

GUIDE PRATIQUE

Diversité en Action

**Pour une industrie guadeloupéenne
engageante**

Retours d'expériences et solutions concrètes
issues de 5 entreprises industrielles guadeloupéennes

**SOJAG · AGC VOLAILLES · LES MATELAS BAPTISTIDE
CARAÏBES INDUSTRIE · LAFARGE CEMENTS ANTILLAIS**

Sommaire

- Édito
- 1. Le projet Diversité en Action
- 2. Les 5 entreprises pionnières
- 3. Comment utiliser ce guide
- 4. Ce que le projet a révélé
- 5. Axe 1 — Le recrutement
- 6. Axe 2 — Le management
- 7. Axe 3 — La culture d'entreprise
- 8. Axe 4 — Le faire-savoir
- 9. Résultats, apports et points de vigilance
- 10. Perspectives et pérennisation
- 11. Remerciements

Édito

« Construire ensemble l'industrie guadeloupéenne de demain »

Chers dirigeants, chers collaborateurs,

Ce guide est le fruit d'une aventure collective inédite. Pendant plus d'un an, cinq entreprises industrielles guadeloupéennes — SOJAG, AGC Volailles, Les Matelas Baptiste, Caraïbes Industrie et Lafarge Ciments Antillais — ont accepté de relever un défi : ouvrir leurs portes, partager leurs pratiques et réfléchir ensemble à ce qui fait la force de nos industries insulaires.

Ce qui nous a frappés ? La fierté. La fierté de fabriquer localement des produits qui servent notre territoire ; la fierté d'appartenir à des équipes soudées. Ce projet nous a aussi permis de découvrir que les solutions les plus efficaces sont celles qui s'ancrent dans notre réalité insulaire : la débrouillardise technique, la force des liens informels, le rapport au sens du travail et à la terre.

Ce guide n'est pas un manuel théorique. Il rassemble des solutions concrètes, pensées par des collaborateurs confrontés aux mêmes défis que vous. Notre souhait : qu'elles vous inspirent, vous questionnent, et surtout qu'elles vous donnent envie d'agir.

Christophe WACHTER — Secrétaire Général, MPI Guadeloupe

Diversité en Action

Contexte et enjeux

Les entreprises industrielles de Guadeloupe partagent des réalités spécifiques liées au contexte insulaire. Elles disposent d'atouts réels et font face à des défis communs.

Des atouts à valoriser

- Un savoir-faire local reconnu et une production ancrée dans le territoire.
- Des équipes soudées, avec un fort sentiment d'appartenance.
- Une capacité d'adaptation et de « débrouillardise » face aux contraintes de l'éloignement.
- Des entreprises qui répondent à des besoins essentiels : se nourrir, se loger, construire, se protéger.

Des défis à relever

- Une pénurie de main-d'œuvre qualifiée dans les métiers techniques.
- Des difficultés de recrutement et de fidélisation des talents.
- Une dépendance aux approvisionnements extérieurs et des coûts logistiques élevés.
- Un besoin de structurer la transmission des compétences face aux départs en retraite.

Objectifs et cadre

- **Objectif** : renforcer l'engagement des équipes, améliorer les conditions de travail et développer des pratiques managériales adaptées au contexte local.
- **Cadre** : action collective financée par le Fonds pour l'Amélioration des Conditions de Travail (FACT) de l'ANACT — appel à projets 2023 dédié aux territoires insulaires, Convention n° 2023FACT690.
- **Durée** : novembre 2024 — décembre 2025.

La méthode

- **Partir du terrain** — la parole des salariés, qui connaissent le mieux leur réalité de travail.
- **Favoriser l'expression libre** — ateliers participatifs, World Café, binômes tournants.
- **Croiser les regards** — rencontres inter-entreprises pour partager les bonnes pratiques.
- **S'adapter aux contraintes** — formats courts (2 h) compatibles avec la production.

Les parties prenantes

- **MPI Guadeloupe** — association des Moyennes et Petites Industries, porteuse et coordinatrice du projet.
- **HumansLink** — cabinet de conseil, conception et animation de la démarche.
- **ANACT / FACT** — financement et cadrage institutionnel.
- **ARACT Guadeloupe** — appui méthodologique et expertise QVCT.
- **Dr Claudya Parize (Université des Antilles)** — appui scientifique et cadrage méthodologique.

Les 5 entreprises pionnières

Cinq entreprises ont accepté d'ouvrir leurs portes, de partager leurs pratiques et de faire participer leurs équipes. Chacune répond à un besoin essentiel du territoire.



SOJAG - 23 salariés • Rôle essentiel : se loger

Leader local de la menuiserie aluminium ; équipe la majorité des bâtiments publics et privés du territoire.



AGC VOLAILLES - 15 salariés • Rôle essentiel : se nourrir

Abattoir et transformation de volailles locales (6 000 poulets/semaine) ; fait vivre la filière avicole guadeloupéenne.



