

22 Septembre 2026

Session n°22 :

Explorer les opportunités offertes par les marchés internationaux et intrarégionaux pour les MPME agroalimentaires des Caraïbes



*Série sur les entreprises
agroalimentaires des Caraïbes*



Série « Caribbean Agrifood Business » de l'IICA et du COLEAD

Explorer les opportunités de marché internationales et intrarégionales pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) agroalimentaires des Caraïbes

L'expérience de la Grenada Co-operative Nutmeg Association

Présenté par : M. Roderick St. Clair
Directeur général
GCNA

Mardi 22nd septembre 2026

GCNA

Coopérative créée en 1947 en vertu de la loi sur l'industrie de la noix de muscade

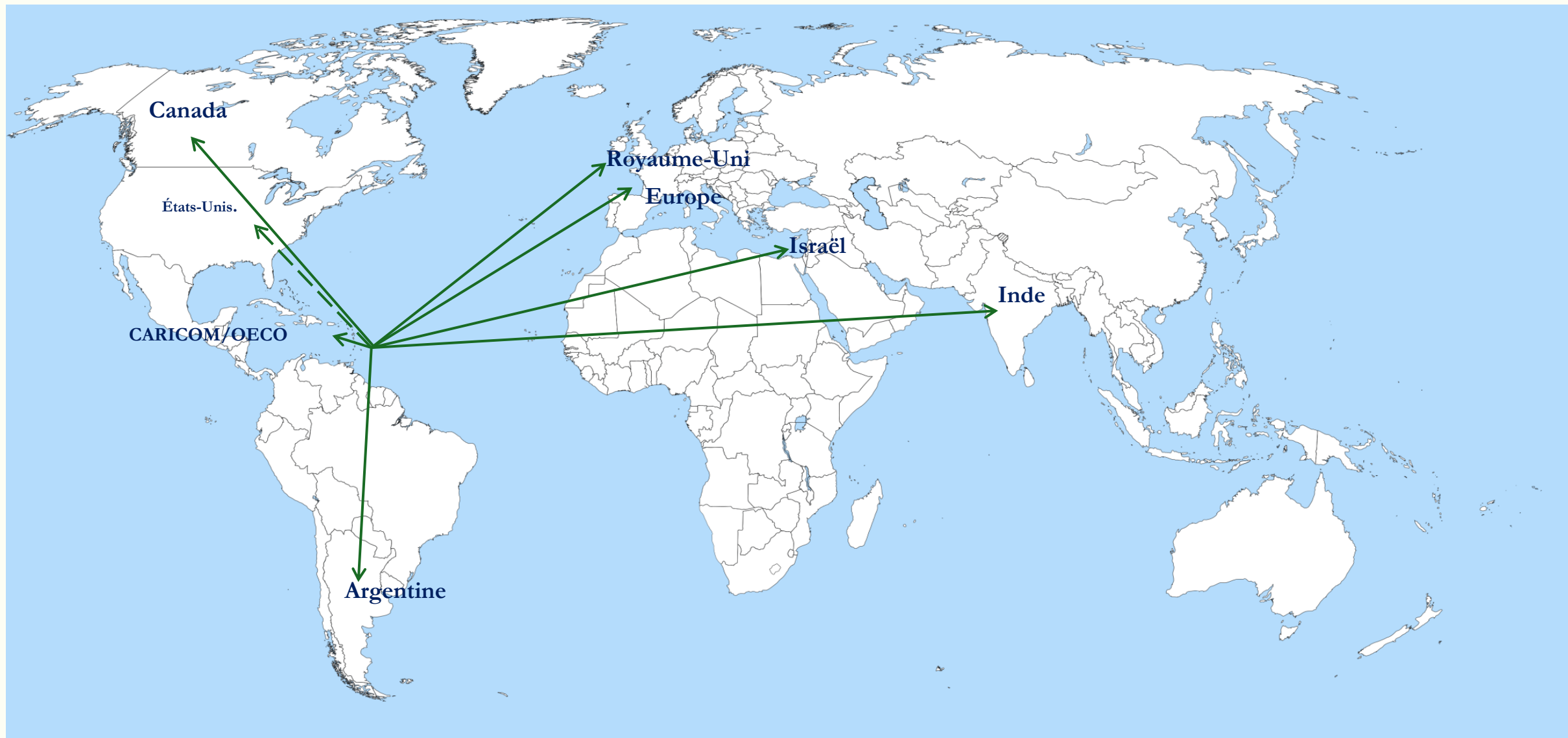
Chargée de la commercialisation et de l'exportation de la noix de muscade et du macis de la Grenade

Plus de 3 500 agriculteurs de toute la Grenade sont inscrits auprès de l'association

