



Avril 2014 - n°221

# FRUITROP

Version française



**Avocat de  
contre-saison**

**Relative  
sérénité**



**Dossier du mois  
Banane**

[www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com)

# ENSEMBLE, DÉFENDONS NOTRE ÉCONOMIE !



**Préférez la seule banane vendue dans notre pays qui respecte les normes de production françaises et européennes.**

La seule banane produite sur notre territoire et qui développe notre économie. La seule qui répond aux plus hautes exigences sanitaires, sociales et environnementales, la seule banane qui vous offre le bon goût de nos régions !



# LE BON GOÛT DE NOS RÉGIONS

[www.bananeguadeloupemartinique.com](http://www.bananeguadeloupemartinique.com)

Contenu plus détaillé sur l'Observatoire des Marchés de l'UE et l'Union de production interdite d'œil qu'il s'agit de fruits produits selon les règles sociales et environnementales européennes. Le statut de RUP reconnaît les particularités de ces régions et permet leur promotion et celle de leurs productions, comme la Banane de Guadeloupe & Martinique.



CAMPAGNE CO-FINANCÉE PAR L'UNION  
EUROPÉENNE ET L'OFFICE DE DÉVELOPPEMENT  
DE L'ÉCONOMIE AGRICOLE D'OUTRE-MER



**La beauté n'est plus une valeur sûre... et l'on doit s'en réjouir** car la beauté exclut ! C'est un des malheurs du secteur des fruits et légumes. L'indispensable plastique parfaite des fruits et légumes en rayon est un désastre à plusieurs titres. Tout d'abord, ce qu'on appelle pudiquement les écarts de triage ou déchets, poubelles, détritiques, etc. C'est la part des produits écartés sur l'autel du zéro défaut d'apparence. Avec succès, la FAO dénonce le gaspillage monstrueux des filières alimentaires, même si les écarts de triage ne sont qu'une partie du problème. En effet, d'un point de vue économique, avant de jeter, il faut mobiliser et utiliser des facteurs de production pour produire. Sans compter le point de vue éthique. L'autre désastre auquel on pense moins est le nombre de traitements phytosanitaires obligatoires pour apporter dans les rayons un produit esthétiquement impeccable. Depuis longtemps, le mouvement bio a bien tenté de communiquer dans le sens du « c'est pas beau, mais c'est bon quand même », voire même « c'est meilleur ». Reste que le segment est encore minoritaire et que la grande distribution, qui s'en est emparée, a les mêmes exigences esthétiques élevées que pour le reste du secteur. On salue donc la très médiatique et très réussie opération « Les fruits et légumes moches » organisée dans un magasin Intermarché de la région parisienne. Il semble que cette opération ne soit pas étendue au niveau national faute de filière organisée. Qu'à cela ne tienne : produisons moche !

Denis Loeillet





**Editeur**  
Cirad  
TA B-26/PS4  
34398 Montpellier cedex 5, France  
Tél : 33 (0) 4 67 61 71 41  
Fax : 33 (0) 4 67 61 59 28  
Email : info@fruitrop.com  
www.fruitrop.com

**Directeur de publication**  
Hubert de Bon

**Directeurs de la rédaction**  
Denis Loeillet et Eric Imbert

**Rédactrice en chef**  
Catherine Sanchez

**Infographie**  
Martine Duportal

**Iconographie**  
Régis Domergue

**Site internet**  
Actimage

**Chef de publicité**  
Eric Imbert

**Abonnements**  
www.fruitrop.com

**Traducteurs**  
James Brownlee, Simon Barnard

**Imprimeur**  
Impact Imprimerie  
n°483 ZAC des Vautes  
34980 Saint Gély du Fesc, France

**ISSN**  
Français : 1256-544X  
Anglais : 1256-5458  
**Deux versions** française et anglaise  
© Copyright Cirad

**Tarif abonnement annuel**  
**300 euros HT / 11 numéros par an**  
**(éditions papier + électronique)**

Ce document est réalisé par l'Observatoire des marchés du département PERSYST du CIRAD à l'usage exclusif des abonnés. Les données présentées sont de source fiable, mais le CIRAD ne peut être tenu responsable de toute erreur ou omission. Les prix publiés ne peuvent être en aucun cas considérés comme des prix de transaction. Leur but est d'éclairer sur les tendances et les évolutions à moyen et long terme des marchés. Cette publication est protégée par copyright, tous droits de reproduction et de distribution interdits.



## Sommaire

**En direct des marchés** (E. Imbert, D. Loeillet, C. Dawson, P. Gerbaud, T. Paqui, R. Bright)

- p. 2 MARS 2014**
- **Banane** : Moins de bananes bio du Pérou pour le marché mondial en 2014 — Vers un recul des exportations de banane du Mexique vers l'Europe en 2014 — Forte poussée de la consommation européenne de banane au 1er bimestre 2014.
  - **Agrumes** : Le Japon accueille plus largement les oranges sanguines d'Italie — La Turquie, nouvel acteur de taille sur le marché des produits dérivés du citron ? — Exportations de pomelo de Floride en 2013-14 : l'Europe continue de reculer et le Japon de plonger — Une nouvelle grosse campagne sud-africaine d'agrumes en 2014 — La Kinnow du Pakistan remonte la pente en frappant fort côté prix !
  - **Avocat** : Lancement d'un programme ambitieux de développement de la filière avocat de Nouvelle-Zélande — Bilan de la saison d'avocat d'hiver : le Chili revient en force en Europe !
  - **Exotiques (ananas, mangue)**.
  - **Fret maritime et vie de la filière** : Camposol étend sa couverture européenne — 23<sup>e</sup> édition du salon WorldFood à Moscou — Génération Fruit, distributeur de l'asperge verte grecque de Kavala Coop.

