

CAHIER
SPECIAL
PUBLISCOPIE

La Presse

Publiscopie
Montréal
Samedi 21 novembre 1987



L E S

FRANÇAISES



LA MARTINIQUE AUX MULTIPLES VISAGES

LES ATTRAITS MÉCONNUS DE LA GUADELOUPE

LES ANTILLES, C'EST LA FRANCE,

ET PAS LA FRANCE

LA PRIORITÉ: DÉVELOPPER L'INDUSTRIE

ET LE SOLEIL, ALORS?

Un continent en miniature

À peine plus grande que l'île de Montréal, la Martinique offre une étonnante variété géographique, climatique et sociale.

La Martinique, paraît-il, est une île. Soixante-quatre kilomètres de long, jamais plus de vingt-deux de large: un peu plus de 1 000 km². Un peu plus grande que l'île de Montréal: on pourrait en loger huit dans l'île d'Anticosti.

Mais la Martinique ne peut être une île ordinaire. Elle ne peut être qu'un continent que les eaux chaudes des tropiques ont fait rétrécir.

En moins d'une heure de voiture, vous passez d'une forêt tropicale à une végétation qui, au premier coup d'oeil, rappelle certaines campagnes québécoises... en plus dense! Quelques minutes encore et c'est la savane et ses plantations de canne à sucre. Le soleil peut vous rôtir ici, la pluie vous bombarder là et la brume vous envahir ailleurs, tout ça dans la même heure. Depuis la plage chaude et ensoleillée, quelques minutes de voiture vous font gagner mille mètres d'altitude et perdre jusqu'à dix degrés de température.

Un puzzle humain

Un territoire si varié ne pouvait s'accommoder d'une société homogène. C'eût été le trahir. Les quelque 330 000 habitants de la Martinique sont de toutes les races et, surtout, de tous leurs mélanges. Car aux maîtres blancs et à leurs esclaves noirs des premiers temps coloniaux se sont ajoutés des Indiens et des Asiatiques. Après des générations de mélanges raciaux, le résultat — d'ailleurs très heureux — fait davantage penser à un dégradé de couleurs qu'à une mosaïque.

Variée, la Martinique l'est aussi dans l'occupation du territoire. Tous les pays le sont. Ici toutefois, les transitions se font forcément très vite: villes, banlieues, bidonvilles, territoires agricoles, « régions éloignées », parcs naturels et aires de loisirs, tout ça existe et doit cohabiter sur un mouchoir de poche. Encore une fois, une impression de continent rétréci.

Fort-de-France, par exemple, avec ses 100 000 habitants, en même plus large qu'une ville de taille égale dans une province quelconque. Chef-lieu de la Martinique, elle est aussi la « ca-

pitale de tout » sur cette île et, avec ses banlieues, elle abrite près de la moitié de la population du territoire. En semaine, ses rues sont continuellement animées et bruyantes. La bataille pour l'espace que se livrent quotidiennement les piétons et les automobilistes rappelle volontiers celle qui a lieu dans les plus grandes villes du monde.

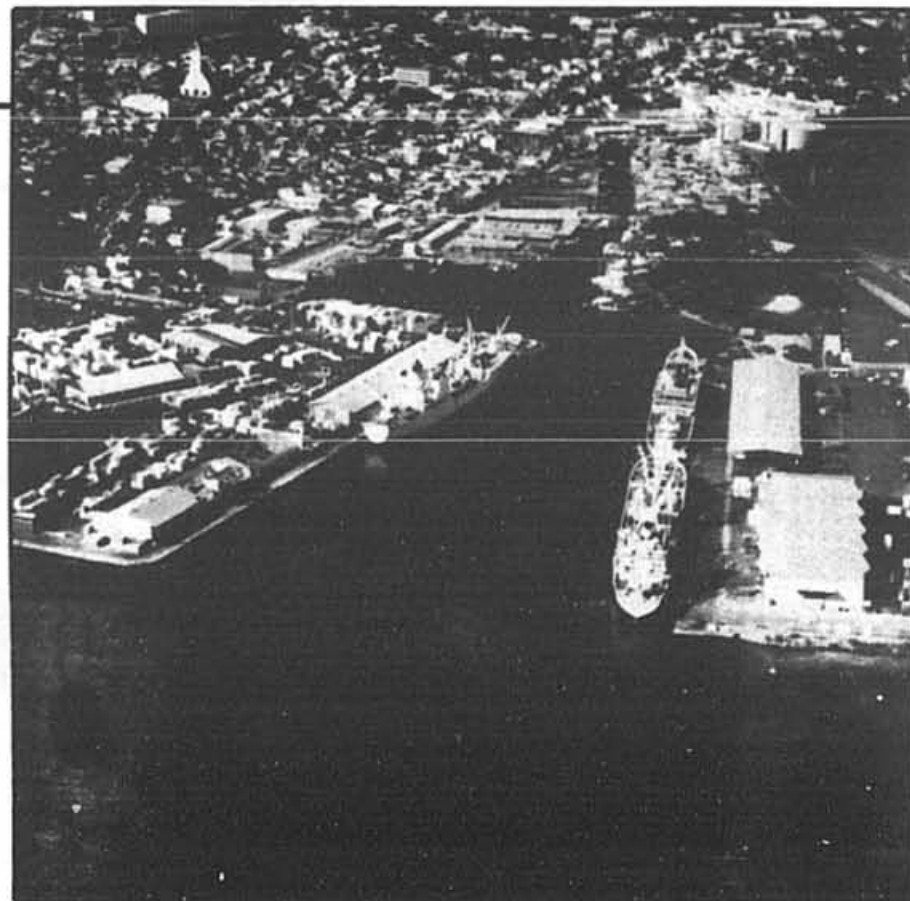
La voiture est reine en Martinique, qui, avec 470 véhicules par 1 000 habitants, revendique le parc automobile le plus dense de France. À Fort-de-France et dans ses environs, on a parfois l'impression que ses 155 000 véhicules cherchent tous à occuper le même kilomètre carré. Le problème, c'est que tout le réseau routier de l'île converge sur son chef-lieu et que l'autoroute de contournement promise se fait toujours attendre.

Mais il y a de l'atmosphère, c'est le moins que l'on puisse dire. Et si un conducteur de l'extérieur — les autochtones ont peut-être des trucs... — peut mettre une bonne demi-heure à parcourir les deux ou trois kilomètres qui le sortiront de la congestion urbaine, vingt minutes supplémentaires à peine suffiront à le transporter dans un autre univers. Il sera « en commune », comme on désigne ici tout ce qui n'est pas situé à Fort-de-France ou dans son voisinage immédiat. Et dans des villes secondaires de dix ou quinze mille habitants, comme Trinité, ou le Robert, il trouvera le charme des petites villes de province: des Rivière-du-Loup, des Mont-Laurier, version franco-tropicale, mais à moins de 25 kilomètres du port de Fort-de-France.

D'un océan à l'autre deux fois par jour

Ajoupa-Bouillon, Anses-d'Arlet, Diamant ou d'autres communes de mille ou deux mille habitants, au bord de la mer ou accrochées à flanc de montagne, donnent l'impression de se trouver à des centaines de kilomètres de la ville la plus proche: elles n'en sont qu'à vingt, trente ou quarante.

Mais tout cela n'est qu'impression. En réalité, la Martinique entière est devenue la banlieue de Fort-de-France. Aussi voit-on, çà et là, des villas habitées par des propriétaires terriens, des industriels, des com-



Le port de Pointe-à-Pitre, en Guadeloupe, est le plus grand et le mieux équipé de toute la région des petites Antilles. Le terminal de la cimenterie.



La nouvelle zone industrielle de Petite-Cocotte s'ajoute à l'infrastructure martiniquaise d'accueil des entreprises.

merçants, des cadres ou des fonctionnaires, qui traversent l'île dans un sens ou dans l'autre pour aller au travail et en revenir. De la même façon, des travailleurs de condition plus modeste habitent une commune et travaillent dans une autre, comme c'est le cas de ce jeune infirmier de

Sainte-Marie, sur la côte atlantique, qui va travailler en auto-stop à l'hôpital du Lamentin, à deux pas de la mer des Antilles. D'un océan à l'autre, deux fois par jour.