LES MATELAS BAPTISTIDE - 10 salariés • Rôle essentiel : bien dormir

Dernière fabrique de matelas de Guadeloupe, en production locale depuis 1976.



CARAÏBES INDUSTRIE - 9 salariés • Rôle essentiel : se protéger

Unique fabricant de plaques de polystyrène du territoire (isolation thermique, allègement du béton).



LAFARGE CIMENT ANTILLAIS - 101 salariés • Rôle essentiel : construire

Acteur majeur de la construction aux Antilles ; engagements RSE : jardin médicinal, panneaux solaires, journées santé-sécurité.

Comment utiliser ce guide

Ce guide n'est pas un manuel théorique rédigé par des experts extérieurs. Il rassemble des solutions pensées, discutées et validées par des salariés et des dirigeants confrontés aux mêmes réalités que vous.

À qui s'adresse ce guide ?

- **Aux dirigeants** — pour trouver des leviers concrets afin d'attirer et fidéliser dans des métiers en tension, renforcer l'engagement et structurer leurs pratiques.
- **Aux managers et encadrants** — pour améliorer la communication, développer la confiance et accompagner l'intégration des nouveaux.
- **Aux collaborateurs** — pour mieux comprendre les enjeux de leur entreprise et devenir acteurs de l'amélioration des conditions de travail.

Cinq façons de vous en servir

- Le lire de bout en bout pour découvrir l'ensemble des réflexions et solutions.
- Aller directement à l'axe qui vous concerne selon vos priorités du moment.
- Le partager avec vos équipes pour nourrir la réflexion collective.
- Vous en inspirer librement : chaque entreprise est unique, adaptez les solutions à votre contexte.
- Rejoindre la dynamique du réseau MPI pour poursuivre les échanges.

« On ne peut pas tout résoudre en quelques mois. Mais on peut commencer à se poser les bonnes questions, ensemble. » — un participant aux ateliers

CE QUE LE PROJET A RÉVÉLÉ

Des forces insoupçonnées

Au-delà des objectifs initiaux, la démarche a révélé des ressources insoupçonnées, propres aux entreprises industrielles guadeloupéennes — le véritable capital du territoire. Ces spécificités ont orienté les axes d'action vers des solutions réellement adaptées au contexte insulaire.

DÉBROUILLARDISE TECHNIQUE

Une polyvalence remarquable des équipes face aux contraintes de l'insularité : la capacité à inventer des solutions plutôt qu'à suivre un manuel. Une force à valoriser, tout en veillant à ne pas masquer les besoins de maintenance ni la charge mentale de la « démerde permanente ».

LEADERS INFORMELS

Des figures influentes, souvent féminines au fort caractère (Le Poto mitan « la Tati », « la Marraine »), gardiennes de la cohésion, mémoire vivante de l'entreprise — non captées par les organigrammes mais pivots réels du collectif.

ANCRAGE TERRITORIAL

La fierté de fabriquer localement des produits essentiels : se nourrir, se loger, bien dormir, construire, se protéger. Un puissant moteur de sens au travail.

SYMBOLES CULTURELS

Des vecteurs de bien-être collectif, comme le jardin partagé — enraciné dans le rapport créole à la terre — leviers d'engagement à cultiver.

Les 4 axes stratégiques

Quatre thématiques prioritaires ont émergé des ateliers. Elles se renforcent mutuellement. Pour chacune : le constat partagé, des solutions concrètes issues du terrain, des idées innovantes à tester, et des questions pour passer à l'action.

01



AXE 1

Le recrutement

« Comment attirer les talents vers nos métiers industriels ? »

« On recherche des mécaniciens, des électriciens, des techniciens de maintenance... et on ne trouve pas. » Ce constat, partagé par les cinq entreprises, résonne dans tout le secteur industriel guadeloupéen. La pénurie de main-d'œuvre qualifiée est devenue un frein majeur au développement de nos industries.

Les difficultés identifiées

- Méconnaissance des métiers industriels : image souvent dépassée ou négative.
- Manque de filières de formation locales adaptées aux besoins réels.
- Concurrence de secteurs perçus comme plus attractifs (tertiaire, fonction publique).
- Vivier local limité pour les profils expérimentés ; turnover et fidélisation.

Pourtant, nos métiers ont de vrais atouts : des emplois stables et non délocalisables, porteurs de sens, avec de réelles possibilités d'évolution et une ambiance de travail souvent familiale.

Les 8 solutions identifiées

1. L'intérim comme passerelle vers l'emploi durable

Le principe : Utiliser l'intérim non comme une solution de dépannage, mais comme un véritable outil de pré-recrutement.

