

Réseaux de distribution

La plupart des exportateurs qui vendent à la Jamaïque retiennent les services d'un agent ou d'un distributeur. Pour vendre sur ce marché, il est presque toujours nécessaire que quelqu'un assure un suivi constant. Normalement, les agents commercialiseront les produits aux distributeurs et aux utilisateurs finals, sans en prendre réellement possession. Le fournisseur canadien paiera des commissions directement à l'agence. Par contre, les distributeurs achèteront et prendront des droits sur les produits pour les revendre aux utilisateurs finals. Certains gros importateurs du pays exploitent un réseau intégré qui comprend leurs propres points de vente au détail; ils sont disposés à servir d'agent ou de distributeur. En général, les firmes qui travaillent à la Jamaïque ne desservent que le marché jamaïcain.

Publicité et promotion

À la Jamaïque, les principaux organes publicitaires sont les journaux et la radio. Le *Daily Gleaner* est le journal local qui a le plus gros tirage et qui est le plus influent. Il est publié sept jours par semaine dans un format placard. Le tabloïd *Star* est aussi un quotidien, bien qu'il soit davantage orienté vers le marché des nouvelles à sensation. La Jamaica Broadcasting Corporation (JBC), qui est la propriété de l'État, et la station radio RJR qui appartient au secteur privé, exploitent des stations AM et FM dans tout le pays.

La télévision d'État JBC attire les consommateurs à revenu élevé.

Cotation des prix

Les prix doivent normalement être cotés c.a.f. à Kingston, en dollars américains ou canadiens. Cependant, beaucoup de firmes jamaïcaines recourent à des groupiers de marchandises du sud de la Floride, afin de profiter des nombreux bateaux qui partent des ports de cette région. Il se pourrait donc que votre acheteur accepte une cotation c.a.f. à Miami ou à Fort Lauderdale.

Correspondance et documentation à caractère commercial

Toute la correspondance et tous les documents à caractère commercial doivent être rédigés en anglais.