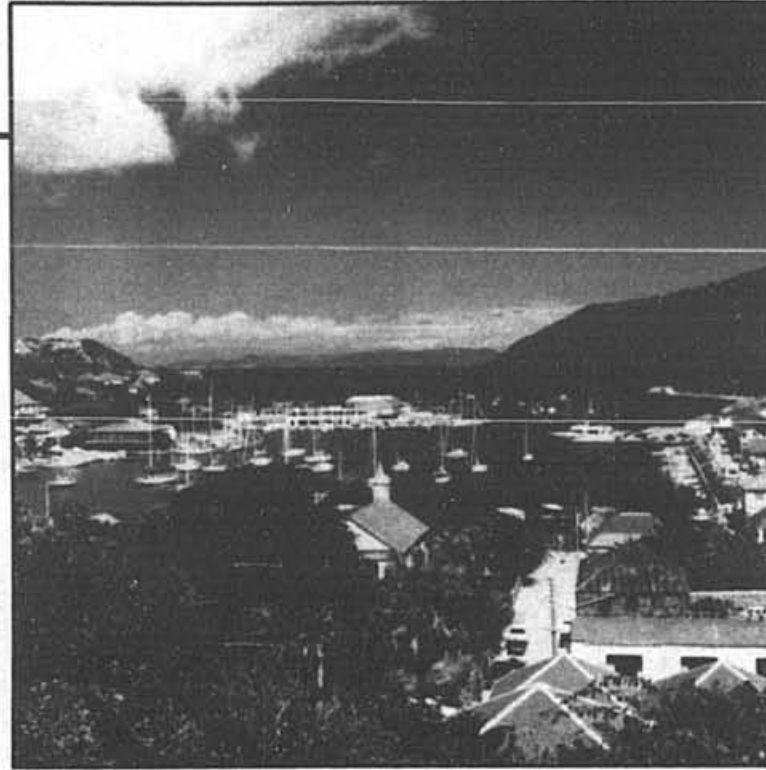
Quand on habite un continent en miniature, on ne s'étonne plus de ce genre de chose. ■

La Guadeloupe qu'on ignore

Réputée pour ses plages, la Guadeloupe offre quantité d'autres attraits trop souvent méconnus.

« Matin d'hiver moi tout ce que je veux
Me retrouver tout nu dans la grande bleue
« Je veux revoir ma Guadeloupe
Revoir ma blonde et les poissons »

Une marina et un yacht club de la Guadeloupe.



La Guadeloupe chantée par Michel Rivard reflète bien la Guadeloupe si chère au touriste québécois: la mer, les poissons, le soleil, le sable, et la blonde (ou le *chum*) — emporté(e) avec soi ou trouvé(e) sur place.

Un jour d'arrivée, cinq jours de plage, un jour de magasinage à Pointe-à-Pitre (le jour des trois averse de cinq minutes), six autres jours de plage et un jour pour le retour, voilà qui compose le menu diurne d'un séjour typique en Guadeloupe.

Domage!

La réputation de la Guadeloupe au Québec ne lui rend pas justice. Car lorsqu'ils séjournent dans ce département français, rares sont les descendants de ceux qui ont ouvert le Canada jusqu'au Pacifique qui s'aventurent à l'intérieur des terres, voire à l'extérieur de la cour de leur hôtel. Ils ne savent pas ce qu'ils manquent.

Les Guadeloupes

En fait, la Guadeloupe n'est pas une île, mais bien un ar-

chipel. L'espèce de papillon que nous montrent les cartes est formé de deux îles principales, séparées par un bras de mer et entourées de petites dépendances aux noms évocateurs: la Désirade, Marie-Galante, Les Saintes. À quelques centaines de kilomètres au nord, Saint-Barthélemy et la moitié française de Saint-Martin — l'autre moitié est néerlandaise — sont administrées par la Guadeloupe.

Les deux îles principales se nomment Basse-Terre et Grande-Terre. Avec ses 590 km², Grande-Terre est la plus petite. Et le volcan de la Soufrière, du haut de ses 1 467 mètres, domine les 848 km² de Basse-Terre... qui est la plus haute. Tant par leur relief, par leur microclimat que par la végétation, les deux îles soeurs sont étonnamment dissemblables.

Grande comme deux Martiniques, la Guadeloupe a une population à peine supérieure: 335 000 habitants. Celle-ci est donc moins concentrée.

Montréal, Québec, Trois-Rivières

De fait, la Guadeloupe possède son « Montréal » et son « Québec ». Avec son port et son aéroport, sa zone franche, ses zones industrielles, son campus universitaire et son bourdonnant centre-ville, Pointe-à-Pitre est le centre des affaires et l'agglomération la plus importante. À une soixantaine de kilomètres de là,

au pied de la Soufrière, la coquette ville de Basse-Terre, plus petite, abrite l'administration régionale et départementale. Entre les deux: Trois-Rivières!

Sur le pourtour des deux îles, des villages comme Vieux-Habitants, Bouillante ou Moule se nichent tantôt dans les replis d'un littoral torturé, tantôt le long des plages qui comptent parmi les plus belles des Antilles. On pratique la pêche artisanale dans les premiers, et, dans les seconds, le tourisme avec blonde, *chum* et poissons. De Gosier à Saint-François, Grande-Terre étale sa Riviera, version antillaise.

« L'arrière-pays » de la Guadeloupe vaut le détour, surtout celui de l'île de Basse-Terre. Les amateurs de nature et de promenades en montagne y sont particulièrement bien servis, grâce aux parcs nationaux, aux routes qui y mènent, aux sentiers qui les traversent et aux centres d'interprétation qu'on y trouve.

Lorsque Michel Rivard se louera une voiture en Guadeloupe, son public y gagnera sans doute une nouvelle chanson. ■

SPÉCIAL ANTILLES FRANÇAISES
Hebdohec
Directeur des cahiers spéciaux
Manon Chevalier
Textes
Daniel Larouche
Graphisme
Linda Wilson
Montage
Atelier La Presse
Représentant publicitaire
Jean-Claude Dumouchel
Impression T.R. Offset
Hebdohec
7, rue Saint-Jacques
Montréal H2Y 1K9



LA GUADELOUPE C'EST NOTRE AFFAIRE



CONSEIL GÉNÉRAL
DE LA GUADELOUPE

Français à part entière, Français à part

Les Antilles françaises
entre l'Europe et la Caraïbe.

Fort-de-France. Terrasse de l'hôtel Impératrice, rue de la Liberté, en plein centre-ville. Mon porte-documents et mes coups de soleil me trahissent: je ne suis pas «touriste», mais je n'habite pas ici. À la table voisine, un «colègue» m'épie du coin de l'oeil. Il a aussi un porte-documents, mais je devine qu'il s'agit d'un «métro» — un métropolitain —, Français d'origine, de passage, en stage, ou installé en Martinique: il est trop bronzé pour être un «béké», c'est-à-dire un Blanc créole, né ici. Il me fait un sourire entendu:

«Alors, les affaires, ça marche? me lance-t-il dans le plus pur accent du Midi.

— Pas trop mal. Vous n'êtes pas d'ici?

— Non. De Montpellier. Je vends des encyclopédies.

— Et ça marche?»

C'est la question qu'il attendait. J'ai droit à un cours accéléré sur la Martinique. «Ils sont ci, ils sont ça, ils ne savent pas répondre au téléphone, ils ne tiennent pas leurs rendez-vous, ils signent un bon de commande puis reviennent sur leur engagement, et patati et patata... Et les békés! Vous en avez rencontré? Tous de grands enfants, méfiants et refermés sur leur caste, ils n'arriveront jamais à rien! Et les békés et les Noirs, même s'ils se détestent, feront toujours front commun contre un métro! Ils ne nous acceptent pas! Et puis la vie est chère!» Et la litanie continue...

Bigre! À l'en croire, le pays n'est pas facile... Mon inter-

locuteur a pourtant l'air bien renseigné. Pour les connaître aussi bien, il doit être ici depuis un bout de temps, quand même.

«Un mois! répond-il à ma question. Quand je suis arrivé il y a un mois, je voulais en tenir six, mais j'en ai marre, je me casse!»

Il se lève, me tend la main puis, avant de s'éloigner soupire: «Mais c'est quand même dommage! Le pays est tellement magnifique, et «ils» sont si gentils, si accueillants... Ciao!»

