique le 21 juin 2021 pour la fête de la musique. Une ambiance chaleureuse et conviviale pour le plus grand bonheur des spectateurs venus en nombre.

Crédits photos • Photo credits ~ Ophélie Cohen

1. 2. La fête de la musique le 21 juin au Vieux Foyal
3. Le chanteur Kolo Barst



FESTIVAL ARTÉ MOUN : L'ART COMME VOIX ET VOIE DES PERSONNES VULNÉRABLES

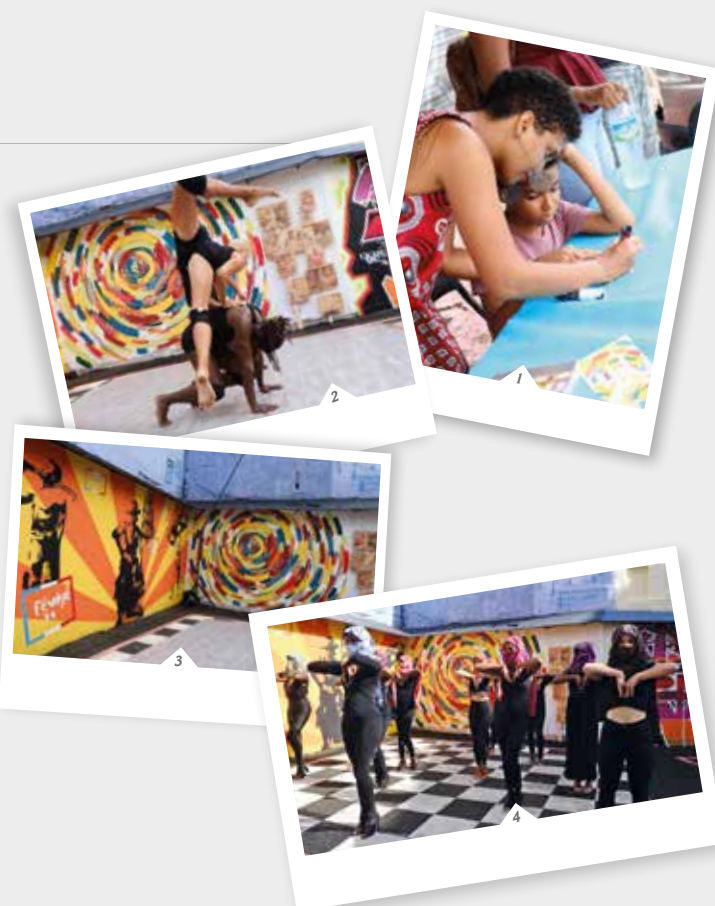
ARTÉ MOUN FESTIVAL: ART AS A VOICE AND PATH FOR VULNERABLE PEOPLE

Organisé le 19 juin à Fort de France, le Festival Arte Moun vise à faire connaître et reconnaître la voix de groupes vulnérables, victimes de discriminations, à travers un moment convivial autour de l'art et de la culture. Il a été conçu par l'association D'Antilles et D'Ailleurs avec l'œil artistique de Frédérique Leplingard, d'un Oeuf. Quatre associations (Carbet du Cœur - personnes en situation de handicap, Acise - personnes vulnérables, A Wou - jeunes de Terres-Sainville, Jik en bout - travailleur.ses agricoles) ont organisé des ateliers pour faire ressortir des revendications. C'est ainsi que 8 artistes ont été invité.e.s à traduire sous forme d'œuvres les messages des groupes. Les œuvres ont été installées sur la voie publique et sur les façades de la rue Lamartine, lors de cette journée festive et conviviale. Les artistes ont proposé également des ateliers ouverts au public.

