



**COEUR**  
MARTINIQUE

DOSSIER DE PRESSE

**MISE EN ŒUVRE** DE  
LA **CHARTRE** EN FAVEUR DE  
LA **PRODUCTION**  
**MARTINICAISE :**  
**ENGAGEMENTS** ET  
PREMIÈRES **ACTIONS.**



**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

## **SOMMAIRE**

### **Les acteurs de la production locale réunis autour d'engagements forts**

- |   |     |
|---|-----|
| 1. Signataires                            | p.3 |
| 2. Genèse du projet                       | p.5 |
| 3. Points clefs et objectifs de la charte | p.5 |
| 4. Les engagements des signataires        | p.6 |

### **Coeur Martinique : une marque pour donner de la visibilité à l'ensemble des produits locaux**

- |   |      |
|---|------|
| 1. Présentation de la marque                                    | p.11 |
| 2. Un site à venir  | p.12 |
| 3. Les ambitions de la marque                                   | p.12 |
| 4. Une réponse aux attentes des producteurs et des Martiniquais | p.13 |

### **La production martiniquaise**

- |  |      |
|--|------|
| 1. Répartition par secteurs                                      | p.15 |
| 2. Part de l'emploi en Martinique                                | p.16 |
| 3. Production locale et autosuffisance alimentaire en Martinique | p.16 |
| 4. Qualité des productions                                       | p.17 |
| 5. Enjeux pour les producteurs                                   | p.18 |

**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

# **LES ACTEURS DE LA PRODUCTION LOCALE RÉUNIS AUTOUR D'ENGAGEMENTS FORTS**

## **1. Les signataires**



**Le Syndicat des Distributeurs et Grossistes Alimentaires (SDGA)** est une organisation professionnelle, constituée en 1996, composée notamment des principales enseignes de la grande distribution alimentaire en Martinique. Les 38 magasins adhérents du syndicat représentent 2 500 emplois directs ainsi que 900 emplois indirects.

Le SDGA assure la représentation de ses membres auprès des pouvoirs publics, des instances économiques et sociales, officielles ou privées.

Il étudie les questions communes à l'ensemble de ses membres avec ses partenaires, notamment celles relatives à la production locale. C'est dans cet esprit qu'ont été signées les chartes AMPI (2002), Chambre d'Agriculture / FDSEA (2003) et AMIV (2019), dont le syndicat est membre fondateur.



**L'Association Martiniquaise pour la Promotion de l'Industrie (AMPI)**, créée en 1972, est une association qui a pour vocation de représenter le secteur industriel, défendre les intérêts des industriels, le développement et la promotion de leurs productions sur les marchés départemental, régional et international.

L'AMPI compte aujourd'hui 135 industries adhérentes dont 50 entreprises qui fournissent la grande distribution, représentant plus de 3 000 emplois permanents dans les secteurs d'activité suivants : la chimie, les matières plastiques, l'énergie, l'imprimerie, le papier et, notamment, l'agro-alimentaire. La liste des industries agroalimentaires figure en annexe.



**La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Martinique**, établissement public créé par le décret n°70-387 du 8 Mai 1970, représente les intérêts généraux de l'artisanat auprès des pouvoirs publics. Elle assure des missions d'accompagnement et de formation essentielles à la structuration de l'Artisanat et au développement des entreprises. Elle compte 10 825 entreprises artisanales réparties dans plus de 250 métiers et de façon générale dans quatre secteurs d'activités : l'alimentation, le bâtiment, la fabrication, les services.



# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE



**La Chambre d'Agriculture de Martinique** : Etablissement public de proximité, la Chambre d'Agriculture, assume une mission d'intérêt général. Le Code Rural et de la Pêche Maritime (CRPM) définit ses quatre missions :

- Contribuer à l'amélioration de la performance économique, sociale et environnementale des exploitations agricoles et de leurs filières ;
- Accompagner la démarche entrepreneuriale et responsable des agriculteurs ainsi que la création d'entreprises et le développement de l'emploi ;
- Contribuer au développement durable des territoires ruraux et des entreprises agricoles, à la préservation et la valorisation des ressources naturelles, à la réduction de l'usage des produits phytopharmaceutiques, à la lutte contre le changement climatique ;
- Assurer une fonction de représentation auprès des pouvoirs publics et des collectivités territoriales.