### Le point sur...

- p. 16**
- **Marché européen de l'avocat de contre-saison** — Relative sérénité malgré un niveau de production record  
*Eric Imbert*

### Dossier du mois préparé par Denis Loeillet : BANANE

- p. 35**
- **Marché mondial de la banane** — Happy !
  - **Marché européen de la banane** — Approvisionnement net : dynamique toute l'année
  - **Fusion Chiquita-Fyffes** — Quelles conséquences pour les marchés ?  
- Refonte de l'approvisionnement en banane (Benjamin Paz)  
- ChiquitaFyffes : mariage heureux ? (Richard Bright)
  - **Panorama statistique mondial** — Production, importation, exportation
  - **Maladies et ravageurs du bananier**
  - **Défauts de qualité de la banane**
  - **La diversité génétique des bananiers**

### Prix de gros en Europe

- p. 103 MARS 2014**

# Banane

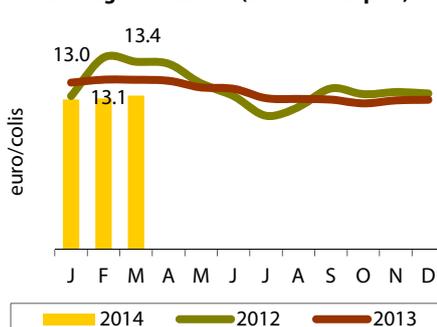
## Mars 2014

Les marchés, équilibrés en février, se sont tendus très sensiblement en mars. Déjà modérés le mois précédent, les volumes de banane dollar se sont encore allégés, en léger déficit même par rapport aux années passées (volumes inférieurs de Colombie, arrivages moyens et en légère progression d'Équateur). La demande en Europe du Nord et de l'Est a affiché un dynamisme exceptionnel grâce à des températures très douces pour la saison favorables aux ventes de banane, à la faible concurrence des autres fruits de saison (déclin des agrumes, premières fraises à prix peu compétitifs) et à des opérations de promotion sur l'ensemble des marchés qui ont fluidifié les ventes. Ainsi, les marchés se sont tendus progressivement et les cours se sont raffermis, atteignant des niveaux très élevés pour la saison en Europe de l'Est en fin de mois. En France, la hausse saisonnière des volumes d'Afrique et des Antilles s'est poursuivie avec des niveaux soutenus par rapport à la moyenne des années passées (+ 15 %), mais le bon dynamisme des demandes locale et export a permis au marché de rester bien équilibré. Les prix en vert, inférieurs à ceux des années passées depuis janvier, ont retrouvé un niveau de saison dès la semaine 11 et se sont raffermis tout au long du mois. En Allemagne, compte tenu des contrats fixés pour le 1<sup>er</sup> trimestre, les cours ont été en dessous des moyennes de saison (- 10 %), alors qu'ils continuaient de s'envoler sur le marché libre. En Russie, les prix CIF se sont encore raffermis du fait de moindres arrivages dus à des prix FOB élevés en Équateur et à une nette baisse du taux de change rouble/dollar. Le marché espagnol a retrouvé un meilleur équilibre grâce à des arrivages en baisse des Canaries et à une moindre concurrence des autres origines.

### EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Mars 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
13.36	+ 2 %	- 14 %

### Allemagne - Prix vert (2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> marques)



■ **Moins de bananes bio du Pérou pour le marché mondial en 2014.** Le président de l'association des producteurs péruviens de banane prévoit des exportations en baisse de plus de 15 % et des volumes proches de 100 000 t. Ce recul découle de problèmes sanitaires (thrips de la rouille *Chaetanaphothrips orchidii*, cochenille diaspines *Diaspis boisduvalii*) et d'une sécheresse importante dans le nord du pays, où se concentre la majeure partie des zones de production. De plus, les producteurs craignent que les effets du Niño — que certains prédisent très intense en 2014 — ne viennent aggraver la situation.

Source : Reefer Trends

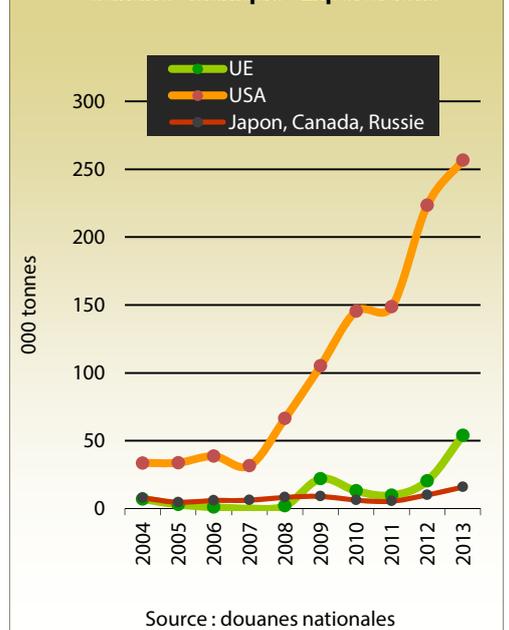


### ■ Vers un recul des exportations de banane du Mexique vers l'Europe en 2014.

Les exportations vers les principaux marchés mondiaux, encore inférieures à 50 000 t en 2007, ont connu une croissance fulgurante ces dernières années pour approcher 330 000 t en 2013. Si les États-Unis ont bien sûr absorbé une grande partie de ces volumes additionnels, les envois vers l'Europe se sont eux aussi fortement accrus, atteignant 55 000 t en 2013 contre à peine 2 000 t en 2008. Toutefois, la tendance risque de s'inverser en 2014. En effet, le Tabasco, principal état exportant vers l'UE, a subi des pertes de production importantes suite à une météorologie difficile, alors que la logistique via le port de Dos Bocas pose problème.