The Arté Moun Festival aims to promote and recognize the voices of vulnerable groups -victims of discrimination- through friendly moments via art and culture. Designed by the association D'Antilles et D'Ailleurs with the artistic eye of Frédérique Leplingard from "Un Oeuf", it was held in Fort de France on June 19. Four associations (Carbet du Cœur - people with disabilities, Acise - vulnerable people, A Wou - young people from Terre Sainville, Jik en bout - agricultural workers) organized workshops to highlight claims. Eight artists were invited to translate the groups' messages into works which were set up on the public road and on building facades on rue Lamartine during this festive and friendly day. The artists also offered workshops open to the public.

Crédits photos • Photo credits ~ Benny photos

1. Atelier artistique animé par Elo Atypik / 2. Danse - Création d'Amélie Paulmier avec Peter Agardi, Laurent Trouart et Claude Cormier / 3. Peintures Live Rue Lamartine / 4. Danse - Intervention spontanée de Murielle BEDO & sa troupe



JARDIN ZOOLOGIQUE

AU COEUR D'UNE HABITATION DE 1643

PAR LE
CRÉATEUR DU

Jardin
de
Balata
MARTINIQUE



ANSE LATOUCHE,
LE CARBET 97221,
MARTINIQUE

+596 596 52 76 08
ZOODEMARTINIQUE.COM



ZOO
de
Martinique
HABITATION LATOUCHE



GUYANE

AVANT IÈRE LÉOPOLD HEDER LÉOPLD HÉDER

L'avant-Première Exceptionnelle d'un documentaire sur Léopold Héder était projetée au multiplex cinématographique Agora à Matoury le 19 mars

The exceptional preview of a documentary on Léopold Héder was screened at the Agora multiplex in Matoury on March 19

1. Le réalisateur du documentaire, Barcha Bauer, Gilles Vernet et Josseline Héder
2. Nathalie Vernet et Héléneschka Horth, Miss Guyane
3. Mylène Mazia et Jacques Bertholle
4. Sylviane Cédia et José Blézès
5. Rolande Chalco Lefay et Barcha Bauer



FEMMES DE CULTURE WOMEN OF CULTURE

A l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes, 14 femmes ont reçu un trophée lors de la 6ème édition « Femmes de Culture » le 8 mars à l'Auditorium E.A. Edouard de l'Encre à Cayenne

On the occasion of International Women's Day, 14 women received a trophy during the 6th edition of « Femmes de Culture » on March 8 at the Auditorium E. A. Edouard de l'Encre in Cayenne

1. 14 femmes méritantes œuvrant dans le milieu culturel ont reçu un trophée « Femmes de Culture ».
2. Le président de Région Rodolphe Alexandre et Sylviane Cédia, marraine de la cérémonie
3. Julietta Léonço Baptista et Mireille Ho-Sack-Wa Badamie
4. Patricia Rogier Gallas et Katherine
5. Patricia Blérald et Sylviane Cédia



HOMMAGE YVAN ROLLUS YVAN ROLLUS TRIBUTE

Une conférence-hommage à Yvan Rollus, auteur-compositeur, chansonnier disparu le 31 janvier dernier à l'âge de 84 ans, a eu lieu le mercredi 21 avril 2021 à l'espace culturel Joseph Ho-Ten-You de Rémire-Montjoly.

A conference-tribute to Yvan Rollus, author-composer, singer-songwriter who died on January 31 at the age of 84, took place on Wednesday, April 21, 2021 at the cultural space Joseph Ho-Ten-You de Rémire-Montjoly

1. Le maire de la ville de Rémire-Montjoly, Claude Plenet, Denis Duvigneau, Josiane Rollus, Dany Play et les filles d'Yvan Rollus tenaient à rendre cet hommage
2. Raymond Charlery et Josiane Rollus, veuve d'Yvan
3. Deux des trois filles d'Yvan Rollus
4. Théonie Calumey et Denis Duvigneau.
5. Rudolf Sperl (AAG et AAAM) et Eric Cruzka
5. Jean-Marc Aimable et sa maman
5. Norma Claire et Josiane Rollus



LE SANS
CONTACT
LE GESTE
BARRIÈRE !