 CCI MARTINIQUE

**La Chambre de Commerce et d'Industrie de Martinique** est un établissement public avec pour principaux champs de compétence l'appui aux entreprises, l'appui aux territoires, la formation et la représentation des entreprises martiniquaises. A ce titre elle représente aujourd'hui 40 491 établissements inscrites au registre du Commerce et des sociétés (RCS). Elle intervient auprès des entreprises sur de nombreuses thématiques utiles à leur développement comme la transition environnementale, la digitalisation, le financement, l'accompagnement à l'export, la formation des dirigeants et de leurs salariés ou encore l'innovation. La CCI Martinique est également organisatrice du salon Madin'Expo qui pour vocation de faire connaître l'étendue des savoirs faire de nos producteurs locaux.



# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE

### 2. Genèse du projet

Cette charte est une action inédite qui s'inscrit dans une dynamique partagée par les distributeurs et producteurs en faveur du développement de la production locale. C'est la première fois qu'un projet d'une telle envergure est mené pour agir en faveur de l'autonomie alimentaire.

En effet de façon concomitante à la rédaction de cette charte, les partenaires ont entamé un véritable processus de concertation dans le cadre d'une étude portant sur la production locale dans l'objectif de définir une vision commune et un plan d'actions concourant à la structuration des filières et la dynamisation des secteurs. Cette nouvelle dynamique souhaite incarner un renouveau.

Le présent accord ainsi que les engagements portent sur les problématiques prégnantes de la production locale, les parties ont d'ailleurs souhaité prendre en compte les éléments d'analyse et pistes de solution présentées dans le cadre de l'étude précitée.

### 3. Points clefs et objectifs de la charte

Les parties signataires s'engagent toutes à œuvrer en faveur de l'autonomie alimentaire de l'île. Une ambition qui passe nécessairement par le développement et de la structuration des filières mais aussi par des actions de communication conjointes à l'attention des consommateurs.

La charte est déclinée en 6 objectifs principaux autour desquels s'articuleront les actions communes.

Objectif 1 : Améliorer la visibilité des produits locaux

Objectif 2 - Développement de l'entrepreneuriat

Objectif 3 - Participation à la structuration des filières et soutien à l'innovation

Objectif 4 - Encourager les démarches environnementales

Objectif 5 - Soutenir les efforts de différenciation et de labellisation

Objectif 6 - Engagement en faveur de la formation professionnelle

#### 4. Les engagements des signataires



##### En faveur de l'innovation et de l'émergence de nouveaux producteurs locaux :

- Accompagner et former les artisans concernés notamment avec le concours de notre partenaire le PARM
- Informer des projets innovants dont elle aurait connaissance
- Communiquer sur cette démarche en valorisant son partenaire
- Communiquer les performances de vente par produit de l'artisanat par enseigne

##### Pour aider au développement des filières locales à fort potentiel :

- Favoriser la montée en compétences des artisans pour la fourniture de produits de meilleure qualité avec notamment le concours de notre partenaire le PARM (étiquetage, qualité organoleptique, packaging, etc...)

##### Pour l'environnement en lien avec la production locale :

- Encourager les initiatives en lien avec la transition écologique (énergie, eau, déchets, empreinte carbone, etc...)

##### Pour soutenir l'identification et la labellisation des produits locaux :

- Communiquer positivement sur toute action de valorisation partenariale
- Encourager les artisans à engager des démarches de labellisation notamment le label artisanat de Martinique, leur permettant de gagner en visibilité et la reconnaissance de qualité

##### Pour la formation professionnelle en lien avec la production locale :

- Former les artisans concernés notamment dans le cadre d'une convention partenariale avec le PARM et/ou des actions de formation développées par la CMA Martinique
- Communiquer sur les actions ciblées emploi et formation menées par son partenaire



##### En faveur de l'innovation et de l'émergence de nouveaux producteurs locaux :

- Identifier les productions de niche valorisables par la grande distribution
- Identifier les porteurs de projets agricoles ou de petite transformation innovante à mettre en relation avec la grande distribution

##### Pour aider au développement des filières locales à fort potentiel :

- Informer la grande distribution sur la saisonnalité des produits
- Mettre à la disposition de la grande distribution des références technico économiques produits fiables pour l'application de la réglementation
- Agir pour améliorer la communication agricole en relation avec les interprofessions

