

# FIM

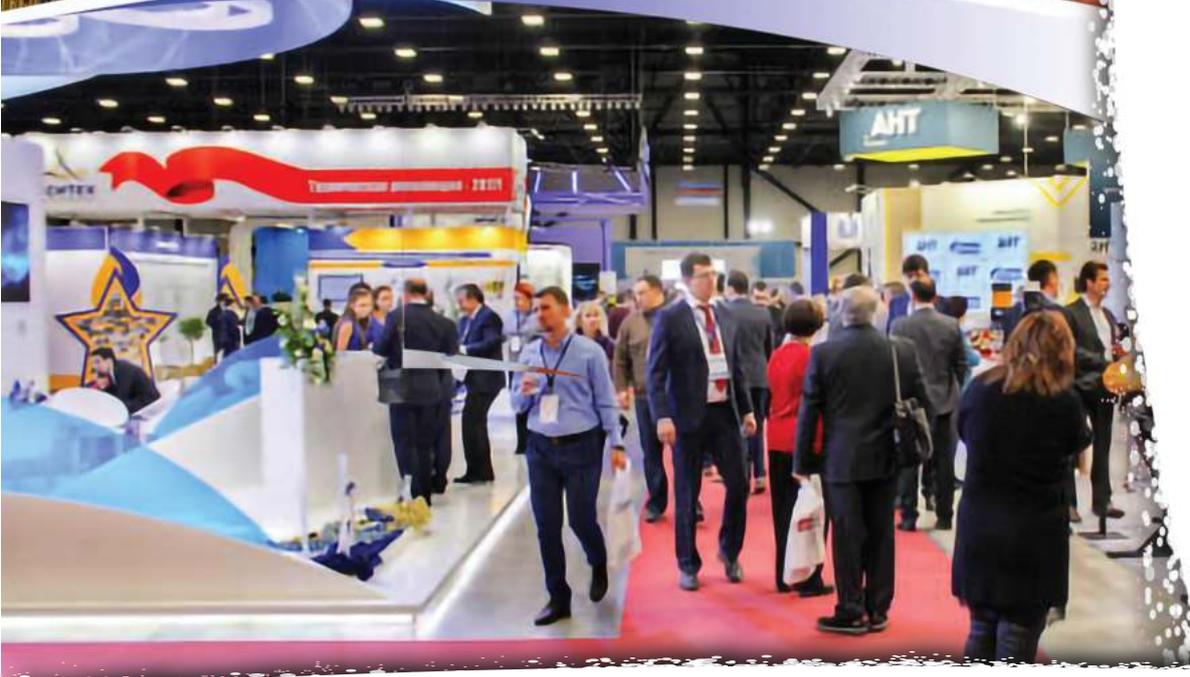
19<sup>ème</sup> ÉDITION

- INDUSTRIE
- NUMERIQUE
- TOURISME
- CULTURE

**Un Pont vers l'Afrique**



## Foire Internationale de Madagascar



**INFO-PRATIQUE**  
La voiture anti-alcool



**ECHO EDUCATION**  
Centre Avana



**MA PETITE ENTREPRISE**  
Fun bike



**ON EN PARLE**  
Miss Madagascar



**RENCONTRE AVEC**  
Orange Digital center



**ÉCHO DE L'INSCAE**  
Un pont vers l'Afrique et un catalyseur économique majeur



**ÉCHO DE L'ISCAM**  
Un pont économique, porte vers l'avenir



**ÉCHO DE L'I&P**  
La Finance Verte



**STARTUP**  
Hakanto



**ÉCOLOGIE**  
Changement climatique à Madagascar



**SANTÉ**  
Association de lutte contre la drépanocytose



**LU POUR VOUS**  
Les naufragés de l'île Tromelin



*Le billet des entreprises est un bimensuel numérique, spécialisé dans l'économie.*



PLANÈTE FRANCE  
MADAGASCAR

**RENSEIGNEMENTS**

**AFFAIRES CONSULAIRES**

**DEMANDE DE VISA**

**MARIAGE**

**SANTÉ & RETRAITE**

**BOURSES SCOLAIRES**

**NATIONALITÉ**

**TRANSCRIPTION**



+261 34 02 283 36



planete.france.madagascar@gmail.com



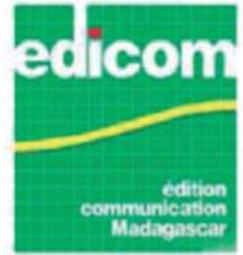
planete-france-madagascar.mg



BP 203, Tananarive 101



SCANNER-MOI



# SOMMAIRE

## FOIRE INTERNATIONALE DE MADAGASCAR

### **PUBLICATION DE FDM MADAGASCAR**

#### DIRECTEUR DE PUBLICATION

Jean-Daniel CHAOUI

#### DIRECTEUR DE REDACTION

Edgard Toko

#### RÉDACTEURS

JDC

Edgard Toko

Valdex Woukodjoua

Freddy Fongang

#### MARKETING - SERVICE

#### COMMERCIAL

Nathalie - Ando

#### DIFFUSION

Ando - Nathalie

#### CONCEPTION

NONO Idriss

Edito du président : .....	1
Kimony Voyage : .....	3
Info Pratique : .....	6
Echo Éducation : .....	8
Rencontre Avec : .....	11

### ARTICLES DU DOSSIER

MADAVISION : .....	15
MAISON ARENAH : .....	16
ISSOF : .....	18
MADAPET : .....	20
PJ COACHING : .....	21
ZINGA PHARMA : .....	22
AGENCE BIENFE : .....	23
EDITION KARNÉ : .....	24
SOA : .....	25
ALUMACRAFT : .....	26
VIDA : .....	27
CURLY AHO : .....	28
SOMAPRO : .....	29
YMAGOO : .....	30
Echo de l'INSCAE : .....	32
Echo de l'ISCAM : .....	34
Ma Petite Entreprise : .....	36
Startup : .....	38
Ecologie : .....	40
Echo de l'I&P : .....	42
On en parle : .....	45
Rubrique santé : .....	48
Lu pour vous : .....	51



**Jean-Daniel CHAOUI**

Président de Français du Monde Madagascar  
Directeur de Publication

## La FIM 2025

Changement de lieu pour la 19ème édition de la FIM qui s'est tenue au CCI Ivato, sur une superficie de 22 000 mètres carrés, avec une nouvelle organisation : des pôles sectoriels, une configuration permettant à chaque secteur d'activité de se regrouper ; une présence renforcée des administrations publiques. L'évènement réunissait 420 exposants représentant l'ensemble des secteurs économiques. La FIM demeure un grand rendez-vous économique de la région Océan Indien.

L'ariary connaît une baisse significative par rapport à l'euro et au dollar américain, avec pour conséquences des importations plus coûteuses et une hausse des prix à la consommation. Si en début d'année l'euro valait environ 4780 ar, il dépasse aujourd'hui les 5100 ar.

Au premier trimestre 2025, les exportations de Madagascar ont baissé de 11,9% par rapport à la même période de 2024, selon la Banque centrale, diminution due à la baisse des ventes de la vanille, du girofle et de la zone franche. L'Europe demeure la première destination avec 25% des produits exportés, puis les USA (11%), le Japon et la Corée du Sud. S'agissant des importations, l'Europe demeure la première avec 19%, suivie par la Chine avec 17%.

La situation internationale reste instable. Les décisions des USA attendues concernant l'AGOA et les droits de douanes seront déterminantes pour l'économie locale. Après le retrait de l'implication de l'US AID et l'arrêt de nombreux programmes, les relations économiques avec la nouvelle administration TRUMP manquent de visibilité.

**Tananarive**  
**Le 29 /06/2025**

# SENKE

Pour tous vos besoins  
et toutes les routes



Trail



Semi-cross



Cross

Puissante - Robuste - Économique

En vente chez **cosmos** et les revendeurs

# INVITÉ DU BILLET : KIMONY VOYAGE

## AU COEUR DU MENABE

Vendredi 11 avril 2025, le Billet des Entreprises (BE) est à la foire du tourisme à Antaninarenina, événement rassemblant des offices de tourisme et des agences de voyage dont le groupe Kimony. Le BE est en compagnie de Sylvia Randriatsotsy, responsable du stand exposant groupe Kimony et Directrice d'un hôtel du groupe.

Monsieur Danil Abdulla, fondateur et Président Général et Monsieur Jean Daniel Chaoui, Directeur de publication du Magazine Billet des entreprises



l'hôtel « Olympe de Bemaraha », à quelques minutes du parc des Tsingy ; soit vers le sud et l'hôtel « le Relais de Kirindy », un établissement avec bungalows, proche de la réserve « Kirindy Forest.»

### **Quels intérêts représentent la réserve « Kirindy Forest » ?**

A Kirindy Forest, on trouve plusieurs faunes et flores endémiques de Madagascar, dont le fameux fosa, et les rats sauteurs. On y voit aussi les baobabs évidemment.

Station balnéaire de Kimony



### **Après Kirindy, quel est l'itinéraire pour poursuivre le voyage ?**

Vous vous dirigez vers Morondava, en passant par les fameux « Baobabs amoureux », ainsi que l'allée des Baobabs. A 8 kilomètres avant Morondava se trouve une bifurcation qui va vers Kimony où nous avons deux hôtels, « Kimony Resort » et « Cap Kimony ». Ces deux hôtels sont l'un à 2 kilomètres, l'autre à 1 kilomètre de la plage de Kimony, qui est une des plus belles plages de Morondava.

A Morondava, dans le quartier de Betel, se trouve le siège du groupe avec le CEM : Centre Eco-touristique du Menabe. C'est un centre de fabrication d'artisanat, de transformation de produits locaux et aussi un centre de formation, que je précise gratuit. La spécificité du CEM, c'est l'emploi des cas sociaux, des handicapés, des femmes seules en difficultés.

### **Bonjour Madame, merci de nous présenter le groupe Kimony ? Quel est le sens du nom « Kimony » ?**

Kimony est un village à 8 kilomètres de Morondava, là où le premier hôtel du groupe a été implanté. Le groupe Kimony est un ensemble hôtelier dans la région du Menabe, avec deux hôtels implantés à Antsirabe, car nous considérons Antsirabe comme le portail du Menabe. Ces hôtels sont Menabel et Bira Hôtel. Puis il y a un hôtel dans le district de Miandrivazo, à 26 kilomètres exactement de la ville de Miandrivazo dans un village appelé Masiakampy : « Eden de La Tsiribihina. »

### **Pourquoi cette implantation à Miandrivazo ?**

Parce qu'il y a le fleuve Tsiribihina, l'un des plus longs fleuves de Madagascar, sur lequel une petite croisière et des bivouacs sont organisés pour les touristes. Notre hôtel, « Eden de La Tsiribihina » se trouve à 5mn de voiture de l'embarcadère. Le groupe Kimony organise ces mini-croisières qui se terminent à Belo-sur-Tsiribihina.

### **Ensuite, vous avez indiqué plusieurs hôtels !**

Une fois arrivé à Belo-sur-Tsiribihina, vous avez deux possibilités : soit vers le nord pour aller aux Tsingy de Bemaraha, à Bekopaka où nous avons

### **Quelle serait la dernière étape, Belo sur mer ?**

Auparavant, nous avons un autre hôtel, à Morondava, « le Laguna Beach », qui est vraiment les pieds dans l'eau. Ensuite, nous allons effectivement vers le sud du Menabe, au « Belo Beach Hôtel » qui se trouve à Belo sur mer.

### **Donc, le groupe Kimony rassemble les activités d'hôtellerie, de restauration et de tour opérateur.**

Oui, tout à fait. Notre tour opérateur « Omee Voyage » est à Antananarivo, il organise vos séjours.

### **Quelle est la provenance de votre clientèle ?**

### **Quelles sont les périodes d'affluence et les périodes creuses ?**

Jusqu'à présent, la majorité de notre clientèle est internationale, mais notre objectif, en participant à ce salon, est de développer le tourisme local. J'en profite pour dire que nous offrons 50% de réduction pour les nationaux. Concernant la fréquentation, la saison touristique commence à partir de mai, avec une haute saison de mi-juin jusqu'à octobre et une basse saison à partir de novembre jusqu'à mi-avril.

### **Relais du kirindy**



### **Quel est « votre point fort » ? La spécialisation sur une région, le Menabe?**

Oui, car chaque site a sa spécificité. Par exemple, à Bekopaka, on a les Tsingy, à Kirindy, on a Kirindy Forest, à Belo-sur-mer le Kirindy Mitea et les chantiers de Botry... Autre qualité, le personnel de nos hôtels connaît les lieux et peut conseiller utilement les touristes. En même temps, le fait d'être un groupe facilite le circuit des touristes et la clientèle qui séjourne dans deux ou plus de nos hôtels bénéficie de réduction sur le tarif d'hébergement.

### **Deux questions complémentaires sur la déforestation et la sécurité ?**

Comme on est dans l'écotourisme, le reboisement est parmi nos préoccupations et activités principales. Prenons comme exemple, l'hôtel Kimony et l'hôtel Relais du Kirindy. Auparavant, c'était désert, mais en quelques années l'écosystème a été refait. Autre exemple, à Kimony Ressort, nous avons une réserve avec plusieurs variétés de faune et de flore dont des lémuriers qui s'y promènent en liberté. On y trouve aussi des reptiles, plusieurs sortes de papillons et plusieurs espèces d'insectes.