26 ANS
déjà



LEADER DE LA MONETIQUE AUX ANTILLES GUYANE

0892 68 97 12**

** 0,3€/mn.

SAINT-MARTIN
150, Bat. B
Ccial Howel Center - Galisbay
97150 MARIGOT
☎ 0590 27 27 10

GUADELOUPE
Rond-point de la Mer
Rue Ferdinand Forest Prolongée
97122 BAIE-MAHAULT
☎ 0590 26 96 96

MARTINIQUE
Centre d'affaires Kalysta
Rond-point Anse Gouraud
97233 SCHOELCHER
☎ 0596 39 42 41

GUYANE
Forum Baduel
Route de Baduel
97300 CAYENNE
☎ 0594 38 16 18

ingenico
GROUP

Verifone

PAX
Your Payment Partner of Choice

Contodeo
planet

AMERICAN
EXPRESS

Monétik
Vision



TROUVER UN ÉVÈNEMENT DANS VOTRE PAYS DE DESTINATION
FIND AN EVENT IN YOUR DESTINATION COUNTRY

La décision de tenir ou non les prochains événements dépend des restrictions qui seront en appliquées dans le contexte de la pandémie mondiale. Des événements pourraient être annulés.
Veuillez vérifier, avant de vous déplacer, sur le site web touristique de votre pays de destination.

The decision to go ahead with the next events depends on the restrictions in place due to the global pandemic. Events could be canceled. Please, check before coming on your destination's tourism website.

BONAIRE
<https://www.infobonaire.com>
<https://www.tourismbonaire.com>

CURAÇAO
<https://www.curacaorumfest.com/>

BARBADE
<https://barbados.org>

DOMINIQUE
<https://www.discoverdominica.com>

GADELOUPE
<https://www.lesilesdegadeloupe.com>

GUYANE
<https://www.guyane-amazone.fr>

MARTINIQUE
<https://www.martinique.org>

MIAMI
<https://www.office-tourisme-usa.com/etat/floride/miami/>

PORT AU PRINCE
<https://www.facebook.com/haititourisme/>

PORTO RICO
<https://www.office-tourisme-usa.com/etat/porto-rico/>

RÉPUBLIQUE DOMINICAINE
<https://www.godominicanrepublic.com/>

SAINT-BARTH
<https://www.saintbarth-tourisme.com>

SAIETE-LUCIE
<https://www.stlucia.org>

SAINT-MARTIN
<https://www.st-martin.org>

SALVA Dollar franchise indépendant rue Nicolas Appert, BP 2386 97186 Jarry cedex, SARL au capital de 1 600 000 €, SIRET 421 160 429 00160.

39€*
/jour

**PEUGEOT
208E**



**MG
ZS EV**

49€*
/jour



Dollar vous fait une fleur !

Profitez de nos tarifs promotionnels et découvrez le bonheur de rouler en électrique. Silencieuses, puissantes, économiques et écologiques, vous allez adorer rouler dans notre nouvelle gamme de véhicules électriques, avec une autonomie moyenne de 300 km. Profitez-en !

Faites vous plaisir ! Roulez en électrique

* Tarifs promotionnels valables jusqu'au 30 septembre 2021 hors surcharge aéroport. Sous réserve de disponibilité. Non cumulable avec une autre promotion ou remise. Voir conditions en agence.

GADELOUPE 0590 89 26 06 Aéroport • Jarry • Sainte-anne • Basse-Terre
MARTINIQUE 0596 424 500 Lamentin
GUYANE 0594 32 01 01 Kourou • Cayenne
dollarantilles.com

dollar.
Guadeloupe • Martinique • Guyane
Location de véhicules

Le Top audio
& l'excellence photo
c'est le nouveau Xiaomi !



Caméra
3 capteurs
108 mpx

Mémoire
12Go RAM
8Go

Écran
8,81
pouces

*Voir condition en magasin - Sous réserve de stock disponible.