##### Pour l'environnement en lien avec la production locale :

- Accompagner les agriculteurs et éleveurs dans leurs démarches agro écologiques
- Poursuivre l'action de promotion du retraitement des déchets phytosanitaires
- Faire la promotion du recyclage et de la bio économie sur les exploitations agricoles

#### Pour soutenir l'identification et la labellisation des produits locaux :

- Élaborer en relation avec les interprofessions des références permettant la classification commerciale des produits agricoles
- Accompagner les producteurs et les filières dans leurs démarches de labellisation

#### Pour la formation professionnelle en lien avec la production locale :

- Poursuivre son action de formation continue des agriculteurs en particulier dans les domaines qui contribuent à la montée en gamme et à la régularité de la production
- Agir pour le renforcement de l'apprentissage agricole en relation avec le CFA.

ENGAGEMENTS



#### Pour l'amélioration de la visibilité des produits locaux :

- Poursuivre, les actions de promotion des produits et producteurs locaux à l'attention de la population martiniquaise et d'acheteurs nationaux et internationaux conviés par la CCI (cf. salon Madin'Expo)

#### Pour développer l'entrepreneuriat :

- Promouvoir l'emploi industriel à travers la sensibilisation à la mobilisation des financements État disponibles.
- Mettre à disposition les travaux d'études menés par son observatoire pour donner aux porteurs de projets et aux entreprises des repères sur les entreprises, les filières ou sur les consommateurs (cf. étude sur les habitudes de consommation des martiniquais).

#### Pour participer à la structuration des filières et soutenir l'innovation :

- Promouvoir les financements notamment État et Europe afin de développer des projets industriels innovants
- Mobiliser le Pôle Europe Entreprise et Innovation (PEEI) de la CCI, pour accompagner les entreprises de production qui recherchent, pour innover, des partenariats technologiques ou financiers, auprès d'entreprises européennes. Le PEEI assure également des permanences INPI.
- Faciliter la mise en relation avec les start-up qu'elle accompagne au sein du Village by CA, pour les projets d'innovation en open-innovation.
- Proposer des diagnostics basés sur le référentiel Industrie du Futur de CCI France afin d'accompagner la stratégie de modernisation et de développement des filières locales.
- Faciliter l'accès à la commande publique en proposant des critères à tendance locale partagés et co-construits avec les acheteurs du territoire.
- Structurer des filières d'Excellence pour l'export – ou un accélérateur « artisanat export » (telles que la mode, l'ameublement caribéen, les arts de la table, la cosmétique naturelle et/ou bio, l'élevage) en concertation avec les partenaires.

#### Pour aider au développement export des filières locales à fort potentiel :

- Identifier les atouts et les points d'amélioration des produits de niche ayant la capacité de se développer à l'export
- Prioriser les marchés et les actions à mettre en place pour permettre aux producteurs de décrocher des contrats internationaux
- Mettre en relation les producteurs avec des acheteurs nationaux ou internationaux.

#### Pour encourager les démarches environnementales :

- Accompagner la transition écologique et énergétique des acteurs de la production locale par la mise en place de webinaires et d'ateliers, par l'appui à la recherche de financements et de prestataires, de partenaires ou d'experts.
- Proposer un programme d'accompagnement à l'écoconception adapté aux entreprises de production afin que les problématiques environnementales soient prises en compte dans toutes les étapes du cycle de vie des produits.
- Mettre en place des offres techniques d'accompagnement sur les thématiques de l'eau, l'assainissement et les déchets correspondant aux besoins de ce secteur d'activité.

#### Pour soutenir les efforts de différenciation et de labellisation :

- Encourager les industriels à s'engager dans des démarches de labellisation leur permettant de gagner en visibilité et en reconnaissance
- Communiquer positivement sur les entreprises labellisées, notamment à l'occasion des manifestations de promotion organisées par la CCI au niveau local, national voire international
- Proposer aux entreprises labellisées une action, par an, de projection à l'export (participation à un salon, communication, envoi de box produits locaux à des acheteurs internationaux ...).