Depuis 2019, l'accent est davantage mis sur les produits à valeur ajoutée



Marchés actuels de la GCNA



GCNA NOIX DE MUSCADE DE GRENADE

Valeur ajoutée, de la gousse au marché



GOUJOURE

MACIS



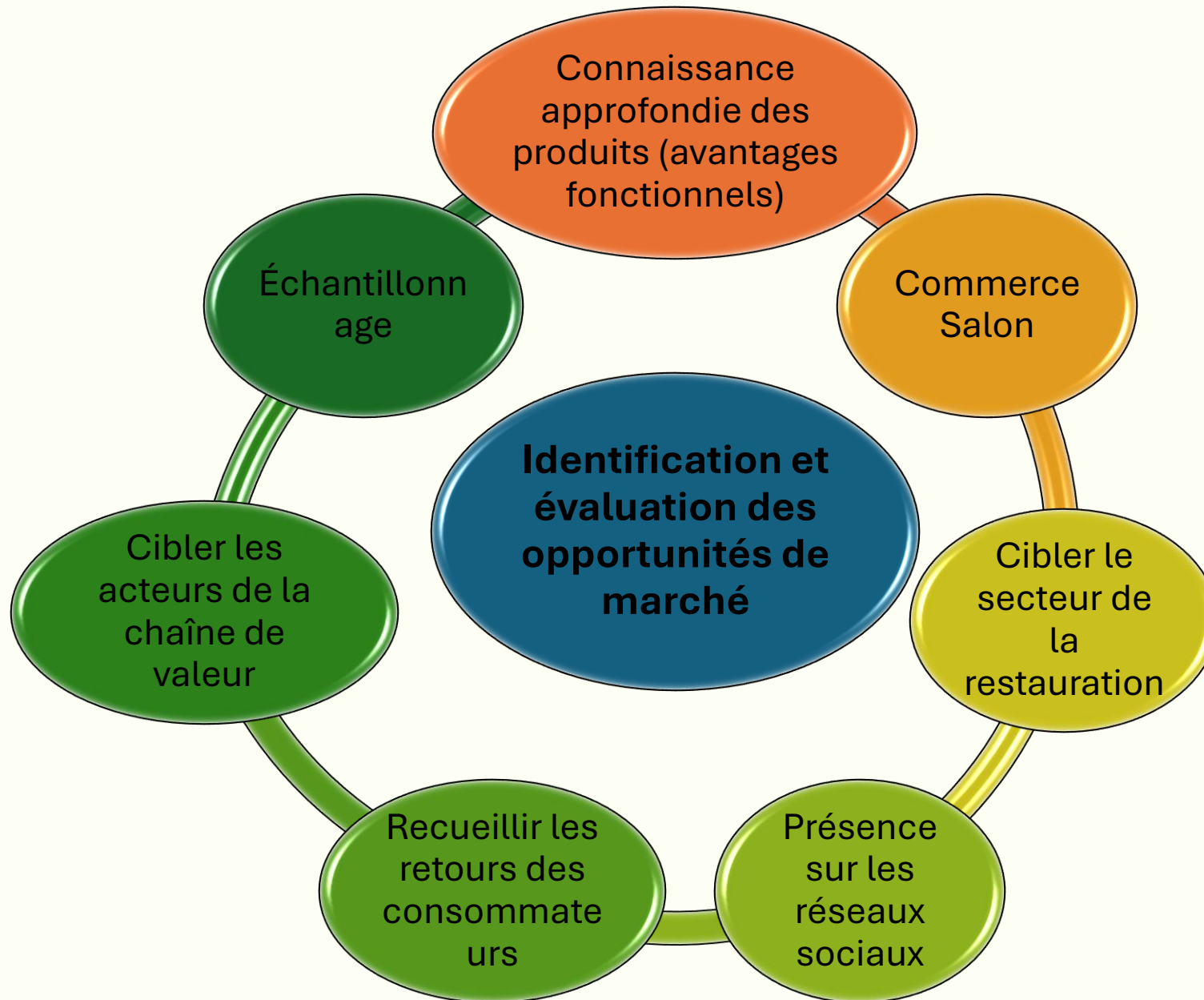
NOIX DE MUSCADE

COQUILLE DE NOIX DE MUSCADE

1. Sauce piquante
2. Sauce sucrée-épicée
3. Boisson rafraîchissante à la noix de muscade
4. Assaisonnement vert
5. Cornichons
6. Huile de macis*
7. Thé aux épices à la noix de muscade
8. Mélange d'épices pour viandes
9. Noix de muscade moulue
10. Huile de noix de muscade*
11. Terreau « Nutmoss »
12. « Nutcrete » (ciment et coquilles)
13. Décoration en coquilles — Coquilles colorées