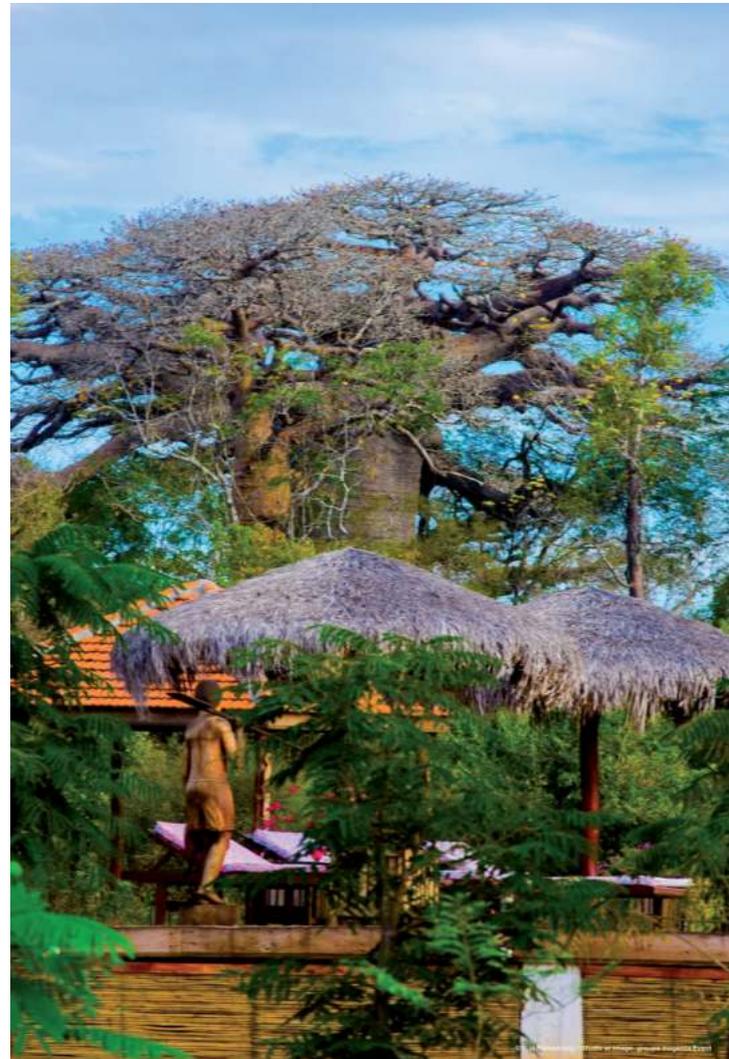
### **Un dernier mot.**

J'invite particulièrement les malgaches et les résidents à Madagascar à visiter la région du Menabe parce qu'il y a vraiment beaucoup à voir. Voyager, c'est un moyen d'éduquer nos enfants pour élargir leurs connaissances. Alors, réservez vos séjours chez nous

### **Merci à vous**

**JDC**

### **Relais du kirindy**



# Un **MAGAZINE VIP** pour des **PUB VIP**

Billet des  
**BE**  
Entreprises

— LE PREMIER MAGAZINE NUMÉRIQUE GRATUIT DE MADAGASCAR



**Le billet des entreprises est un magazine numérique spécialisé en économie avec un volet citoyenneté.**



**Il est diffusé auprès des décideurs et des responsables de la société civile et des entreprises à Madagascar.**



**Il est gratuit et ouvert aux annonceurs.**

*Si vous voulez faire partie des destinataires de ce magazine,  
il suffit de faire la demande à notre adresse mail et page Facebook*



+261 34 02 283 36



billetdesentreprises.fdm@gmail.com



billetdesentreprises.mg



BP 203, Tananarive 101



**SCANNER-MOI**

# INFO PRATIQUE

## LA VOITURE « ANTI-ALCOOL »

### La voiture « anti-alcool » va-t-elle bientôt débarquer chez nous ?

Un système qui empêcherait la voiture de démarrer si le conducteur est sous influence de l'alcool, ça existe déjà. On l'appelle Alcoolock ou éthylotest anti-démarrage et dans certains pays, la Belgique par exemple, la justice peut décider d'en installer un dans le véhicule d'un récidiviste. Plus moyen pour lui de démarrer la voiture si le système détecte de l'alcool dans son souffle.

L'idée de rendre le dispositif obligatoire dans toutes les voitures neuves est dans l'air depuis longtemps en Europe, mais les réticences sont encore trop nombreuses et donc le dossier reste en suspend. Mais vu le nombre d'accidents provoqués par l'alcool au volant chaque année, la question fait débat.

La NHTSA, l'administration américaine de la sécurité routière, a en effet annoncé commencer les démarches visant à atteindre cette obligation, une démarche qui se comprend dans un pays où l'alcool au volant est responsable de plus de 13.000 morts chaque année. Quelques jours plus tard, Mary Bara, la PDG de Général Motors, a été interrogée sur le sujet alors qu'elle participait à la réunion d'un Club économique. « Nous travaillons là-dessus avec le législateur », a-t-elle répondu. « Nous avons la technologie pour le faire. Je pense que ça va vraiment arriver, et que ce sera bon pour tout le monde ». Voilà de quoi s'attendre à de nouvelles fonctionnalités dans nos véhicules. Comment le système fonctionnera-t-il exactement ? Comment évitera-t-on qu'il soit contourné ? Tout cela reste à voir. Et si les USA franchissent le pas, il faudra s'attendre à voir l'Europe suivre le mouvement.



**BOIRE OU CONDUIRE,  
IL FAUT CHOISIR.**

La consommation d'alcool modérée sert  
à la sécurité de tous.

UN MESSAGE AMICAL PENDANT LE MOIS  
DE LA SENSIBILISATION À L'ALCOOL.

Visitez [www.alcoolmentesuper.fr](http://www.alcoolmentesuper.fr)

# DIRICKX

# GUARD

REVOLUTIONNAIRE

*En cas d'urgence,  
pour votre sécurité*

CHEZ VOUS  
JOURS  
et NUITS

**PACK  
URGENCE**

**50.000 Ar  
par mois**



**SITE SECURISE  
par**

**DIRICKX GUARD**

[www.dirickx.mg](http://www.dirickx.mg)

**URGENCES** 062 26 308 90  
020 97 302 12

**Commercial** 032 11 545 84



***Interventions illimitées***

Contact : 032 11 545 84 / [www.dirickx.mg](http://www.dirickx.mg)

# DIRICKX

# GUARD

REVOLUTIONNAIRE

*En cas d'urgence,  
pour votre sécurité*

CHEZ VOUS  
JOURS  
et NUITS

**PACK  
URGENCE**

**50.000 Ar  
par mois**



**SITE SECURISE  
par**

**DIRICKX GUARD**

[www.dirickx.mg](http://www.dirickx.mg)

**URGENCES** 062 26 308 90  
020 97 302 12

**Commercial** 032 11 545 84



***Interventions illimitées***

Contact : 032 11 545 84 / [www.dirickx.mg](http://www.dirickx.mg)

Interview de Monsieur Raphaël Jakoba Fondateur et Président de l'association AVANA



## CENTRE SCOLAIRE ET EDUCATIF « AVANA »

### **Que signifie Avana ? Pourquoi ce nom ?**

C'est un arc-en-ciel. Cela signifie que nous accueillons tous les élèves sans discrimination, à l'instar de la « nation arc-en-ciel » en Afrique du Sud. C'est notre leitmotiv depuis le début. La plupart des enfants ont beaucoup souffert dans les écoles conventionnelles. Ils ont été rejetés, moqués, désignés comme anormaux. Ici, ils doivent se sentir normaux, avec des amis normaux et sans aucune distinction. Nous avons commencé en 2021 et nous en sommes maintenant à la quatrième année scolaire.

### **Combien d'enfants accueillez-vous ? Quels sont vos critères d'entrée ?**

Actuellement, nous avons 36 élèves. Nous ne recevons pas tous les enfants qui se présentent : il y a une question d'âge, d'hygiène et une certaine autonomie. Nous accueillons plutôt des adolescents, donc à partir de 12 ans. Cela peut aller jusqu'à 20 ou 25 ans.

### **Comment êtes-vous organisés pour accueillir les enfants avec une approche pédagogique particulière ?**

D'abord, nous avons réparti les élèves en 6 groupes de 7 élèves maximum, selon leurs diffi-

cultés et leurs capacités. Ce n'est pas l'âge qui est le plus important, ce sont les capacités de l'enfant. Ensuite, nous essayons d'adapter le programme à leurs difficultés personnelles. Nous n'avons pas de méthode fixe : nous cherchons la voie la plus adaptée pour faciliter leur apprentissage. Notre souci est un enseignement adapté à l'adolescent.

### **Parviennent-ils à lire et à écrire ?**

Oui, mais il y a encore des élèves qui ont du mal à écrire, à parler, à communiquer. C'est pour cela que nous les accompagnons dans leur apprentissage. Chaque semaine, il est obligatoire de faire ces 7 points cardinaux ci-après : dictée, lecture, rédaction, synthèse, multiplication, division. A force de répétitions, des acquis resteront. Chaque semaine aussi nous répétons 2 mots clés : Ici c'est l'amour ! Ici pas de différence ! Lorsque certains élèves n'arrivent pas à écrire mais utilisent leurs yeux pour enregistrer, nous cherchons des méthodes plus visuelles. Nous avons une équipe d'éducateurs spécialisés.



### **Quelle est votre distinction par rapport aux « Orchidées Blanches » ?**

C'est très différent, car le centre « Les Orchidées Blanches » accueille des enfants présen-

tant des troubles mentaux spécifiques. Ici, ce sont des enfants atteints de troubles mentaux ou psychologiques plutôt légers en général.

**Donc, vous avez en quelque sorte une sélection ?**

Oui. Quand on voit qu'un adolescent est très violent — cela s'est déjà produit — qu'il frappe d'autres adolescents ou les enseignants, qu'il crie, perturbe l'environnement, et qu'il ne se contrôle pas du tout, nous sommes contraints de le refuser. Les critères de refus sont : la violence, l'hygiène, les difficultés insurmontables d'apprendre.



**Comment traitez-vous les demandes ?**

Nous avons un comité. Nous étudions le dossier médical pour comprendre ce qui s'est passé. Puis nous écoutons les parents, nous écoutons l'enfant, et ensuite nous décidons si nous pouvons l'accueillir. Les critères sont basés sur le niveau d'agressivité, la violence, l'hygiène, et la sociabilité du jeune. Notre infrastructure n'est pas adaptée aux enfants turbulents ou agités. Nous employons une psychologue, neuf éduca-

teurs, et un médecin référent. Chaque année, nous recevons de nouveaux enfants. Nous avons atteint notre capacité maximale avec 36 jeunes.

**Comment voyez-vous l'avenir d'Avana ?**

L'avenir d'Avana, en quelques mots, c'est qu'il nous faut trouver un nouveau lieu d'accueil d'ici septembre 2025. Nous avons beaucoup investi dans la maison actuelle, qui n'était pas vraiment adaptée à notre activité. Mais nous ne pouvons pas y rester. Notre objectif est d'avoir une structure permettant d'accueillir 50 jeunes dans les deux ou trois années à venir.

**Quel est le coût pour les familles ?**

Pendant quatre ans, j'ai toujours insisté pour que cela reste abordable pour toutes les familles malgaches : environ 300 000 Ar par mois, auxquels s'ajoutent le transport scolaire et la cantine.

**Coordonnées :**

Téléphone : +261 38 23 043 06

JDC



**RUBiA**  
LUBRIFIANTS

Pour une efficacité  
maximale, approuvée  
par les constructeurs



Découvrez Rubia TIR dotée de la technologie Pro-Efficient, réduisant jusqu'à 81 % l'usure mécanique de votre moteur pour lui offrir des performances et une protection optimales. Approuvée par les constructeurs de poids lourds du monde entier, Rubia TIR est le partenaire idéal pour votre véhicule.



**TotalEnergies**



L'énergie est notre avenir, économisons-la!

\* Comparé aux limites industrielles de l'ACEA E4 (Test OM 646LA - Usure de la came côté échappement)

# RENCONTRE AVEC

## ORANGE DIGITAL CENTER

### Interview de Monsieur Rija Rahajarizafy, Manager Général



**Bonjour, je suis actuellement à l'Orange Digital Center (ODC). Merci d'avoir accepté cet interview. Pouvez-vous vous présenter ?**

Rija Rahajarizafy : Bonjour, je suis Rija Rahajarizafy, Manager à l'Orange Digital Center.

**Quel est le lien entre ODC et Orange ?**

Orange est une entreprise bien connue. L'Orange Digital Center s'inscrit dans un vaste programme RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) du groupe Orange. Le tout premier ODC a été lancé en 2010 en Tunisie. Aujourd'hui, il en existe 25 dans le monde, et nous célébrons cette année les 15 ans des ODC. À Madagascar, l'ODC a ouvert ses portes en 2021. Cela fait donc quatre ans qu'il est actif ici.

**La politique RSE est-elle une obligation pour les entreprises ?**

À Madagascar, ce n'est pas une obligation légale, contrairement à la France où la RSE est encadrée. Ici, elle est fortement encouragée. Et en tant que multinationale, Orange applique les normes internationales.

**Pouvez-vous nous décrire le lieu où nous nous trouvons ?**

Nous sommes à la gare de Soarano, une ancienne gare ferroviaire avec ses trains et wagons. Auparavant, nous étions situés dans la tour Redland à

Ankorondrano, le siège d'Orange. Mais face à la demande croissante et au manque d'espace, nous avons cherché un lieu plus adapté pour accueillir davantage de jeunes. Ce nouvel emplacement, en plein centre-ville, nous permet de doubler, voire tripler le nombre de participants.

**Quelle est la mission de l'ODC ? À quel public vous adressez-vous ?**

Notre mission est de favoriser l'inclusion numérique des jeunes, en améliorant leur employabilité. L'objectif est de les accompagner vers l'emploi ou l'entrepreneuriat, notamment par la création de start-ups.

**Donc vous êtes un incubateur, mais aussi un centre de formation dans le domaine du digital ?**

Exactement. L'ODC est un dispositif complet. En plus d'être un incubateur, nous proposons des formations numériques, un atelier de fabrication (FabLab) pour le prototypage, ainsi que des conférences et des ateliers. Notre grand hall peut accueillir environ 200 personnes. Nous favorisons aussi le réseautage avec des entreprises, des institutions, des groupements, des banques ou encore des structures de microfinance.



**Si une start-up œuvre dans l'artisanat, un domaine pas directement lié au digital, est-ce qu'elle peut être accompagnée ?**

Nous privilégions les start-ups intégrant une dimension numérique, même partielle.

Par exemple, une start-up incubée ici et lauréate du défi POESAM, œuvre dans la culture et la vente de café. Elle utilise une application pour gérer les commandes, le suivi interne (back-end) et l'interaction client (front-end). C'est cette composante digitale qui motive notre accompagnement.

**Les services que vous proposez sont-ils gratuits ?**

Oui, tous nos services sont entièrement gratuits. Comme évoqué, cela relève d'un programme RSE du groupe Orange, proposé gratuitement à tous.

**Cela signifie-t-il que c'est Orange qui finance l'ensemble ?**

Le financement repose sur un modèle mixte. Orange soutient le projet, mais nous travaillons aussi avec des partenaires et des bailleurs externes. Il est essentiel de diversifier nos sources pour garantir une certaine autonomie.



**Pouvez-vous expliquer les quatre piliers présentés dans votre brochure ?**

Ces quatre piliers sont à la base du modèle ODC, établi dès 2010 en Tunisie :

**1. L'École du Code** : elle propose des formations aux compétences numériques. Au-delà du codage, nous abordons le marketing digital, la création de sites web, le design graphique, les outils bureautiques, et l'informatique de base. Une part importante est aussi consacrée aux soft skills. Les jeunes peuvent également apprendre via la plateforme en ligne « Coursera ».

**2. Le FabLab Solidaire** : il s'agit d'un atelier équipé de machines numériques (imprimantes 3D, fraiseuses, découpeuses laser). Les jeunes y conçoivent des prototypes en lien avec leurs projets.

**3. Orange Fab** : notre incubateur/accélérateur de start-ups. Il propose du mentorat, du coaching et des formations pour structurer les projets. Après six à neuf mois d'accompagnement, les start-ups peuvent entrer sur le marché dans de meilleures conditions.

**4. Orange Ventures** : un fonds d'investissement géré par ODC International. Il soutient les start-ups à fort potentiel. À Madagascar, Sayna en a bénéficié. C'est une plateforme de formation et de micro-tâches aujourd'hui présente à Madagascar, en Afrique et en Europe.

Au-delà de ces piliers, nous organisons aussi du réseautage, des conférences, des masterclasses et nous facilitons la mise en relation avec l'écosystème numérique malgache.