#### Pour la formation professionnelle des producteurs locaux et les distributeurs :

- Proposer un programme de formation export adapté aux entreprises de production labellisées (Calcul du prix export, Contrats de distribution et d'agence commerciale, sessions d'information sur des thématiques ciblées)
- Intégrer dans le programme de la Licence

professionnelle mention "Commerce et Distribution" parcours "gestion et management de rayon" : Distrisup, des séminaires thématiques, des visites de terrain, des ateliers collaboratifs favorisant l'appropriation des problématiques propres à la production locale. Distrisup est le nouveau cursus en alternance, d'un an, conçu spécialement pour répondre aux exigences et spécificités des entreprises du secteur de la grande distribution alimentaire et spécialisée du territoire.



#### Pour le développement de l'entrepreneuriat :

- Contribuer à la création de valeur ajoutée en accompagnant les projets de création dans le cadre du programme « Territoire d'industries »
- Contribuer à la remontée de projets auprès des bailleurs de fonds
- Organiser et participer des visites croisées d'usines afin de mieux appréhender le fonctionnement, les potentialités et les éventuelles problématiques rencontrées par chacun. Ces « temps-forts » pourront être organisés dans le cadre du programme territoire d'industries qui ciblent les porteurs de projet industriels (primo-industriels/ produits émergents). La cheffe de projet dédiée TI organisera les visites et les échanges entre les distributeurs et le porteur de projet

#### Pour la structuration des filières et le soutien à l'innovation :

- Dans le cadre de TI, informer en amont le SDGA des projets innovants dont elle aurait connaissance et organiser une rencontre entre le porteur de projet et le distributeur
- Communiquer de façon très positive sur ce



partenariat proactif et exemplaire en valorisant ses partenaires

- Communiquer au SDGA les performances du PIL par enseigne via une base de données partagée avec le syndicat et ses membres
- Appuyer et soutenir la candidature du SDGA à l'entrée au CA du PARM
- Contribuer à la mise en place d'une bourse récompensant les projets de création innovants sélectionnés par un jury paritaire 1 fois/an
- Co-financer une base de données partagée permettant de connaître les tendances/secteur, évaluer les progressions /secteur ainsi que les performances commerciales
- Accompagner avec du temps d'experts (direction, encadrement, etc...) les porteurs de projet sur les problématiques qu'ils rencontrent. Le temps accordé sera défini par les parties concernées.

#### Pour encourager les démarches environnementales :

- Encourager les projets vertueux auprès des membres en organisant des ateliers ou webinaires
- Participer et contribuer à l'avancée des travaux préparatoires pour la mise en place de la consigne du verre et du recyclage plastique
- Aider la création de filières de traitement de déchets (PET, carton)

#### Soutenir les efforts de différenciation et de labellisation :

- L'AMPI s'engage à encourager les industriels à engager des démarches de normalisation ISO pour gagner en qualité et visibilité
- Amorcer une démarche qualité qui sera confirmée au travers du projet d'étude « pro-

duction locale » et qui prendra la forme d'un signe distinctif ou label soumis à un cahier des charges du PIL (produit de l'industrie locale) rigoureux

- Informer des démarches de certifications engagées et identification des producteurs locaux visant à garantir la qualité et traçabilité des produits (HVE, Biologique)

#### Pour la formation professionnelle en lien avec la production locale :

- Organiser chaque année un speed-meeting emploi production locale /Grande distribution
- Associer aux actions globales en faveur de la formation professionnelle
- Communiquer positivement sur les actions ciblées emploi et formation menées par ses partenaires.



#### La dynamique commerciale

- Les membres du SDGA s'engagent à réaliser deux temps forts commerciaux consacrés à la production locale dans son ensemble (l'artisanat, agriculture et industrie). Les périodes ciblées sont celles de décembre à avril, et de juillet / août.
- Les distributeurs s'engagent à co-construire et à cofinancer une campagne médiatique en faveur de toute la production locale et à baliser les produits locaux avec leurs sigles respectifs. Les logos des partenaires devront être bien visibles ou cités.

# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE

### Participer au développement des signes d'identification et de valorisation des produits locaux

- Les distributeurs s'engagent à baliser les produits locaux avec leurs sigles respectifs tout en souhaitant aller vers un logo commun à terme.

### Favoriser un dialogue constructif entre la production locale et le distributeur

- Des visites croisées d'exploitation, d'artisans, d'usines et de magasins seront proposées afin de mieux appréhender le fonctionnement, les potentialités et les éventuelles problématiques rencontrées par chacun.