Date : juillet 2020





Accès et compétitivité sur les marchés régionaux et internationaux

Qualité, sécurité alimentaire, certification

- Certification et normes HACCP ou équivalentes
- Certification de développement durable (commerce équitable)
- Indication géographique
- Formation continue du personnel

Conditionnement, étiquetage

- Comprendre la culture des populations
- Conception des étiquettes
- Durabilité environnementale
- Santé et sécurité
- Présentation (attrait de l'emballage), informations nutritionnelles
- Utilisation du produit
- Stockage (mise en rayon)

Traçabilité

- Origine du produit
- Réclamations des clients
- Règlement des litiges

Tarification

- Comprendre le coût marginal
- Compétitivité – produits similaires,
- « Valeur des produits » : quelle solution votre produit apporte-t-il ?

Approvisionnement Cohérence

- Disponibilité des matières premières et des emballages
- Productivité
- Entretien des équipements
- Financement du commerce
- Transport

Défis liés à la pénétration de nouveaux marchés

Logistique

- Disponibilité et régularité des services de fret maritime et aérien
 - Adéquation des navires de stockage,
- Personnel compétent dans l'utilisation des programmes douaniers
- Déchargement en vrac sur les navires

Financement

- Investissement initial / coûts de démarrage
- Recours à un factor ou au financement commercial
- Les établissements financiers traditionnels ne sont pas en mesure de répondre aux besoins

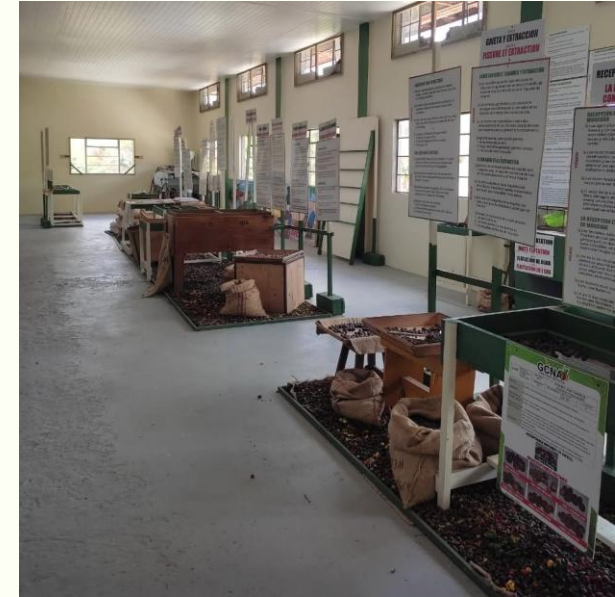
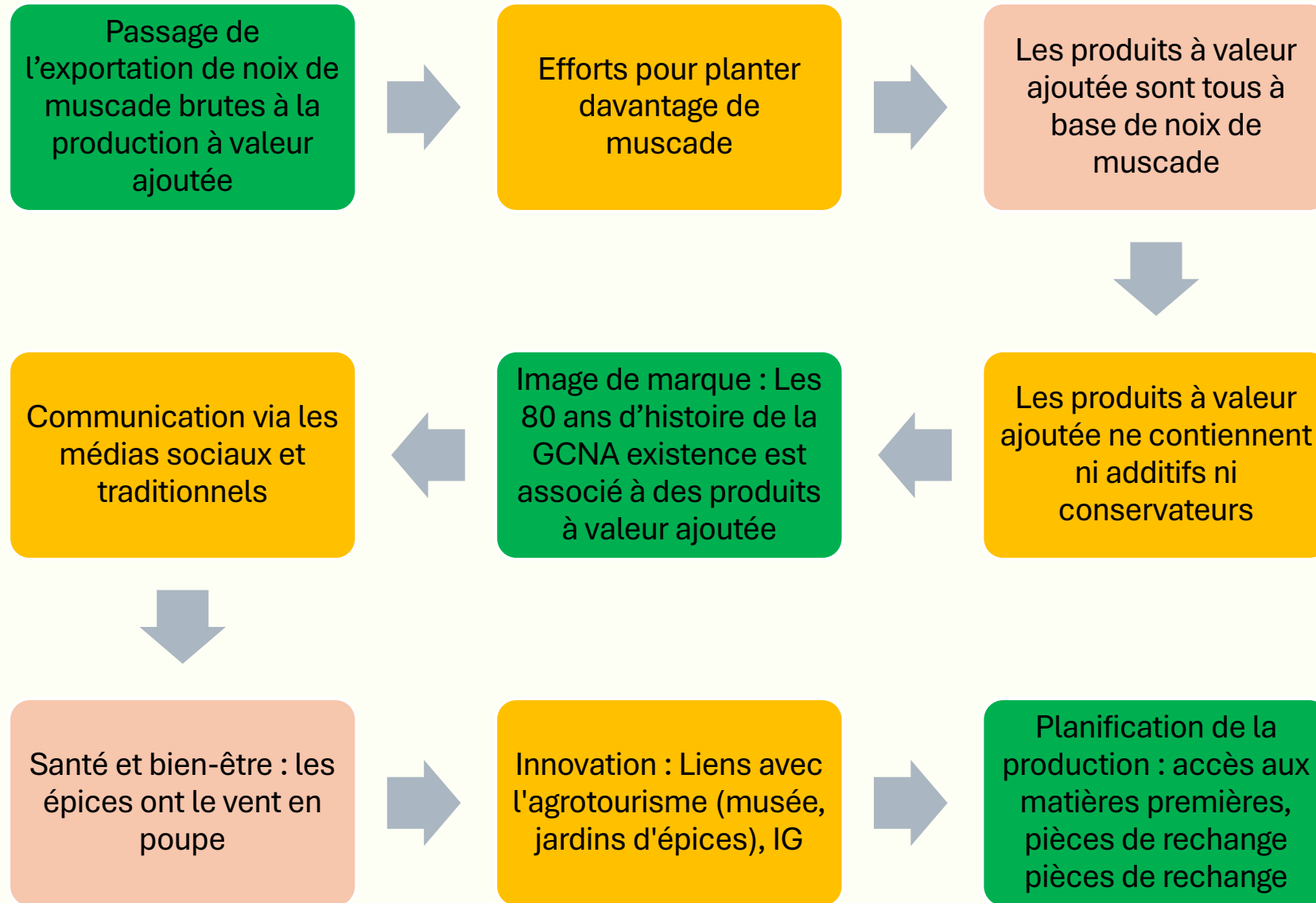
Capacité de Capacité

