

AVEC CARIBBEAN PAN...

LA CUISINE MARTINICAISE A TROUVÉ SON ÉCRIN

Véronique Obrun aime deux choses dans la vie : la nourriture et le partage. C'est ainsi qu'elle fonde en mai la plateforme Caribbean pan. Comme son nom l'indique, l'objectif est de valoriser la cuisine martiniquaise pour les visiteurs mais aussi pour les locaux.

Véronique Obrun, avec un sourire dont elle ne se départ pas, recèle d'enthousiasme. La jeune martiniquaise a lancé une plateforme qui fait la part belle à la gastronomie locale, Caribbean pan. Ce site internet est un trait d'union entre les fins gourmets et les cuisiniers aguerris. Sur le site, un gourmand pourra choisir son produit local d'épicerie fine, son atelier de cuisine ou réserver un repas chez l'habitant. De nombreux hôtes se sont déjà fait connaître auprès de Véronique Obrun pour faire voyager les papilles des gourmands. La plupart de ses recrutements viennent du bouche-à-oreille ou via la publicité digitale. « Ce n'est pas moi qui vais vers eux, c'est eux qui viennent à Caribbean pan. » Caribbean Pan propose des expériences culinaires immersives dans la Caraïbe et des produits gastronomiques issus de la production locale.

MONTPELLIER, CHINE, MARTINIQUE

Cet attrait pour la gastronomie, Véronique Obrun le tient de son cursus scolaire. En effet, la jeune femme effectue ses études supérieures à Montpellier. Elle y apprend le mandarin : son ticket d'entrée pour la Chine où elle passe plusieurs années. Ce séjour de plus de 5 ans aiguise sa curiosité pour la cuisine. « J'étais étonnée de voir à quel point les Chinois valorisent leur propre cuisine au quotidien », explique la chef d'entreprise. Elle précise que dans les restaurants de Chine, les plats servis ont le même goût que du fait maison. « Les cartes sont très complètes. Elles reprennent les plats les plus traditionnels et artisanaux. » Véronique Obrun compare alors la mise en valeur des gastronomies des deux territoires. « Dans nos restaurants, les cartes sont très standardisées. Toujours le colombo de poulet, le vivaneau grillé et quelques bananes jaunes. » Cette comparaison pousse la jeune femme à aller plus loin dans la valorisation de la cuisine locale. « Il y a un véritable problème. Notre cuisine est sous représentée alors qu'elle est tellement riche d'influences culinaires diverses. Il s'avère dommage que nous n'ayons pas cette représentation fidèle. » Là où la Chine met en avant ses produits locaux, la Martinique en importera. « Caribbean pan est un moyen de se

réapproprier sa culture et tout ce que notre environnement met à disposition autour de nous et que l'on a eu tendance à négliger. Ceux qui sont sensibles à la valorisation culinaire ont l'opportunité d'exprimer leur énergie en s'inscrivant sur Caribbean pan et d'en devenir les ambassadeurs. » L'ambition de Caribbean Pan est de devenir le référent du tourisme culinaire immersif et gastronomique de la Caraïbe en privilégiant une approche slow tourisme.

UNE VÉRITABLE EXPÉRIENCE GOURMANDE CHEZ L'HABITANT

Véronique Obrun s'est également inspirée d'un concept en Europe qui se concentre lui uniquement sur du repas chez l'habitant. « Il faut que l'on ait un ce même concept aux Antilles de la valorisation de la culture gastronomique qui permette de vivre des expériences gourmandes chez l'habitant et qu'il permette également de la mise en vente de produits issus de la production locale. »

Dans le montage de son projet, Véronique Obrun n'a rien laissé au hasard. Y compris la porte d'entrée vers une aven-

ture gastronomique : le site internet de Caribbean pan. Elle n'a voulu d'un site standardisé mais d'une plateforme qui annonce la couleur madras dès le début. Elle l'a voulu intuitif à la navigation facile. « C'est très simple, on se rend sur la plateforme. Il y a un petit champ de recherche dans lequel le client peut choisir la date souhaitée, le type d'expérience et la localisation. » Quelques chefs professionnels sont venus se greffer à l'aventure Caribbean pan comme l'incontournable Tatie Maryse ou l'appétissant Mada smoke grill. « C'est un chef spécialisé dans la grillade et il propose son concept sur les plages de Martinique », précise la créatrice de Caribbean pan.