La France, mais pas la France

À n'en pas douter, le Français métropolitain qui débarque dans les Antilles françaises avec la tranquille conviction de mettre le pied dans une province française comme une autre subit un choc. Car derrière des parures bien françaises, qui se manifestent par une foule de signes extérieurs — depuis la signalisation routière jusqu'aux grandes institutions — la culture antillaise reste bien vivante et pas du tout folklorique. Et les similitudes de surface préparent à tout, sauf à accepter des différences profondes.

Départements français depuis 1946, possessions françaises depuis plus de 350 ans — sous divers statuts, mais presque sans interruption —, la Martinique et la Guadeloupe n'en ont pas moins eu tout le loisir de se former des identités distinctes et bien à elles.

L'insularité aidant, la



Frais, en conserve ou transformé en jus ou en purée, l'ananas est un des principaux produits d'exportation des Antilles françaises.

Martinique et la Guadeloupe sont toujours des «pays» et, çà et là, des graffiti clamant «Fwansé dewô» rappellent qu'une minorité prend l'expression au sens le plus littéral. Même le vocabulaire administratif et officiel est lourd de la «différence antillaise», comme de celle qui touche tous les DOM-TOM, les départements et territoires d'outre-mer. Ainsi le commerce avec la France est qualifié d'import-export et on s'inquiète du faible «taux de couverture des importations». L'Auvergne peut s'inquiéter de sa pauvreté relative. Mais l'expression «déficit commercial avec la France» ne fait pas partie du vocabulaire auvergnat. Du vocabulaire antillais, oui.

À la recherche d'une identité

La France vit à l'heure de l'Europe. Ses départements antillais doivent bien emboîter le pas. Dans le dialogue Nord-Sud, ils doivent se fondre à l'ensemble riche du Nord. Mais leur réalité antillaise en fait des parents pauvres de la France. Françaises et antillaises tout à la fois, la Martinique et la Guadeloupe ne sont en fait ni l'une, ni l'autre: leurs solidarités ne peuvent jamais être entières et, pour le meilleur et pour le pire, elles sont condamnées à l'originalité.

Cette ambiguïté a bien sûr toujours existé. Elle est deve-

nue plus aiguë au fur et à mesure que les autres îles caraïbéennes ont acquis leur indépendance, puis se sont découvert et ont raffermi des liens qui sont en voie d'en faire une région du monde, presque un sous-continent.

Malgré tout, l'objectif est de ne pas choisir, mais d'intégrer ces deux dimensions, européenne et antillaise. Antillaises, la Martinique et la Guadeloupe le seront toujours: géographie oblige. Françaises, elles le demeureront tant que les Antilles seront pauvres, et la France riche. Après, ce sera une question de coeur. D'ici là, le Martiniquais, et le Guadeloupéen, bien que Français à part, seront Français à part entière, ou presque. ■

INVESTIR AU PARADIS

Vous voulez louer une villa de rêve aux Caraïbes?
Vous cherchez votre résidence principale à Saint-Martin?
Vous recherchez des locaux commerciaux et industriels?

WEST INDIES IMMOBILIER vous permet à PARIS, à NEW YORK, à ST-MARTIN de vous informer, de comparer, de choisir.



WEST INDIES IMMOBILIER

WEST INDIES IMMOBILIER
vous guide et vous conseille sur tout l'immobilier à St-Martin
Caraïbes France.

PARIS
53 avenue George V
75008 PARIS
Tel.: (1) 47.20.55.05

NEW-YORK
Carmen d'Ambrosio
Box 632 Mont Kisco
New York 10549
Tel (914) 666-21-33

SAINT-MARTIN
Port la Royale-Marigot B.P. 85
97150 Saint-Martin FWI
Tel. 19 590.87.54/971
87.56.48

L'ARCHIPEL DE LA GUADELOUPE

Terre de diversité, véritable microcosme des tropiques où se mêlent des types de végétation variés, des peuples différents et un vaste ensemble de coutumes, d'arts et de traditions populaires.

La GUADELOUPE, archipel le plus important des Petites Antilles, avec une superficie totale de 1 780 km², se compose de huit îles différentes les unes des autres, se complétant parfaitement.

1. L'ÎLE DE LA BASSE-TERRE (ou GUADELOUPE proprement dite)

De forme moins étalée et plus compacte, la Basse-Terre prend naissance au pont de la Gabarre, séparée de la Grande-Terre par cet étroit bras de mer dénommé Rivière salée. Île volcanique d'une superficie de 943 km², elle est très montagneuse et son histoire géologique mouvementée a créé des paysages grandioses :

LA FORÊT:

Dense et humide, elle fait partie des richesses qu'offre au visiteur la nature guadeloupéenne. Traces, pistes, chemins de randonnée vous permettront de découvrir la forêt sauvage.

LE FEU:

Le volcan de la Soufrière domine la Basse-Terre de la majesté de ses 1 467 mètres, point culminant de l'archipel. Les amateurs de marche pédestre pourront en entreprendre l'ascension et s'émerveiller à la vision de paysages irréels.

L'EAU:

Torrents, chutes, cascades, rivières, eaux mugissantes limpides dévalant dans un décor sylvestre et grandiose sont parmi les plus fameux spectacles aquatiques. Les sources sulfureuses et ferrugineuses abondent et sont réputées pour leurs vertus thérapeutiques.

L'ARCHIPEL DES SAINTES ou CAAROUCAERA

Ce minuscule archipel volcanique situé au sud de la Basse-Terre a une superficie de 14,67 km². Il se compose de huit petits îlots dont les deux plus grands seulement, Terre-de-Haut et Terre-de-Bas sont habités.

Avec les Saintes c'est toute la grâce des Antilles que l'on découvre dans un espace étroit, où se trouve tout ce qu'on peut imaginer de baies, de caps, de pointes, de mornes, d'écueils, de passes et de plages.

C'est aussi une des plus belles baies du monde où dans une eau scintillante s'ébattent des myriades de petits poissons multicolores devenus si rares ailleurs.

2. L'ÎLE DE LA GRANDE-TERRE ou COUCHAA'LOUA

C'est un plateau calcaire balayé par les Alizés du Nord-Ouest, d'une superficie de 588 km². Nous voici arrivés dans l'île de la canne à sucre.

La Grande-Terre offre de belles plages de sable fin et roux, inondées de soleil. Les côtes de cette île sont très découpées et aux sites d'une beauté sauvage succèdent des falaises échanquées par la mer.

Le triptyque balnéaire constitué par le Gosier, Sainte-Anne, Saint-François est la zone touristique par excellence avec ses hôtels de classe internationale, ses commerces, restaurants, night-clubs, casinos et marinas pieds dans l'eau.

MARIE-GALANTE ou AICHI

D'une superficie de 158 km² Marie-Galante est la troisième île de l'archipel guadeloupéen.

De belles plages, abritées par l'île elle-même ou par une barrière corallienne qui arrête les vagues du large et fait la joie des plongeurs.

LA DÉSIRADE

11 km de long sur 2 de large, la Désirade dresse au large de la Pointe-des-Châteaux, son altière figure de proue.

La Désirade est l'île la plus méconnue de l'archipel guadeloupéen.

Elle n'en est pas moins un de ses fleurons et l'austère gardien des traditions d'une Caraïbe ancestrale et populaire où il fait encore bon vivre. Un détour s'impose.

LES ÎLES DU NORD

SAINT-BARTHÉLEMY

Perdue dans l'océan, cette perle des tropiques a une superficie de 24 km². Littoral découpé, falaises escarpées, plages merveilleuses de sable fin, côtes, prairies et sols squelettiques où poussent frangipaniers et cactus tête-à-l'anglais.

Saint-Barthélemy se caractérise par son cachet « Vieille-France », avec ses maisons coquettes et une population qui a conservé jalousement les coutumes et traditions de ses ancêtres chrétiens.

SAINT-MARTIN

D'une superficie de 86 km², cette île est le parfait symbole de l'entente cordiale entre deux peuples différents, cohabitant en parfaite harmonie sur un même territoire n'ayant qu'une frontière symbolique.

Hôtels de classe internationale, résidences touristiques pourront vous héberger dans des conditions grand luxe si vous le désirez et rendre votre séjour inoubliable.

CONCLUSION:

L'archipel de la Guadeloupe jouit au sein de l'Arc caraïbe d'une situation et d'un climat privilégiés qui en font une destination de vacances idéale.