XIAOMI Mi 11
128 Go

84.90€ en 10X*

212.25€ en 4X

849€* en 1X

SMART
PHONE SERVICES

MARTINIQUE
Lamentin : C.C. Galleria - Ducos : C.C. Carrefour Genipa

GUADELOUPE
Abymes : C.C. Milénis - Baie-Mahault : C.C. Destrelaud - Gosier : C.C. Bas-du-Fort
Basse-Terre : C.C. Casino Desmarais - Jarry : Imm. Bravo - Voie Verte (Concept Store)

NUMÉRO UNIQUE 0892 700 262



SMARTSERVICE.COM

| | | |
|--|---|---|
| PLAT DE MORUE DONNA DE LA VOIX | ARTICLE ILES DES PETITES ANTILLES | GALETTE DE MANIOC PASSA SOUS SILENCE |
| L'IRAN SUR LE WEB OCCUPATIONS ILLÉGALES | COUTUMES L'OR DU CHIMISTE | ROI AU THÉÂTRE MER ANGLAISE |
| PARLÉ AUX ANTILLES | UNE VIE SUR LE PAPIER ILE DES PETITES ANTILLES | CÉLÈBRE À CAYENNE |
| SURFACE AGRICOLE GIGA-NEWTON | XÉNON AU LABO | FAUSSE NOUVELLE GRANDE TAILLE |
| GRENADINE OU CUBA CHANT ET MUSIQUE | ORIENTAL | HÉBERGÉ RASSASIÉ |
| CLÉ INFORMATIQUE | CHAUDS AUX ANTILLES PRONOM PERSONNEL | MÉLODIE |
| POSSESSIF | FRUIT DE MER TRÈS APPRÉCIÉ AUX ANTILLES | |

SUDOKU

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2 | | 1 | | 6 | 8 | |
| 6 | | | 8 | | 7 | | 3 |
| 8 | | | 9 | | | | |
| | 6 | 4 | | 7 | | 5 | |
| | | | 6 | | | | |
| | 7 | | 4 | | 1 | 6 | |
| | | | 5 | | | | 9 |
| 9 | | 6 | 2 | | | | 7 |
| | 5 | 1 | | 8 | | 3 | |

RIKUDO

www.rikudo.fr

SMART
PHONE SERVICES



30 min.

RÉPARATION EXPRESS

Main d'œuvre qualifiée
& pièces garanties

MARTINIQUE
Lamentin : C.C. Galleria - Ducos : C.C. Carrefour Genipa

GUADELOUPE
Abymes : C.C. Milénis - Baie-Mahault : C.C. Destrelaud - Gosier : C.C. Bas-du-Fort
Basse-Terre : C.C. Casino Desmarais - Jarry : Imm. Bravo - Voie Verte (Concept Store)

NUMÉRO UNIQUE 0892 700 262



SMARTSERVICE.COM

78 / JUILLET - AOÛT - SEPTEMBRE 2021

ONAIR 57 / 79



Caribbean United

À leur création en 2002, Air Antilles et sa compagnie soeur Air Guyane avaient l'ambition affirmée d'ouvrir le ciel au plus grand nombre... Depuis, un vaste réseau de connexions inter-îles a été développé entre la Caraïbe francophone, anglophone, hispanophone, néerlandaise et la Guyane. **Air Antilles est devenue La compagnie aérienne offrant le plus grand nombre de destinations vers la Caraïbe au départ des Antilles-Guyane.**

Dans cette même volonté, des accords d'alliance et de partenariat ont été initiés avec des compagnies aériennes majeures offrant plus destinations et connexions adaptées à tarifs accessibles. > Air France, Corsair International, Winair, etc.

When it was launched in 2002, Air Antilles and its sister company Air Guyane had the wish to make travel accessible to everyone... Since then, an extensive network of inter-island connections has been developed between the French, English, Spanish-speaking Caribbean, Dutch islands and French Guiana. **Air Antilles has become the airline offering the greatest choice of Caribbean destinations departing the French Antilles-French Guiana.**

With the same drive, alliance and partnership agreements have been initiated with major companies delivering more destinations, smoother connections, and accessible rates. > Air France, Corsair International, Winair, etc.