Source : tabascohoy

### Banane - Mexique - Exportations



Source : douanes nationales

### EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	type	Comparaison		
		Mars 2014 euros/kg	février 2014	moyenne 3 dernières années
France	normal	1.56	+ 1 %	- 2 %
	promotion	1.37	0 %	+ 1 %
Allemagne	normal	1.27	- 2 %	- 7 %
	discount	1.18	0 %	- 1 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.15	- 1 %	- 7 %
	vrac	0.73	- 4 %	- 6 %
Espagne	plátano	1.98	- 3 %	+ 9 %
	banano	1.34	- 2 %	- 2 %

# CMA CGM

Votre expert mondial du transport réfrigéré



**CMA CGM, 3<sup>ème</sup> groupe mondial de transport maritime en conteneurs, est un expert incontournable de la logistique sous température dirigée.**

Avec 170 lignes maritimes parcourant le monde entier, CMA CGM offre une large gamme de services grâce à un réseau international d'experts dans 85 pays, une flotte moderne de 170 000 EVP (20', 40' high cube, 45' pallet wide) et 150 000 prises reefer disponibles sur les 428 navires CMA CGM.

CMA CGM utilise des technologies de pointe afin d'assurer **un contrôle optimal de l'humidité, de l'atmosphère et de la température**. Ainsi, vos marchandises sont traitées avec le plus grand soin tout au long de leur transport.

Stay Cool with CMA CGM !



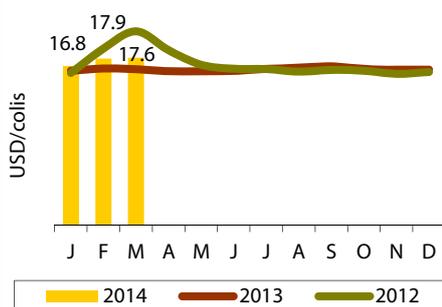
[www.cma-cgm.com](http://www.cma-cgm.com)

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

# Banane

ETATS UNIS

Etats-Unis - Prix vert (spot)

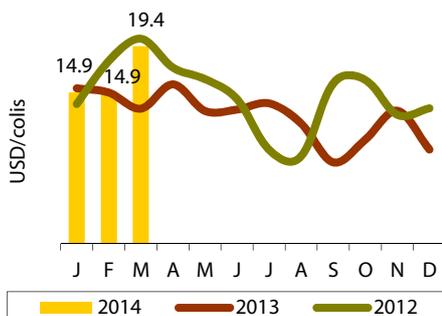


USA — PRIX IMPORT

Mars 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.30	- 4 %	- 9 %

RUSSIE

Russie - Prix vert CIF St Petersburg

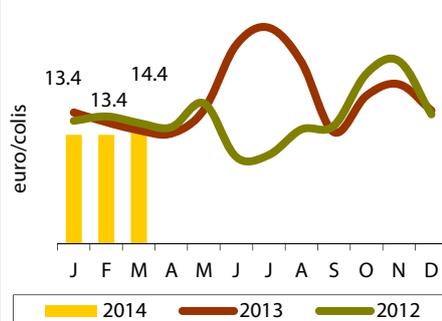


RUSSIE — PRIX IMPORT

Mars 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
19.40	+ 30 %	+ 16 %

CANARIES

Espagne - Prix vert platano\*



CANARIES — PRIX IMPORT\*

Mars 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
13.70	+ 2 %	- 5 %

\* équivalent colis 18,5 kg

## ■ Forte poussée de la consommation européenne de banane au 1<sup>er</sup> bimestre 2014.

Décidément, on n'arrête plus le marché européen de la banane. Pour le sixième mois consécutif, la consommation progresse. En exceptant les toutes petites baisses d'août et mars 2013, il faut remonter à décembre 2012 pour trouver un marché en retrait. La production européenne est encore en baisse, mais Martinique et Canaries retrouvent peu à peu le chemin de la croissance. Côté importation, c'est le beau fixe avec des volumes qui progressent de 8 %, soit près de 60 000 t en seulement deux mois. Les origines dollar encore plus que ACP font preuve d'une très forte vitalité. Équateur, Colombie et Costa Rica progressent de 4 à 10 %. Le Mexique continue son ascension. La République dominicaine (+ 18 %) et plus encore la Côte d'Ivoire (+ 29 %) explosent les compteurs en ce début d'année. Le Cameroun, après une année 2013 très positive, revient à des niveaux moyens. Belize et Surinam régressent. Avec 845 000 t importées en deux mois, nous vivons le meilleur démarrage annuel de tous les temps. Si l'on prolonge la tendance, nous sommes sur une base annuelle pour l'importation de près de 5.2 millions

de tonnes (contre 4.8 en 2013). Mais ne rêvons pas, la route est longue d'ici la fin de l'année. Il faudra passer l'écueil estival qui sera cette année, si rien ne change, à très haut risque. En effet, précocité et volumes records sont au menu de la campagne de fruits de printemps et d'été en Europe. Mauvaise médecine pour le marché bananier...