**En ce qui concerne l'encadrement, vous avez des équipes permanentes et d'autres intervenants externes ?**

Oui. Nous sommes une dizaine de personnes à plein temps à ODC Madagascar, qui s'occupe du pilotage, gestion, organisation, ... mais aussi, ce personnel qualifié forme les jeunes suivant les modules, les capacités et les disponibilités de chacun. Toutefois, nous faisons également appel à des formateurs externes, ainsi qu'avec des structures partenaires pour accompagner les jeunes.

**Coordonnées :**

rija.rahajarizafy@orange.com  
032 07 002 45  
032 07 000 74

**Merci pour cet échange.**

JDC



# OUVERTURE



# DU DOSSIER



# L'électricité, Quand vous en avez besoin. Toujours

**Solutions solaires  
& Anti-délestage**



**Home  
Power**



homepower.mg  
038 81 727 01

## Interview de Madame Koloina Ranaivo, Directrice Générale Adjointe de Madavision



### ***Vous organisez principalement des salons ?***

Cette année 2025, Madavision reprend les 4 grands salons d'AZOVATO.

- La FIM : Foire Internationale de Madagascar
- La FIA : Foire Internationale de l'Agriculture, de l'Élevage et la Pêche
- Le SIH : Salon International de l'Habitat
- Le SITLM: Salon International du Transport, de la Logistique et de la Manutention.

Tous nos événements auront lieu au CCI-IVATO. Cela permet de disposer d'une surface de 22.000 m<sup>2</sup> d'exposition, en intérieur et en extérieur rassemblés, et plus de 1.000 places de parkings disponibles pour nos visiteurs.

### ***Est-ce qu'il y a des nouveautés par rapport aux salons précédents à Tanjombato ?***

Oui, plusieurs nouveautés ont marqué nos salons récents. Pour la FIM, le changement de lieu a apporté un nouvel élan, avec une forte progression du nombre d'exposants : plus de 300 exposants répartis sur 420 stands. Nous avons également proposé un programme riche en conférences à succès et en ateliers interactifs, qui ont ravivé l'envie des exposants de se connecter, d'échanger et de collaborer entre eux.

Pour notre prochain salon, nous allons encore plus loin en réunissant deux événements majeurs : la Foire Internationale de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche (FIA) et le Festival International de la Gastronomie (FIG), pour offrir une expérience encore plus complète et inspirante.

Et pour le Salon de l'Habitat en octobre, nous introduisons une nouveauté très attendue : le Salon Déstockage Pro, un espace dédié aux bonnes affaires et aux offres exclusives, pour attirer un public encore plus large et dynamique.

### ***Quels sont les autres changements notables dans l'organisation et la présentation ?***

Dans l'organisation, pour la première fois à Madavision, nous avons digitalisé les procédures, c'est-à-dire que toutes les inscriptions se font via notre site web. C'est via notre site web que les exposants ont accès à leurs badges, à leurs invitations, aux plans de masse et autres documentations et informations. Autre innovation, une allée spécialement pour rassembler les start-up, afin de mettre en avant les jeunes qui veulent rentrer dans l'entrepreneuriat et se faire connaître.

Nous essayons ainsi de montrer des sociétés de tailles différentes, car nous avons l'ambition que nos événements tirent ces petites et moyennes sociétés vers le haut, grâce à l'aide des grandes entreprises présentes.

### ***Est-ce que vous avez pu évaluer le nombre de visiteurs ? Par rapport aux salons habituels, comment situez-vous cette fréquentation ?***

La fréquentation de la FIM a été tout à fait satisfaisante et dans la continuité de nos précédentes éditions. Le nouveau lieu, plus vaste et aéré, a pu donner l'impression d'un espace plus fluide, mais cela a justement permis une meilleure circulation et un confort de visite apprécié tant par les exposants que par le public. L'intérêt et l'engagement des visiteurs sont restés très soutenus tout au long des quatre jours, confirmant la place centrale de la FIM dans le paysage économique et événementiel.

Pour les prochains salons, nous avons fait le choix de jumeler certains événements – comme la FIA avec le Festival de la Gastronomie, ou le Salon de l'Habitat avec le Déstockage Pro – dans une logique de synergie. Ce format combiné permet non seulement d'enrichir l'expérience du visiteur, mais aussi de mutualiser les flux de public et d'augmenter la visibilité de chaque exposant. L'objectif est simple : créer un environnement dynamique, attractif et profitable pour tous les participants.

### ***Globalement, Madavision est-elle satisfaite de cette première ?***

Dans l'ensemble, nous sommes très satisfaits de cette première édition dans le nouveau lieu. C'est une base solide sur laquelle nous allons construire. Bien sûr, chaque salon est une opportunité d'amélioration, et nous restons pleinement à l'écoute des besoins des exposants et des visiteurs afin d'offrir une expérience toujours plus qualitative et fluide lors des prochaines éditions.

### ***Le prochain rendez-vous ?***

Ce sera du 4 au 7 septembre, au CCI-IVATO, pour la 7ème édition de la FIA, jumelée pour la première fois avec le Festival International de la Gastronomie de Madagascar.

JDC



Interview de Monsieur LALASON, Directeur de Maison ARENAH



**FIM 2025 – Bonjour, pouvez-vous vous présenter ?**

Bonjour, je suis Monsieur Lalason, de la maison ARENAH. Arenah, c'est le diminutif des prénoms de mes deux fils. L'esprit de ce nom, c'est de mettre en avant le travail d'équipe, la collaboration.

**Quelle est l'activité de la Maison ARENAH ?**

Pour la FIM 2025, nous avons voulu valoriser nos solutions d'aménagement extérieur, aussi bien pour les particuliers – autour d'une piscine, par exemple – que pour les professionnels ou exposants, comme ici à la FIM. Nous proposons des chapiteaux, des espaces aménagés, qui permettent à une entreprise de mettre en valeur sa présence et de partager un espace convivial.

**Vous réalisez des aménagements à partir de poutrelles ou de tubes métalliques, en fonction des demandes ?**

Oui. Techniquement, les structures métalliques sont plus adaptées pour des montages rapides que le bois. Donc, nous utilisons principalement le métal, mais nous nous adaptons à chaque projet : ce n'est pas exclusivement métallique, cela peut inclure d'autres matériaux selon les besoins et souhaits du client.

**Vous proposez donc du sur-mesure, et non des produits standards ?**

Nous avons une base de produits standards, comme les chapiteaux 3x3 que nous fabriquons nous-mêmes. Mais dès qu'un client souhaite se démarquer, nous passons au sur-mesure. C'est un peu comme dans la haute couture : nous créons des constructions uniques, adaptées à chaque projet.



**Parlez-nous un peu de l'histoire de votre entreprise.**

L'entreprise a été fondée en 1998. La dénomination "Maison ARENAH" date d'une dizaine d'années. Nous avons deux types de collaborateurs : des salariés permanents – administratifs,

commerciaux, techniciens – et nous travaillons également avec de nombreux artisans. Par exemple, pour le travail du rotin ou le macramé, qui demande un savoir-faire particulier, nous faisons appel à des experts.

***C'est votre première participation à la FIM en tant qu'exposant ? Qu'est-ce qui vous a motivé ?***

Nous avons toujours travaillé pour la FIM, mais en tant que prestataires pour les stands de nos clients. C'est notre première fois en tant qu'exposants. Nous voulions montrer notre savoir-faire autrement, au-delà des seules demandes clients. L'idée, c'était de créer un stand original qui reflète notre créativité et notre expertise.

***Ce secteur est-il très concurrentiel ?***

Oui, il y a beaucoup d'acteurs. Le principal défi vient des produits importés de Chine, très compétitifs en termes de prix. Beaucoup les importent pour les louer ensuite. Mais il reste un vrai créneau professionnel, notamment lorsque les clients cherchent des structures solides, durables et performantes. Pour ces besoins spécifiques, ils font appel à nous.

***Merci pour cet échange vos coordonnées s'il vous plaît :***

maisonarenah@yahoo.fr

032 28 856 42

032 02 624 88

033 15 205 88

034 13 800 88

**JDC**



**Interview de Madame Sero Mirana RAKOTONDRANAHY,  
chargée programme entrepreneuriat et appui communication**



***Merci de vous présenter et de nous parler de votre activité.***

Je m'appelle Mirana et je suis chargée du programme entrepreneuriat au sein de l'ISSOF (ISCAM Solutions Formation), une entité rattachée à l'ISCAM. L'ISSOF fait partie du groupe Génériss, qui regroupe plusieurs entités, dont l'ISCAM, la plus connue.

***Les autres entités sont-elles des structures satellites autour de l'ISCAM ?***

Oui, par exemple, il y a la SARY, spécialisée dans la communication et la production audiovisuelle ; COMPTABILIS, qui propose des services de consultance en comptabilité ; BATIS, qui intervient dans le secteur immobilier, et d'autres encore. Tout est parti de l'ISCAM BUSINESS SKOOL (IBS), puis plusieurs activités complémentaires se sont développées autour, ce qui forme le Groupe GENERISS.

***Quel est votre rôle exactement ?***

Je suis chargée du développement du programme entrepreneuriat de l'ISSOF. Cela signifie que je conçois et mets en œuvre des programmes d'appui à l'entrepreneuriat : formations, coachings, mentorats, etc. Nous ne travaillons pas directement avec les entrepreneurs, mais en partenariat avec des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat (SAE) ou des incubateurs. Ce sont ces structures qui nous sollicitent pour former, coacher ou mettre

en relation leurs bénéficiaires avec des mentors.

***Combien de jeunes entrepreneurs accompagnez-vous actuellement ?***

Nous accompagnons actuellement une quinzaine de startups à travers une structure d'accompagnement partenaire, avec un appui personnalisé selon les besoins de chaque porteur de projet. À la demande du bailleur, les formations sont délivrées entièrement en ligne, sur des thématiques ciblées telles que l'idéation, le go-to-market, ou encore la création d'entreprise. Cet accompagnement est complété par des séances de coaching individualisé visant à renforcer l'appropriation des compétences et leur mise en application concrète.

Cette prestation illustre parfaitement notre capacité à proposer des *offres clé en main à destination des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat*, qu'il s'agisse de programmes de formation, de coaching ou de suivi individualisé, dans des formats adaptés (présentiel, distanciel ou hybride).



***Comment sont sélectionnées ces startups ?***

Nous ne procédons pas nous-mêmes à la sélection. Celle-ci est faite par les structures

d'incubation partenaires. Concrètement, un appel à projets est lancé, les incubateurs sélectionnent les candidats, et nous intervenons ensuite auprès des entrepreneurs retenus.



### **Quels sont vos principaux partenaires incubateurs ?**

Nous avons collaboré avec Orange Digital Center, participé au programme d'entrepreneuriat du SCAC en partenariat avec l'AFD, et également travaillé avec Accès Banque sur le programme Harivola, dédié à l'intelligence financière.

### **Les formations sont-elles payantes pour les startupers ?**

Non, elles sont entièrement prises en charge. Les bénéficiaires sont incubés dans des structures qui financent les formations, ce qui leur permet d'en profiter gratuitement.

### **L'ISSOF est donc rémunérée par les bailleurs de fonds ? Et combien êtes-vous dans l'équipe à travailler sur ces programmes ?**

Oui, nous sommes rémunérés par les bailleurs.

Ce sont des projets d'envergure : par exemple, le programme actuel s'étale sur neuf mois. Toute l'équipe de l'ISSOF est mobilisée, soit six personnes, pour le suivi, le développement et la mise en œuvre du programme.

### **L'ISSOF lance-t-il un nouveau programme chaque année ?**

Notre offre clé en main est actuellement en phase de déploiement. Dans cette perspective, nous sommes pleinement ouverts à des collaborations avec d'autres structures d'accompagnement souhaitant intégrer ou adapter ce type de solution. Nous menons une prospection active afin de dupliquer ce modèle, l'implémenter dans différents territoires, et renforcer notre visibilité au sein de l'écosystème entrepreneurial.

Merci à vous.

### **Coordonnées :**

Téléphone : +261 34 70 069 40

**JDC**



## Interview de Monsieur Dipen Asok, Responsable commercial



### **Bonjour, pouvez-vous vous présenter ainsi que votre entreprise ?**

Je suis Dipen Asok, Responsable commercial de Madapet. Nous sommes une entreprise spécialisée dans la fabrication de contenants en PET (polyéthylène téréphtalate), principalement destinés à l'industrie alimentaire et pharmaceutique. Nous disposons de certifications internationales ISO pour l'environnement et la qualité de nos produits. L'entreprise a été créée il y a 12 mois, nous sommes donc encore récents sur le marché.

### **Où sont fabriqués vos produits ?**

Nos produits sont fabriqués localement, ici à Madagascar, dans nos propres usines. Nous produisons différents types de contenants en plastique : bouteilles de toutes tailles et formes, bocaux, flacons, etc.

### **Avez-vous déjà participé à une foire ? Quelle est la raison de votre présence à la FIM 2025 ?**

C'est notre deuxième participation à une foire. La première a eu lieu à Mahamasina. En revanche, c'est notre première fois à la FIM. Nous espérons obtenir des retours constructifs de la part des visiteurs, notamment les fabricants d'huiles essentielles, de miel artisanal et bien d'autres professionnels intéressés par nos produits.

### **Quelles sont les difficultés que vous rencontrez ?**

Jusqu'à présent, nous ne rencontrons pas de

difficultés majeures, hormis les coupures d'électricité qui perturbent parfois notre production.

### **Quels sont vos tarifs ? Parvenez-vous à générer un bon chiffre d'affaires ?**

Nos prix varient selon les produits, les quantités demandées, ainsi que le type de fabrication. Nous proposons principalement des productions personnalisées sur commande, avec une quantité minimale définie par contrat. Madapet connaît une croissance progressive.

### **Où peut-on vous trouver ?**

À Antananarivo, nous sommes présents à Isotry, Isoraka, Anosibe. Nous avons également des points de présence en province : à Tamatave, Fianarantsoa, Antsirabe et Majunga.

### **Comment peut-on vous contacter ?**

- E-mail : [info@madapet.co](mailto:info@madapet.co)
- Téléphones : +261 33 10 300 10 / +261 34 45 382 85
- Site web : [www.madapet.co](http://www.madapet.co)
- Siège : Lot 086 B bis, Ambohibao Talatamaty, Antananarivo

**Freddy FONGANG**



## Interview de Monsieur Philippe-Jean Arnou Coach en développement personnel



**Nous sommes à la FIM 2025. Merci de vous présenter.**

Bonjour, je suis Philippe-Jean Arnou, coach en développement personnel chez PJ Coaching.

**Pourquoi voit-on « Maxwell Leadership » sur votre présentation ?**

Parce que j'ai été certifié coach par l'université de John Maxwell. C'est une formation en ligne, qui se conclut par un événement en présentiel, soit à Orlando, soit en France.

**Concrètement, comment intervenez-vous ? En quoi consiste le coaching comportemental ? Qui fait appel à vous ?**

J'ai envie de dire : toute personne qui souhaite mieux se connaître. Cela peut être des particuliers, mais aussi des entreprises qui nous sollicitent pour des bilans de compétences ou pour mieux comprendre la motivation de leurs collaborateurs, notamment grâce à un outil que nous utilisons appelé le test DISC.