- Établir des partenariats avec des agences d'intérim locales en leur communiquant précisément vos besoins.
- Considérer chaque mission comme une période d'observation mutuelle et proposer un parcours d'intégration, même court.
- Être transparent sur les possibilités d'embauche à l'issue de la mission.

→ **Ce que ça apporte** : évaluer les compétences et le savoir-être en situation réelle, réduire les erreurs de recrutement et le turnover.

2. L'alternance pour former et fidéliser

Le principe : Former ses futurs collaborateurs en les accueillant dès leur parcours de formation.

- Se rapprocher des CFA, lycées professionnels et organismes de formation du territoire.
- Désigner un tuteur formé et disponible, et impliquer l'alternant dès le premier jour.

→ **Ce que ça apporte** : former un collaborateur à votre culture, créer un attachement et préparer les départs en retraite.

POINT DE VIGILANCE

L'alternance demande un investissement en temps et en accompagnement : un alternant mal encadré peut vite se décourager.

3. Portes ouvertes et journées découverte des métiers

Le principe : Ouvrir les portes de l'entreprise pour faire découvrir la réalité de vos métiers.

- Organiser des journées portes ouvertes pour les demandeurs d'emploi, les jeunes en orientation et les familles.
- Participer aux Journées du Patrimoine Industriel ou créer votre propre événement ; proposer des stages (3e, 2de).

→ **Ce que ça apporte** : casser les préjugés, montrer la technicité et la modernité des métiers, susciter des vocations.

4. Partenariats école-entreprise

Le principe : Créer des liens durables avec les établissements scolaires et les acteurs de l'orientation.

- Intervenir dans les collèges et lycées, **accueillir des enseignants en immersion**, participer aux forums des métiers.
- Se rapprocher du Rectorat, de la Région (formation professionnelle), du MEDEF, des missions locales et de France Travail.

5. Sensibilisation précoce : dès la classe de 4e

Le principe : Intervenir tôt dans le parcours d'orientation, avant que les choix ne soient figés.

- Proposer des stages d'observation dès la 4e, créer des supports pédagogiques ludiques, inviter des classes à des démonstrations.
- Valoriser les parcours de vos collaborateurs ayant commencé jeunes dans l'industrie.

→ **Ce que ça apporte** : élargir le champ des possibles, toucher aussi les parents (prescripteurs), préparer de futures candidatures.

6. Communication institutionnelle : faire connaître vos besoins

Le principe : Communiquer de manière proactive auprès des institutions pour que vos besoins soient pris en compte.

- Remonter vos besoins en compétences au Rectorat et à la Région ; participer aux diagnostics sur les métiers en tension.

- S'impliquer dans les branches professionnelles (UDE-MEDEF Guadeloupe, CPME Guadeloupe, U2P,...) et les OPCO, contribuer aux référentiels de formation.

→ **Ce que ça apporte** : les formations sont calibrées sur les besoins exprimés : si vous ne faites pas entendre votre voix, d'autres le feront.

7. Valoriser la polyvalence technique comme atout différenciant

Le principe : Faire de la polyvalence un argument fort dans vos communications de recrutement.

- Mettre en avant l'autonomie et la polyvalence comme compétences clés valorisées.
- Présenter des témoignages de salariés « MacGyver » fiers de leur créativité technique, et montrer qu'elle accélère les carrières.

8. Vers une « Académie de l'Industrie »

Le principe : Mutualiser les efforts entre entreprises pour créer une structure de formation et de promotion des métiers.

- Promouvoir collectivement les métiers, mutualiser des formations, accueillir des jeunes, créer un label « entreprise formatrice ».
- Mobiliser les partenaires publics (Région, Rectorat, ADEME) et privés (fondations, mécénat), commencer par un projet pilote.

IDÉE INNOVANTE — « À tester »

Créer une vidéo courte montrant un salarié qui résout un problème technique de manière innovante.

« *Seuls, on va plus vite. Ensemble, on va plus loin. Une académie industrielle, ça pourrait changer l'image de nos métiers.* » — un participant aux ateliers

ET DANS VOTRE ENTREPRISE ?

- Quels sont les postes les plus difficiles à pourvoir ?
- Avez-vous déjà accueilli des alternants ou stagiaires ? Qu'est-ce qui a fonctionné, ou qu'est-ce qui vous freine ?
- Quand avez-vous ouvert vos portes pour la dernière fois à des visiteurs extérieurs ?
- Seriez-vous prêt à mutualiser des actions de promotion des métiers avec d'autres entreprises MPI ?

02



AXE 2

Le management

« Comment créer un environnement de travail engageant ? »

« Un salarié ne quitte pas une entreprise, il quitte un manager. » Dans les TPE et PME industrielles, où la proximité entre équipes et encadrement est forte, le management est le ciment qui soude une équipe — ou la faille qui la fragilise. Les salariés expriment des attentes claires : être informés, écoutés et considérés, travailler dans un climat de confiance, faire partie d'une équipe soudée et voir leurs efforts reconnus.