Une flotte alliant sécurité et modernité

La compagnie est dotée d'une flotte mixte de 15 avions modernes et confortables, répondant aux normes européennes les plus contraignantes en termes de technologie, de sécurité et d'émission de CO2.

Combining safety and modernity

The company has a fleet of 15 modern and comfortable airplanes meeting the strictest European standards in terms of technology, safety, and CO2 emissions.



Partenaire des compagnies

CORSAIR | AIRFRANCE



Le programme fidélité Air Antilles permet aux clients membres de cumuler des miles à chaque voyage, qu'ils peuvent convertir en « billets prime » via leur espace personnel airantilles.com

The **Air Antilles** loyalty program allow its members to earn miles on each trip and redeem them for free flights on their personal account airantilles.com



C'est la solution **100% flexible et économique** qui donne des ailes aux grand voyageurs.

Ce programme permet de bénéficier de nombreux avantages, mais surtout de crédits vols à tarif fixe et préférentiel allant jusqu'à 50% de réduction*. À découvrir sur airantilles.com

It's the **most flexible and budget-savvy** solution for seasoned travelers.

This program not only offers benefits but gets you fixed-value points to book your airfare with discounts of up to 50% on your ticket price*. To discover on airantilles.com

* Base tarifaire billets FLEX / * Base FLEX tickets



Une alliance pour faciliter les déplacements inter-caribéens

Caribsky est un projet collaboratif, visant à optimiser le transport aérien dans les Caraïbes à travers la mise en place d'un réseau interconnecté entre compagnies aériennes.

Les institutions du tourisme et compagnies membres partagent les mêmes ambitions : rendre les voyages plus accessibles et dynamiser le développement économique de nos territoires.

An alliance to ease inter-Caribbean travel

Caribsky is a collaborative project aimed at optimizing air transport across the Caribbean, based on the establishment of an interconnected network between airlines.

Tourism institutions and member companies share the same ambitions: to make travel more accessible and boost economic growth in our territories.