Les situations sont très variées : personnes en reconversion, en difficulté, en sortie de burn-out... Ce n'est pas une démarche thérapeutique. Lorsque nous identifions un besoin qui relève davantage d'un suivi psychologique, nous réorientons vers des professionnels qualifiés.

Notre rôle est d'agir comme des catalyseurs : nous renvoyons la personne à elle-même, car nous partons du principe que chacun détient ses propres réponses, mais ne sait pas toujours comment y accéder. Le coaching repose sur le questionnement, les prises de conscience, l'effet miroir... C'est un cheminement vers soi.

**Quel est le profil des personnes qui font appel à vous ?**

Aujourd'hui, ce sont principalement des cadres ou cadres supérieurs, souvent dans la quarantaine, avec une certaine expérience de la vie et des responsabilités importantes.

**Et pour quelles raisons viennent-ils ?**

Pour du coaching, bien sûr, mais aussi de plus en plus pour des bilans de compétences, une activité que nous avons lancée récemment. Ces bilans se composent de deux volets : d'une part, l'analyse des compétences techniques acquises au fil de la carrière, et d'autre part, une réflexion plus personnelle sur les valeurs, les aspirations et les envies profondes.

**Votre accompagnement porte-t-il davantage sur le plan professionnel ou personnel ?**

Les deux sont liés. Le professionnel reste souvent le point d'entrée, mais le travail touche inévitablement à l'humain. On aborde l'identité, les goûts, les croyances... Tout cela influence la posture professionnelle. Au fond, que l'on soit au travail ou à la maison, on reste la même personne.

**Quand avez-vous commencé cette activité ?**

Juste après le Covid. J'étais auparavant dans l'hôtellerie, un métier tourné vers les autres, où l'on prend soin des gens. Finalement, c'est une continuité. Mon intérêt pour la psychologie positive et les neurosciences m'a naturellement conduit vers le coaching : c'est une extension de mon parcours.

**Avez-vous complètement quitté l'hôtellerie ?**

Non, pas du tout. Je continue à accompagner l'ouverture d'hôtels et je me suis spécialisé dans l'hôtellerie durable. J'aide les établissements à mettre en place des démarches responsables. Pour moi, développement personnel et développement durable vont de pair : prendre soin de soi et de la planète, c'est une même logique.

**Un mot de la fin ?**

Prendre soin de la planète et prendre soin de soi : tout est lié. Merci.

**Coordonnées :**

[pj.arnou@pjcoaching.pro](mailto:pj.arnou@pjcoaching.pro) / 032 72 939 20

JDC



## Interview de Madame Vanessa Montanari, Dirigeante



### **Nous sommes à la FIM 2025 en compagnie de Zinga Pharma. Pouvez-vous vous présenter ?**

Bonjour, je suis Vanessa Montanari, dirigeante de Zinga Pharma, un laboratoire spécialisé dans les compléments alimentaires et les médicaments à base de plantes médicinales.

### **D'où vient le nom Zinga Pharma ?**

Zinga Pharma tire son nom de la reine Nzinga, une souveraine africaine du XVI<sup>e</sup> siècle ayant régné sur l'ancienne Angola. En réalisant mon arbre généalogique, j'ai découvert ce nom dans mes origines. C'était aussi celui de cette reine, et j'ai décidé de m'en inspirer pour baptiser mon laboratoire.

### **Vous parlez de médicaments à base de plantes. Que voulez-vous dire exactement ?**

Il s'agit de médicaments de phytothérapie. Il existe plusieurs types de médicaments : ceux issus de la chimie moderne, et ceux d'origine naturelle, notamment les phytothérapiques, élaborés à partir de plantes. Chez Zinga Pharma, nous nous concentrons sur ces derniers, en utilisant les plantes sous forme de compléments alimentaires pour améliorer la santé de manière naturelle.

### **Utilisez-vous uniquement des plantes de Madagascar ?**

C'est notre objectif principal. Nous travaillons principalement avec des plantes originaires de Madagascar, mais aussi avec des espèces présentes en Afrique et dans les Caraïbes.

### **Quand avez-vous lancé votre activité ?**

L'entreprise a été créée il y a un an. Le domaine des compléments alimentaires et de la pharmacie est très réglementé, nous avons donc pris le temps nécessaire pour structurer l'ensemble. Aujourd'hui, nous sommes heureux de participer à la FIM.

### **Qu'est-ce qui vous distingue des autres acteurs du marché ?**

Nos produits sont très différents de ceux que vous pouvez trouver, par exemple, chez Homeopharma. À la base, je suis également à la tête d'une société de recherche clinique qui travaille avec des laboratoires pharmaceutiques. Biologiste de formation, j'ai souhaité créer un laboratoire dédié aux compléments et aux médicaments à base de plantes. Mon équipe est composée de médecins qui m'accompagnent dans la sélection des plantes ayant une efficacité reconnue à l'international.

### **Combien de produits proposez-vous actuellement ?**

Nous avons actuellement développé quatre compléments alimentaires. Pour l'instant, nous ne proposons pas encore de médicaments, mais c'est une étape prévue dans le développement de notre startup.

### **Quel est le prix de vos produits ?**

Ils sont vendus autour de 20 000 Ar la boîte, disponibles en pharmacie et prochainement sur notre site web.

### **Coordonnées :**

vmontanari@zingapharma.com / 038 17 577 59

JDC



## Interview de Monsieur Rico, Fondateur de l'agence Bienfe



**Nous sommes à la FIM 2025, au stand numéro 133. Pouvez-vous vous présenter, s'il vous plaît ?**

Bonjour, je m'appelle Rico et je suis le Fondateur de Bienfe Agency. Ce nom signifie « les actions bien faites », car nous réalisons nos activités à la perfection.

**Quand avez-vous lancé votre agence ?**

Je travaille dans le domaine de la digitalisation depuis six ans, notamment dans les sites web et les applications mobiles. J'ai officiellement lancé l'agence Bienfe il y a trois ans, plus précisément en décembre 2022, sous forme de société.

**Combien d'employés comptez-vous ?**

Nous sommes environ une quarantaine actuellement. Cette croissance a été rapide car, grâce à mes années d'expériences, j'avais déjà un large portefeuille de clients. À l'époque du lancement, j'avais environ 60 clients. Nous avons commencé avec 5 employés en 2022 et sommes passés à une quarantaine cette année.

**Quels services proposez-vous ?**

Nous sommes une agence spécialisée dans la digitalisation, avec un focus particulier sur le marketing digital. Nous aidons les entreprises à développer leur image et leur marque en ligne, notamment via les réseaux sociaux. La digitalisation, c'est l'automatisation des procédures au sein des entreprises. Par exemple, il y a 40 ans, les entreprises assuraient leur visibilité et leur communication via la gazette ou la télévision. Aujourd'hui, avec la digitalisation, cela passe par un site web et d'autres canaux en ligne, offrant une présence continue, accessible partout et à tout moment. Nous

proposons des outils performants et formons les employés à leur utilisation. Notre cœur de métier reste la création de sites web, le développement d'applications mobiles et le community management. Nous gérons les sites internet et la communication digitale des entreprises.

**Quelle est votre clientèle ?**

À Madagascar, nous comptons actuellement une centaine de clients. Nous travaillons également en offshore, notamment en externalisation avec des entreprises françaises, ce qui nous permet de servir environ 300 clients.

**C'est la première fois que vous participez à la FIM ?**

Oui, c'est notre première participation. Nous en sommes satisfaits car les visiteurs commencent à mieux nous connaître.

**Un dernier mot ?**

Pour les entreprises ou particuliers souhaitant collaborer avec nous, nous sommes là pour offrir professionnalisme et qualité de travail.

**Coordonnées :**

contact@bienfe.com / 034 92 511 04

JDC



## Interview de Madame Ravaka Tahirimihamina, Fondatrice



**Nous sommes à la FIM 2025. Merci de vous présenter.**

Bonjour, merci pour cette interview. Je m'appelle Ravaka Tahirimihamina, je suis éditrice et fondatrice des Éditions Karné.

**Vous avez dit "Éditions Karné". Pourquoi "Karné" ?**

Nous cherchions un nom pour notre premier magazine, un mot qui serait à la fois français et malgache. On a combiné la façon d'écrire "karine" en malgache avec "carnet" en français, ce qui a donné "Karné".

**Quel est votre choix éditorial ?**

Nous avons débuté avec des magazines destinés à la jeunesse. Notre ligne éditoriale est généralement tournée vers les jeunes, avec des albums et des magazines illustrés pour les enfants.

**Ce ne sont pas des documents importés que vous revendez ?**

Absolument pas. Nous avons fait le choix de créer et de conceptualiser nos publications à Madagascar. Des sujets comme le délestage ou les coupures de courant, on ne les trouvera jamais dans un magazine étranger. Nous mettons en avant des aspects de la culture malgache, que ce soit la monnaie, les traditions ou nos origines, parce que nous souhaitons que les enfants se reconnaissent dans leur environnement.

**Quels types d'ouvrages ou de cahiers éditez-vous ?**

Nous avons des albums illustrés, écrits et illustrés par des Malgaches. Nous proposons aussi un magazine documentaire qui explore différents aspects de la culture malgache.

**Donc ce sont de petits textes destinés aux élèves du primaire ? Est-ce un choix délibéré ou envisagez-vous d'élargir votre gamme ?**

Oui, nous visons principalement l'école primaire et le début du collège. C'était plus facile pour nous de commencer par les 8-14 ans, un âge que nous connaissions bien dans l'équipe. Mais nous nous diversifions progressivement, notamment vers les 4-7 ans. Notre ambition est aussi, à terme, de proposer des ouvrages pour les adultes. Nous avons déjà publié nos premiers romans pour adultes, ainsi que nos premiers romans pour adolescents.

**Les documents exposés ressemblent à des cahiers de vacances. Quel est le prix moyen ? Et comment diffusez-vous votre production ?**

Les magazines sont vendus à 16 000 Ar. Les albums illustrés ont des prix variables, en fonction de la qualité du papier et du travail fourni. Nous distribuons nos publications dans les

magasins Leader Price et dans plusieurs librairies à Madagascar, principalement à Antananarivo, mais aussi dans quelques librairies en province, notamment à Majunga et Tamatave.

**Est-ce que cela intéresse les écoles ?**

Tout à fait. Nous travaillons avec certaines écoles qui utilisent nos livres comme supports pédagogiques pour les cours de malgache ou de français. Nous avons déjà eu des commandes de magazines du Lycée Peter Pan, du Lycée français d'Antananarivo et de l'école Les Colibris.

**Vous avez donc une équipe avec des auteurs et des illustrateurs ?**

Oui, c'est un vrai travail d'équipe. Nous collaborons étroitement pour produire un projet cohérent pour les enfants, qui ne soit pas juste un assemblage de textes et d'images. Pour chaque livre, environ cinq personnes sont impliquées : design, mise en page, illustration, rédaction... . Moi, je suis fille d'enseignante, et œuvrer dans l'éducation me tient à cœur depuis toujours, mais à ma manière. J'ai fini par trouver ma voie, même si aucun d'entre nous n'est enseignant de métier.

**Vous parvenez à rester à flot financièrement ?**

Ce n'est pas évident, mais ce n'est facile nulle part pour une maison d'édition indépendante. Si nous sommes à la FIM, c'est justement pour faire connaître notre magazine. Nous avons un catalogue d'une dizaine de numéros et six livres à notre actif. Nous commençons à explorer de nouveaux horizons pour toucher un public plus large.

**Recevez-vous des aides de bailleurs, d'organismes ou d'ambassades ?**

Oui, plusieurs ONG commandent nos livres en raison de leur qualité visuelle et de l'intérêt des textes et des sujets. Il y a aussi un programme appelé Ressources éducatives Madagascar, financé par l'AFD, lancé dans plusieurs pays d'Afrique subsaharienne, qui nous a permis de financer nos premiers ouvrages.

Bonne chance pour l'avenir.

**Coordonnées :**

karnemdg@gmail.com /038 77 685 27

JDC



## Interview de Madame Lyvia Arinelina Hanta, Directeur Manager et fondatrice de l'entreprise SOA



**Merci, madame, de vous présenter et de nous parler de votre projet.**

Je suis Mme Lyvia Arinelina Hanta, Directeur Manager et fondatrice de l'entreprise SOA. Le nom de la société est d'ailleurs inspiré d'une partie de mon propre nom. Nous évoluons dans le secteur des services, plus précisément dans la désinsectisation, la dératisation, la désinfection, ainsi que la fumigation anti-termite.

**Quand avez-vous créé l'entreprise ?**

J'ai fondé l'entreprise en 2013 à Tamatave, où se trouve notre siège social. En 2018, nous avons ouvert une agence à Antsakaviro, à Antananarivo.

**Qui fait appel à vos services ?**

Nos clients sont principalement des entreprises, mais nous intervenons aussi auprès de nombreux particuliers. Ils nous contactent généralement pour établir un devis, que ce soit pour des problèmes de termites, de rongeurs ou d'insectes comme les cafards, les fourmis ou les mouches. Selon le type d'infestation, nous choisissons les produits les mieux adaptés. Nous assurons également la dératisation en entreprise, la fumigation de conteneurs destinés à l'exportation, ou encore celle de hangars de stockage.

**Combien de personnes employez-vous ?**

Nous comptons actuellement 5 cinq employés à Antananarivo et 9 neuf à Toamasina .

**Quel est le coût d'une intervention ?**

Il est difficile de fixer un tarif unique, car le prix

dépend de plusieurs critères : la localisation du site, la surface à traiter, ainsi que l'heure de l'intervention. En dehors des horaires de bureau, un supplément est appliqué en raison des primes versées au personnel. Le tarif varie donc selon le type de prestation.

**Pourquoi êtes-vous présente à la FIM ?**

Nous faisons partie du Groupement des Petites et Moyennes Entreprises Solidaires (GPMES), qui est représenté ici. En tant que membre du conseil d'administration, il était important pour moi d'être présente à cet événement. C'est également une excellente opportunité pour accroître notre visibilité et élargir notre clientèle. Par ailleurs, nous avons diversifié notre activité en proposant aussi des balais en plastique, de l'huile de caïman et les produits anti-nuisibles.

**JDC**



## Interview de Madame Valso, responsable de l'entreprise Alumacraf Madagascar



**On voit également ici de très belles têtes de zébus avec cornes, un cheval et des aloalos. Quels sont les prix ?**

Le produit le plus cher ici est cette tête de zébu, à 300 000 Ar. Le moins cher est une petite tortue, à 10 000 Ar.

**Merci et bonne chance pour la suite !**

**Coordonnées :**

a.sarobidyy@gmail.com / 034 87 122 22

JDC

**À l'occasion de la FIM 2025, nous avons le plaisir d'échanger avec Madame Valso, responsable de l'entreprise Alumacraf Madagascar. Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre entreprise ?**

Bonjour, je suis Mme Valso, responsable chez Alumacraf Madagascar. Nous sommes spécialisés dans la fabrication d'objets en aluminium, principalement des articles de décoration. Notre atelier est situé à Ambatolampy.