### Permettre l'émergence de nouveaux producteurs locaux et encourager l'innovation

- Lister et diffuser aux parties les besoins de ses membres non satisfaits
- Raccourcir les délais de paiement à maximum 10 jours la date de réception de facture pour les fournisseurs locaux dont le chiffre d'affaires annuel H.T. du dernier exercice n'excède pas 200 000€. Cela fera l'objet d'un accord entre le fournisseur et le distributeur au cas par cas.
- Participer à la mise en place de bourses récompensant les projets de création innovants sélectionnés par un jury paritaire.
- Accompagner avec les parties par du temps d'experts (direction, encadrement...) les porteurs de projet sur les problématiques qu'ils rencontrent.
- Contribuer à la remontée de projets auprès des bailleurs de fonds publics.

### Définir et développer les filières prioritaires

- Déterminer les filières prioritaires
- Construire un dispositif de référencement accéléré pour les produits issus de ces filières avec la mise en place d'une base de données.
- Mettre spécifiquement en avant les produits issus de ces filières

### Encourager les démarches environnementales

- Favoriser le développement des points de collecte à travers les réseaux de magasins de ses membres
- Améliorer l'empreinte énergétique des magasins de ses membres
- Encourager les projets vertueux
- Participer aux projets et initiatives écologiques
- Aider à la création de filières de traitement des déchets sur place (PET, carton)
- Favoriser les producteurs locaux ayant recours à des énergies propres

### Soutenir les efforts d'identification et de labellisation

- Favoriser la distribution en « vrac » des produits bio locaux sur présentation des certificats correspondants
- Aider à la formation professionnelle.

**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

# **CŒUR MARTINIQUE : UNE MARQUE POUR DONNER DE LA VISIBILITÉ À L'ENSEMBLE DES PRODUITS LOCAUX**

## **1. Présentation de la marque**



**PAR  
AMOUR  
DU PÉYI**

Cœur Martinique est une marque régionale qui s'adresse aux consommateurs qui souhaitent faire de leur acte d'achat, un acte utile et porteur de sens. C'est une marque qui parle à tous ceux qui sont fiers de leur territoire, de la richesse et de la diversité de ses productions, mais qui ont aussi conscience que sans l'implication de chacun d'entre nous, le développement économique de notre île, le rêve d'une autonomie alimentaire ou encore de produits locaux plus accessibles restera utopique.

### **Pourquoi cette construction ?**

L'orange a été choisi pour sa connotation chaleureuse et sa capacité à renvoyer à des univers multiples (le terroir, les fruits mûrs ou séchés, les matières premières utilisées pour l'artisanat ou encore l'industrie dynamique et innovante).

Le symbole du cœur qui vient encadrer le nom de la marque, met lui en avant la dimension affective qui intervient au moment de l'achat, mais également en amont, au moment de la conception ou de la création du produit local.

Enfin, un slogan « Par amour du Peyi » viendra parfois compléter cette construction, introduisant de nouveau grâce à l'usage du créole, l'idée de fierté d'appartenance et de spécificité régionale.

# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINIQUE

CŒUR

MARTINIQUE

### 2. Un site internet pour découvrir la production locale

La marque Cœur Martinique dispose dès aujourd'hui d'un site internet accessible sur l'url [www.coeur-martinique.com](http://www.coeur-martinique.com)

L'objectif de ce site est d'offrir une vitrine supplémentaire aux entreprises qui produisent localement. Certaines, n'ont pas de site internet propre à leur activité et pourront à travers ce site, être référencées sur la toile. Mais le principal public auquel s'adresse cette interface, c'est bien entendu le consommateur ! Martiniquais curieux de découvrir les productions locales, touristes en quête de produits authentiques, partenaires intéressés par les savoir-faire locaux... chacun y trouvera l'esprit de la marque et une présentation des entreprises qui en bénéficient.

Le site est encore en construction, de nouvelles pages et fonctionnalités devraient apparaître dans les prochains mois. L'actualité de la marque pourra également être suivie sur les réseaux sociaux.