Le marché américain est, pour une fois, moins brillant. L'importation progresse d'un tout petit 1 % (+ 8 100 t) mais la consommation, nette des réexportations, est stable. C'est en fait un passage à vide du premier fournisseur, le Guatemala, qui met à mal la tendance haussière. Car, Costa Rica et Équateur ont eux des taux de croissance respectifs de 16 % et 9 %. La Colombie et le Mexique baissent aux États-Unis en arbitrant en faveur de l'Europe. A noter que les douanes américaines ont enfin corrigé le tir pour 2014, mais pas pour les données 2013, en ce qui concerne le volume de banane bio importé. Le marché est désormais de l'ordre de 4 % (ce qui paraît raisonnable) et non plus de 30 % comme ce fut le cas pour les deux premiers mois de 2013. Costa Rica, Mexique et Honduras sont les trois principales origines de banane bio.

Source : CIRAD

Banane - Janvier à février 2014 (provisoire)

tonnes	2012	2013	2014	Écart 2014/2013
<b>UE-27 — Approvisionnement</b>	<b>852 807</b>	<b>881 156</b>	<b>947 227</b>	<b>7 %</b>
<b>Total import, dont</b>	751 376	785 523	845 378	8 %
NPF	606 844	630 050	678 767	8 %
ACP Afrique	77 387	87 983	95 328	8 %
ACP autres	67 145	67 490	71 059	5 %
<b>Total UE, dont</b>	101 431	95 633	101 849	7 %
Martinique	25 891	22 910	24 101	5 %
Guadeloupe	9 537	9 537	11 717	23 %
Canaries	62 496	60 849	62 688	3 %
<b>USA — Import</b>	<b>700 286</b>	<b>731 617</b>	<b>739 760</b>	<b>1 %</b>
Réexportations	79 558	83 966	89 762	7 %
Approvisionnement net	620 728	647 651	649 998	0 %

Sources UE : CIRAD, EUROSTAT (hors production UE locale) / Source USA : douanes USA

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — MARS 2014

Origine	Comparaison		
	février 2014	mars 2013	cumul 2014 par rapport à 2013
Antilles	↗	+ 21 %	+ 14 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↗	+ 9 %	+ 5 %
Surinam	⇒↗	- 7 %	- 5 %
Canaries	⇒↘	- 1 %	+ 2 %
Dollar :			
Equateur	↗	+ 25 %	+ 36 %
Colombie*	↘	- 13 %	- 7 %
Costa Rica	↗	+ 69 %	+ 40 %

Estimation réalisée grâce à des sources professionnelles / \* total toutes destinations

# Pomelo

## Mars 2014

Le marché est resté juste équilibré pour la Floride et toujours extrêmement difficile pour la Méditerranée. L'approvisionnement en fruits floridiens s'est maintenu à un niveau moyen, la part de 3<sup>e</sup> marques augmentant de manière sensible. La demande, toujours relativement lente, n'a permis qu'un maintien des prix sur des bases similaires à celles de février. La situation est restée difficile pour la Méditerranée. L'approvisionnement n'a été que d'un niveau moyen, les exportateurs notamment israéliens limitant leurs envois vu les conditions de marché. Néanmoins, les ventes sont restées lentes et les prix pratiqués par certaines origines particulièrement agressifs.

### ■ Le Japon accueille plus largement les oranges sanguines d'Italie.

Les Moro et Sanguinello d'Italie viennent de rejoindre le Tarocco dans la liste des variétés d'orange autorisées à passer les frontières japonaises, dans le respect d'un strict protocole sanitaire. Pour autant, une logistique d'au moins 40 jours, faute de route directe, risque de continuer à rendre quasi impossibles les envois vers cette destination (moins de 150 t par an exportés depuis 2008). Les professionnels espèrent pouvoir ajouter d'autres fruits comme le kiwi à la liste des produits autorisés, afin de massifier une offre suffisante pour intéresser une compagnie maritime.

tine, la Californie, l'Espagne et l'Italie. L'essentiel des volumes est aujourd'hui consommé localement ou exporté vers les pays voisins ou l'Europe de l'Est.

Source : AKIB

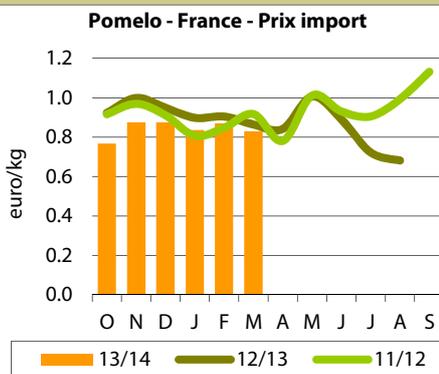
### ■ Exportations de pomelo de Floride en 2013-14 : l'Europe continue de reculer et le Japon de plonger.

Selon les chiffres professionnels (encore prévisionnels), les exportations vers l'Europe ont été d'environ 2.6 millions de colis en 2013-14, après le petit rebond à 2.9 millions de colis enregistré la saison précédente. Cette baisse d'environ 10 % est notamment le fait de conditions de marché particulièrement difficiles en début de saison, en raison de la prolongation des saisons de l'Afrique du Sud et du Mexique. L'indicateur de prix moyen de campagne calculé par notre Observatoire affiche une baisse parallèle d'environ 4 %. Le Japon resterait le premier marché export du pomelo floridien, mais seulement d'un cheveu ! Les envois devraient passer sous la barre des 3 millions de colis et afficher un recul de près d'un million de colis par rapport à la saison précédente. Ce marché absorbait entre 10 et 12 millions de colis avant les ouragans de 2004 et 2005, et encore entre 6 et 7 millions de colis à la fin de la décennie 2000.