1. Manager en contexte insulaire

Manager une entreprise industrielle en Guadeloupe nécessite d'adapter ses pratiques aux réalités territoriales. Loin d'être des contraintes, ces spécificités sont de véritables leviers d'engagement, à condition de les comprendre et de les structurer.

« Au début, j'appliquais ce que j'avais appris en école de commerce. Ça ne marchait pas. J'ai dû apprendre à manager autrement, en tenant compte de notre contexte. » — un dirigeant

1.1 Gérer la polyvalence et la débrouillardise

Vos salariés développent une polyvalence technique exceptionnelle pour pallier les délais d'approvisionnement, les coûts d'intervention externes et la nécessité d'assurer la continuité de production.

Les forces à préserver

- Autonomie et réactivité, créativité technique, fierté collective (« on sait tout faire ici »).

Les risques à encadrer

- Non-traçabilité des interventions, masquage des problèmes structurels, charge mentale, absence de capitalisation.

Structurer sans étouffer

- Valoriser la débrouillardise comme compétence reconnue (pas comme « bricolage »).
- Mettre en place des outils simples de traçabilité (cahier de bord, photos) et un retour d'expérience mensuel.
- Reconnaître cette compétence dans les fiches de poste, les entretiens annuels et le recrutement.

EXEMPLE CONCRET

Une entreprise a créé un « Carnet des astuces » où chaque salarié note ses solutions techniques : il devient un outil de formation pour les nouveaux.

1.2 Manager par le sens et l'ancrage territorial

Dans le contexte insulaire, le lien au territoire est fort : les salariés expriment une vraie fierté de contribuer à la vie de l'île. Le rôle du manager est d'incarner et de rappeler ce sens.

- Montrer concrètement où vont les produits (photos de réalisations locales).
- Raconter l'impact (« nos fenêtres équiperont 60 % des bâtiments publics ») et relier chaque tâche à sa finalité.

EXEMPLE CONCRET

Une entreprise a créé un « Mur de la fierté » avec des photos de réalisations locales (écoles, ponts, bâtiments) utilisant ses produits.

1.3 Adapter les référentiels au contexte local

Les grilles classiques « Égalité-Diversité-Inclusion » ne résonnent pas immédiatement dans le contexte industriel guadeloupéen, où la priorité exprimée est le recrutement, la fidélisation et l'engagement.

- Partir des problématiques réelles exprimées, privilégier la reconnaissance et le pouvoir d'agir, travailler la justice organisationnelle plutôt que les quotas.
- Rester vigilant sur les données objectives (écarts salariaux, progression, postes à risque) et valoriser les figures féminines influentes déjà présentes.

L'enseignement : ne pas plaquer des référentiels inadaptés, mais construire une approche contextualisée.

2. Les pratiques managériales

A) La communication interne

« On apprend parfois les choses par la rumeur avant de les entendre de la direction. »

Les salariés expriment un manque de visibilité sur la stratégie, la situation économique et les décisions. Trois leviers :

- **Développer la communication descendante... et ascendante** — réunions d'équipe courtes et régulières (15-20 min), point mensuel sur la situation, supports visuels dans les espaces communs, canaux de remontée (boîte à idées, référent d'équipe).
- **Partager la stratégie** — réunion annuelle des orientations, explication des décisions importantes, association des équipes en amont de certains projets.
- **Travailler la transparence** — communiquer sur les difficultés autant que sur les succès, être cohérent entre le discours et les actes.

POINT DE VIGILANCE

Transparence ne signifie pas tout dire à tout le monde : partager ce qui est utile à la compréhension et à l'engagement, dans le respect de la confidentialité nécessaire.

IDÉE INNOVANTE — Le « Flash Info » mensuel en vidéo

Une courte vidéo (2-3 min), filmée au smartphone, où un dirigeant fait le point sur l'actualité. Diffusée en salle de pause ou par messagerie : moderne, rapide à produire, elle humanise la communication.

B) La confiance

« La confiance est la Valeur des valeurs : elle ne se décrète pas, elle se construit jour après jour. »

La confiance se joue entre collègues, entre manager et collaborateur, et entre manager et direction. Elle se consolide par des pratiques structurées.

- **Le travail en binôme** — binômes senior/junior pour la transmission, binômes inter-services pour la compréhension mutuelle.
- **L'accompagnement des nouveaux** — préparer l'arrivée, désigner un parrain, organiser un parcours d'intégration, prévoir des points réguliers et recueillir le feedback du nouvel arrivant.
→ **Ce que ça apporte** : sécurisation des compétences, montée en compétences accélérée, renforcement des liens de confiance.

IDÉE INNOVANTE — La « Charte de confiance » co-construite

Élaborer collectivement une charte formalisant les engagements réciproques : « je préviens si je suis en difficulté », « je respecte les délais annoncés », « je ne critique pas dans le dos ». Affichée et signée par tous, elle devient une référence partagée.