**Vous proposez une grande variété d'objets, n'est-ce pas ?**

Oui, la majorité de nos créations s'inspirent de la vie quotidienne à Madagascar : des baobabs, des makis, des charrettes... Mais nous proposons aussi divers articles comme des ustensiles de cuisine ou des décorations de table.

**Comment fabriquez-vous ces objets ?**

Chaque modèle commence par la création d'un moule. Cela nous permet aussi de répondre à des demandes spécifiques de nos clients. Une fois le moule prêt, nous procédons à la coulée à la fonderie, puis nous assurons les finitions à l'aide de quelques machines.



## Interview de Madame Fitahiana Harrison, CEO du Groupe VIDA Madagascar



**Bonjour Madame, nous sommes ravis de vous accueillir à la FIM 2025. Pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ?**

Bonjour, je suis Fitahiana Harrison, Chief Executive Officer (CEO) du groupe VIDA. Le nom de notre groupe signifie « Vie » en français, ce qui reflète notre volonté d'apporter une dynamique positive à travers nos activités.

**Comment identifier les différentes entreprises qui composent le groupe VIDA ?**

Le groupe s'est construit progressivement depuis 2020. Nous avons démarré avec une première entité dans les ressources humaines, Human Key. Ensuite, nous avons lancé EKS, et plus récemment ILT, spécialisé en logistique et transport. Nous avons également une branche restauration nommée S-Food. Toutes ces entités sont aujourd'hui réunies sous la bannière du groupe VIDA.

**Pouvez-vous détailler les activités de chaque entité ?**

Bien sûr. Voici la répartition :

- Human Key : Spécialisée dans le recrutement, la formation, le portage salarial, et l'organisation d'événements d'entreprise tels que les team building. Nous sommes aussi représentant de Best Places To Work: un certificat décernés aux entreprises où il fait bon de travailler.
- EKS : Opère dans le trade marketing. Cela comprend le merchandising, les animations commerciales, le guerrilla marketing, les hôtesse, les roadshows, et divers événements.
- ILT (International Logistic & Transport) : Gère la logistique et le transport de colis et de personnes (bus scolaires, transport d'entreprise, etc.).

Nous avons aussi des partenariats avec des sociétés minières.

- S-Food : Notre branche restauration, qui s'occupe des cantines d'entreprise, de la restauration lors de salons, foires et autres événements.

**Combien de personnes travaillent actuellement au sein du groupe ?**

Nous générons environ 1500 emplois indirects à travers nos différentes activités. Au siège, à Ankerana, nous avons une équipe permanente d'une trentaine de personnes.

**C'est votre première participation à la FIM. Quelles sont vos attentes ?**

Oui, c'est notre première fois à la FIM. Notre objectif principal est de nous faire connaître davantage. Jusqu'à présent, notre croissance s'est faite principalement par le bouche-à-oreille. Nos clients sont fidèles, car une fois qu'ils travaillent avec nous, ils sont satisfaits et reviennent. Participer à la FIM est pour nous une occasion stratégique de renforcer notre visibilité et de rencontrer de nouveaux partenaires.

**Merci beaucoup Madame pour votre temps et pour cet échange inspirant.**

Merci à vous.

**Coordonnées :**

fitahiana@vida.mg

038 14 167 59

032 48 514 66

JDC



## Interview de Madame Irina ANDRIAMBOHANGY, l'une des Fondatrices



**Je suis à la FIM 2025, au stand de CURLY AHO. Merci de vous présenter et de nous parler de votre société.**

Je m'appelle Irina et je suis l'une des cofondatrices de CURLY AHO — ce qui signifie « J'ai des cheveux bouclés » en malgache. CURLY AHO, c'est un mouvement social lancé en 2017 pour valoriser les cheveux ondulés, bouclés et crépus. Nous sommes une entreprise engagée qui milite pour l'acceptation et la valorisation des cheveux naturellement texturés.

Notre première activité a été l'ouverture d'un salon de soins capillaires naturels en 2020, en plein confinement. Un an plus tard, nous avons lancé notre propre gamme de produits capillaires.

**C'est votre deuxième participation à la FIM ?**

C'est notre deuxième participation, mais c'est la première fois que nous y exposons en tant qu'entreprise indépendante. La première fois, nous étions accompagnés par un incubateur soutenu par le SCAC de l'ambassade de France. À l'époque, nous partagions un petit stand avec d'autres start-ups.

**Combien de produits comprend votre gamme capillaire ?**

Nous avons actuellement neuf produits : shampoings, après-shampoings, masques et soins sans rinçage. Les prix unitaires varient entre 25 000Ar et 45 000 ariary. Il n'est pas nécessaire d'acheter toute la gamme : nous sommes là pour conseiller nos clients. Nous réalisons des consultations capillaires personnalisées. Par exemple, certaines personnes souhaitent faire ce qu'on appelle un big chop — couper tous leurs cheveux pour repartir sur une texture naturelle. Mais il faut être prêt mentalement, et parfois, ce n'est pas encore le bon moment.

**Votre gamme est-elle uniquement destinée aux femmes malgaches ?**

Non, elle s'adresse à toutes les personnes ayant des cheveux texturés. Selon le type de boucles — plus serrées ou plus larges —, nous adaptons nos conseils.

L'objectif est de célébrer tous les types de textures capillaires, sans distinction.

**Quel est l'ingrédient phare de CURLY AHO ? Et quel est votre public cible ?**

Nous utilisons beaucoup d'aloès vera, aloé macroclada plus spécifiquement, du centella asiatica local mais surtout une infusion de plantes de Madagascar. Riche de notre expérience en tant que curl expertes, nos formules sont développées avec notre cosmétologue dans notre propre laboratoire. Aujourd'hui, 90 % de nos produits sont fabriqués localement. Les 10 % restants concernent surtout le packaging ou des ingrédients spécifiques que nous ne trouvons pas encore à Madagascar. Nous cibons les hommes, les femmes et les enfants, à partir de 3 ans.

**Quels sont vos objectifs pour l'avenir ?**

À court terme, nous souhaitons renforcer notre présence nationale, tout en continuant notre mission d'éducation et d'acceptation des cheveux naturels. Ensuite, nous visons l'international, pour poursuivre notre engagement en tant qu'éducatrices capillaires.

**Comment peut-on vous contacter ?**

Siège : Ambodivona

Facebook : Curly Aho et Loharano by Curly Aho

Instagram : @curlyaho\_madagascar

Site web: [www.curlyaho.mg](http://www.curlyaho.mg)

**Valdex WOUKODJOUA**



## Interview de Mademoiselle Tafitsoa VOLOLONOMENJANAHARY, Commercial de l'entreprise



**FIM 2025, au stand SOMAPRO. Merci de vous présenter et de nous parler de votre entreprise.**

Je suis Mademoiselle Tafitsoa et je suis en charge de la commercialisation. SOMAPRO (Société Malgache de Propreté) est une entreprise malgache spécialisée dans la fabrication de produits d'hygiène et de nettoyage. La société a été fondée en 2017.

**Pourquoi êtes-vous présent à la FIM et quels produits proposez-vous ?**

Nous avons élargi notre gamme de produits et

nous sommes ici pour la présenter. Elle a été spécialement conçue pour les professionnels. Nous proposons une trentaine de références, telles que le liquide vaisselle IMPEC, Pur'o le purificateur d'eau, et bien d'autres.

**Comment commercialisez-vous vos produits ?**

À la FIM, nous les exposons uniquement. Cependant, ils sont disponibles dans les supermarchés et les boutiques ainsi que les distributeurs partenaires, à des prix variés.

**Comment peut-on vous contacter ?**

Vous pouvez nous joindre par :

E-mail : [contact@somapro.mg](mailto:contact@somapro.mg)

Téléphone : +261 34 05 224 00

**Valdex Woukodjoua**



## Interview de Madame Sandra, Chargée de projet chez Ymagoo



### **Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre entreprise ?**

Bonjour, je suis Sandra, chargée de projet chez Ymagoo, une agence de production multimédia fondée en 2010. Nous avons démarré avec la photographie et la vidéographie dès 2012, avant d'élargir notre champ d'expertise au graphisme et à la virtualisation 3D en 2020. Aujourd'hui, notre mission est d'accompagner entreprises, institutions et particuliers dans la création de contenus visuels percutants, innovants et sur mesure.

### **Quel est le but de votre participation à la FIM ?**

La Foire Internationale de Madagascar est pour nous une vitrine stratégique. Elle nous permet de renforcer notre visibilité, d'élargir notre réseau, de nouer des partenariats, mais aussi de faire de la veille et de nous inspirer pour innover. C'est aussi l'occasion d'aller à la rencontre de nouveaux clients et de valoriser notre savoir-faire.

### **Est-ce difficile de trouver une clientèle ? Qui fait appel à vos services ?**

Grâce à plus de dix ans d'expérience, nous avons fidélisé une clientèle diversifiée tout en restant actifs dans notre prospection. La demande en communication visuelle de qualité reste forte. Nos clients vont des particuliers (notamment pour les mariages) aux entreprises, en passant par les ONG, les institutions publiques, et même la Présidence de la République ou les membres du gouvernement de pays étrangers.

### **Proposez-vous des formations ?**

Oui, nous avons mis en place plusieurs programmes de formation spécialisés, via nos différents départements :

**Phygos** : photographie corporate

**Cinetyka** : vidéo corporate

**Calagony** : prise de vue aérienne appliquée à l'architecture

**YDS** : prise de vue aérienne par drone

Ces formations permettent aux passionnés de monter en compétences et de structurer un projet professionnel dans l'image.

### **Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez dans votre secteur ?**

Nous évoluons dans un secteur en mutation rapide, notamment avec l'émergence de l'intelligence artificielle et des nouvelles technologies de production. Le défi, c'est de rester à la page, de s'adapter, de se former en continu, tout en maintenant notre exigence de qualité.

### **Quelles sont vos stratégies pour vous démarquer ? Et vos ambitions pour l'avenir ?**

Notre force, c'est notre agilité et notre capacité à innover. Nous misons sur la diversité de nos services, la qualité de notre accompagnement et l'humain. Parmi nos projets en cours, nous développons la photogrammétrie, une technologie de cartographie par drone utile dans l'aménagement du territoire. À l'avenir, nous souhaitons continuer à élargir notre offre technologique et continuer à avoir un impact positif à travers l'image.

### **Quels sont vos tarifs ?**

Nos tarifs de base journaliers sont les suivants :

**Photographie** : 850 000 Ariary

**Vidéographie** : 900 000 Ariary

Nous proposons aussi des forfaits adaptés aux mariages, de 2M ar à 5m ar qui incluent prises de vue photo, vidéo, drone et séances photo pour les couples ou familles.

### **Comment peut-on vous contacter ?**

Voici nos coordonnées :

Email : [contact@ymagoo.com](mailto:contact@ymagoo.com)

Téléphone : +261 32 05 328 81

Boutiques : Smart Tanjombato et Akoor Digue

**Freddy FONGANG**



# midimadagasikara

## avec vous

### sur toutes les **plateformes**



informer - divertir - promouvoir

## LA FOIRE INTERNATIONALE DE MADAGASCAR (FIM) 2025

### Un Pont Vers l'Afrique et un Catalyseur Économique Majeur

Antananarivo, Madagascar – La Foire Internationale de Madagascar (FIM) 2025, qui s'est déroulée du 22 au 25 mai à la CCI Ivato, a une fois de plus confirmé son statut d'événement économique incontournable. Organisée par Madavision, cette édition a particulièrement mis l'accent sur le marché africain, visant à renforcer les échanges économiques et à créer de nouvelles opportunités d'affaires à Madagascar et sur l'ensemble du continent africain.

Véritable carrefour des professionnels et des entrepreneurs, la FIM est reconnue comme une plateforme unique pour les échanges commerciaux dans tous les secteurs d'activité. Cette année, l'ambition était claire : réunir davantage les différents tissus économiques, développer l'entrepreneuriat et favoriser les coopérations commerciales régionales et internationales. Avec 260 exposants répartis sur 440 stands, et une participation remarquable d'entreprises venues de l'île Maurice, l'événement a démontré son dynamisme et son potentiel d'ouverture à l'international.

#### Un Dialogue Stratégique et des Partenariats Forts

La FIM 2025 a été un espace privilégié pour le



dialogue entre les institutions publiques et les entreprises privées. Le partenariat public-privé était à l'honneur, soulignant l'objectif de favoriser les échanges entre le monde des affaires et l'administration. Des ambassades, des consulats et des groupements professionnels étaient également présents, renforçant le caractère international de l'événement et sa capacité à créer des liens solides.

#### Madagascar, Porte d'Entrée sur l'Afrique

Sous le thème éloquent "Un pont vers l'Afrique", cette édition a marqué une volonté affirmée de Madavision d'attirer les forces économiques publiques et privées du continent. La FIM se positionne ainsi comme un espace stratégique de dialogue économique, résolument ouvert aux partenaires africains. L'événement cherche avant tout à consolider le tissu économique malgache, tout en attirant de nouveaux partenaires internationaux.

La Foire Internationale de Madagascar continue de s'affirmer comme le rendez-vous économique à ne pas manquer, renforçant la position de Madagascar comme acteur clé des échanges économiques dans l'océan Indien et au-delà.

# EURÊKA

- Tout pour la maison -



*Tout pour la maison, tout simplement!*

Tissus

Meubles

verrerie

Linge de maison

Electroménager



 Du **Lundi** au **Samedi**

 **8H:30-17H00**

Chez  
**EURÊKA**  
- Tout pour la maison -

**ANOSIVAVAKA** Business Park

**ANKORONDRANO** enceinte Leader Price **TAMATAVE** propriété Star

**ANKADIMBAHOAKA** route d'Androntra

**NOSY BE** le mall Ambonara

 **Eurêka Tout pour la maison**

 **eurekatoutpoullamaison**

## « FOIRE INTERNATIONALE DE MADAGASCAR : PONT ÉCONOMIQUE, PORTE VERS L'AVENIR »



La Foire Internationale de Madagascar, édition de 2025 confirme les pas déjà franchis du seuil. Entre opportunités d'affaires, innovations durables et dynamisme entrepreneurial, les éditions successives ont développé plusieurs accès.

L'offre et la demande s'y rencontrent, optimisant les affaires des pôles sectoriels de l'économie verte, les infrastructures, le tourisme et l'agrobusiness. Les exposants ont été plus de 350. Les avantages sont compétitifs, à l'exemple des discussions directes avec les producteurs. Les échanges permettent de même aux entreprises souhaitant s'implanter sinon de se développer, d'identifier au mieux les axes d'investissement et les zones appropriées. Ceci étant, les usagers y trouvent aussi les produits et les services, favorables à leur quotidien, à la famille mais également à la valorisation personnelle que professionnelle. La Foire met Madagascar en mouvement diversifiant les marchés autant locaux qu'internationaux. C'est l'Event économique incontournable.