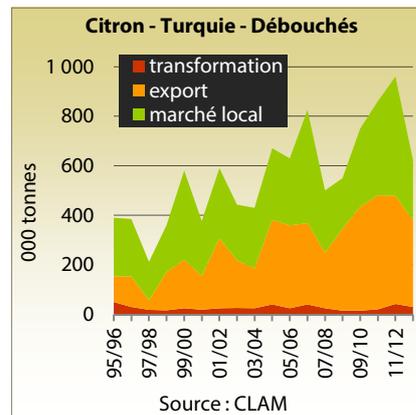
Source : FDOC

### ■ La Turquie, nouvel acteur de taille sur le marché des produits dérivés du citron ?

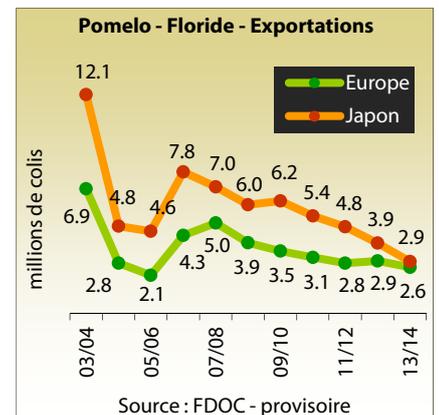
Le groupe japonais Toyota Tsusho étudie la possibilité de mettre en place une unité de transformation de citron dans la région de Mersin en Turquie, principal pôle de production du pays. Cette filiale du constructeur automobile est le leader du marché japonais du jus concentré, deuxième marché au monde derrière les États-Unis avec des importations annuelles de l'ordre de 10 000 t. Troisième producteur mondial de citron, avec une récolte oscillant entre 750 000 t et 1 million de tonnes, la Turquie est un acteur très mineur sur le marché des dérivés du citron dominé par l'Argen-



Source : Freshplaza



Source : CLAM



Source : FDOC - provisoire

PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Tropical (Floride)	17.00	- 7 %
Méditerranée	10.50-11.00	- 6 %	

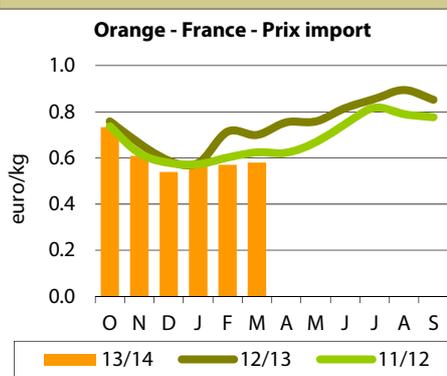
VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Tropical (Floride)		↘	0 %
Méditerranée		=↗	0 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
Turquie		=↘	+ 26 %	Maintien d'un flux export supérieur à la moyenne dans l'UE, malgré des ventes retrouvant un niveau plus conforme à la normale vers les marchés d'Europe de l'Est.	+ 18 %
Floride		↗	0 %	Exportations globales en forte baisse, mais maintien d'un flux en phase avec la moyenne de ces deux dernières années vers l'UE. Qualité souvent hétérogène pour certaines marques. Déclin précoce des apports en fin de mois.	- 9 %
Israël		=↗	- 7 %	Déficit moins prononcé qu'en février, mais demeurant néanmoins significatif en raison de conditions de marché toujours aussi peu satisfaisantes.	- 5 %

# Orange

## Mars 2014

Le marché est resté extrêmement difficile quelle que soit l'origine et la variété. La demande a continué d'être décevante, d'autant que l'arrivée précoce du printemps a ralenti plus encore une demande déjà molle. Par ailleurs, l'importance des volumes de Navelate d'Espagne disponibles au stade production a maintenu le marché sous pression. Dans ce contexte, les prix sont restés à un niveau nettement inférieur à la moyenne. Le marché n'a pas souri davantage à la Maltaise. Le niveau qualitatif souvent hétérogène de la production et le contexte de marché difficile décrit précédemment n'ont pas permis de remonter les prix, malgré la faiblesse des volumes.



### ■ Une nouvelle grosse campagne sud-africaine d'agrumes en 2014.

Le potentiel export global s'annonce aussi important que la saison précédente, de l'ordre de 113 millions de colis, mais la répartition par famille sera différente. La tendance restera à la hausse en petits agrumes (+ 9 %), qui devraient battre un nouveau record d'exportation à plus de 9 millions de colis, après celui déjà établi en 2013. Tous les groupes variétaux progressent de 6 à 8 %, y compris la clémentine dont le verger tend pourtant à se contracter. L'année s'annonce aussi record en citron, la prévision d'exportation progressant de 14 % par rapport à la saison passée pour atteindre 12.1 millions de colis. La dévaluation du rouble rendra le marché russe nettement moins attractif qu'en 2013, mais la forte baisse de la production argentine est un facteur très positif permettant à la hausse des surfaces dans le nord de l'Afrique du Sud de s'exprimer à l'export. Avec 76 millions de colis, les exportations d'orange devraient rester proches du niveau historique de 2013, déjà à 76 millions de colis. Un très léger recul est attendu en Valencia et une très légère progression en Navel. Seuls les envois de pomelo devraient décliner sensiblement d'environ 6 %, mais par rapport à une saison 2013 historique côté volumes et à oublier côté prix. Ainsi, avec 16.8 millions de colis, le potentiel export se maintiendra à un très bon niveau. Quelques bonnes nouvelles avec les États-Unis qui devraient s'ouvrir plus largement aux agrumes sud-africains, à moyen terme du moins. De plus, des essais d'un traitement de quarantaine au froid « allégé » vont démarquer cette saison, alors que le nombre de ports d'entrée pourrait être élargi et que d'autres zones productrices pourraient être accréditées.

