



Renforcer le secteur agroalimentaire privé des Caraïbes : Compétitivité pour le développement rural dans un contexte de mondialisation

18-19 octobre 2010, Grenade

<http://brusselsbriefings.net>

Quelques notes sur les entreprises agricoles
Nigel Durrant, Secrétariat CARICOM

Résumé

Lors de mon premier cours de marketing, j'ai appris que :

Le marketing, c'est :

1. Proposer le **bon produit**
2. au **bon consommateur**
3. au **bon endroit**
4. de la **bonne manière**
5. au **bon moment**

Si l'un de ces éléments manque, l'ensemble de la production et du marketing échouera. Il faut commencer par le consommateur. Le concept du « **client est roi** » est et sera toujours d'actualité. Trop souvent, nos délibérations et nos politiques ne tiennent pas compte du consommateur et nous avons même franchement tendance à voir l'acheteur comme un casse-pieds (à diverses étapes de la chaîne de valeur). Le consommateur est trop difficile, il préfère les produits étrangers, il ne veut pas payer trop cher, etc. Cependant, ce ne sont que des idées reçues sans grand fondement. Ce que les consommateurs veulent, c'est notamment des produits pratiques, de bonne qualité à des prix raisonnables. Les produits agricoles qui remportent du succès rencontrent tous ces exigences. En général, les consommateurs ne choisissent pas systématiquement des produits importés sauf si ceux-ci ont selon leur expérience une réputation particulière basée sur les facteurs mentionnés ci-dessus. Il peut être intéressant de dénombrer, parmi les nombreux membres de l'assistance, ceux qui représentent l'intérêt des consommateurs, des négociants ou des détaillants, etc. Selon moi, leur pourcentage est faible.

Dans nos économies, les consommateurs ne sont peut-être pas très organisés mais ils sont majoritaires. Une étude récente sur notre industrie alimentaire (y compris les restaurants, les chaînes de restauration rapide, les supermarchés, etc.), menée à bien il y a quelques années par Robert Best et al., a révélé le poids de la position du secteur agricole au sein de l'économie de la distribution urbanisée moderne afin de survivre et prospérer. Il est absurde qu'une chaîne de restauration rapide n'accepte que des pommes de terre d'une certaine taille, comme je l'ai entendu d'un haut représentant il y a quelques années. Ce qui importe, c'est ce que l'acheteur veut et c'est ce que nous devons fournir. Nos propres habitudes d'achat le confirment. Bien entendu, les préférences des consommateurs sont influencées. C'est à cela que sert l'industrie de la publicité. De nombreux facteurs entrent naturellement en ligne de compte dans les goûts des consommateurs, notamment le prix, l'aspect pratique, la culture, le bénéfice perçu en matière de santé et le statut. Les bienfaits nutritionnels de nos aliments indigènes pourraient donc mieux être promus. Pourtant, il semble que nous tenions assez peu compte de cet aspect du marketing. L'agro-industrie regroupe l'ensemble des entreprises liées à l'agriculture, non seulement dans la production primaire, mais également de l'ensemble des services à chaque étape de la chaîne de valeur, de la pré-production au consommateur final. Il convient d'identifier les liens entre l'ensemble de ces entreprises et leur influence dans le secteur afin d'adapter ce dernier au mieux.

Au sein du Secrétariat CARICOM, nous espérons avoir tiré certains enseignements des expériences et des politiques passées et nous nous efforçons de mettre en œuvre des programmes complets visant à remédier aux carences de la chaîne de valeur. La consultation entre secteurs public et privé de l'année dernière permet de tirer les enseignements suivants :

- Une plateforme de dialogue permanent entre les parties prenantes (au sens large) doit être mise en place.
- Il faut se focaliser davantage sur des chaînes de valeurs bien intégrées, en particulier au niveau régional.
- Il faut développer des systèmes d'information intégrés pour garantir l'intégration sur les chaînes de valeur.
- Le progrès de l'agro-industrie dépend au final de la capacité du secteur privé à s'organiser.