Les réseaux s'élargissent, croisant les opportunités multiacteurs autour de projets concrets. Les dispositifs commerciaux se digitalisent pratiquement à travers les e-plateformes, comme les solutions fintech facilitant les paiements transfrontaliers. Dans la même perspective technologique, des jeunes pousses malgaches des startups et PME, ont notamment brillé par leur créativité. Il y a eu des présentations de prototypes auxquels des investisseurs se sont alignés. Les ateliers ont mis à profit la professionnalisation autour des normes ainsi que les partages de pratique. Il en a résulté entre autres, un renforcement autant de la qualification des métiers que la compétitivité des produits. La logique sectorielle adoptée cette année, a offert une meilleure visibilité notamment des exposants. La foire a réuni entrepreneurs, investisseurs et décideurs sans frontières autour du socle commun : Madagascar Hub stratégique et dynamique.

Les fenêtres de tendances se sont profilées lors de la foire : identité RSE, innovation, nouveaux marchés... Au carrefour des perspectives, l'économie malgache pourrait en être redéfinie. Quoiqu'il en soit, quelques verrous persistent. Les défis infrastructurels en termes de routes par exemple, sont encore à relever au regard de l'export des produits. Il subsiste également un besoin de main d'œuvre qualifiée par rapport aux métiers techniques spécifiques comme les énergies vertes. Et, concernant le nerf de la guerre, certaines micro-entreprises

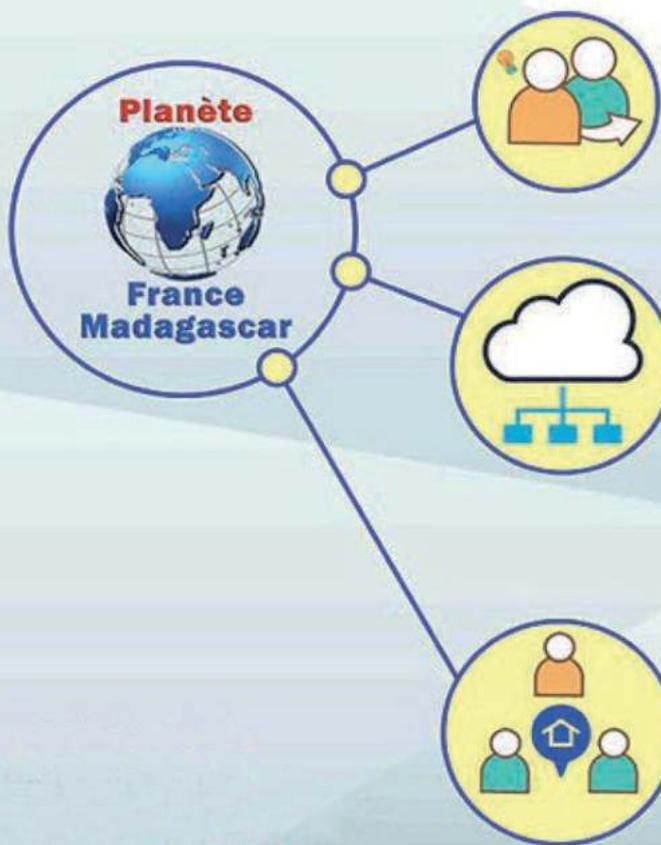
peinent encore à répondre aux appels d'offres internationaux par manque de garanties. Madagascar à travers la foire, initie des réflexions et des échanges, promouvant des modèles économiques divers adaptés aux réalités et aux contextes spécifiques régionaux qu'internationaux.



Plus qu'un évènement, la FIM 2025 a une fois de plus affirmé son caractère catalyseur économique. La foire a tenu ses promesses : créer des ponts économiques et positionner Madagascar comme une porte vers l'avenir. Entre synergies sectorielles, innovations disruptives et dialogues stratégiques, cette édition a dessiné des tracés marquants. C'est un fait, Madagascar a un rôle entre l'Afrique et l'Asie, grâce à sa position géographique et ses accords commerciaux émergents. Madagascar peut se démarquer avec audace à une avancée économique sur la carte mondiale. Au prochain rendez-vous phare de l'année, FIM 2026 !



**Hamintsoa Prisca RAZAFINDRALAMBO :**  
(Dr) Enseignant Formateur – ISCAM Business School



**Planète France, votre RÉFÉRENT NUMÉRIQUE**  
L'association se propose d'être le référent numérique de ses membres.

Pour toutes vos **DÉMARCHES EN LIGNE**, nous nous proposons de vous assister et de vous aider à les effectuer en cas de difficulté.

Si vous êtes déjà adhérent et que vous souhaitez être assisté dans vos démarches, vous pouvez venir directement au siège de l'Association. Si ce n'est pas le cas, venez nous rejoindre, nous sommes là pour vous.

BP 203 Antananarivo 101  
(+261) 34 02 283 36  
e-mail : [planete.france.madagascar@gmail.com](mailto:planete.france.madagascar@gmail.com)  
page Facebook : @pfm.planete



## Partenariat associatif

Nouveau service à Français du Monde Madagascar : le service aux associations Français du Monde Madagascar (FdMM) propose un nouveau service s'adressant aux associations françaises ou étrangères œuvrant sur Madagascar.



FdMM propose un service d'accompagnement, de représentation, de conseil, d'audit et d'évaluation des actions entreprises par les associations ou partenaires implantés à Madagascar.

Notre sérieux et notre compétence sont un gage d'efficacité et de sécurité pour vos actions.

Adresse mail : [contact.francaisdumonde.mada@gmail.com](mailto:contact.francaisdumonde.mada@gmail.com)

Téléphone : 034 02 283 36

# MA PETITE ENTREPRISE

## FUN BIKE MADAGASCAR

### Interview du Cofondateur Tsirava Razafimahefa

**Nous sommes dans les locaux de Fun Bike avec le Directeur et Cofondateur de l'entreprise. Pourquoi vous êtes-vous engagé dans ce type d'activité ?**

Historiquement, ayant été champion de Madagascar de moto, il m'a semblé naturel de me reconvertir dans la distribution de produits liés au deux-roues.

**Fun Bike, c'est la moto pour s'amuser ? C'est le nom de la société.**

Exactement, c'est un peu l'idée derrière la création de l'entreprise. Au départ, on voulait orienter notre activité vers le loisir et travailler sans trop de pression. Le "fun", c'est un moteur pour tout le monde, je pense. Fun Bike, c'est donc le nom de notre société, créée en 2012.

**Pouvez-vous situer votre emplacement ?**

Nous sommes à Ambodivona, juste à côté de Tana Water Front, en direction de l'établissement Saint-Antoine, vers Andravohangy. On se trouve à seulement 50 mètres après Tana Water Front.

**Quel est l'objet commercial de votre activité ?**

Notre cœur d'activité, c'est tout ce qui touche aux deux-roues. Cela comprend la commercialisation de motos utilitaires, de loisirs et de compétition. Nous proposons également un service après-vente, la vente de pièces détachées, d'accessoires, de casques, de blousons, de gants, ainsi qu'un atelier d'entretien.

**Vous représentez des marques ?**

Oui, nous représentons actuellement trois marques. La première est TVS, une marque indienne spécialisée dans les motos utilitaires pour un usage quotidien — parfait pour les commerciaux ou les coursiers. Ensuite, nous avons la marque française Sherco, orientée compétition et enduro, et championne du monde dans certaines catégories. Enfin, nous collaborons depuis cette année avec Fantic, une marque italienne. Ce sont les trois marques que nous distribuons.

**Comment choisissez-vous vos marques ?**

Le choix dépend du secteur dans lequel nous voulons contribuer au développement de Madagascar, là où nous pouvons avoir un impact. TVS, par exemple, propose des motos abordables et fiables, ce qui aide les utilisateurs à réduire leurs coûts d'exploitation. C'est un choix stratégique pour le marché local. Le côté « fun » de Fun Bike vient aussi de notre équipe composée de passionnés et de compétiteurs. C'est pour cela que nous avons choisi Sherco et Fantic, bien implantées au niveau mondial et en Europe. Fantic, qui est complémentaire en termes de gamme et de style.

**Donc, j'imagine qu'il y a différents niveaux de prix ?**

Oui, tout à fait. Avec TVS, on est sur de l'entrée de gamme : une petite moto de 100 cm<sup>3</sup> coûte environ 4,5 millions d'ariary. Bien entendu, il faut un permis pour la conduire. Ensuite, on peut monter jusqu'à 8 à 10 millions d'ariary pour des scooters mieux équipés, avec ports USB et autres gadgets. Toutes les motos TVS sont garanties 2 ans ou 25 000 km.

**Et pour les deux autres marques ?**

Sherco et Fantic, ce sont des motos de loisir et de compétition. Elles s'adressent à ceux qui veulent se faire plaisir le week-end, faire des balades ou des raids à travers Madagascar. Les modèles les plus demandés sont les 250 cm<sup>3</sup> et 300 cm<sup>3</sup>. Nous en avons toujours en stock.

**Pouvez-vous vous présenter ? Jusqu'ici, vous ne vous étiez pas présenté.**

Je suis Tsirava Razafimahefa. Je fais de la moto depuis très longtemps et j'ai été six fois champion de Madagascar dans ma jeunesse. Je participe encore aux compétitions dans la catégorie vétéran. Aujourd'hui, c'est mon fils, Miaro, qui a repris le flambeau. Il a été champion en 125 cm<sup>3</sup> dès son plus jeune âge. Cette année, il participe au championnat de La Réunion, un beau défi pour nous.

Par ailleurs, j'ai travaillé pendant huit ans chez Henri Fraise, juste après avoir obtenu mon diplôme. J'y étais responsable du département moto. Depuis 2016-2017, avec l'arrivée de la marque TVS, Fun Bike connaît une belle progression. Aujourd'hui, nous sommes 22 collaborateurs dans l'entreprise, répartis entre l'administratif et l'opérationnel.

**Vos coordonnées s'il vous plaît :**

t.razafimahefa@funbike.mg

033 11 676 53

034 11 676 53

020 78 266 80

JDC



# emballer.



*Nous fabriquons des emballages sur mesure, aux normes et standards internationaux, avec des procédés respectueux de l'environnement.*



### Interview de Madame Henintsoa, Fondatrice de l'entreprise



Hakanto

**Bonjour, c'est un plaisir de vous recevoir. Pouvez-vous vous présenter ?**

Bonjour, mon nom est Arena Henintsoa et je suis une artiste dans le domaine de la Pâtisserie.

**Que créez-vous exactement ? Et avec quelles matières ?**

Je réalise des fleurs en sucre, principalement destinées à la décoration de cake design. Ces fleurs sont fabriquées à partir de pâte de gumpaste.

**Comment fabriquez-vous cette pâte ?**

C'est une combinaison de plusieurs matières : principalement du sucre glace, du Tylose ou CMC, du blanc d'œuf, ainsi que du Crisco. Cela donne une pâte semblable à de la pâte à modeler, mais qui est spécifiquement utilisée la décoration de cake design et donc comestible. Pour l'instant, je me concentre uniquement sur la création de fleurs.

**Entre "Sugar Flower" et "Hakanto", quel est le vrai nom de votre entreprise ?**

Le nom officiel, c'est Hakanto. Lors du Salon du Chocolat au Carlton, nous avons affiché "Sugar Flower" pour que les gens comprennent qu'il s'agissait de fleurs en sucre. Beaucoup pensaient que c'étaient des fleurs artificielles ou naturelles. "Hakanto" signifie la perfection, le raffinement.

**Comment réalisez-vous ces fleurs ? Utilisez-vous des moules ?**

Oui. Il faut d'abord aplatir la pâte pour qu'elle ait l'épaisseur d'un vrai pétale. Ensuite, on découpe à l'aide d'emporte-pièces, puis on effile les bords pour un rendu réaliste. Je les place ensuite dans des veineurs, qui sont des moules en plastique, afin de reproduire les empreintes naturelles des fleurs. Une fois les pétales secs, je les colorie pour obtenir des effets de dégradé.

**Comment assemblez-vous les différents éléments ? Qu'est-ce qui les maintient ensemble ?**

J'utilise des tiges fleuristes, en métal, car sinon les fleurs ne

tiendraient pas. Ces tiges ne sont pas comestibles mais elles sont spécialement destinées à être utilisées pour la création de fleur en sucre. Je réalise principalement des roses, des pivoines, des orchidées et toutes autres variétés de fleurs... Ces fleurs sont décoratives, utilisées principalement pour des gâteaux d'exception, notamment les gâteaux de mariage. Cela dit, certains clients en commandent pour décorer leur bureau ou leur intérieur. Les fleurs peuvent se conserver indéfiniment, tant qu'elles sont à l'abri de l'humidité et de la lumière directe du soleil.

**Elles ne s'abîment pas avec le temps, au bout d'un mois ou deux ?**

Non. J'ai des fleurs chez moi qui ont déjà deux ans, elles n'ont pas changé. Il faut simplement faire attention aux insectes comme les fourmis.

**Combien de modèles avez-vous créés ? L'exposition au Carlton, c'était dans quel but ?**

Je n'ai pas compté les modèles, car chaque commande est unique. L'événement au Carlton était une exposition : j'y ai présenté des fleurs prêtes à l'emploi. Mais en général, je travaille sur commande, pour des événements particuliers.

**Comment fixez-vous vos prix et comment commercialisez-vous vos créations ?**

Les prix varient entre 9 000 et 30 000 ariary l'unité pour les grandes fleurs. Les petites, pour les gâteaux individuels quant à elles coutent entre 1 000 et 6 000 ariary. Je commercialise principalement via mes pages Facebook et Instagram.

**Depuis combien de temps avez-vous lancé cette activité ?**

Cela fait environ deux ans et demi, presque trois ans que je fais cette activité.

**Bonne chance pour la suite !**

Merci beaucoup.

**Coordonnées :**

ariahenintsoa@gmail.com/ 032 76 455 80

JDC



# Le Louvre

HOTEL & SPA - ANTANANARIVO



**Chambre Standard** pour 2  
**+ Petit déjeuner** pour 2  
**+ Accès spa** pour 2



**Spécial résidents**  
**à partir de 349.000 Ar**



+261 20 22 390 00 + 261 32 05 390 00 +261 32 07 390 01  
reservation@hotel-du-louvre.com  
www.hotel-du-louvre.com



# ÉCOLOGIE

## COMPRENDRE LES ENJEUX

### DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES DANS LA GRANDE ÎLE

#### Soutien au Tissu Associatif des Français à l'Étranger

#### Projet en éducation environnementale orienté sur les enjeux des changements climatiques à Madagascar

Dans le cadre du dispositif STAFE (Soutien au Tissu Associatif des Français à l'Étranger), dispositif géré par le Consulat de France avec un financement du Ministère Français de Affaires Étrangères, l'association « Français du Monde Madagascar (FdMM) » a organisé un atelier interactif ouvert à tous, Français et Malgaches, sur le thème « Comprendre les enjeux des changements climatiques dans la grande île ».

Le projet porte sur la sensibilisation de la communauté française de Madagascar aux changements climatiques, et, dans un premier temps les résidents de Tananarive et environs. Cette thématique a été retenue suite à une demande croissante d'information sur les enjeux des changements climatiques à Madagascar.