A LA CONQUÊTE DE LA CARAÏBE

Avec un nom comme Caribbean pan, la chef d'entreprise entend bien conquérir les autres îles de la Caraïbe. « L'objectif est de pouvoir toucher le top 10 des destinations touristiques de la Caraïbe. » Jamaïque, Cuba voire la Barbade sont dans le viseur de Véronique Obrun. Seulement pour l'instant, la jeune femme se concentre sur les deux territoires qu'elle connaît, la Guadeloupe mais surtout la Martinique. « Cela me ferait super plaisir que les Martiniquais aient envie d'aller dans un restaurant à Sainte-Marie qui propose lapo senyen. » Caribbean pan s'adresse aux touristes mais aussi aux Martiniquais. Le site a pour vocation de toucher les Martiniquais les Guadeloupéens sur leur propre territoire. L'autre vocation de la plateforme numérique est de donner de la visibilité à des producteurs martiniquais aux produits toujours locaux certes mais aussi originaux que de l'ail au miel, chou pommé et piment végétarien lactofermentés ou encore du vinaigre naturel de pomme d'eau. « Je suis agréablement surprise de voir le nombre de producteurs locaux qu'il y a sur un petit pays comme la Martinique. »

Caribbean pan n'est pas qu'une aventure gastronomique pour la jeune femme. Elle signe là, son retour au pays. Fraîchement débarquée de France Hexagonale, son retour définitif en Martinique ne date que d'un mois. « J'avais conscience que s'il fallait que je mène à bien ce projet, il fallait que je vienne. Cela me permet de créer plus de proximité avec les prestataires. »

« On dit parfois que les comètes s'alignent »

Avant de tomber dans les marmites, Véronique Obrun se forme au commerce international et touche du doigt le marketing digital. Tout juste avant de se lancer à son compte, la jeune femme était chef de projet digital. Tout au long de sa carrière, la chef d'entreprise a accumulé des compétences qu'elle peut désormais mettre à profit dans Caribbean pan. « On dit parfois que les comètes s'alignent. Ce sont des petites pierres qui sont venues au fur et à mesure qui m'ont per-

mis de construire mon projet », sourit Véronique Obrun. Même si les étoiles se sont alignées pour la créatrice de Caribbean pan, elle connaît malgré tout, les difficultés de tout entrepreneur en début de projet. Seule sur les postes clefs de Caribbean pan, Véronique se doit « d'être un véritable un couteau suisse dans l'entreprise. »

Le premier événement de Caribbean pan ne s'est pas encore déroulé. Il a fallu des mois de préparation à Véronique Obrun pour créer son panel de chefs, d'hôtes et de producteurs locaux. « Je souhaitais acquérir une offre suffisamment étoffée avant de pouvoir aller chercher les acheteurs. » Comme beaucoup d'entrepreneurs, elle ne cache pas qu'elle est passée par une période de doutes et d'interrogations. « On a aussi le syndrome de l'imposteur. On se dit que l'on n'a pas les compétences. » Mais la fibre de l'entrepreneuriat lui fait des piqûres de rappel. C'est ainsi que Véronique Obrun se jette à l'eau. « La transition entre l'entre le salariat et l'entrepreneuriat n'est pas simple. C'est beaucoup de tentatives avant de trouver le bon rythme, avant de prendre confiance. » Le rythme et la confiance, c'est acquis pour la chef d'entreprise qui s'enhardit de se projeter à 10 ans. Outre les îles de la Caraïbe, Véronique Obrun verrait bien une collaboration avec certains pays de l'Amérique du sud dans quelques années. ■

Lauriane Nomel

INSCRIPTION GRATUITE.

SITE INTERNET : CARIBBEANPAN.COM.

INSTAGRAM : CARIBBEANPAN_OFFICIAL



› Productrice locale