### 3. Les ambitions de la marque

Cœur Martinique est une première réponse à l'axe 1 de la Charte qui avait pour ambition d'améliorer la visibilité des produits locaux. Dans les grandes surfaces et sur tous les points de ventes, l'utilisation du logo de la marque sera un critère différenciant et valorisant pour les produits qui en bénéficient.



# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE

### 4. Une réponse aux attentes des producteurs et des Martiniquais

Deux études réalisées récemment par l'AMPI pour la première et la CCI Martinique pour la seconde, laissent à penser que l'intérêt des consommateurs pour les produits locaux est réel et qu'une meilleure identification de ces produits est souhaitée pour faciliter l'acte d'achat.

#### Extraits de l'étude des « usages et attitudes des Martiniquais vis-à-vis des produits locaux » menée par Qualistat en juillet 2021 pour l'AMPI.

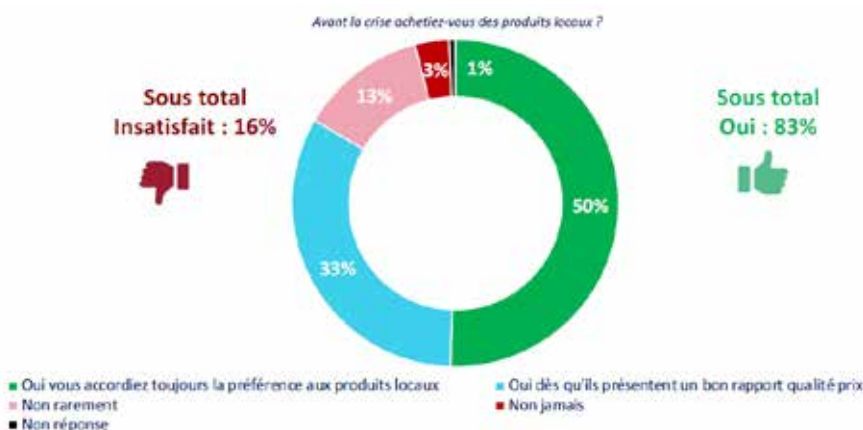
« (...) Un Martiniquais sur deux se dit très favorable à la création d'une marque collective permettant d'identifier l'ensemble de la production locale martiniquaise. (...) ».

« (...) Le besoin de visibilité explique sans doute, au moins en partie, l'adhésion au projet de marque collective permettant d'identifier l'ensemble de la production locale. En effet, 52% des Martiniquais se sont déclarés très favorables à la création de cette marque collective, 37% se disent assez favorables. (...) ».

Le besoin exprimé porte donc sur la création de « (...) Une marque collective qui aiderait les consommateurs à repérer et identifier la production locale. (...) ».

#### Extraits de l'étude « Impact de la crise Covid-19 sur les comportements de consommation des martiniquais » menée par Qualistat en 2021 pour la CCI.

« Avant la crise, les produits locaux étaient consommés par huit Martiniquais sur dix. »

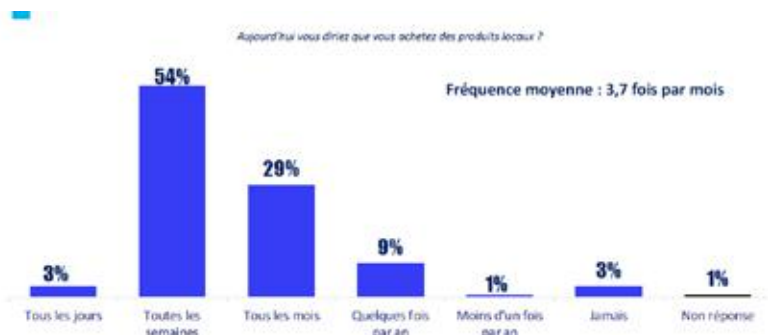


# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE



« La consommation des produits locaux a augmenté pour 27% des Martiniquais » pendant la crise. Aujourd'hui encore elle reste très régulière avec une fréquence hebdomadaire voire mensuelle.