Les deux premiers ateliers se sont tenus les 27 et 31 mai dans les locaux de « la maison des associations » à Ankorahotra et ont rassemblé une trentaine de personnes. L'animation fut assurée par BuyYourWay (BYW), un cabinet de conseil et de formation spécialisé dans l'intégration des enjeux du développement durable au sein des organisations, sous la forme d'un mixte entre apports théoriques et questionnement-échanges avec l'assistance. Deux ateliers complémentaires seront organisés en septembre-octobre de cette année. Renseignements et inscription auprès de Nathalie 034 02 283 336.

Cette action spécifique complète les actions traditionnelles de l'association FdMM.



BYW Madagascar en quelques mots... Une présence en Europe, en Afrique du Nord, de l'Ouest et dans l'Océan Indien. Raison d'être « Activer le potentiel

*responsable des organisations pour contribuer à la transformation de nos sociétés ». Mettre l'expertise internationale et un haut niveau d'exigence au service de toute organisation indianocéanique souhaitant répondre aux impératifs internationaux de RSE, en cohérence avec sa raison d'être, sa recherche d'impacts et l'adaptation à son contexte. [contact@buyyourway.eu](mailto:contact@buyyourway.eu)*

*L'association « Français du Monde Madagascar » est animée par une équipe de bénévoles engagés dans la défense des intérêts des Français de Madagascar au sein des conseils consulaires. Tout au long de l'année, elle organise un programme d'activités variées, en lien avec le contexte local. Contact : 034 25 237 43 / [francaisdumondem@outlook.com](mailto:francaisdumondem@outlook.com)*

JDC

**RÉALITÉS ET IMPACTS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE À MADAGASCAR**

**ATELIER INTERACTIF DE SENSIBILISATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE À MADAGASCAR**

Pour mieux s'informer et comprendre les conséquences climatiques

- Sécheresse et Température
- Inondations
- Force des cyclones
- Fertilité et stabilité des sols ...

**DEUX SÉANCES**  
Mardi 27 mai à 18h  
et  
Samedi 31 mai à 9h30

**PLACES LIMITÉES**  
**INSCRIPTION OBLIGATOIRE**

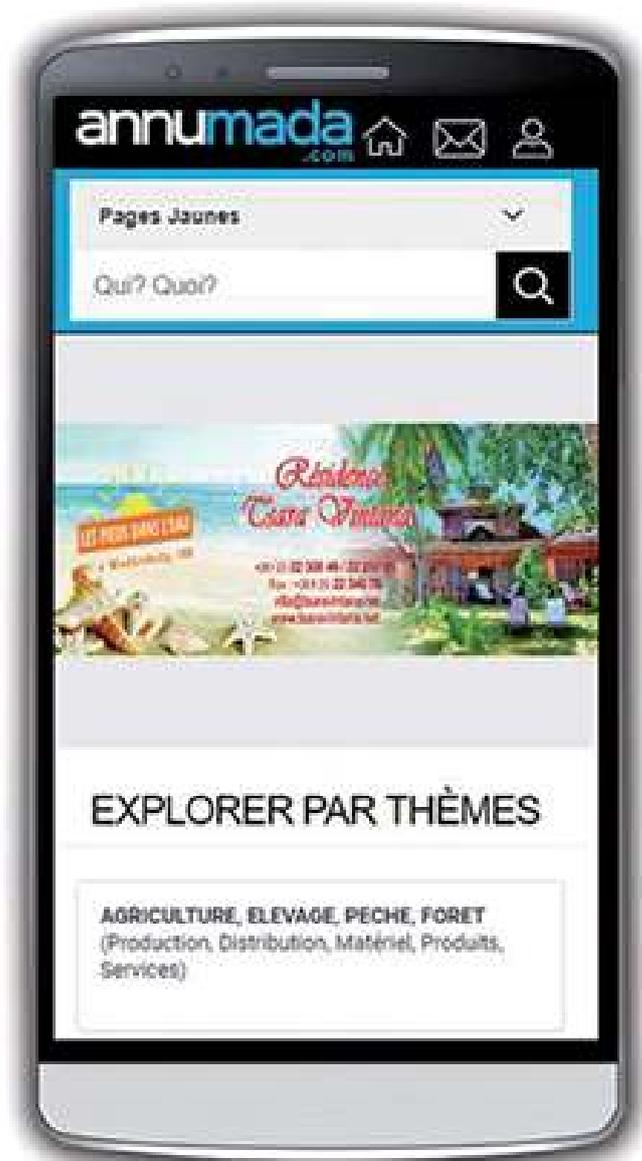
Atelier gratuit ouvert à tous organisé par l'association Français Du Monde Madagascar et animé par BuyYourWay qui sera suivi d'un pot amical.

Lieux : maison des associations Ambanidia Ankorahotra  
Plan d'accès : voir la pièce jointe

**S'INSCRIRE MAINTENANT EN CLIQUANT ICI**  
OU AU 034 02 283 36

# Découvrez maintenant l'appli mobile Annumada

**Une application  
gratuite...**



**...téléchargeable  
depuis Google Play**

**Trouvez plus que des coordonnées...**



### **La finance verte : un levier pour assurer la résilience et la croissance des entreprises malgaches**

Les entreprises malgaches font preuve de résilience dans un contexte économique incertain, marqué par des hausses de coûts, des perturbations d'approvisionnement et une instabilité énergétique croissante. Les coupures d'électricité atteignent jusqu'à six heures par jour dans certaines zones, avec pour conséquence une perte estimée à 40 à 60 % des revenus journaliers pour de nombreuses PME.

Mais les défis ne s'arrêtent pas là. Les inondations endommagent les stocks. Les pénuries d'eau ou les pics de chaleur affectent la qualité de production. Le traitement des déchets devient plus coûteux. Bref, la vulnérabilité environnementale devient un risque économique direct.

Dans ce contexte, la finance verte prend tout son sens pour les entreprises. Elle désigne les financements destinés à soutenir des projets qui apportent une amélioration concrète à l'environnement : réduction de la consommation d'énergie, limitation des émissions polluantes, meilleure gestion de l'eau, des déchets ou des ressources naturelles. Pour une entreprise, c'est une manière d'investir dans des solutions qui réduisent les coûts sur le long terme, tout en renforçant sa résilience face aux chocs climatiques et économiques.

### **2. Comprendre les défis et les opportunités**

Madagascar est l'un des pays africains les plus exposés aux effets du changement climatique. Cyclones, sécheresses, inondations ou pertes de rendements agricoles affectent déjà l'économie. Pour les entreprises, cela signifie : des coûts d'exploitation plus élevés, une production plus difficile à planifier, et une pression accrue sur les marges.

Le délestage en est un exemple évident, mais ce n'est qu'un symptôme parmi d'autres. Une entreprise industrielle peut perdre plusieurs jours de production par mois à cause d'un accès irrégulier à l'électricité ou à l'eau. Mais ces défis sont aussi des

opportunités pour agir autrement. Réduire la consommation d'énergie, produire localement des intrants plus durables, valoriser les déchets, capter et stocker l'eau de pluie : ce sont autant de réponses qui renforcent l'autonomie des entreprises et réduisent leur dépendance aux systèmes fragiles.

### **3. Quels outils concrets pour financer la transition ?**

La finance verte mobilise plusieurs types d'outils pour répondre aux besoins des entreprises souhaitant investir dans des projets durables. Ces instruments s'adaptent à différents profils d'entreprises et permettent de financer des investissements souvent difficiles à réaliser en autofinancement.

L'équité verte, ou investissement en capital, permet de financer des projets de transition écologique — comme des panneaux solaires, des machines moins énergivores ou des équipements de recyclage — sans pression de remboursement immédiate. L'entreprise peut ainsi investir, produire et dégager des économies avant de penser à rentabiliser l'opération.

Les obligations vertes sont des emprunts affectés à un projet écologique bien défini. Elles permettent de financer, par exemple, une station de traitement d'eau, un bâtiment économe en énergie ou une ligne de production bas carbone. Ce type de financement offre souvent des taux plus avantageux et une durée plus longue. Il permet aussi à l'entreprise de prouver son engagement environnemental à ses partenaires ou clients.

La blended finance, ou financement mixte, combine plusieurs sources : un apport public ou une garantie d'un bailleur, associé à un prêt ou à un investissement privé. Ce type de combinaison permet souvent d'alléger le coût du financement ou de réduire les risques pour les investisseurs. C'est particulièrement utile pour des projets encore peu courants, comme l'utilisation de matériaux biodégradables, la mise en place d'un circuit de récupération de déchets, ou l'optimisation d'un processus industriel à fort impact énergétique.

#### 4. Quels résultats concrets pour les entreprises malgaches ?

Les entreprises qui investissent dans la transition écologique ne le font pas uniquement pour améliorer leur image ou « faire leur part ». Elles le font aussi parce que c'est rentable, à moyen et long terme. Dans un environnement instable — énergétiquement, économiquement, climatiquement —, la finance verte permet de gagner en autonomie, en visibilité et en résilience.

La plupart des investissements verts visent à éliminer ou réduire des charges fixes importantes, comme l'achat de carburant, la consommation d'eau, ou la gestion de déchets.

Exemple : une entreprise agroalimentaire en périphérie d'Antananarivo utilisait 600 litres de diesel par mois pour faire fonctionner ses chambres froides via un groupe électrogène. Après l'installation d'un système solaire hybride, elle a réduit sa facture énergétique de 40 %.

De plus en plus de clients — surtout à l'export — imposent des normes environnementales. Une entreprise qui n'anticipe pas ces exigences peut perdre des contrats ou devoir adapter sa production dans l'urgence.

Investir dans une production plus propre permet donc d'ouvrir des marchés, mais aussi de limiter ce qu'on appelle les risques de transition — ces pertes économiques liées à l'évolution des normes, des attentes ou des technologies.

Exemple : une entreprise textile a investi dans le traitement de ses eaux usées. Cela lui a permis de répondre aux exigences d'un client européen et de signer un contrat de production sur 4 ans.

Enfin, la finance verte permet de réduire la dépendance à des intrants ou services vulnérables : carburants importés, alimentation électrique instable, fluctuations de prix.

Exemple : une entreprise artisanale de transformation de fruits a remplacé ses brûleurs à gaz par un séchoir solaire. Elle a diminué ses achats de combustible de 30 % et amélioré la régularité de sa

production pendant la saison sèche. 5. Conclusion et appel à l'action

La finance verte n'est pas un luxe ni une tendance réservée aux grandes entreprises ou aux bailleurs internationaux. C'est aujourd'hui un outil stratégique à la portée des PME malgaches, pour réduire leurs coûts, sécuriser leurs opérations et accéder à de nouvelles opportunités de marché.

Dans un pays comme Madagascar, où les aléas climatiques, les délestages et les pressions sur les ressources deviennent des freins réels au développement économique, investir dans la transition écologique est une décision d'anticipation. C'est aussi une manière d'affirmer son indépendance face à des systèmes énergétiques ou logistiques fragiles.

Pour que cette transition soit possible, les instruments existent. Il reste à les mobiliser pleinement, à les adapter aux réalités locales, et à renforcer les ponts entre investisseurs, entrepreneurs et accompagnateurs techniques.

Les entrepreneurs malgaches sont créatifs, résilients, audacieux. Ils ont besoin d'outils financiers à la hauteur de leurs ambitions. La finance verte, bien pensée et bien appliquée, peut devenir un véritable levier de croissance, de compétitivité et d'autonomie.



**Madame Fitia FONENANTSOA**



FOCUSPrint est une société spécialisée dans tous les travaux d'impression et de support de communication.

Nous nous reposons sur des valeurs fortes : la qualité, la réactivité et la satisfaction des clients.

Impression numérique et offset

Impression Grand format

Cadeaux d'entreprise

- Livre
- Liasse
- Carnet
- Enveloppe
- Flyers/Dépliants
- Brochures
- Pochette à rabat
- Roll up
- X-Banner
- Affiche

- Agendas
- Bloc-notes
- Stylo
- Sac en papier
- Sac à dos en soga
- Tote bag en soga
- Porte clé

- Calendriers
- Etiquette
- Carte de voeux
- Carte de visite
- Banderôle sur bâche
- Autocollant vinyle
- Autocollant papier



## Nos contacts



+261 34 18 529 88/+261 34 90 529 00



info@focusprint.mg



Lot II 78 WA Soavimbahoaka Antananarivo, Madagascar



<https://www.focusprint.mg>

# ON EN PARLE

## MISS MADAGASCAR

Interview de Madame Christelle Rakotoniaina, CEO de Miss Madagascar



**Bonjour, pouvez-vous vous présenter ?**

Bonjour, je suis Christelle Rakotoniaina, CEO de Miss Madagascar.

**Le titre de CEO évoque un vocabulaire commercial, non ?**

On peut le dire, mais Miss Madagascar est une structure à but non lucratif que nous avons fondée en 2011 avec ma sœur, qui a été Miss Majunga. Nous avons grandi dans une famille engagée dans le milieu associatif, nos parents faisaient partie d'une organisation venant en aide aux orphelinats en province. En nous installant à Antananarivo, nous avons voulu poursuivre cet engagement à travers le projet Miss Madagascar. Ma sœur étant déjà dans l'univers des concours de beauté, nous avons pris contact avec l'organisation Miss Monde. Après plusieurs entretiens, nous avons compris que Miss Monde est avant tout une organisation cari-

tative, ce qui nous a motivées à représenter Madagascar sur la scène internationale et à poursuivre les actions humanitaires de notre famille.

**Donc Miss Madagascar est une association ?**

C'est une société à but non lucratif : les éventuels bénéfices sont destinés aux œuvres caritatives, notamment aux orphelinats. Cela dit, en dix ans, nous n'avons pas encore enregistré de bénéfices. Le financement repose entièrement sur nous deux, ma sœur et moi. Rien que la licence Miss Monde nous coûte plusieurs milliers de dollars. Nous n'avons pas encore de sponsors, mais nous parvenons à maintenir l'équilibre financier.

**Comment s'organise l'événement ?**

Le Comité Miss Madagascar travaille en partenariat avec des sous-comités régionaux, qui gèrent leur élection régionale de manière totalement autonome. Et ce sont les Miss régionaux élus par ces organisateurs indépendants qui participeront au regroupement organisé par le CMM à Antananarivo et qui auront également accès à la grande finale.

**Combien de provinces participent ? Combien de candidates ? Quels sont les critères ?**

En général, entre 20 et 22 candidates participent à la finale, car certaines régions enclavées n'ont pas d'organisateur. Dans ce cas, nous sélectionnons les candidates sur dossier depuis Antananarivo. Actuellement, nous avons environ 24 représentantes, issues des 23 régions de Madagascar, ainsi que de la diaspora. Les organisateurs régionaux signent un contrat avec nous et se doivent de respecter les critères de sélection de Miss Monde : être de nationalité malgache, avoir au moins 18 ans, mesurer 1,69 m minimum, être titulaire du baccalauréat et avoir un

engagement associatif préalable. L'aspect social est essentiel.

### **Qui compose le jury ? Y a-t-il des épreuves notées ?**

Oui, les candidates participent à plusieurs épreuves durant une semaine à Antananarivo, comme dans la compétition Miss Monde. Il y a le défi sport, le défi multimédia et surtout le défi "Beauty With a Purpose", qui est le plus important. Chaque épreuve est notée, avec des jurys et des coachs qui accompagnent les candidates.