Source : CGA

### ■ La Kinnow du Pakistan remonte la pente en frappant fort côté prix !

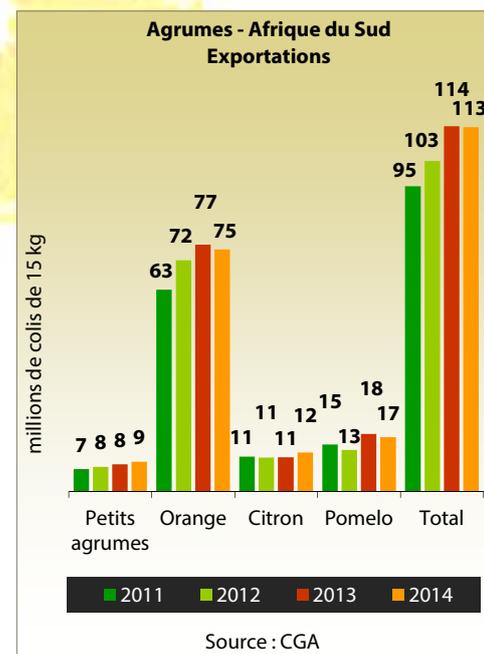
Les exportations de Kinnow, principal petit agrume du pays, devraient approcher 320 000 t en 2013-14 selon un premier bilan publié par le PFVA (Pakistan Fruit and Vegetable Association). La campagne précédente avait été désastreuse (235 000 t exportées), laissant perplexes bien des opérateurs quant à l'avenir de cette variété hautement pépinoïde sur un marché international de plus en plus compétitif. La partie ne s'annonçait pourtant pas facile, avec un marché russe fermé jusqu'à mi-février. Pourtant, comme l'indique le porte-parole de l'association, des parts de marché ont pu être reconquises en frappant fort au niveau prix : un peu moins de 6 USD la caisse de 10 kg ! Autre ombre au tableau : les exportations vers l'UE n'ont pas décollé malgré un droit de douane préférentiel à 0 %.

Sources : thenews.com.pk, Reefer Trends

PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Orange de table	9.00	- 11 %
Orange à jus	8.00	- 4 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Orange de table	↗	- 9 %	
Orange à jus	↔↗	+ 29 %	

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Navelate d'Espagne	↔↗	- 9 %	Pleine saison. Volumes revenus à un niveau moyen et très inférieur à celui de 2013 qui avait été exceptionnel.	0 %
	Salustiana d'Espagne	↔↗	+ 29 %	Prolongation de la saison en raison de la mévente connue en début d'année.	+ 3 %
	Maltaise de Tunisie	↘	- 38 %	Apports demeurant inférieurs à la moyenne du fait du très mauvais contexte de marché et d'un niveau qualitatif décevant pour certaines marques.	- 35 %



Source : CGA



# UNIQUE



À travers le label Afourey®,  
les membres de l'APNM s'engagent à vous offrir l'authentique Nadorcott du Maroc garantie sans pépin.  
La totalité de nos plantations sont en zones isolées, maîtrisant ainsi l'aspermie des fruits de Nadorcott.  
Notre système rigoureux de contrôle du cahier des charges spécifique du label Afourey®, à toutes les étapes,  
vous garantit des produits de qualité avec une traçabilité sans faille.

**PRODUCTEURS-EXPORTATEURS  
MEMBRES**

GEDA - DELASSUS - GPA - AZURA -  
AGRISSOUSS - PRIMATLAS

Km 5, Route d'Azemmour  
Dar Bouazza, Casablanca 21000 - MAROC  
Tél. +212 522 93 35 59 - Fax : +212 522 93 40 18  
Mail : benbiga@domaines.co.ma  
[www.label-afourey.com](http://www.label-afourey.com)



## Racines & tubercules

1<sup>er</sup> trimestre 2014

Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2014, le marché des racines et tubercules n'a été marqué que par des variations de prix limitées, essentiellement dues à des sautes ponctuelles de volumes. Quelques modifications dans l'approvisionnement sont également apparues prenant en compte la saisonnalité des produits.

### Patate douce (PD)

Le marché des patates douces à peau rouge et chair blanche s'est caractérisé par la fin de campagne du Portugal en troisième semaine de janvier, avec des prix de vente stables. L'approvisionnement a été assuré de façon régulière par l'Égypte. Le cours de ces produits s'est situé autour de 0.80 euro/kg de moyenne. Toutefois, on remarquait une différence de prix entre les marques commerciales et les variétés proposées. Ainsi, les tubercules standard s'échangeaient autour de 0.70 euro/kg, alors que les produits valorisés par une meilleure qualité et un conditionnement plus attractif obtenaient des prix autour de 1.00 euro/kg. Élevés en février, les prix s'orientaient à la baisse en mars devant l'abondance de produits. Début février, les exportations du Honduras, interrompues fin octobre, repre-

naient et se vendaient à des prix stables jusqu'en fin de période. Fin mars, le marché réceptionnait les premières livraisons de la nouvelle campagne d'Afrique du Sud. Quelques lots de patate douce de Chine complétaient l'approvisionnement en première quinzaine de février. Cette source se tarissait rapidement devant l'entrée en campagne du Honduras et les importantes quantités livrées par l'Égypte.