C) La cohésion d'équipe

Force majeure des entreprises participantes, la cohésion se cultive au quotidien et ne doit pas être considérée comme acquise.

- **Team building réguliers** — journées sportives, ateliers créatifs ou culinaires, sorties nature, journée de bénévolat collectif.
- **Moments festifs et célébrations** — marquer les temps forts : fêtes de fin d'année, anniversaires d'ancienneté, réussites, départs en retraite.
- **« Vis ma vie »** — permettre à un salarié de passer une journée à un autre poste : meilleure compréhension mutuelle, décroisement, détection de compétences cachées.

POINT DE VIGILANCE

Veiller à proposer des activités inclusives, accessibles à tous (condition physique, situation familiale, convictions).

IDÉE INNOVANTE — Le « Café mystère » mensuel

Un tirage au sort associe chaque mois deux collaborateurs qui ne travaillent pas ensemble, pour un café de 20-30 minutes offert par l'entreprise. Objectif : créer des liens transversaux et briser les silos.

D) La reconnaissance et les figures-clés

« Ce qui est reconnu est répété. Ce qui est ignoré disparaît. »

La reconnaissance ne se limite pas à la rémunération : les petites attentions régulières ont parfois plus d'impact qu'une prime annuelle, et la reconnaissance entre pairs compte autant que celle du manager.

- **Formaliser la reconnaissance** — temps dédié en réunion, « collaborateur du mois » élu par les pairs, célébration des anniversaires d'ancienneté.
- **Valoriser les réussites** — nommer les contributions, partager les retours clients, rendre visible le travail invisible (support, entretien, administratif).
- **Varier les formes** — verbale, écrite, symbolique, matérielle, professionnelle, temps offert.

Identifier et valoriser les « figures-clés »

Des personnes jouent un rôle structurant sans fonction managériale officielle — souvent des femmes au fort caractère, respectées pour leur expérience et leur capacité à « tenir l'équipe ».

- Les identifier (vers qui les autres se tournent), reconnaître leur rôle, leur donner de la visibilité (tuteur/mentor).
- Les associer aux décisions et à l'intégration des nouveaux ; préparer la transmission de leurs savoirs (binômes, fiches, vidéos).

POINT DE VIGILANCE

Ne pas surcharger ces personnes ni créer de jalousies : la reconnaissance doit rester authentique et partagée.

EXEMPLE CONCRET

Une entreprise a institué un « Conseil des Anciens » consultatif (4 salariés expérimentés) qui se réunit chaque trimestre avec la direction.

IDÉE INNOVANTE — La « Lettre au futur collaborateur »

Demander à chaque salarié d'écrire une courte lettre au futur collègue qui prendra son poste : ce qui le rend fier, ce qui compte, ce qu'il aime. Ces lettres servent aux intégrations et sont une forme de reconnaissance.

Synthèse : les clés du management insulaire

Spécificité territoriale	Défi managérial	Levier d'action
Débrouillardise technique	Structurer sans étouffer	Traçabilité + valorisation
Leaders informels forts	Reconnaître sans rigidifier	Visibilité + transmission
Sens du travail territorial	Nourrir l'engagement	Rendre visible l'utilité sociale
Contexte EDI spécifique	Adapter les référentiels	Partir du terrain réel

ET DANS VOTRE ENTREPRISE ?

- À quand remonte votre dernière réunion d'équipe, et à quelle fréquence ?
- Vos collaborateurs connaissent-ils les orientations stratégiques de l'année ?
- Avez-vous identifié les figures-clés de votre équipe — et comment les valorisez-vous ?
- Vos collaborateurs ont-ils l'occasion de découvrir le travail de leurs collègues d'autres services ?
- Comment exprimez-vous votre reconnaissance au quotidien ?

03



AXE 3

La culture d'entreprise

« Comment cultiver la fierté d'appartenance ? »

« L'entreprise, c'est nous. » — un salarié, lors des ateliers

Dans les entreprises industrielles guadeloupéennes, le sentiment d'appartenance est fort. Les salariés s'identifient à leur entreprise, à son histoire, à ses produits, et éprouvent une fierté réelle à contribuer à une production locale. Cette culture engageante ne se décrète pas : elle se cultive à travers des pratiques, des rituels et une histoire partagée.

Les leviers de fierté identifiés

1. La qualité d'accueil

L'accueil réservé aux visiteurs — et aux nouveaux collaborateurs — reflète la culture de l'entreprise et valorise ceux qui y travaillent. Lors de l'atelier accueilli chez Lafarge, les participants ont été marqués par le soin apporté à l'accueil.

- Soigner l'espace d'accueil, former les personnes en contact, préparer les visites, offrir une attention (café, documentation).
- Appliquer la même qualité d'accueil aux nouveaux collaborateurs dès leur premier jour.

