

23 OCTOBRE 2024

## Session n°15 :

# Comment l'infrastructure commerciale peut stimuler l'esprit d'entreprise dans les Caraïbes : Défis et opportunités



*Série sur les entreprises  
agroalimentaires des Caraïbes*





JODY WILLIAMS, Chef des ventes et du marketing - Directeur de l'administration des contrats

Marie Sharp's Fine Foods Limited



Marie Sharp's Fine Foods  
- Nous sommes une  
entreprise familiale  
- Producteur, distributeur,  
exportateur, leader et  
innovateur



# BELIZE : Situation stratégique

---





Agro-transformateur de produits de qualité  
supérieure : Marque + Qualité



# L'histoire

---

- L'entreprise a été créée en 1981 : Melinda's.
- Tout a commencé dans une cuisine avec un seul employé.
- Première exportation en 1989 vers les États-Unis





**DES IDÉES NOVATRICES :  
OFFRIR QUELQUE CHOSE DE  
DIFFÉRENT SUR LE MARCHÉ  
AVEC DES LÉGUMES ET DES  
FRUITS ENTIÈREMENT  
NATURELS.**





# Matières premières et capacité de production

DOIT ÊTRE SUFFISANTE ET RÉPONDRE À LA DEMANDE EN PERMANENCE ; GARANTIE









## Marie Sharp's- Factory

- Dernières machines et technologies
- Rapidité, valeur ajoutée et qualité
- Marque et propriété intellectuelle