L'approvisionnement en patate douce à peau rouge et chair orange a été assuré, au 1<sup>er</sup> trimestre 2014, par les États-Unis et Israël. Ces volumes s'enrichissaient avec les premiers arrivages du Honduras à partir de mi-février. Le cours des produits des États-Unis s'érodait en mars, alors que celui des produits d'Israël et du Honduras restait plus stable.

### Igname

Les ignames du Ghana et de la production française ont régulièrement approvisionné le marché avec des ventes à prix stables. Le Ghana a essentiellement fourni des ignames blanches. Celles de type Puna ont été plus rares et plus chères de 0.15 à 0.20 euro/kg. Les ignames de la production française se sont vendues très régulièrement

autour de 2.60 euros/kg. Le regroupement des producteurs français pour une commercialisation commune de leurs produits a favorisé le maintien d'un prix ferme, contrairement à d'autres années où il fluctuait davantage. La campagne française s'est arrêtée plus rapidement que l'année dernière au début du mois de mars.

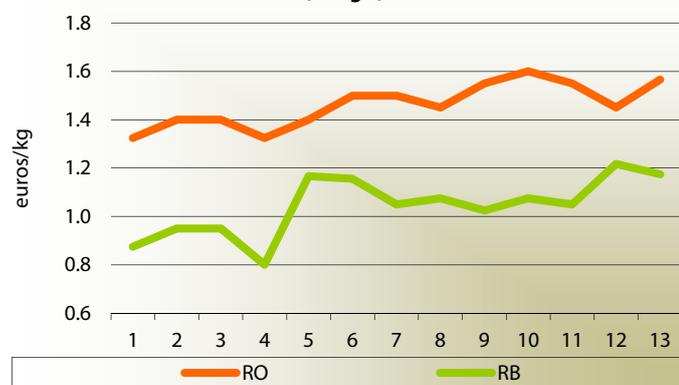
### Manioc

Fréquemment vendu autour de 1.10 euro/kg, le manioc du Costa Rica voyait son prix légèrement augmenter en février et mars, gagnant 0.10 à 0.20 euro/kg, et fléchir en fin de période.

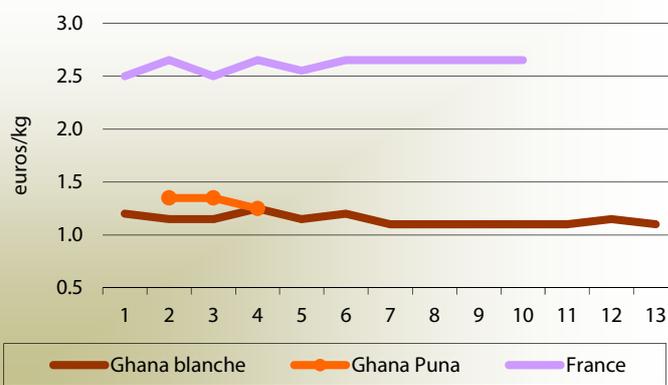
### Eddoe

Après une période de moindre approvisionnement au dernier trimestre 2013, caractérisée par des prix de vente souvent supérieurs à 2.00 euros/kg de moyenne, le cours des eddoes du Costa Rica s'est érodé tout au long du 1<sup>er</sup> trimestre 2014. L'augmentation des tonnages, au regard d'une demande égale, a orienté le marché dans un mouvement de baisse progressif mais continu.

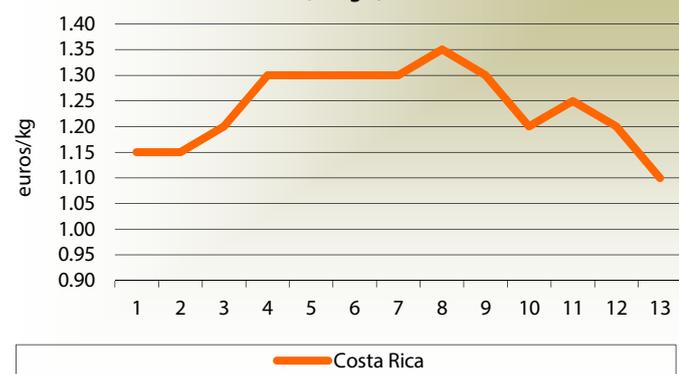
Patate douce - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



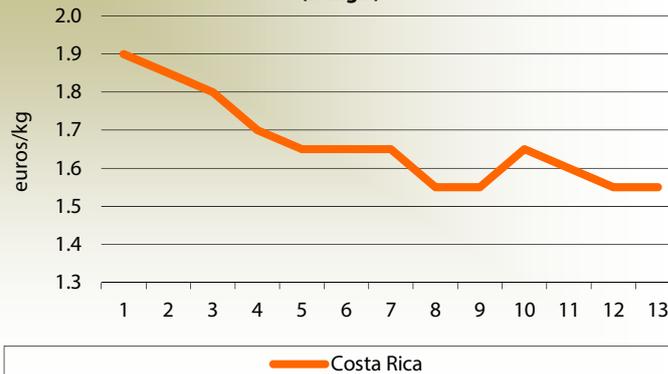
Igname - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



Manioc - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



Eddoe - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



Patate douce : RB : peau rouge, chair blanche / RO : peau rouge, chair orange / BB : peau blanche, chair blanche / VI : violette / Source : Pierre Gerbaud

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite

## Autres exotiques

1<sup>er</sup> trimestre 2014

### Banane plantain

Baisse marquée et durable pour les plantains de Colombie en milieu de période. La réception d'importants tonnages et le développement de problèmes de qualité ont été les principales causes de ces difficiles conditions de marché. De plus, la demande semble avoir été particulièrement atone durant cette période. Les produits d'Équateur se sont vendus plus régulièrement et obtenaient finalement des prix de vente légèrement supérieurs, alors que l'inverse est plus souvent observé.