« Les évocations associées aux produits locaux renvoient principalement aux produits agricoles non transformés, aux produits de l'élevage : concombres, christophines, ananas, avocats, tomates, œufs, miel. Mais aussi aux productions industrielles traditionnelles : sucre, rhum, yaourt »

« Les consommateurs ont développés une relation de confiance avec les produits locaux, basée sur une qualité unanimement reconnue, malgré un positionnement prix moins avantageux que les produits d'importation. Cette vision est souvent héritée de l'enfance : *“mes parents m'ont habituée à manger des légumes locaux”*. Elle se traduit pas une volonté de privilégier les produits locaux, dans une quête de naturalité et un souci de préservation du capital santé. »

**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

## **LA PRODUCTION MARTINICAISE**

### **1. Répartition par secteurs**

La production locale de biens regroupe plusieurs secteurs et types de productions.

En Martinique, la surface agricole utilisée couvre 23 196 hectares sur lesquels sont pratiqués des cultures de fruits, légumes ou tubercules ainsi que de l'élevage bovin, caprin, ovin, volaille, lapin et porcin.

Dans l'artisanat, différents métiers apportent leur concours à la production locale : des fabricants de bijoux et autres produits de mode, des stylistes et designers ou encore des confiseurs, artisans glaciers, pâtisseries ou bouchers.

Enfin dans l'industrie, l'Agro-alimentaire occupe une place prépondérante mais d'autres types d'industries existent également en Martinique comme la fabrication de textile et d'habillement ou l'industrie du bois, du papier et d'imprimerie.

#### **AGRICULTURE ET ELEVAGE**

**2 660**

exploitations  
en 2020

#### **PÊCHE**

**560**

établissements  
en 2021

#### **ARTISANAT**

**11 582**

établissements  
en 2021

#### **INDUSTRIE**

**1 920**

établissements  
en 2021

#### **FOCUS Agro-industrie**

**573**

établissements  
en 2021

#### **FOCUS Fabrication artisanale**

**1 506**

établissements  
en 2021

#### **FOCUS Alimentation artisanale**

**1 042**

établissements  
en 2021

# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE

### 2. Nombre d'emplois en Martinique

#### AGRICULTURE ET ELEVAGE

**5 747**

en 2020

#### ARTISANAT

**17 000**

emplois  
en 2021

#### INDUSTRIE

**8 768**

salariés  
en 2021

#### PÊCHE

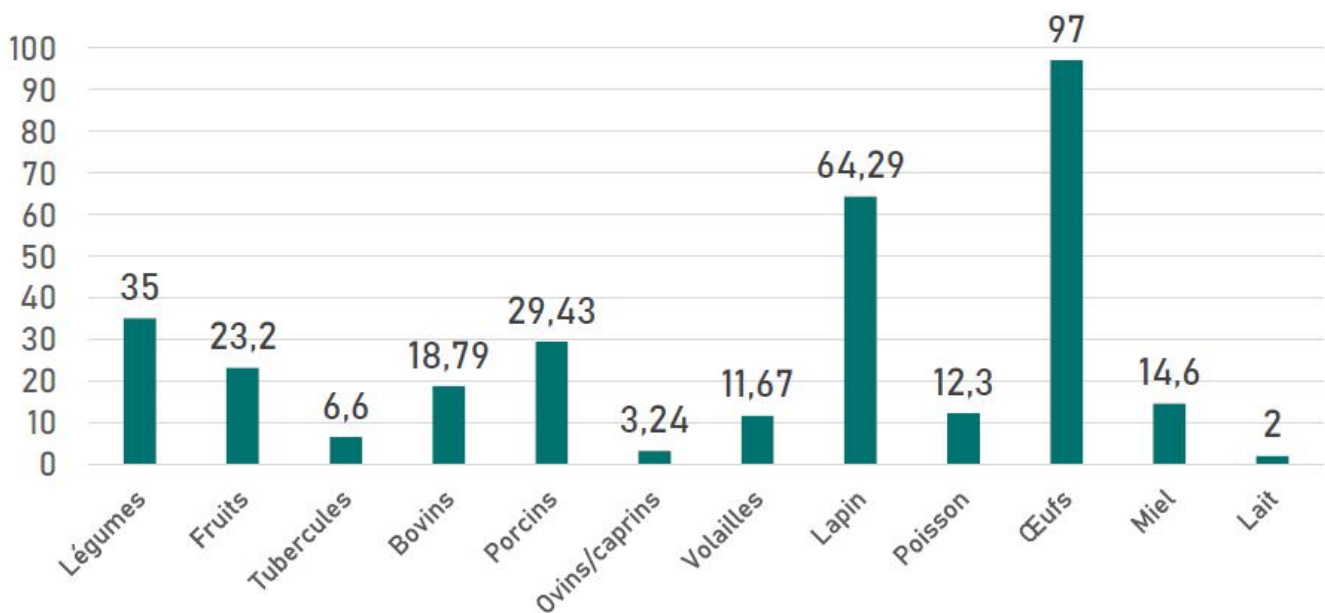
**614**

pêcheurs  
en 2021

### 3. Production locale et autosuffisance alimentaire en Martinique

Selon l'IEDOM, la production locale représentait **23 % des produits du panier moyen** en 2020.