Il offre un développement de côtes de 511 km dont 70 de plages parmi les plus belles du monde et jouissant d'une luminosité exceptionnelle.

Composé d'une cuisine de renommée mondiale, d'un artisanat en parfaite symbiose avec les matériaux locaux, d'un folklore très bien conservé, sans oublier les arts et traditions populaires que les habitants de l'archipel se chargent d'exprimer au son du gros Kâ (percussion locale).

CONSEIL RÉGIONAL DE LA GUADELOUPE



... Et en plus, le soleil

La Martinique et la Guadeloupe sont loin d'être de nouvelles venues dans le marché des destinations-soleil. Dès le début des années 60, à l'époque où même la Floride constituait un rêve d'hiver pour la majorité des Nord-Américains transis, les Antilles françaises accueilleraient leurs premiers touristes.

À l'époque, Cuba venait de délaisser ses casinos au profit du pari castriste, la République Dominicaine assassinait ou déposait ses présidents en vue d'attirer des touristes américains vêtus de l'uniforme des Marines. Les Bahamas et la Jamaïque n'attiraient que quelques millionnaires britanniques, américains ou westmountains.

Les Martiniquais et les Guadeloupéens perçurent le potentiel touristique de leur île et, en moins de cinq ans, se dotèrent d'une infrastructure hôtelière de qualité. Depuis, la croissance de la fréquentation des touristes a soutenu celle du parc hôtelier, qui atteint 2 300 chambres d'hôtel.

Au cours des années 70, le soleil explosa. Comme destination, s'entend : démocratisation du transport aérien, multiplication des hôtels sur les bords de toutes les plages tropicales... la semaine hivernale en Floride est devenue banale, à peine moins dans « les îles » et la concurrence des destinations est féroce.

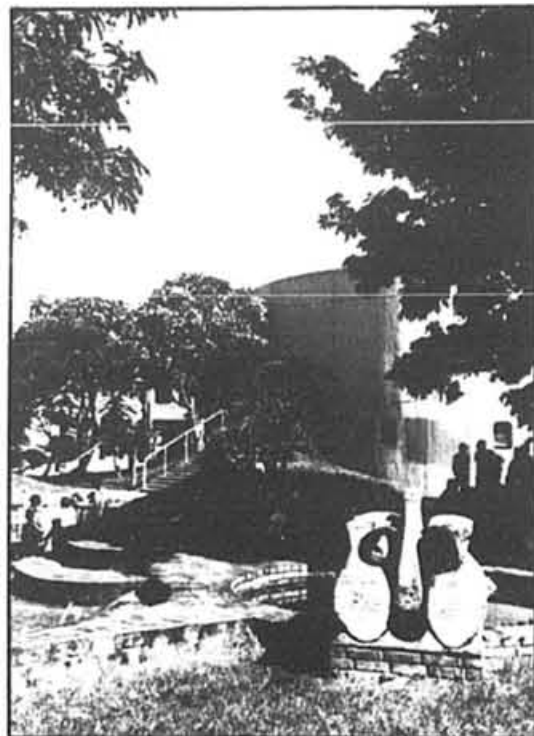
Bien supporte jusqu'à présent, cet accroissement de concurrence fit néanmoins réfléchir : la menace des autres îles est d'autant plus réelle que la remontée du franc français par rapport au dollar a détérioré le rapport de prix des Antilles françaises relativement aux autres destinations, dont les monnaies varient généralement au gré du dollar. Et cette réflexion a permis de mettre en valeur quelque chose que les Antillais eux-mêmes avaient oublié : les Antilles françaises, c'est le soleil et la plage, mais c'est beaucoup plus que cela.

Vendre les Antilles aux touristes

« Nous sommes à mettre au point l'image de marque de la Martinique », explique Hector Elizabeth, le directeur général de l'agence régionale de développement touristique de la Martinique (ARDTM). « Ce qu'il faut, c'est trouver un « label Martinique » qui puisse communiquer instantanément notre caractère distinctif à la clientèle. » Car avec la prolifération des plages antillaises, la différenciation devient essentielle.

Heureusement, cette différenciation existe. Nul besoin de la feindre ou de l'inventer. Avant même que le « label » soit formulé, la directrice commerciale des hôtels Méridien Martinique-Guade-

L'Université Antilles-Guyane a des campus en Martinique (ci-contre), en Guadeloupe et en Guyane.



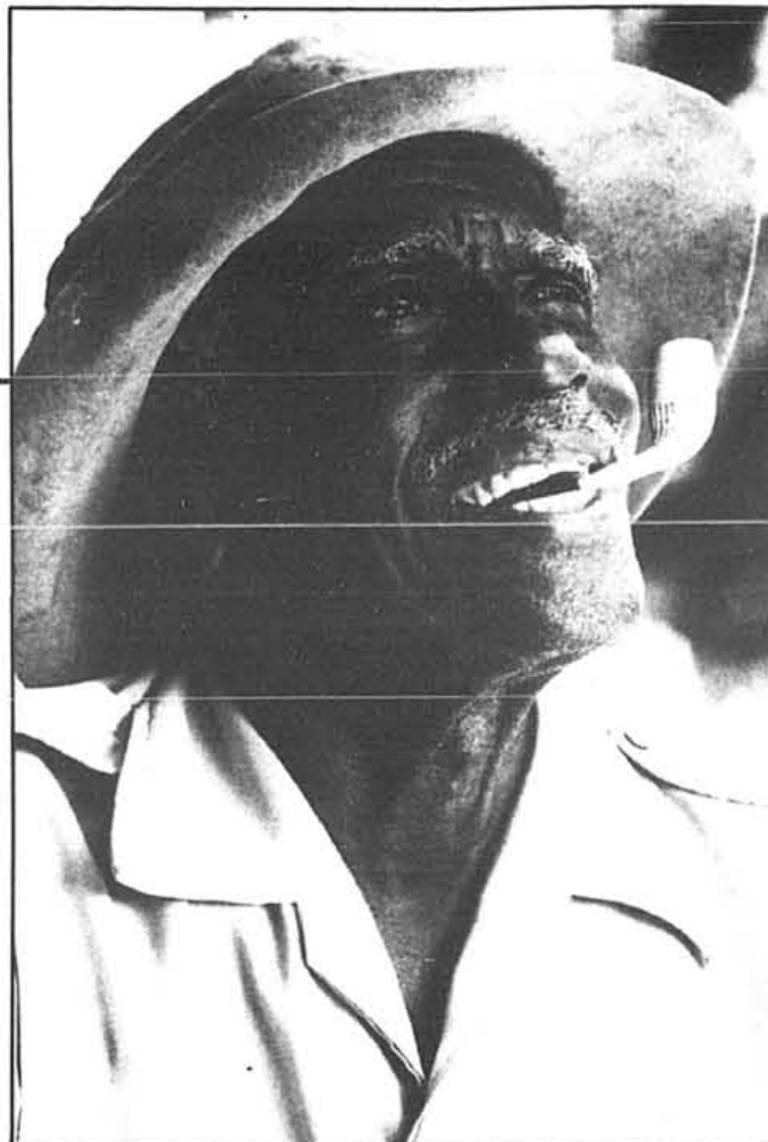
loupe, Joan Thériault, constate : « Étant moi-même canadienne, je suis particulièrement sensible au marché canadien et québécois. Je sais que l'attachement des Québécois à la Martinique et la Guadeloupe n'est pas qu'une affaire de prix. La langue — malgré les accents! —, la joie de vivre, le sens de la fête sont partagés par les Québécois, les Martiniquais et les Guadeloupéens. Cela explique que des Québécois reviennent toujours, malgré l'effet-dol-

lar, malgré qu'il y ait des plages et du soleil ailleurs. »

En effet, ils reviennent : 2 000 en 1968, 14 000 en 1985. Plus encore en Guadeloupe, où le parc hôtelier est deux fois plus important. Théodore Compger, dont le groupe Leader possède trois hôtels en Guadeloupe et en gère un quatrième, compte sur un marketing renouvelé pour atti-

rer les Québécois dans ses hôtels : le Salako, le Créole Beach, le Marine Club et le Toubana.

« Bien sûr, ajoute Simon Obadia, directeur général de l'hôtel Bakoua, en Martinique, les Québécois cèdent parfois aux modes. Celle de la République Dominicaine, notamment : les hôtels y sont tout neufs, on y fait des prix, etc. »



Le père Georges aime la vie et sa Guadeloupe. À 89 ans, il songe à son prochain mariage...