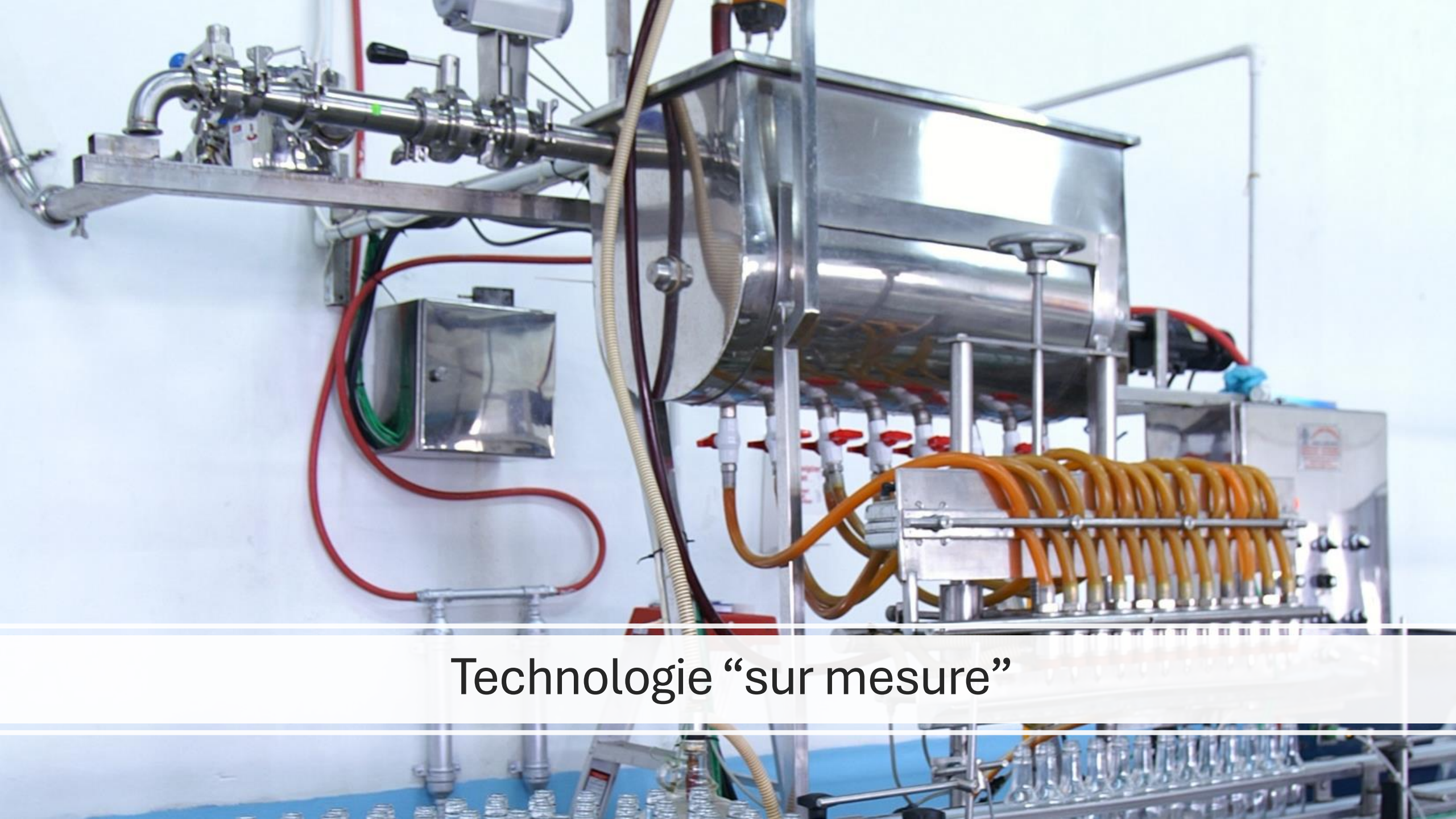




GESTION DE LA QUALITÉ TOTALE  
ET INFRASTRUCTURE

---





Technologie “sur mesure”









# Marchés

- ÉTATS-UNIS
  - Canada
  - Mexique
  - Guatemala
  - Belize
  - Honduras
  - El Salvador
  - Liban
  - Arabie Saoudite
- Royaume-Uni
  - Allemagne
  - France
  - Japon
  - Taïwan
  - Chine
  - Corée du Sud
  - Inde
  - Afrique du Sud





# Le goût des Caraïbes dans le monde : Adapter

---

- Koweït
- Costa Rica
- Australie
- Singapour et Malaisie
- Suède
- Irlande
- Norvège
- Islande
- Îles Caïmans
- République dominicaine