→ **Ce que ça apporte** : valorise l'image de l'entreprise, renforce la fierté des salariés, crée une première impression durable.

2. Les rituels spécifiques d'entreprise

Chaque entreprise développe des rituels propres qui créent une identité collective : la journée annuelle santé-sécurité-environnement de Lafarge (et son jardin médicinal), le rituel du petit matin chez AGC Volailles, la fierté des innovations chez Caraïbes Industrie.

- Observer ce qui se fait déjà, formaliser les rituels importants, en créer de nouveaux liés à vos valeurs, en transmettre l'histoire aux nouveaux.

IDÉE INNOVANTE — Le « Livre d'or » de l'entreprise

Un livre, physique ou numérique, consignait les moments marquants : réussites, anecdotes, photos d'équipe, témoignages. Un patrimoine collectif consulté lors des intégrations et des temps forts.

3. La valorisation du local et de l'utilité sociale

Les salariés ne viennent pas seulement « pour le salaire » : ils expriment une fierté de participer à la construction du territoire. Les cinq entreprises fabriquent des produits qui servent concrètement la population — se nourrir, se loger, dormir, construire, se protéger.

- Montrer où vont les produits, raconter l'impact, inviter des clients à témoigner de la qualité.

« Quand je vois une maison en construction, je me dis : c'est peut-être mon ciment, mes fenêtres. Ça a du sens. »

4. La longévité et la résilience

L'ancienneté est un signe de solidité qui rassure les salariés et renforce leur attachement (Les Matelas Baptistide, depuis 1976).

- Communiquer sur l'histoire, célébrer les anniversaires (10, 25, 50 ans), valoriser les anciens, afficher des photos historiques.
- **Ce que ça apporte** : sentiment de stabilité, crédibilité, transmission du savoir-faire, fierté d'appartenir à une institution du territoire.

5. L'ancrage territorial

Les entreprises créent des emplois non délocalisables et participent à la vie locale. Cet ancrage se cultive.

- Participer aux événements locaux, soutenir des associations et causes, privilégier les fournisseurs locaux, ouvrir l'entreprise au public.

IDÉE INNOVANTE — Le « Défi solidaire » annuel

Chaque année, l'entreprise choisit collectivement une cause locale à soutenir par une action concrète (bénévolat, collecte, don de compétences). Cela renforce la cohésion et l'image d'acteur engagé du territoire.

6. Le jardin collaboratif : un symbole culturel fort

Le rapport à la terre et au jardin créole fait partie de l'ADN culturel guadeloupéen. Transposé dans l'entreprise, il crée un lien puissant : bien-être (pause nature), cohésion (projet commun), sens (voir pousser, récolter), ancrage (plantes créoles) et RSE (compost, circuits courts).

- Identifier un petit espace (même 10 m²), former un groupe de volontaires, démarrer petit (herbes, piments), ritualiser une session mensuelle, partager les récoltes.

7. La conscience professionnelle et le sens du travail bien fait

La fierté naît aussi de la qualité du travail accompli. Quand les salariés ont le sentiment de maîtriser leur art, ils s'engagent davantage.

- Valoriser les savoir-faire, permettre d'aller au bout de son travail, donner du feedback sur la qualité (pas seulement les erreurs), afficher les indicateurs et célébrer les bons résultats.

IDÉE INNOVANTE — Les « Ambassadeurs métiers »

Identifier dans chaque équipe un ou deux salariés particulièrement attachés à leur savoir-faire, capables de transmettre et de valoriser leur métier lors des visites, portes ouvertes et intégrations. Leur expertise est reconnue officiellement.

POINT DE VIGILANCE

La culture d'entreprise est un équilibre fragile : elle peut se diluer avec les départs, la croissance ou le renouvellement. La préserver suppose de formaliser sans rigidifier, d'impliquer les anciens et de créer des moments intergénérationnels.

ET DANS VOTRE ENTREPRISE ?

- Vos nouveaux collaborateurs sont-ils accueillis avec la même attention qu'un client important ?
- Quels rituels rythment la vie de votre équipe — et sont-ils transmis aux nouveaux ?
- Vos collaborateurs savent-ils concrètement à quoi servent vos produits sur le territoire ?
- L'histoire de votre entreprise est-elle connue et visible (photos, objets) ?
- Qui sont les « gardiens du savoir-faire » — et leur rôle est-il reconnu ?

04



AXE 4

Le faire-savoir

« Comment valoriser notre industrie et nos métiers ? »

« On fait bien notre travail, mais personne ne le sait. »

Les entreprises industrielles guadeloupéennes souffrent d'un déficit de visibilité qui a des conséquences concrètes : difficultés à attirer les talents, image associée à des clichés dépassés, manque de reconnaissance de leur utilité sociale. La bonne nouvelle : des opportunités existent — médias locaux, événements, réseaux sociaux, partenariats. Il suffit souvent d'oser franchir le pas.