Les Guadeloupéens, comme les Martiniquais ou les Québécois, ont le sens de la fête.



Dans un marché touristique devenu extrêmement concurrentiel, les îles-soleil françaises entendent bien tirer parti de leurs nombreux avantages.

der le statut de pure destination-soleil, pour échapper au phénomène du « creux » saisonnier d'été. Et elles sont en excellente voie de le faire. Ainsi, pour « allonger » l'hiver, selon le directeur général de l'Office départemental du tourisme, Jacques Guannel, « nous visons plus particulièrement le marché des séminaires, des congrès et des manifestations spéciales en novembre. Et nous obtenons un succès certain ».

Il y a toujours ralentissement l'été. Mais il est beaucoup moindre que l'on serait porté à le croire : même comme destination-vacances d'été, les Antilles se vendent bien, avec une promotion et une tarification « basse saison » appropriées. En septembre, au plus creux de la vague, alors que ce n'est ni l'hiver, ni les vacances, le taux d'occupation des hôtels atteint 40 p. cent. Juste avant, en août, il atteint 65 p. cent, grâce principalement aux européens qui viennent prendre des vacances : Français, Antillais émigrés en métropole qui reviennent chez eux pour leur congé annuel « et, de plus en plus, des Italiens, qui deviennent un excellent marché pour nous », affirme Mme Catayée, directrice commerciale de l'Hôtel-Casino La Batelière, à Schoelcher, en banlieue de Fort-de-France.

L'hôtel où elle travaille pousse d'ailleurs la diversification au-delà de la seule saisonnalité. Construit dans la très proche banlieue de Fort-de-France, il est le seul des grands hôtels qui soit dans cette situation. Les autres, dont les plus prestigieux sont le Méridien et le Bakoua, sont presque tous regroupés à Trois-Îlets, à une vingtaine de kilomètres de route du chef-lieu. Tout en offrant plage, piscine et autres divertissements nautiques et terrestres, La Batelière entend profiter de sa proximité du centre névralgique de la Martinique pour faire mûrir son marché d'affaires. « Nous sommes déjà reconnus comme l'hôtel préféré des voyageurs d'affaires », explique Mme Ca-

tayée, mais nous entendons pousser davantage dans ce sens. Chez nous, ils trouvent les services d'un telex et d'un télécopieur, et ils trouveront bientôt des services de secrétariat et de traitement de texte. »

La Martinique et la Guadeloupe, ce n'est pas seulement la grande hôtellerie. Les petits et moyens hôtels comptent déjà pour 40 p. cent de la capacité hôtelière de la Martinique. Et, à prix plus modique encore, les gîtes ruraux, les chambres d'hôtes et le camping occupent une place de plus en plus importante. L'Office de tourisme dirigé par Jacques Guannel offre enfin un service central de réservation et de location de villas, qui s'avère un type d'hébergement particulièrement économique pour les familles ou les petits groupes. « Par exemple, affirme-t-il, une villa de trois chambres à coucher, dotée de deux ou trois salles de bains, pourra facilement abriter six personnes pour 6 000 à 7 000 FF par mois. » C'est-à-dire entre \$1400 et \$1700 pour le groupe.

Le soleil du XXI^e siècle

Bref, le tourisme antillais bouge. « Enfin ! » s'exclament certains observateurs qui lui reprochaient de se laisser distancer par les îles rivales.

Philosophe, Simon Obadia préfère voir un avantage à ce prétendu « réveil tardif ». « En Martinique, explique-t-il, les grands développements reposent généralement sur l'obtention d'un consensus. Tout le milieu — associations, décideurs politiques, exploitants et promoteurs privés — se met d'abord d'accord. Les décisions se prennent peut-être moins rapidement, mais leur application est beaucoup plus cohérente et ordonnée. »

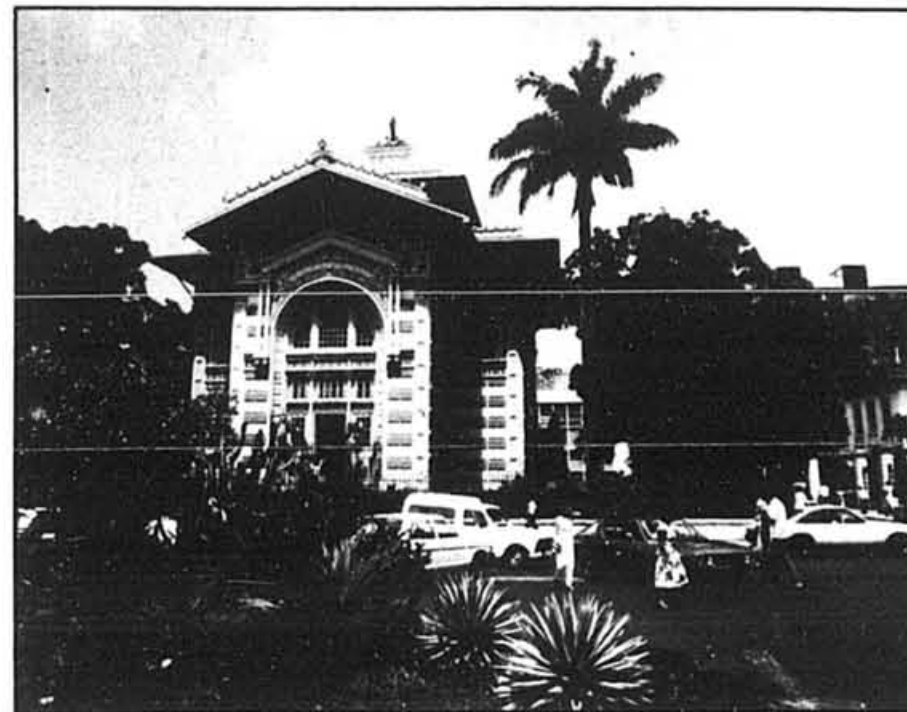
Et lorsque tous ceux qui ont construit en vitesse auront un équipement vieux de 15 ou 20 ans, « nous aurons un tissu hôtelier qui correspondra au XXI^e siècle. »

dont le développement n'est pas égal au nôtre. Nous ne vendons pas du désert. »

De fait, une fois cuit à point, le touriste n'a aucune raison de désespérer : la Guadeloupe comme la Martinique lui offrent quantité de choses à faire, à voir et à manger. La ville est là, qui poursuit de vraies activités, avec de vraies gens qui vaquent à leur vraie vie. On y trouve des boutiques, coquettes, nombreuses. Musées, parcs naturels attendent l'amateur d'histoire et de nature. Et quelques centaines de restaurants devraient suffire à satisfaire les palais les plus difficiles. Même sans soleil, les Antilles françaises pourraient soulever l'intérêt de bien des touristes. Le soleil, c'est en prime !

Diversifier

Dans ces conditions, il est naturel que la Martinique et la Guadeloupe cherchent à débou-



La bibliothèque Schoelcher, au centre de Fort-de-France.

« Mais ces modes ne m'inquiètent pas, précise Simon Obadia. Les Québécois que j'ai interrogés à ce propos m'ont tous dit : « Oui, il y a des hôtels, c'est tout neuf, etc., mais autour, c'est le néant, c'est le vide, on s'ennuie. » Nous allons bien sûr nous battre sur les prix, même si notre main-d'oeuvre est plus chère : nous n'avons qu'à faire preuve d'imagination et maîtriser nos coûts. Mais nous devons surtout éviter de comparer notre produit touristique à celui d'îles



Hôtel Casino la Batelière
97200, Schoelcher, Fort-de-France, Martinique
Tél.: (596) 61.49.49 / 61.71.72
Télex: 912515 MR - Téléfax: (596) 61.62.29



- 200 chambres, suites, duplex avec téléphone direct dans les chambres
- TV, radio
- Service en chambre
- Blanchisserie
- Plage, piscine, tennis
- Location voiture
- Vaste parking
- Excursions diverses, terre, air, mer
- 3 restaurants, 3 bars
- Salles de conférence
- Casino
- Discothèque

Grâce à ses installations et à sa proximité de Fort-de-France, l'hôtel Casino la Batelière est particulièrement recommandé aux hommes d'affaires.