Le ministère de l'Agriculture et de l'alimentation a publié en 2021 une étude sur l'auto-suffisance alimentaire en Martinique. Elle propose un état des lieux de l'offre alimentaire locale et des perspectives d'amélioration.



Source : Agreste 2020 – SISEP/DAAF

Taux de couverture du marché par la production locale =  $100 * \text{Production} / \text{Consommation}$   
Avec l'approximation :  $\text{Consommation} = \text{production} + \text{importations}$

Les chiffres présentés sont extraits des sources suivantes : IEDOM, Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Martinique, Observatoire Economique de la CCI Martinique, Direction Régionale des Douanes, IFREMER, Direction de la Mer, AGRESTE, SISEP et la DAAF.



**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

#### 4. Qualité des productions

Production PIL, Madin'Expo, ... les signataires de la chartre ont déjà mené ces dernières années des actions pour valoriser la qualité des productions locales. Celles-ci obtiennent régulièrement des distinctions nationales ou internationales. Pour garantir la qualité de leur process ou produits, les entreprises peuvent également avoir recours à des certifications ou labellisations. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples d'entreprises engagées qui se sont distinguées ces dernières années. Cette liste est bien entendu non exhaustive.

##### **CERTIFICATION ISO 9001 ET/OU ISO 14 001**

SNEMBG,  
Brasserie Lorraine,  
Denel

##### **CERTIFICATION COSMOS**

Kadalys,  
Nateya  
...

##### **NF ENVIRONNEMENT**

Peintures Azurel

##### **FRENCH FAB**

Fib&Co

##### **CONCOURS GÉNÉRAL AGRICOLE**

Rhums et punch de Martinique  
Miels  
Bière Artisanale Martiniquaise

##### **CERTIFICATION ECOCERT AGRICULTURE BIOLOGIQUE**

45 producteurs certifiés  
18 en conversion  
Jus bio Royal,  
L'Herboristerie Créole  
...

##### **AOC**

Rhums de Martinique

##### **NF HABITAT**

Maisons SATEC

##### **MEDAILLE D'OR CONCOURS INTERNATIONAL VINS ET SPIRITUEUX DE LYON**

Spicy M

##### **LABEL IMPRIM VERT**

Rapido imprimerie

# DOSSIER DE PRESSE

## CHARTRE EN FAVEUR DE LA PRODUCTION MARTINICAISE

CŒUR

MARTINIQUE

### 5. Enjeux pour les producteurs

Dans l'accompagnement portés aux entreprises locales, les signataires de la charte ont identifié plusieurs leviers de développement de la production locale. Les producteurs ont notamment besoin de :

- Soutien pour structurer leur filière et favoriser la mutualisation des ressources et des savoir-faire.
- Mutualiser leurs intrants (contenants, matières premières) et leur logistique (transport notamment pour l'export)
- Être formés ou avoir une veille efficace sur l'évolution de la réglementation française et européenne.
- Mettre aux normes, réévaluer et dimensionner leurs outils de production.
- Recruter de la main d'œuvre technique qualifiée, notamment sur la prévention des risques liés au changement climatique et aux risques naturels, en assainissement et gestion des effluents, ou encore en maîtrise de l'énergie.
- Élargir leur marché en identifiant des débouchés extérieurs.



**DOSSIER DE PRESSE**  
**CHARTRE EN FAVEUR DE**  
**LA PRODUCTION MARTINICAISE**

**CŒUR**

**MARTINIQUE**

**CONTACTS PRESSE :**

Pascal FARDIN  
06 96 23 28 23  
dg@contact-entreprises.com

Sophia MOREAU  
06 96 33 20 17  
s.moreau@martinique.cci.fr