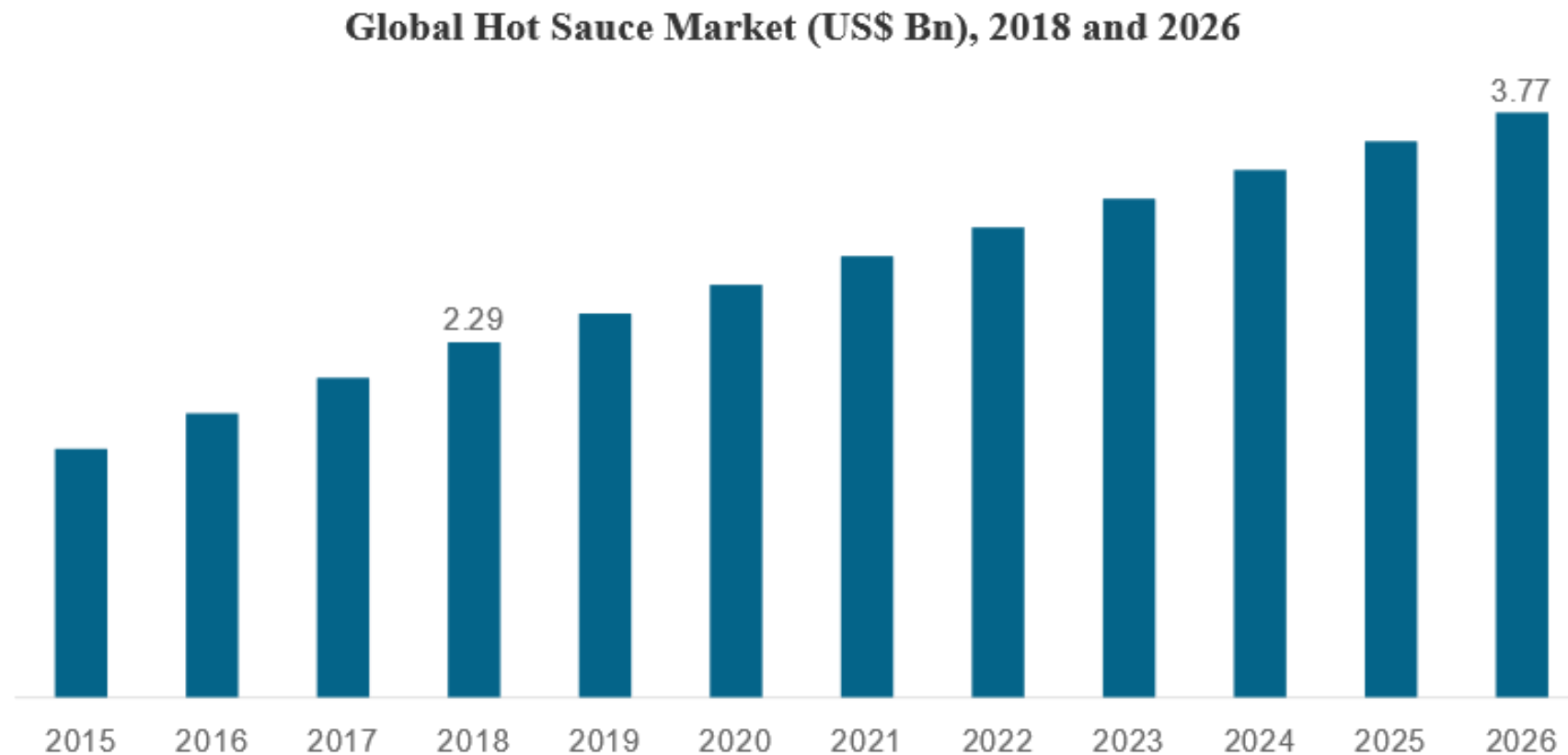
# Tendances de la consommation

---





# Marché mondial de la sauce piquante 2018-2026 (en milliard de USD)



- Magasins HEB -  
Sud-Ouest

- 120 de 278  
magasins

- 750 magasin de  
1500 Krogers

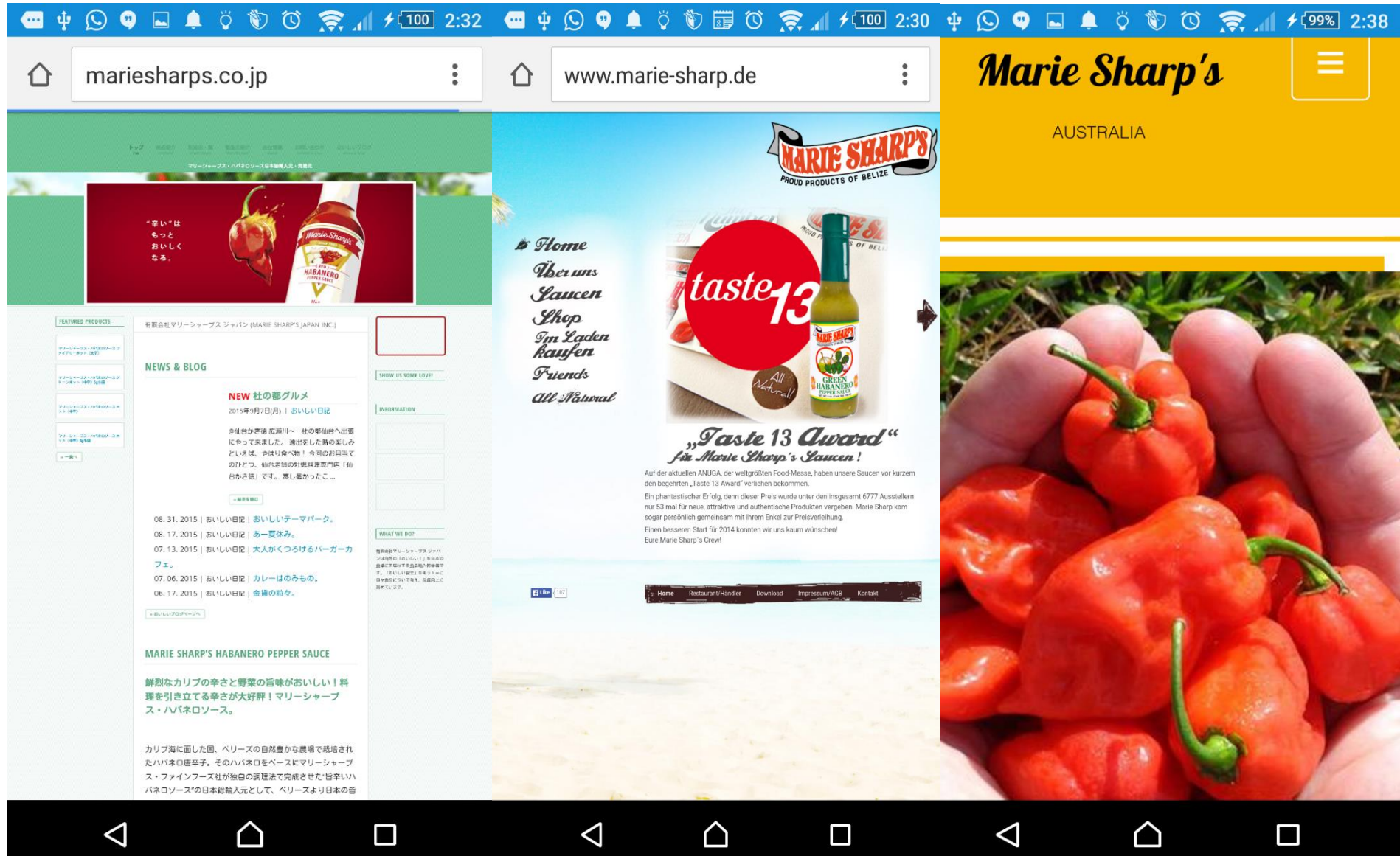
Vitrine Amazon

1200 Walmart USA





# Marque locale-internationale



# Infrastructure commerciale

- Connaître sa logistique : Nous pouvons avoir le meilleur produit, mais si nous ne disposons pas d'un système logistique fiable et rentable, il est plus difficile d'atteindre le marché.