120 chambres

Tél.: 84•26•26



156 chambres

Télex: 919836GL

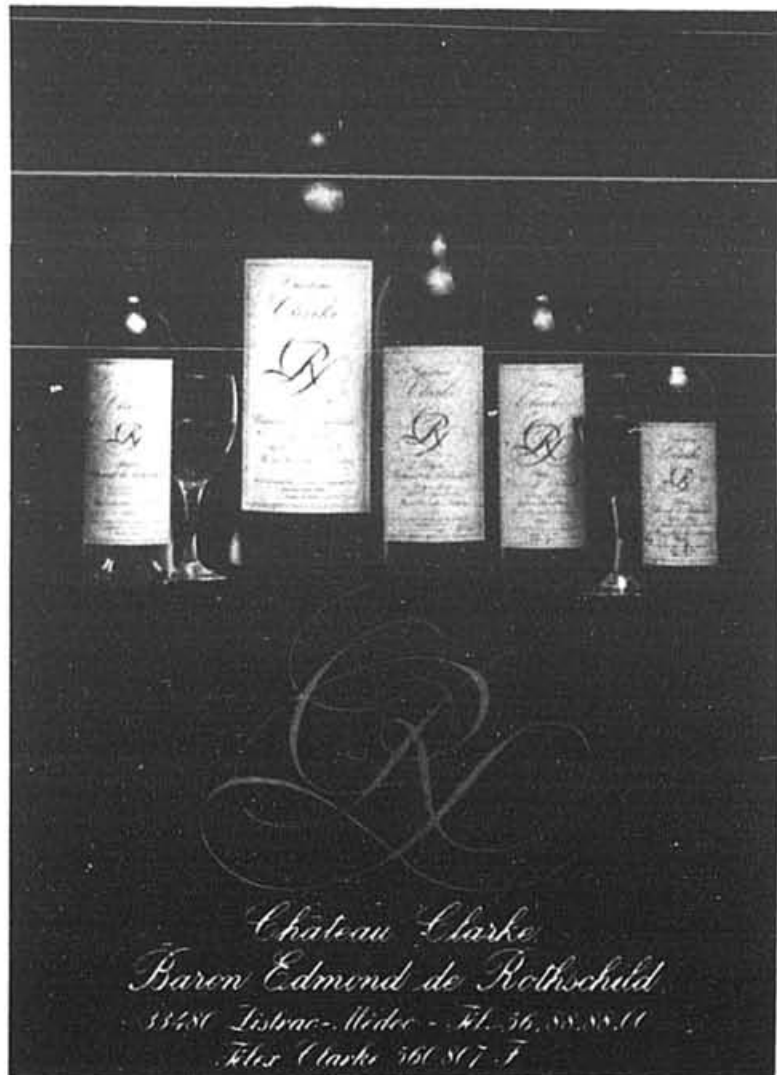


LE PLUS CRÉOLE DES GRANDS HOTELS DES ANTILLES

LA TABLE:
— Spécialités antillaises et françaises table d'hôte dans l'île
— Restaurant gastronomique « L'Antillais », le restaurant de la plage, le bar La Response, Disco Bar
— Dîners dansants tous les soirs — dans l'hôtel et en boîte — typique ballets folklorique

4, 10 km de Fort-de-France
(20 minutes de route par ferry)
— 110 chambres (toutes avec vue de mer, suite de bain complète)
— Climatiseur, Stéréo, TV, lignes directes pour le monde entier
— 2 courts de tennis en terre
— 600 m² de terrasse à l'air libre

La relative prospérité des Antilles françaises masque un sous-développement industriel coûteux. Mais des solutions apparaissent.



*Chateau Clarke
Baron Edmond de Rothschild
33480 Istres-Médoc - Tél. 56.88.88.00
Fils Clarke 361.867.7*

Agence Caraïbes Vins et Spiritueux

*La Cave
du
Savour Club*

**LE MEILLEUR CHOIX
DE VINS FRANÇAIS
LIQUEURS — CHAMPAGNES**

**SAINT MARTIN F.W.
1, rue de la Liberté - 97150 MARIGOT**

Aéroport international du Lamentin, en Martinique; ou du Raizet, en Guadeloupe. À ce stade-ci, l'impression est rigoureusement la même: on vient d'atterrir en pays développé.

La file de taxis — rutilantes Mercedes, BMW ou Peugeot — annonce même le luxe. Pendant que le chauffeur se faufile dans la dense circulation, le passager observe à loisir les conciergeries, les édifices à bureaux, les équipements publics — hôpitaux, stades —, les centres commerciaux... Cette société ne manque de rien.

Dangereuse illusion, pourtant. Si les Antilles françaises arrivent à consommer comme des pays développés, c'est grâce à l'aide directe et indirecte de l'État français. Sécurité sociale, salaires des fonctionnaires, contributions aux infrastructures locales sont autant de façons d'injecter dans l'économie des fonds qui alimentent ensuite la consommation sur place. Mais cette consommation consiste en grande partie en produits «importés», c'est-à-dire en provenance de l'extérieur de l'île, en quasi-totalité de la France.

Résultat: des taux de chômage qui dépassent 20 p. cent; des «importations» qui représentent 60 p. cent du PIB, mais qui sont quatre fois plus importantes que les ventes effectuées à l'extérieur; une structure industrielle tronquée, avec une agriculture en difficulté, un secteur secondaire sous-développé, un secteur de services hypertrophié reposant en bonne partie sur l'administration publique. Lourd héritage d'une économie dont le sucre a longtemps été la raison d'être.

Le défi de l'emploi

Jusqu'au milieu des années 70, le taux de natalité des Antilles françaises a été le double de celui de l'ensemble de la France, et la structure d'âge reflète cette particularité régionale: la moitié de la population a moins de vingt ans. À cela s'ajoute une montée en flèche de la participation féminine au marché du travail, le tout provoquant, bon an mal an, un accroissement de 4 à 5 p. cent de la population active. En termes d'emplois à créer, la commande serait héroïque même pour une économie en pleine expansion.

Certes, des activités nouvelles, notamment le tourisme, sont venues combler en partie l'espace laissé vacant par le traditionnel sucre qui a fondu à

La priorité: développer l'industrie



Aux Antilles françaises, la pêche a conservé son caractère artisanal.

vue d'oeil depuis une vingtaine d'années. Mais si le tourisme a acquis une importance réelle dans l'économie des Antilles françaises, les emplois fournis par l'hôtellerie et la restauration — environ 6 p. cent de l'emploi total — n'en font pas un moteur économique aussi puissant que le croient généralement les touristes eux-mêmes.

Depuis une quinzaine d'années, des petites entreprises industrielles sont mises sur pied, surtout dans le secteur agro-alimentaire. Celui-ci occupe à lui seul 45 p. cent de la main-d'oeuvre industrielle. Se sont ajoutées quelques entreprises relativement grandes — rarement plus de 150 employés — filiales de sociétés françaises ou étrangères.

Afin de donner un coup de pouce à l'industrialisation, les autorités, à tous les niveaux, ont mis sur pied des programmes d'incitation à l'investissement et à la création d'emplois: dégrèvements fiscaux, subventions, financements à des taux préférentiels, tout l'arsenal d'intervention des pouvoirs publics a petit à petit été réuni. Les agents économiques, privés comme publics, répètent à satiété qu'il est urgent de développer le secteur secondaire, générateur d'emplois.

Une course à obstacles

La problématique est toutefois épineuse.

D'abord, le marché local est exigu. Il est évident que toute stratégie de développement devra, à terme, comporter l'existence d'industries à vocation exportatrice. Mais avant d'affronter les concurrents métropolitains et ceux des pays développés, les entrepreneurs antillais devront apprendre le métier de fabricant. Comme le souligne le président de la Chambre de commerce et d'industrie de la Martinique, Alex Huyghes-Despointes, «l'industrialisation de la Martinique ne date que d'une quinzaine d'années, et il n'y a pas encore de véritable tradition industrielle».

Quant au marché de la Caraïbe, qui semble «naturel» à cause de la géographie, il n'est pas facile non plus: le pouvoir



Le port de Fort-de-France accueille les navires marchands et de plaisance. Chaque année, plus de 150 000 touristes de croisière y font escale.



d'achat des îles voisines est faible, et ces autres pays n'ont pas à payer les salaires et les charges sociales de la Martinique et de la Guadeloupe, qui atteignent 80 p. cent du niveau métropolitain.