### **Existe-t-il d'autres concours de beauté concurrents à Madagascar ?**

Oui, il y a d'autres concours comme Miss et Mister Île de Madagascar, affiliés à Miss Earth. Mais nous, nous représentons exclusivement Miss Monde, qui est l'organisation la plus importante avec près de 200 pays participants. Madagascar a déjà réussi à se classer dans le au cours de ces dernières éditions. À Miss Monde, les candidates doivent porter un projet de société : les jumeaux de Mananjary, la lutte contre les violences faites aux enfants ou contre les

violences sexuelles, par exemple. Cette année, notre Miss portera un projet autour des « Zaza varira » ou Albinos, les personnes atteintes d'albinisme à Madagascar, souvent victimes de graves discriminations. L'élection Miss Madagascar 2025 aura lieu en décembre, avec une grande préparation, conformément au cahier des charges de Miss Monde.

### **Quels sont les avantages pour la Miss élue ?**

Elle gagne en notoriété, suit des formations, et s'engage ensuite en tant que bénévole dans des associations. Elle acquiert une grande maturité dans le domaine humanitaire, ce qui est l'essence même de notre mission. La Miss actuelle s'appelle CYRIA TEMAGNOMBE. Elle vient du sud de Madagascar et a participé à Miss Monde en mai dernier, en Inde. Merci à vous de nous avoir donné l'occasion de partager cette vision.

### **Coordonnées :**

missmadagascar.ofisialy@gmail.com  
038 51 990 02

**JDC**



# Votre solution déménagement



 (+261) 20 22 633 34

 devis@agence-aid.mg

 [www.demenagement-madagascar.com](http://www.demenagement-madagascar.com)

Zone Galaxy  
(+261) 34 23 263 35  
[cso@midexmada.com](mailto:cso@midexmada.com)  
[www.midexmada.com](http://www.midexmada.com)

FRET

Transit

Achat en ligne

Groupe Midexpress  
**MIDEX**X  
madagascar

Votre solution  
transport

### Interview de Mme Pascale Jeannot Tuseo, Fondatrice de l'association LCDM



**Je suis en compagnie de la présidente de l'Association de lutte contre la drépanocytose ». Merci de vous présenter et de nous expliquer ce qu'est la drépanocytose.**

Je suis Pascale Jeannot Tuseo, Présidente Fondatrice de l'association « Lutte contre la drépanocytose à Madagascar » (LCDM), qui célèbre ses 20 ans cette année. Elle a été fondée en mars 2005. Nous sommes à l'initiative de la mise en place du programme national de lutte contre la drépanocytose à Madagascar.

**Merci. Quand vous parlez de programme national, de politique nationale, à quoi et à quels partenaires faites-vous référence ?**

La drépanocytose est la maladie génétique la plus fréquemment dépistée dans le monde. Après la création de notre association, nous avons mené plusieurs actions de plaidoyer, que nous avons, nous-même initié, y compris à travers notre réseau de la diaspora. L'objectif était d'intégrer cette maladie dans le programme du ministère de la Santé à Madagascar.

Lorsque nous avons fondé l'association en 2005, la drépanocytose avait déjà été reconnue par l'UNESCO en 2003, puis par l'OUA (Organisation de l'unité africaine) en 2005. L'OMS, en revanche, ne l'avait pas encore classée comme problème de santé publique. Ce n'est qu'en 2006 que cette reconnaissance est intervenue. Suite à cela, le ministère de la Santé malgache a inclus la drépanocytose dans son programme officiel en mars 2008.

**Est-ce que l'association intervient directement auprès des malades ?**

Oui, tout à fait. L'association est à l'origine de la rédac-

tion des plans stratégiques, des programmes, mais elle intervient aussi directement auprès des patients et de leurs familles. C'est une association qui regroupe des malades, des parents, des médecins, ainsi que des personnes non directement concernées. Concrètement, nous accompagnons les patients dépistés, assurons leur traitement et leur éducation thérapeutique.

C'est une première à Madagascar qu'un programme de santé soit initié et porté par une association de parents, d'enfants malades, de patients et de membres de la société civile. Je ne suis pas seule à avoir fondé cette ONG : nous sommes trois femmes, avec le Dr Zanamiarana Andriambao Damasy le Dr Ndahimananjara Johanita à avoir lancé ce programme, le premier en matière de génétique porté par la société civile à Madagascar.

**Dans quels lieux et contextes intervenez-vous ?**

Nous travaillons en réseau ville-hôpital. Les patients ne vont pas systématiquement à l'hôpital lorsqu'ils sont malades ; ils consultent d'abord des médecins de proximité. Il est donc essentiel d'avoir des médecins référents en ville pour éviter la surcharge des urgences et assurer une prise en charge ambulatoire des premières crises. Nous avons ainsi des médecins référents en ville, et d'autres en milieu hospitalier.

**Pouvez-vous nous expliquer de manière simple ce qu'est la drépanocytose ?**

La drépanocytose est une anomalie de l'hémoglobine. Chez une personne non atteinte, les globules rouges sont ronds, souples et bien oxygénés. Chez une personne atteinte, une partie des hémoglobines prend une forme anormale, en faucille, et devient rigide. Ces hémoglobines anormales ont du mal à circuler dans les capillaires (les petites veines) et vont se bloquer pour se détruire et empêchant ainsi la bonne circulation sanguine et le transport des oxygènes vers les organes. Beaucoup de personnes ignorent qu'elles sont porteuses saines jusqu'à ce qu'un dépistage soit fait. Quand une personne hérite du gène malade des deux parents, elle devient ce qu'on appelle drépanocytaire homozygote : elle développe la maladie.

**Quelles sont les conséquences de cette maladie sur la santé ?**

La drépanocytose se manifeste dès la petite enfance, à

partir de 3 à 6 mois. L'hémoglobine défectueuse se dégrade et libère une substance appelée bilirubine, qui colore le blanc des yeux en jaune. Cela peut être confondu avec la jaunisse, mais la drépanocytose ne se traite ni comme une hépatite ni comme une jaunisse. C'est la maladie de la douleur en référence et les crises vaso-occlusives très douloureuses peuvent affecter tous les organes y compris le cerveau.

Les crises sont souvent sévères et difficiles à calmer. L'OMS estime que 85 % des enfants atteints meurent avant l'âge de 5 ans, faute de diagnostic et à cause d'infections. L'OMS estime aujourd'hui que plus de 73% des 7,74 millions de personnes touchées par la drépanocytose vivent en Afrique.

La maladie est aussi taboue : elle étant récessive, elle peut rester cachée dans la famille. Il existe également une stigmatisation, souvent envers les femmes, qu'on accuse à tort d'être les seules responsables de la transmission.

### **Peut-on guérir de la drépanocytose ?**

La drépanocytose se soigne, un peu comme le diabète : c'est une prise en charge au long cours. La première des thérapies, c'est l'hydratation. Les patients doivent boire entre 1,5 et 2 litres d'eau par jour, voire plus en cas de forte chaleur. Il faut aussi qu'ils soient à jour dans toutes leurs vaccinations, y compris certaines spécifiques à leur condition. Le système immunitaire étant affaibli, toute infection (rhume, diarrhée, pollution...) peut avoir des conséquences graves.

La seule véritable guérison possible passe par la greffe de moelle osseuse ou la greffe de sang de cordon.

### **Combien de personnes sont atteintes à Madagascar et dans le monde ?**

À Madagascar, selon une vieille étude, environ 3 % de la population est atteinte (homozygote), et 13 % sont porteurs sains. C'est déjà un chiffre considérable. Ce sont des données issues d'une évaluation de 2019-2020, validées par le ministère de la Santé. Le dépistage de masse n'a pas encore été généralisé. La drépanocytose est présente dans tout le pays, mais la prévalence est la plus forte dans le Sud-Est, en partie à cause de l'endogamie, (mariage au sein d'un même groupe communautaire)..

C'est la première maladie génétique dans le monde. L'Afrique est le continent le plus touché, suivie de l'Inde, puis des États-Unis (en raison de l'esclavage). Le pour-

tour méditerranéen et plusieurs pays du Moyen-Orient, comme Dubaï, présentent aussi une forte prévalence. Dubaï, par exemple, dispose aujourd'hui d'un service de greffe de moelle osseuse pour la drépanocytose..

### **Recevez-vous l'aide de bailleurs pour vos actions ?**

Oui, nous avons pu compter sur plusieurs partenaires au fil des années : la Direction de la coopération internationale de Monaco, la Fondation Pierre-Fabre, La Fondation Probitas, STAR Madagascar, des bailleurs privés issus de la diaspora, ainsi que des membres cotisants.

### **Si ce n'est pas trop personnel, qu'est-ce qui vous a poussée à vous engager dans cette cause ? Êtes-vous issue du milieu médical ?**

J'ai effectivement travaillé dans le milieu hospitalier, mais mon engagement n'en découle pas. J'ai créé cette ONG car mon père est décédé de la drépanocytose, et ma fille aînée est atteinte de la forme la plus grave de la maladie.

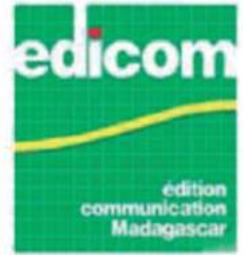
### **Est-ce aujourd'hui votre activité professionnelle principale ?**

Non. Nous sommes tous bénévoles depuis 20 ans. Tous les médecins qui travaillent avec nous sont également bénévoles.

### **Tous nos encouragements pour cet engagement.**

JDC





# LU POUR VOUS

## LES NAUFRAGÉS DE L'ÎLE TROMELIN



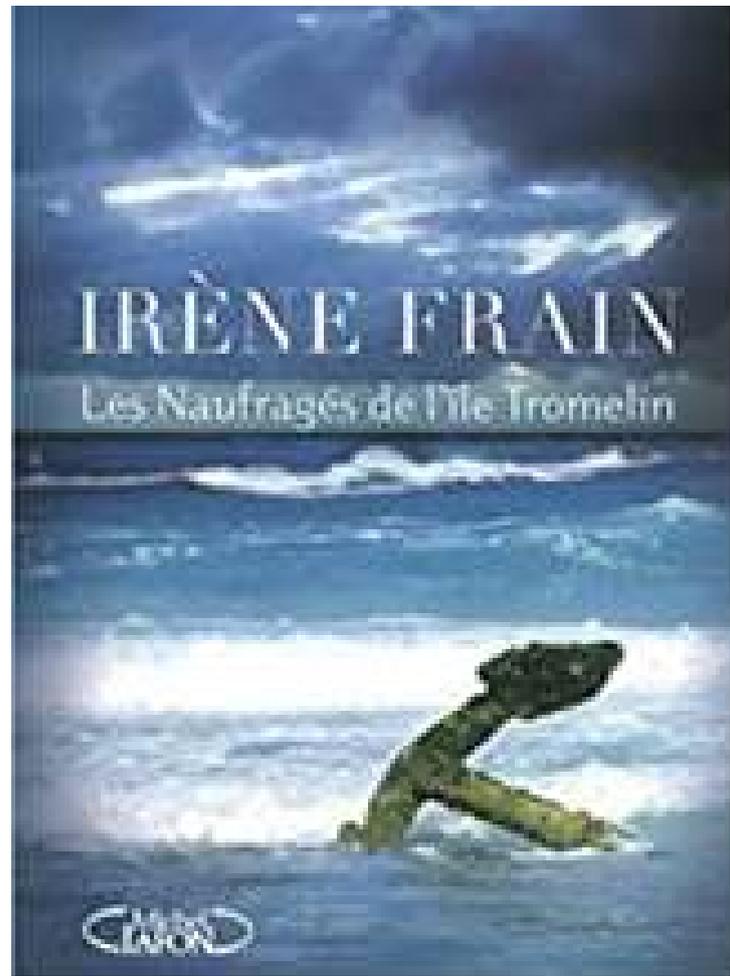
L'auteur, **Irène Frain**, après *Le Nabab*, *Devi* et *Au Royaume des Femmes*, a connu un immense succès avec *Les Naufragés de l'île Tromelin*, paru aux éditions Michel Lafon en 2009.

Elle est née à Lorient, le 22/05/1950. Irène Frain, née Irène Le Pohon, est une femme de lettres française, romancière et journaliste. Elle appartient à une famille de cinq enfants, dont le père, d'abord garçon de ferme devient professeur pour adulte. Sa mère est couturière. En 1967, elle rentre à Khâgne (Nantes) et obtient son agrégation en lettres classiques en 1972. Jusqu'en 78, elle enseigne les lettres classiques dans le secondaire. De 1975 à 1981 elle enseigne le latin et la littérature latine à l'Université Sorbonne Nouvelle à Paris. En 1979, paraît son premier essai, "Quand les Bretons peuplaient les mers" (sous le nom d'Irène Frain le Pohon). Elle s'installe dans le Loir et Cher et ne cessera pas d'écrire.

Elle consacre son premier roman à René Madec, petit mousse breton, devenu chef de guerre en Inde. Cette fresque épique de l'Inde du XVIIIe siècle, "Le Nabab" (1982) connaît un succès foudroyant et obtient le Prix Maison de la Presse 1982. En 1984, elle se lance dans une carrière de journaliste, qui la conduira à écrire notamment pour Paris Match, Elle, JDD, VSD, L'Histoire... Après la publication de plusieurs romans et recueils de textes, dont "Désirs" (1986), "Secret de famille" (1989), "Histoire de Lou" (1990) et "Le Chat" (1996), elle publie en 2000 "La Maison de la source", récit dans lequel elle retourne aux sources bretonnes de son enfance. En 2001 paraît "La côte d'Amour", un beau livre consacré à la Bretagne. En 2004, elle entreprend avec son mari un voyage sur les traces de l'explorateur américain Joseph Rock. Périple qui les entraîne aux quatre coins de l'Europe et au Tibet. Depuis, elle parti-

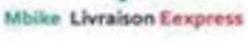
cipe régulièrement à des actions favorables à la cause tibétaine. Elle est ambassadrice de l'association Aide à l'enfance tibétaine et de La Voix de l'enfant. "Les naufragés de l'île Tromelin" (2009) a obtenu le prix Relay des voyageurs lecteurs 2009. En 2005, elle a participé à la première édition du Women's Forum for the Economy and Society. En 2018, elle est nommée membre du conseil de l'ordre national du Mérite.

**Les naufragés de l'île Tromelin :** L'île est le sommet émergé d'un vieux volcan sous-marin. Il s'est éteint il y a des millénaires. La lave a bouché l'orifice de sa cheminée. Comme il se trouvait à fleur d'eau, les coraux l'ont vite colonisé. En 1761, un navire français transportant une cargaison clandestine d'esclaves s'échoue sur une île perdue de l'océan Indien. Blancs et Noirs devront cohabiter pour survivre jusqu'au départ, sur un bateau de fortune, de l'équipage blanc, jurant de revenir. Quinze ans plus tard, il ne reste que huit survivants. Que s'est-il passé sur l'île ? Pourquoi la France les a-t-elle abandonnés ? Comment cet épisode a-t-il ébranlé les consciences au point de déclencher le combat des Lumières pour l'abolition de l'esclavage ?





PARTENAIRES



# PARTENAIRES