- Équipements/machines (Niveau d'automatisation)
 - Personnel qualifié
 - Approvisionnement en pièces et équipements (logistique)
- Maintenance
- Coût de l'électricité
- Commandes/fournitures en quantité suffisante

Exigences réglementaires

- Exigences en matière de santé et de sécurité environnementales
 - Audits de développement durable
 - Certifications halal/casher
- Obstacles techniques au commerce
- Certifications
- Exigences relatives aux pesticides et aux métaux lourds
- Exigences en matière d'emballage
- Déforestation liée à

Surmonter les défis, renforcer la compétitivité



Leçons apprises

Présence physique sur le marché (une présence sur le terrain)
Bonne compréhension du produit et des autres types d'innovation associés au produit



Être à l'écoute du consommateur
Les clients doivent être impliqués dans l'innovation et le développement durable



Un personnel fiable et compétent
Collaboration entre les différents acteurs du secteur



Tester, explorer, innover
Ne pas stagner (produit adapté au marché / répondant aux besoins du moment ?)



Innover pour surmonter les défis (trouver des approches différentes)
Avoir une vision claire et prendre des risques calculés
CONTINUEZ À VOUS DÉVELOPPER !

Soutien, partenariats et actions pour aider les micro, petites et moyennes entreprises agroalimentaires des Caraïbes

Des solutions de transport
(aérien et maritime)
améliorées et fiables

Soutien au
processus de
certification

Plateforme ou forum de mise en relation B2B
Interactions en face à face et actions marketing
Visites de marchés et salons professionnels

Mécanismes de
financement du commerce
: directs et indirects

Renforcement de la confiance des consommateurs (campagnes « Achetez local » / « Achetez des produits des Caraïbes ») . Recours à des influenceurs
Connaissance des produits fondée sur la recherche (mise en avant et promotion des avantages)

Merci !

Pour plus d'informations :

Association coopérative de la noix de muscade de la Grenade
Complexe commercial de la GCNA
Boulevard Kirani James, St. George's
Grenade

Tél. : (473) 440 2117 | Fax : 1-473-440-6602

Portable : 1-473-458-4852

E-mail central : gcnamails@grenadanutmeg.com

E-mail marketing: grenadanutmeg@gmail.com

Site web : <http://www.gcnanutmeg.com>

<https://www.facebook.com/pg/gcnanutmeggrenada/>



Série de conférences de l'IICA et du COLEAD sur les entreprises agroalimentaires des Caraïbes

Explorer les opportunités de marché internationales et intrarégionales pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) agroalimentaires des Caraïbes

L'expérience de l'Association coopérative de la noix de muscade de la Grenade

Présenté par : M. Roderick St. Clair
Directeur général
GCNA

Mardi 22nd septembre 2026

Merci