Au surplus, les voisins de la Caraïbe, bénéficient d'avantages qui échappent à la Martinique et à la Guadeloupe. Ainsi les États-Unis, avec le Caribbean Basin Initiative de Reagan, favorisent les exportations de la plupart des pays caribéens vers les États-Unis, de même que les investissements américains dans ces pays. Le Caribcan du Canada poursuit des objectifs semblables quant aux pays caribéens du Commonwealth. Dans le cadre des accords successifs de Lomé, la CEE (France comprise!) a mis sur pied toute une série de mesures facilitant les exportations des pays ACP (Afrique, Caraïbe, Pacifique) et, de façon plus générale,

leur développement économique. Mais la Martinique, la Guadeloupe, c'est la France, pas un pays en voie de développement...

Toutes ces mesures renforcent la position de concu-

rents directs des Antilles françaises sur les marchés internationaux, voire français. Car les produits d'exportation traditionnels de la Martinique et de la Guadeloupe — banane, sucre, ananas,

rhum — sont pour la plupart de forts utilisateurs d'une main-d'œuvre coûteuse. Rhum mis à part, ils sont aussi les produits de prédilection d'une foule de pays en voie de développement, ceux-là mêmes qui bénéficient de l'aide des pays du Nord.

De plus, comme l'explique Émile Maurice, président du Conseil général de la Martinique, les pays ACP «peuvent exporter vers les pays européens membres du Marché commun en franchise de droits», et les Antilles françaises font partie du Marché commun! «En revanche, si nous voulons exporter vers les pays ACP, ces pays ont la possibilité de faire barrage à l'importation de nos produits en élevant des barrières douanières. Donc la réciprocité n'existe pas.»

Rien d'étonnant à ce que les départements d'outre-mer tentent depuis plus de dix

ans de convaincre les autorités européennes de leur caractère très particulier et de les sensibiliser aux effets pervers des politiques les mieux intentionnées.

Super-Madinina!

Malgré ces obstacles très réels, un vent nouveau se lève. Tout comme les Français et les Québécois, les Martiniquais et les Guadeloupéens découvrent les vertus et les plaisirs de l'entrepreneuriat. Chaque année, la Chambre de commerce et d'industrie de Pointe-à-Pitre décerne ses «Mercure» aux entreprises méritantes. En juillet dernier l'Association des moyennes et petites industries de la Martinique a consacré une quinzaine à la promotion des produits locaux — parfois mal perçus par les consommateurs habitués aux mar-



Le Conseil régional de la Martinique a la responsabilité du développement économique de l'île en matière de tourisme.

Son principal objectif est, avec et pour les Martiniquais, de promouvoir une politique touristique cohérente et constructive, capable de mettre en forme les atouts de la Martinique dans ce domaine et de contribuer à son développement économique.

Le développement de la capacité hôtelière, en particulier la petite et moyenne hôtellerie (unités de moins de soixante chambres), et l'hébergement non hôtelier en milieu rural, la création d'infrastructures et d'équipement d'animation figurent au nombre des priorités régionales.

Pour ce faire, le conseil régional a mis en place un certain nombre d'incitations à l'investissement:

- Primes à la création d'entreprises et d'emplois
- Aide à la modernisation et à l'extension des petits et moyens hôtels

Pour de plus amples informations, contacter l'Agence régionale de développement touristique de la Martinique, à l'adresse ci-dessous.


ardtm
Région Martinique

Agence régionale de développement touristique de la Martinique
Établissement public créé par délibération du Conseil régional de la Martinique du 11 juin 1985
Anse Gouraud - 97233, Schoelcher - Martinique - Tél.: 19 (596) 61.61.77 - Téléc.: 912.929 MR



Le
MERIDIEN
MARTINIQUE



Hôtel Méridien Martinique, 4 étoiles, 303 chambres, en bordure d'une longue plage de sable blanc. Piscine, tennis, tous sports nautiques avec moniteurs et leçons, pêche, voile, golf à 3 km avec navette gratuite. 2 restaurants, snack plage, bar, discothèque et casino.

La douceur de vivre antillaise. Situé en bordure d'une longue plage de sable blanc. L'hôtel et ses jardins fleuris sont caressés par les alyés.

Restaurant terrasse, restaurant plage, buffets, cuisine raffinée, spécialités créoles et françaises, dîners à thèmes, soirées ballets folkloriques, bar sur la mer, discothèque, casino, salles de congrès et séminaires.

Réservation: Vos agents de voyages.
Air France, MIR 1-800 543-4300

Le Méridien Trois Ilets, B.P. 894-97208
Fort-de-France Cedex-Martinique
Tél.: 66.00.00. Télex 912 641

ques métropolitaines. Rappelant le nom donné à l'île par les indigènes caraïbes d'avant Christophe Colomb — Madinina, ou « l'île aux fleurs » — la campagne avait pour nom: Super-Madinina. Dans tous les circuits de distribution, les produits martiniquais étaient mis en valeur. Presque au même moment, l'Association des moyennes et petites industries de la Guadeloupe lançait sa « Campagne de la production locale ».

Prises dans l'étau de leur statut ambigu, la Martinique et la Guadeloupe doivent en effet amorcer leur industrialisation par la maîtrise de leurs minuscules marchés locaux respectifs. La priorité va au remplacement des importations lorsque le type de production s'y prête. Un outil: l'« octroi de mer ». Il s'agit d'un impôt indirect institué par Napoléon, et qui alimente une large portion des budgets des communes. Dans les départements d'outre-mer, la TVA est environ de moitié inférieure à ce qu'elle est en Métropole, mais dans le cas des produits qui viennent de l'extérieur de chacun des départements — que l'origine soit la Métropole, un autre département d'outre-mer ou l'étranger — l'octroi de mer s'y ajoute.

Pas toujours, cependant. Car la manipulation de l'octroi de mer « nous permet aussi d'en faire un outil de développement économique », affirme Émile Maurice. En particulier depuis 1975, « nous nous sommes rendu compte que dans notre préoccupation de développer la production industrielle et artisanale, l'octroi de mer avait son rôle à jouer. Nous avons été de plus en plus amenés à concevoir dans un sens très libéral la manière d'utiliser l'octroi de mer comme moyen d'incitation au développement économique: par des exonérations des droits sur des biens d'équipement d'abord, sur des matières premières ensuite ». Une quasi-politique tarifaire locale, en quelque sorte, qui non seulement réduit les coûts des producteurs locaux, mais protège leurs industries naissantes de la concurrence extérieure.

En revanche, la Guadeloupe souffre de la taxe martiniquaise, et vice-versa. Deux marchés déjà minuscules se privent d'un doublement possible avec leur allié le plus naturel. Aussi, en Guadeloupe comme en Martinique, l'octroi de mer commence à susciter la controverse. Une sorte de débat sur le libre-échange, version antillaise. Chacun des départements abrite ses « libre-échangistes »: provenant surtout des milieux d'affaires locaux, ils sont pour l'heure minoritaires et perçus un peu comme des iconoclastes.

À la recherche d'alliances

Tout le monde s'entend toutefois sur une vérité fondamentale: ni la Martinique ni la Guadeloupe ne réussiront leur décollage industriel sans apport extérieur. Il faudra importer des capitaux et du savoir-faire extérieurs, qu'ils soient métropolitains ou... canadiens. Rappelant la jeunesse de l'industrie martiniquaise, Alex Huyghes-Despointes souligne que « nous avons accès à des capitaux locaux, nous connaissons nos marchés, nous connaissons notre milieu, nos hommes, mais des coentreprises avec des investisseurs métropolitains ou canadiens nous permettraient d'acquérir rapidement la technicité qui peut nous faire défaut en matière de production industrielle ». Il ne s'agit pas là de paroles en l'air. À l'automne 1986, Alex Huyghes-Despointes s'amenait au Canada, accompagné d'une délégation martinico-guadeloupéenne, en vue d'établir des contacts avec les milieux d'affaires d'ici. Recherche de marchés, mais de partenaires possibles aussi.