- Capacité et disponibilité des transports (routes, réseaux, camionnage, transport aérien)
- Accès au financement et à l'information. La montée en gamme.
- Un système financier/bancaire national solide : Comment sommes-nous payés ?
- Appui institutionnel, appui au commerce, ALE/ASP, marchés préférentiels
- Communication et connectivité, quel est le niveau de service et la vitesse de l'internet ?

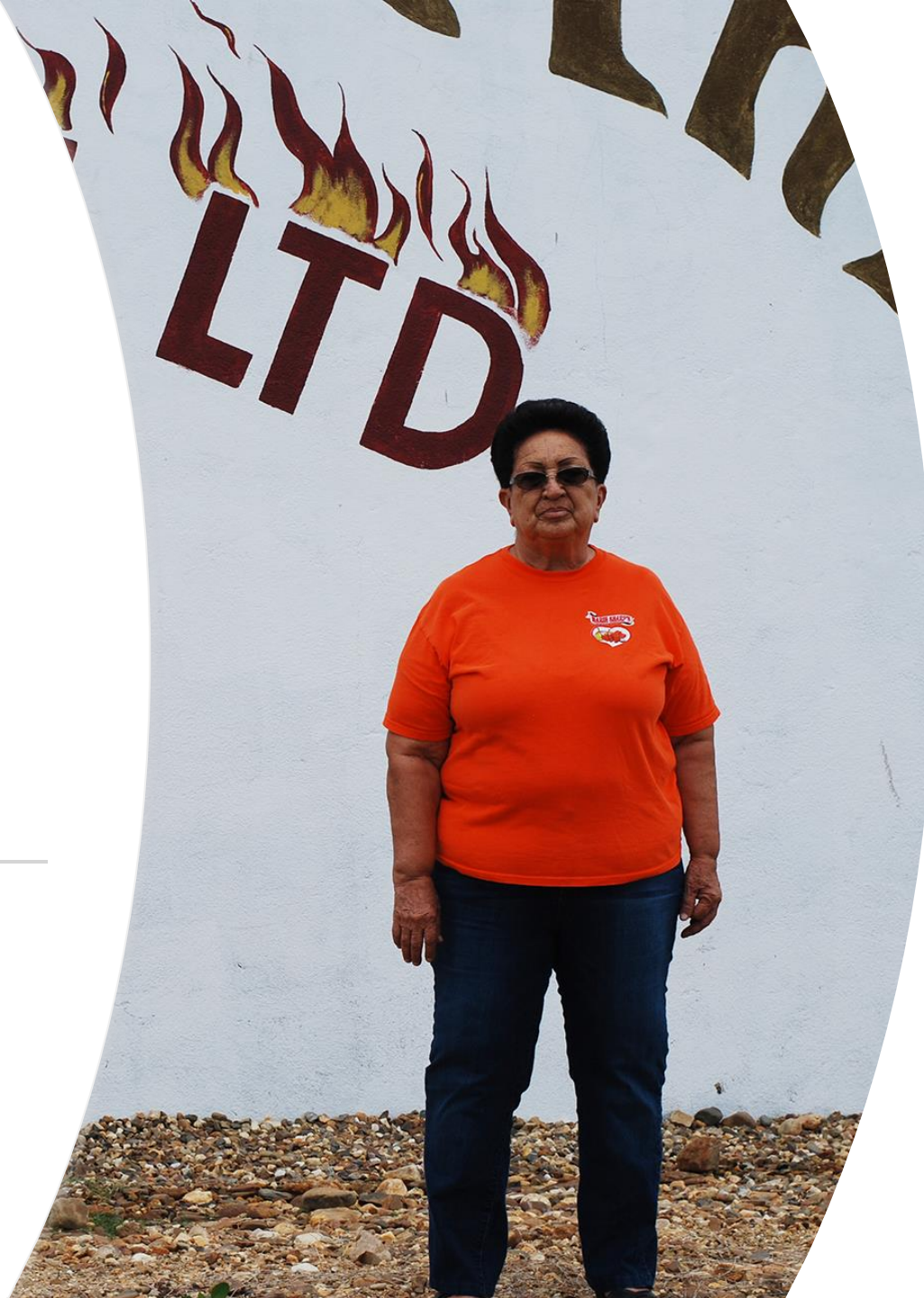


—

# Merci de votre attention

---

Merci beaucoup !



# Merci