Réseau Caribsky by Air Antilles

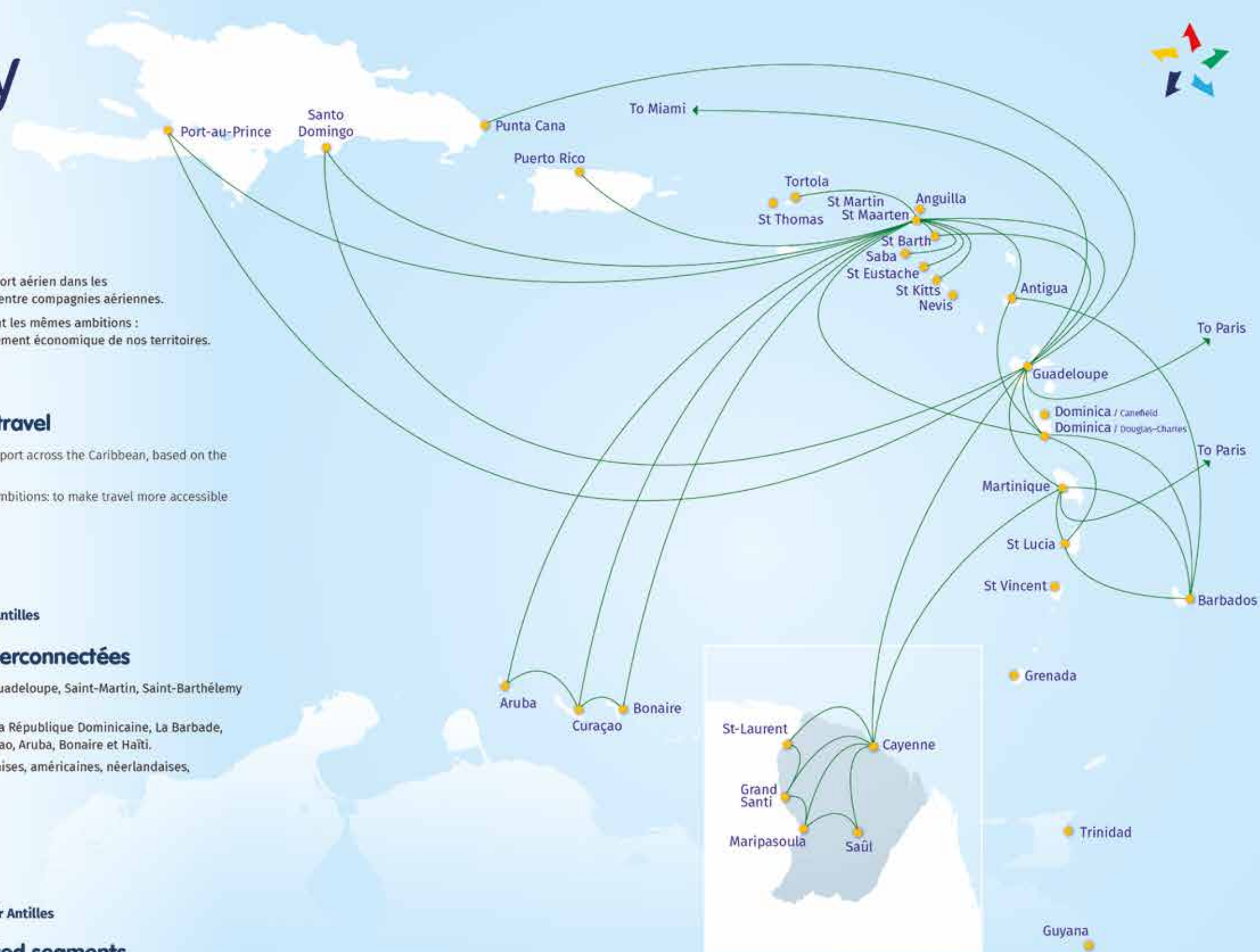
Un réseau segmenté en 3 parties interconnectées

- **INTER CARAIBE FRANÇAISE** : liaisons entre la Martinique, la Guadeloupe, Saint-Martin, Saint-Barthélemy et la Guyane.
- **CARAIBE FRANÇAISE vers CARAIBE INTERNATIONALE** : reliant la République Dominicaine, La Barbade, Sainte-Lucie, La Dominique, Puerto Rico, Sint Maarten, Curaçao, Aruba, Bonaire et Haïti.
- **INTER CARAIBE INTERNATIONALE** : liaisons entre les îles anglaises, américaines, néerlandaises, et hispaniques avec différents sous-réseaux.
- **International** : Paris et Miami.

Caribsky network by Air Antilles

A network comprising 3 interconnected segments

- **INTER FRENCH CARIBBEAN**: connecting Martinique, Guadeloupe, St. Martin, St. Barts and French Guiana.
- **FRENCH CARIBBEAN to INTERNATIONAL CARIBBEAN**: connecting Dominican Republic, Barbados, St. Lucia, Dominica, Puerto Rico, Sint Maarten, Curaçao, Aruba, Bonaire and Haiti.
- **INTERNATIONAL INTER CARIBBEAN**: connecting British, American, Dutch, and Hispanic islands through different sub-networks.
- **International** : Paris and Miami.





À CHACUN SA BMW X3.



BMW X3.
BMW X3 Hybride rechargeable.
BMW iX3 100% électrique.

Modèle présenté : BMW X3 xDrive30e Hybride rechargeable. Consommation (mixte combinée) en l/100km : 2,1 - 2,4 l/100 km Émissions de CO₂ en g/km (combinées) : 49 - 54 g/km.

AAG. 3 bd de Houelbourg. 97122 Baie-Mahault. 0590 26 97 75. AAAM. ZAC le Lareinty. 97232 LE LAMENTIN. 05 96 71 54 53. 