Des avantages non négligeables

Aux investisseurs de l'extérieur, la Martinique et la Guadeloupe offrent des avantages très réels. Tout en partageant les problèmes de nombreuses économies sous-développées, elles disposent d'une infrastructure qui, elle, n'a rien à envier aux économies opulentes de ce monde: réseau scolaire (y compris une université), services de santé (un ratio lits d'hôpital/population supérieur à la moyenne française), transports et communications, parcs industriels sont résolument du type « fin XX^e siècle ». Le tout accompagné d'une monnaie forte et bien que la Martinique et la Guadeloupe aient connu leur version du FLQ, dans un contexte de stabilité politique. Depuis la fin de 1985, le parti sécessionniste de la Guadeloupe a officiellement mis ses objectifs séparatistes en veilleuse, pour mieux s'intégrer aux mécanismes politiques traditionnels. Cela vous rappelle quelque chose ?

À ces avantages structurels, les autorités départementales, régionales et françaises ont ajouté un ensemble de mesures incitatives fort alléchantes.

La Martinique et la Guadeloupe amorcent donc une phase cruciale de leur développement. Mais elles ont en main tous les atouts pour réussir. ■

CONSEIL GÉNÉRAL DE LA MARTINIQUE



C'est avec joie que le Conseil général de la Martinique a appris l'initiative de La Presse, le plus grand quotidien francophone canadien, de parler du département français de la Martinique. Président du Conseil général, je ne puis, au nom de l'assemblée que je dirige, que me féliciter de tout ce qui est ouverture de la Martinique vers l'extérieur et surtout en direction de nos cousins francophones canadiens, que nous connaissons bien et qui toujours ont reçu chez nous le meilleur accueil. Je souhaite que nos amis du Canada continuent à venir nombreux chez nous chaque année profiter de notre soleil; de même je souhaite que nombreux soient les Martiniquais, jeunes et moins jeunes, qui se rendent en visite au Québec afin de vivifier cette grande communauté qu'est la communauté francophone.

Émile Maurice

LA MARTINIQUE, UNE TERRE D'AVENIR

Terre française depuis 1635, département d'outre-mer depuis 1946, la Martinique a connu en quelques décennies une série de mutations qui l'ont propulsée au premier rang économique des Petites Antilles. En trente ans, elle est passée du stade rural traditionnel à celui d'une société moderne dont l'essor économique s'avère prometteur, du fait de mesures sans précédent en sa faveur résultant de la Loi de Programme, des mesures de défiscalisation et de la libéralisation des transports aériens.

Gestion, actions d'incitation économique, équipement, tels sont les trois grands axes d'intervention du département pour assurer le développement de la Martinique.

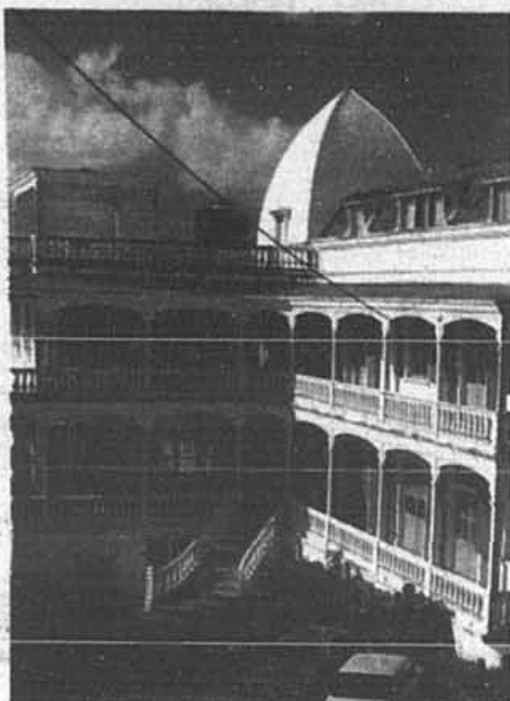
Avec ses 2 760 chambres et ses 150 000 touristes résidents par an (auxquels s'ajoutent autant de touristes de croisière), l'hôtellerie reste le tout premier secteur industriel. Le chiffre d'affaires annuel dépasse les 700 millions de francs. Bien entendu, le Conseil général a participé activement au développement de ce secteur, tout en aidant à la création d'entreprises artisanales, en subventionnant le secteur du logement, les agriculteurs et la production agricole.

Son action en matière d'équipement a permis au département de se doter en quelques années d'un grand réseau routier moderne, de désenclaver et d'électrifier les quartiers ruraux et d'achever un vaste réseau d'irrigation couvrant tout le sud-est de l'île. À cela s'ajoutent la vocation du Conseil général en matière culturelle et d'équipements sportifs (stades, plateaux sportifs, piscines, courts de tennis, etc.), ainsi que la gestion des personnels et du patrimoine départemental, de l'aide sociale et des collèges.

Pour 1987, d'importants projets doivent voir le jour, notamment la participation du département à l'agrandissement et à la modernisation de la zone industrialo-portuaire, et à l'amélioration des équipements de l'aéroport: la Martinique entend être présente au rendez-vous du redémarrage économique en mettant tous les atouts dans son jeu.

Le département de la Martinique est donc aujourd'hui ouvert à tous les visiteurs, ou éventuellement investisseurs, du monde entier, et notamment du monde francophone. C'est la raison pour laquelle le Conseil général ne saurait accueillir que favorablement toute initiative de la part de ses amis du Canada à qui, au nom de la Martinique, il souhaite la bienvenue.





LE CONSEIL RÉGIONAL L'INSTITUT POLITIQUE RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE LA MARTINIQUE

Le Conseil régional de la Martinique, assemblée politique locale en charge du développement, est désormais votre correspondant économique privilégié pour toutes les informations relatives aux actions de développement, politique économique régionale, statistiques diverses, activités culturelles, opportunités d'investissement, incitations fiscales, crédits de prospection et de préfinancement.



Le Conseil régional en effet, grâce à ses prérogatives étendues, ses compétences nouvelles, constitue le partenaire désigné pour orienter et favoriser harmonieusement, l'implantation d'entreprises et d'unités industrielles et artisanales.

Ainsi il collabore quotidiennement avec toutes les instances économiques, en étroite liaison avec les autorités politiques et les pouvoirs publics, et se veut donc l'interlocuteur indispensable pour toutes les questions propres à l'avenir politique, culturel et social, et aux projets économiques de ce pays.

Dans une zone géographique, appelée à un développement économique très important, où les opportunités d'affaires se multiplient, la Martinique jouit d'atouts incontestables. Sa situation au milieu de l'Arc caraïbe, à la conjonction d'influences diverses, rend aisés les échanges de toutes sortes et lui assure facilités de

prospection, suivi de la clientèle, maintenance des équipements, qui la prédisposent donc à devenir la plaque tournante des relations intracaraïbes.

La proximité géographique, culturelle, économique qui rend les Martiniquais familiers de la mentalité, des préoccupations des voisins de la Caraïbe, en fait les intermédiaires les mieux habilités à trouver les solutions satisfaisantes, les procédures adéquates, les connexions les plus judicieuses, pour tout projet de coopération économique ou culturelle, dans la conjonction C.B.I., C.E.E., CARICOM, CARIBCAN.

La région Martinique a amorcé ses premiers pas dans la vie régionale et internationale, débuts très prometteurs qui augurent de relations suivies et fécondes avec les États caribéens, mais aussi avec le Canada et au premier chef avec la Province de Québec, en raison d'affinités culturelles évidentes (échanges universitaires, coopération décentralisée, échanges de

troupes d'artistes, colloques scientifiques, transferts de technologie).

La Martinique, qui bénéficie en outre d'excellentes infrastructures propres aux activités commerciales et industrielles (port et aéroport modernes, zone industrialoportuaire, télécommunications internationales, qui présagent de potentialités de montage et de fabrication, possède une main-d'oeuvre qualifiée et des ressources humaines de premier ordre.

Pays au travail, mais qui entend sauvegarder son environnement naturel, ses traditions de convivialité et d'hospitalité, la Martinique croit au dialogue des civilisations, à la vertu des échanges entre les hommes. C'est pourquoi le Conseil régional milite en faveur d'un tourisme à dimension humaine, qui puisse faire mieux connaître notre culture, nos danses et notre musique déjà connue au niveau international, nos écrivains et nos artistes; mais aussi les gens les plus divers et les plus humbles.

***C'est cela la voie martiniquaise,
c'est cela la manière martiniquaise!***

Conseil régional
de la Martinique
B.P. 601
Immeuble Clitandre
Boulevard de Verdun

97200 Fort-de-France
Tél.: 73.03.00
Telex: Région 912041
MR
Télécopie / 72.68.10

