



FICHE D'ENTREPRISE

GOM FOOD
Industries

GOM FOOD INDUSTRIES N.V.

SURINAME

[SITE WEB](#)

À PROPOS DE GOM FOOD INDUSTRIES N.V.

- **Statut de l'entreprise :** Limited company (Naamloze Vennootschap, NV)
- **Année d'enregistrement :** 1998
- **Nombre d'employés:** 32 employés à temps plein et 4 employés à temps partiel
- **Secteur d'activité:** Transformation d'aliments



Kenneth van Gom est

un entrepreneur motivé qui a de l'expérience dans l'exportation de produits locaux vers les Pays-Bas et les Antilles néerlandaises. Il est le fondateur et le directeur général de Gom Food Industries N.V (Gom Food), en charge des opérations quotidiennes et de la gestion du personnel.

Gom Food est une entreprise familiale qui fabrique des produits de haute qualité sous la marque Sishado. L'entreprise produit des sauces et des marinades basées sur des recettes familiales contenant un mélange d'ingrédients amazoniens, caribéens et asiatiques.

Gom Food est devenu le leader du marché des sauces et des marinades au Suriname, tout en se développant dans différentes parties du monde.

Mission

Établir des marques alimentaires de qualité à l'échelle mondiale et créer de la valeur pour ses actionnaires et ses employés.

Vision

Être une entreprise surinamaise jouant un rôle de premier plan dans plusieurs pays dans le secteur de l'alimentation saine et de qualité.

CONTEXTE

Historique

Avant de lancer sa propre entreprise, Kenneth exportait des produits locaux d'autres producteurs et a pris conscience du potentiel des exportations. À l'époque, sa mère Yvonne van Gom faisait l'expérience de petits lots de recettes originales qui étaient appréciées par les amis et la famille. Kenneth a vu dans le marché de l'exportation une opportunité de stimuler l'économie nationale par l'apport de devises étrangères. C'est ainsi que l'idée de la société a germé en 1996 et qu'avec Yvonne, ils ont démarré une minuscule entreprise dans un petit hangar de 3 x 4 mètres qui a été aménagé pour servir d'installation de production. La société a été officiellement créée en 1998, après deux ans de recherche et de développement, et n'a cessé de se développer depuis lors. D'une équipe composée d'une mère et de son fils, l'entreprise emploie aujourd'hui 36 personnes.

Relations avec la communauté

Gom Food travaille en étroite collaboration avec ses fournisseurs, son personnel et les communautés locales. L'objectif principal de l'entreprise est d'offrir un environnement de travail où les personnes se sentent engagées et motivées, et où elle est en mesure de partager ses réussites avec la communauté locale.

Certifications

Gom Food est fière de ses pratiques en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE), qui visent à devenir une organisation entièrement certifiée, qui se procure 100 % de ses matières premières et de ses matériaux d'emballage au niveau local et régional, avec zéro déchet d'ici à 2025. Elle a reçu le prix RSE de l'Association du commerce et de l'industrie du Suriname en 2016 et 2017.

PRODUITS ET MARCHÉS

La gamme de produits Sishado comprend huit (8) sauces différentes, qui peuvent être utilisées pour l'assaisonnement, les marinades et les barbecues. Elles sont exemptes de protéines animales, d'édulcorants artificiels et de gluten.

Les marinades Sishado sont disponibles avec les profils de saveurs suivants : sucré-salé (normal et moins de sucre), salé, piquant (normal et moins de sucre) et indo.

Les produits Sishado Barbeque & Grill et Sishado Pepper Sauce complètent la gamme.



Les huit produits de Sishado



Les produits de Gom Food sont présents sur les marchés régionaux (Antigua, Curaçao, Guyane, Guyane française, Aruba, Saint-Martin et Martinique) et internationaux (Pays-Bas, France et États-Unis).

Alors que les principaux produits Sishado sont vendus par l'intermédiaire de sa succursale d'origine, l'entreprise dispose de 4 produits sous marque privée

qu'elle vend à la Guyane française et aux territoires français d'outre-mer.

Gom Food a obtenu plusieurs certifications, notamment les bonnes pratiques de fabrication (BPF), l'analyse des risques et la maîtrise des points critiques (HACCP), ISO 22000 et HSEQ (santé, sécurité, environnement, qualité).

INNOVATIONS : JALONS ET PLANS D'EXPANSION

Gom Food a commencé par vendre localement, avec l'intention de s'orienter vers l'exportation et a lancé sa première exportation en 2001 vers les Pays-Bas.

Grâce à l'amélioration de ses capacités de production, Gom Food est passé d'une production de 10 000 litres en 2000 à 310 000 litres en 2010 et à 520 000 litres en 2020. Cette croissance a été stimulée lorsqu'en mai 2019, l'entreprise s'est installée dans une nouvelle usine plus grande, ce qui a permis d'augmenter la capacité de production de plus de 300 %.

Gom Food poursuit cette croissance en développant des recettes supplémentaires qui seront bientôt mises en production. Comme l'entreprise promeut un mode de vie plus sain, l'équipe recherche des produits plus sains avec moins de sucre et de sel. Outre l'élargissement de la gamme de produits, l'entreprise s'oriente vers l'étiquetage privé et contractuel, le développement de nouveaux marchés, l'innovation

en matière de nouveaux labels et l'expansion continue de son usine de production.

L'entreprise prévoit également de planter ses propres matières premières, notamment des poivrons et des gingembres, comme intrants de production.

Enfin, l'entreprise explore également les marchés régionaux (Barbade, Guadeloupe, Trinité-et-Tobago) et internationaux (Belgique, Canada, Angleterre, Allemagne) à venir.



FACTEURS DE RÉUSSITE ET ENSEIGNEMENTS TIRÉS

Gom Food a ouvert la voie en investissant dans le marketing et en développant des stratégies d'entrée sur le marché. En 2003, l'entreprise a reçu l'aide de l'Agence caribéenne d'exportation et de développement pour effectuer des recherches sur le marché caribéen. L'entreprise participe aussi régulièrement à des ateliers, des séminaires et des foires commerciales, notamment en 2015 à la plus grande foire commerciale du monde pour les aliments et les boissons, Anuga, en Allemagne. En 2022, Gom Food a participé au plus grand salon mondial de l'alimentation, le SIAL Paris. L'entreprise investit également dans la recherche et le développement afin d'améliorer en permanence la fiabilité de ses produits et la fidélité de ses clients.

L'enregistrement de sa marque de propriété intellectuelle sur tous les marchés où elle opère, ainsi que sur les marchés qu'elle pourrait pénétrer à l'avenir, est d'une importance capitale. Cette assurance a permis à l'entreprise de lutter contre les problèmes de contrefaçon.

Ces facteurs ont favorisé la croissance réussie de l'entreprise et l'obtention de nombreux prix, dont le plus récent est le Prix national de la qualité (2022) du Bureau des normes du Suriname (SSB) dans les catégories de la fabrication, de la santé et de la sécurité et des initiatives vertes.



Cette fiche d'entreprise a été développée dans le cadre de la Série IIICA-COLEAD sur les entreprises agroalimentaires des Caraïbes soutenue par le programme Fit For Market Plus. Fit For Market Plus est mis en oeuvre par le COLEAD dans le cadre de la coopération au développement entre l'Organisation des Etats d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP) et l'Union européenne (UE).

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'UE et de l'OEACP. Son contenu relève de la seule responsabilité du COLEAD et de la IIICA et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'UE ou de l'OEACP.