

31 MARCH 2022

Session n°5:

**Commerce agricole : opportunités
pour les PME et les entreprises sur
les marchés d'exportation**



*Série sur les entreprises agroalimentaires
des Caraïbes*

...



IICA-COLEACP - Caribbean Agrifood Business Session : opportunités pour les PME et les entreprises sur les marchés d'exportation **31.03.2022**

31 mars 2022

Christophe SUREAU

Directeur général

SURAL-SACICC et AMAZON CARIBBEAN GUYANA LTD





Sural-Sacicco ... brièvement

Entreprise familiale fondée en 1958, située près de Paris, en France.

Importation et vente de fruits de mer, de fruits et de légumes en conserve.

Produits :

- Coeurs de palmier sauvages certifiés biologiques
- Cœurs de palmier cultivés
- Fruits tropicaux certifiés biologiques
- Lait de coco
- Huile de noix de coco vierge
- Foie de morue

Principaux clients :

- Chaînes de supermarchés**, principalement en marques de distributeurs : Carrefour, Leclerc, Auchan, Super U, Casino, Monoprix, Franprix, Cora, Match ...
- Magasins spécialisés en produits biologiques** : Biocoop, La Vie Claire, ...

Chiffre d'affaires 2021 : 7,6 M€

Volumes en unité 2021
6 millions

Amazon Caribbean Guyana

... brièvement



Entreprise familiale financée en 1986 située en Guyane
1 usine dans la région 1 Nord-Ouest
1 usine dans la région 5 Berbice

200 employés
500 moissonneuses

Produits :

- Coeurs de palmier sauvages certifiés biologiques
- Morceaux d'ananas dans des bocaux en verre
- Jus de fruits tropicaux
- Jus d'açaï

Principaux clients :

- U.E.
- U.S.
- Moyen-Orient

Chiffre d'affaires
2021
3,5 M USD

Volumes de production
2021
53 conteneurs

Coeurs de palmiers sauvages appelés
« Manicole » ou « Açaï ».
Certifié biologique
(sp. *Euterpe Oleracea*)



- Récolté à l'état sauvage dans la forêt amazonienne de Guyane, principalement par les communautés indigènes.
- Un palmier régénérateur et durable

Coeurs de palmier sauvages comme produit fini (*Euterpe Oleracea*)

- En salade ou en apéritif, en sauce ou simplement en snack.
- Riche en fibres ; faible teneur en glucides



Morceaux d'ananas certifiés biologiques dans du jus d'ananas



- Exclusivement à base d'ananas mûrs et de jus d'ananas
- Sans sucre ajouté





Les premières questions ...

Avant de penser à offrir un produit à des prospects internationaux, quelques étapes sont à franchir :

- Premièrement, mes produits à valeur ajoutée sont-ils adaptés au marché de destination ?
- Ma matière première est-elle compétitive au niveau international ?
- Mon produit est-il certifié IFS Food ou British Retail Consortium (BRC) ?
- Êtes-vous prêt à être audité selon les normes sociales internationales ? Les principales normes sociales sont l'International Classification for Standards (ICS) et la Business Social Compliance Initiative (BSCI).
- Avez-vous un emballage adapté au marché de destination ?
- L'étiquette de l'emballage est-elle approuvée ?



Quelques conseils ...

- Assurez-vous d'abord d'être compétitif avec votre matière première. Vérifiez à partir de quels prix les concurrents calculent (ex. ananas).
- Ciblez un marché de niche avec votre produit final. N'essayez pas de concurrencer le marché de masse.
- Proposez le meilleur produit comme étant certifié Premium et/ou biologique et/ou équitable.
- Les fruits et légumes des Caraïbes ont une bonne image dans l'UE. Construisons la même tendance qui a fait le succès de la cuisine mexicaine, japonaise, chinoise ou thaïlandaise. La cuisine des Caraïbes n'est pas assez représentée. Il y a beaucoup à faire pour la rendre aussi célèbre qu'elle le mérite.
- Ne croyez pas que c'est un bon produit parce que vous l'aimez. Regardez d'abord ce que vos clients aiment.



Quelques défis à relever ...

- La logistique locale n'est souvent pas assez efficace.
- Les mauvaises infrastructures limitent l'accès aux grands navires et les compagnies internationales sont peu nombreuses. De moins en moins d'escales de bateaux et des tarifs en hausse.
- Pour l'année prochaine, en 2023, l'OMI (Organisation maritime internationale) prévoit des mesures de réduction des émissions de carbone pour les navires de charge, ce qui constituera un défi de taille pour l'accès à certains distributeurs.
- Pour exporter, nous devons être certifiés IFS ou BRC et normes sociales... Il y a peu d'auditeurs accrédités dans la région.
- Pour exporter, nous devons effectuer des analyses en laboratoire qui doivent être approuvées par les clients.
- Équipement de machines, entretien, pièces détachées ...
- Coût de l'énergie



Voici quelques exemples de produits que les clients potentiels recherchent dans l'UE ...

- Certifié biologique
- Lait de coco
- Eau de coco
- Huile de noix de coco vierge
- Jus de fruits tropicaux
- Fruits tropicaux séchés
- Noix de cajou (et autres noix)



Merci de votre attention



La série sur les Succès des entreprises agroalimentaires des Caraïbes IICA-COLEACP se concentre sur les innovations et les réussites des entreprises et des PME dirigées par des agriculteurs des Caraïbes. Ces activités sont soutenues par le programme Fit For Market SPS, mis en œuvre par le COLEACP dans le cadre de la coopération au développement entre l'Organisation des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP) et l'Union européenne.

Merci