A) Les salariés, premiers ambassadeurs

Vos collaborateurs sont vos meilleurs porte-parole : leurs témoignages authentiques sont infiniment plus crédibles qu'un discours corporate.

- Donner matière à raconter : partager les informations positives, informer les équipes avant les annonces externes, créer des supports partageables.
- Encourager et former à la prise de parole : identifier les volontaires à l'aise, préparer des éléments de langage, organiser des simulations.

IDÉE INNOVANTE — Le « Kit Ambassadeur »

Un petit kit pour chaque salarié volontaire : carte de visite personnalisée, fiche présentant l'entreprise en quelques chiffres, photos de réalisations emblématiques. Il matérialise le rôle d'ambassadeur et facilite la prise de parole.

B) La visibilité médiatique

Les médias locaux sont friands d'histoires d'entreprises guadeloupéennes qui réussissent. Des opportunités concrètes existent :

- Médias locaux : Guadeloupe La 1ère (« Un jour, une entreprise »), presse écrite (France-Antilles), radios locales.
- Événements : Journées du Patrimoine Industriel, Foire de Guadeloupe, Semaine de l'Industrie.

Comment se lancer

- Identifier son « histoire » (ancienneté, innovation, rôle dans la filière, engagement, aventure humaine).
- Préparer ses messages clés (pitch de 2 min, 3-4 chiffres, anecdotes) et oser contacter les médias (communiqué, invitation à visiter).

IDÉE INNOVANTE — La « Journée Portes Ouvertes Médias »

Une journée où l'entreprise invite conjointement médias locaux, élus et acteurs de l'emploi (France Travail, Mission Locale) : elle génère de la couverture médiatique tout en renforçant les liens institutionnels.

C) La communication digitale

Les réseaux sociaux et le web sont incontournables pour exister aux yeux des jeunes générations et des candidats potentiels.

- Les fondamentaux : fiche Google à jour, page LinkedIn, site web simple.
- Des contenus simples et authentiques : équipes au travail, gestes métiers en vidéo, témoignages, coulisses, offres d'emploi. Mieux vaut peu mais régulièrement.

IDÉE INNOVANTE — Le « Challenge Métiers » sur les réseaux

Un défi inter-entreprises MPI : chaque entreprise publie une courte vidéo présentant un métier méconnu, puis « défie » une autre entreprise du réseau. Un format viral qui crée une dynamique collective.

D) Le storytelling : raconter son histoire

Les faits informent, mais les histoires engagent. Raconter l'origine, les épreuves, les figures marquantes, la mission et la vision crée une connexion émotionnelle avec clients, candidats et partenaires.

- Des supports pour raconter : plaquette, page « Notre histoire », frise chronologique affichée, vidéos des anciens.

IDÉE INNOVANTE — Le « Livre d'Or de l'entreprise »

Un cahier où salariés, clients et visiteurs laissent un mot, un souvenir, une anecdote. Au fil du temps, une mémoire collective vivante, utile pour la communication et précieuse pour les nouvelles générations.

Pourquoi ça marche ? Quand un salarié raconte son quotidien, ses défis et sa fierté, cela touche directement — bien plus qu'une communication institutionnelle.

ET DANS VOTRE ENTREPRISE ?

- Qui, parmi vos équipes, pourrait devenir ambassadeur de vos métiers ?
- Quand avez-vous fait parler de vous dans les médias locaux pour la dernière fois ?
- Votre entreprise est-elle présente et active sur au moins un réseau social ?
- Quelle est l'histoire singulière que vous seul pouvez raconter ?

Résultats & apports

Principaux enseignements

- **La contextualisation locale est essentielle** — les meilleures pratiques ne se copient pas mécaniquement ; elles s'incarnent dans une réalité insulaire, une culture, un territoire. C'est la valeur distinctive de la démarche.
- **La réalité du terrain prime sur les plans** — le diagnostic a reflété les conditions réelles (l'égalité femmes-hommes s'est révélée moins saillante qu'anticipé) plutôt que des attentes théoriques.
- **La débrouillardise est à double tranchant** — force d'adaptation, mais elle peut masquer des besoins de maintenance et limiter le reporting R&D : une force à structurer.
- **Les leaders informels sont un actif organisationnel** — souvent des figures féminines, pivots de la cohésion, non captées par les organigrammes.
- **La parole du terrain a de la valeur** — impliquer directement les salariés fait émerger des solutions concrètes et appropriées.
- **Le collectif inter-entreprises est un accélérateur** — des entreprises voisines ont découvert des problèmes et des solutions communs et tissé des liens durables.

Résultats observés

- Une dynamique collective inédite entre cinq entreprises industrielles du territoire.
- Des solutions concrètes co-construites par les salariés, réunies dans ce guide pratique.
- Une prise de conscience, par les entreprises, de leurs propres forces (débrouillardise, ancrage, leaders informels).
- Un réseau de référents mobilisables et une visibilité nouvelle pour les métiers industriels.

Apports pour les entreprises et leviers d'amélioration

- **Recrutement** — des passerelles concrètes (intérim, alternance, portes ouvertes) et l'idée d'une Académie industrielle mutualisée.
- **Management** — des rituels de communication simples, une charte de confiance et la reconnaissance des figures-clés.
- **Culture** — la valorisation des rituels, de l'utilité sociale et des symboles fédérateurs (jardin, livre d'or).
- **Faire-savoir** — des ambassadeurs, une présence médiatique et digitale, un storytelling authentique.

Limites rencontrées et points de vigilance

- La disponibilité des équipes en contexte de production impose des formats courts et un cadrage rigoureux du temps.
- Certaines thématiques initiales (dont l'égalité femmes-hommes) se sont révélées moins prégnantes que prévu sur le terrain.
- La pérennité de la dynamique suppose une animation continue par le réseau MPI.

- La valorisation plus poussée des données (publication, comparaisons) requiert l'accord préalable des dirigeants concernés.

ET DEMAIN ?

Pérenniser la dynamique

Le projet touche à sa fin, mais la dynamique qu'il a enclenchée ne fait que commencer. Cette intelligence collective est un capital précieux qu'il serait dommage de laisser s'éteindre.

Pérenniser la dynamique

- Des rencontres régulières entre référents pour maintenir les échanges de bonnes pratiques.
- Des ateliers thématiques sur les sujets identifiés (recrutement, management, communication).
- Une plateforme de partage des outils et ressources développés dans le cadre du projet.
- Un accompagnement des entreprises souhaitant approfondir certains axes.

Étendre et essayer

Ce guide a été conçu pour circuler, inspirer et être adapté par d'autres entreprises industrielles guadeloupéennes — adhérentes MPI ou non. L'invitation : partir de vos propres ressources spécifiques (forces des équipes, symboles culturels, figures informelles) et construire à partir de là.

Comment diffuser cette démarche ?

- Présentation du guide lors des assemblées générales et événements MPI.
- Témoignages des entreprises pionnières pour encourager d'autres à s'engager.
- Ateliers d'appropriation pour que de nouvelles entreprises s'emparent des outils.
- Versions thématiques du guide, adaptées à des secteurs ou problématiques spécifiques.

À plus long terme, le projet d'Académie Industrielle Guadeloupéenne pourrait fédérer entreprises, Région, Rectorat et organismes de formation autour de la promotion des métiers.

REJOIGNEZ LE MOUVEMENT

Vous souhaitez participer à la prochaine édition de « Diversité en Action » ou partager vos bonnes pratiques ?

Contact — Christophe Wachter (MPI Guadeloupe) : 0690 595 710 · Jean-Jacques Ffrench (HumansLink) : 0690 630 162 — jeanjacques@humanslink.com

Remerciements

Ce guide est le fruit d'un travail collectif. MPI Guadeloupe et HumansLink remercient chaleureusement les dirigeants et l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs des cinq entreprises pionnières, ainsi que les référents qui ont porté la voix de leurs équipes tout au long de la démarche.

SOJAG · AGC Volailles · Les Matelas Baptistide · Caraïbes Industrie · Lafarge Ciments Antillais

Un projet rendu possible par ses partenaires institutionnels

Cette démarche n'aurait pu voir le jour sans le soutien déterminant du Fonds pour l'Amélioration des Conditions de Travail (FACT). C'est son financement qui a rendu possible la réalisation de l'ensemble du projet — de la conception des ateliers participatifs jusqu'à la production de ce guide. Nous lui exprimons notre profonde reconnaissance.

Nos remerciements s'adressent tout particulièrement à l'Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail (ANACT) et à l'ARACT Guadeloupe. Leur appui méthodologique, leur expertise en matière de qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) et leur cadrage institutionnel ont accompagné et sécurisé chaque étape de la démarche, en l'ancrant dans les meilleures pratiques tout en respectant la réalité du terrain guadeloupéen.

À travers ce guide, les entreprises participantes, MPI Guadeloupe et HumansLink apportent une contribution concrète à la mission commune du FACT, de l'ANACT et de l'ARACT : améliorer durablement les conditions de travail et l'engagement des équipes dans les entreprises du territoire.

AVEC LE SOUTIEN DE

- Fonds pour l'Amélioration des Conditions de Travail (FACT) — financement du projet.
- ANACT — Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail.
- ARACT Guadeloupe — appui méthodologique et expertise QVCT.

Convention FACT n° 2023FACT690.



Co-Financé par le FACT / ANACT — Convention n° 2023FACT690