### Chayotte et christophine

Prix stables et réguliers pour le Costa Rica, principal fournisseur du marché européen. Le cours des chayottes et christophines de la production française a été plus variable selon la qualité des produits mis en marché. Certains lots évoluant mal se sont vendus à des prix inférieurs. La campagne française s'achevait fin février-début mars, avec des quantités en forte baisse. Quelques petits lots de christophine de Martinique complétaient cet approvisionnement. Acheminés par avion, ces produits se sont vendus entre 2.80 et 3.00 euros/kg.

### Dasheen

Le cours des dasheens de Saint Vincent, principal fournisseur du marché, n'a que faiblement varié au 1<sup>er</sup> trimestre 2014. Il s'est infléchi en février sous l'effet d'arrivages plus conséquents. Parallèlement, la Martinique expédiait de petites quantités par avion, qui se sont écoulées sur la base de 3.80-3.90 euros/kg.

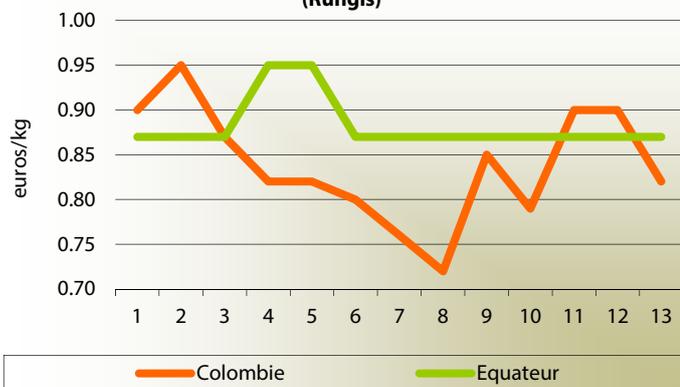
### Piment antillais

La République dominicaine a assuré l'essentiel de l'approvisionnement au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2014. De coloration souvent très verte en début de période, les piments dominicains se sont par la suite améliorés en qualité. Après un léger fléchissement mi-février, le cours de ces produits progressait nettement fin février-début mars du fait d'un approvisionnement plus limité. En seconde quinzaine de mars, les quantités augmentaient de nouveau et entraînaient les prix de vente à la baisse. Cours réguliers pour les piments de Guadeloupe de bonne qualité et coloration. Livraisons plus chaotiques pour ceux de Martinique, avec des prix de vente en dents de scie selon la qualité.

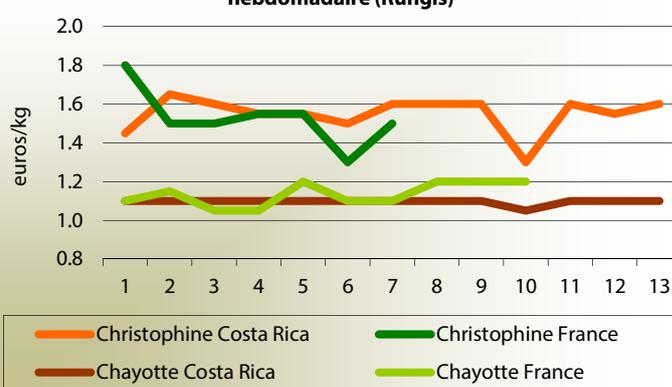


Dasheen

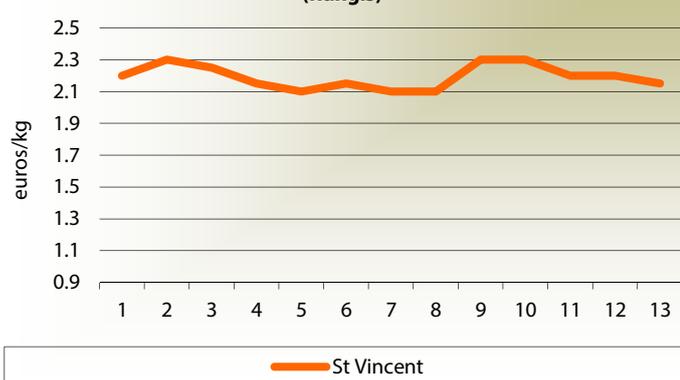
Plantain - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



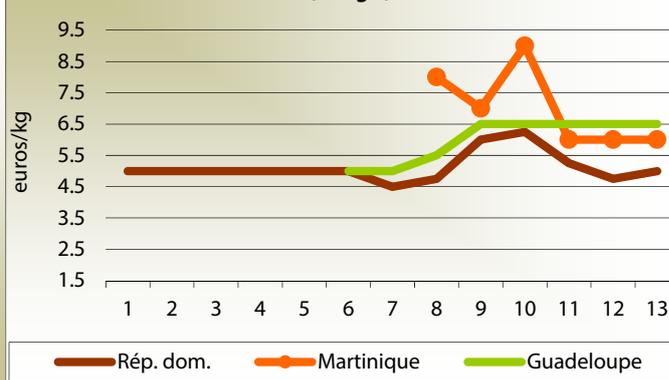
Chayotte et christophine - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



Dasheen - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



Piment antillais - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



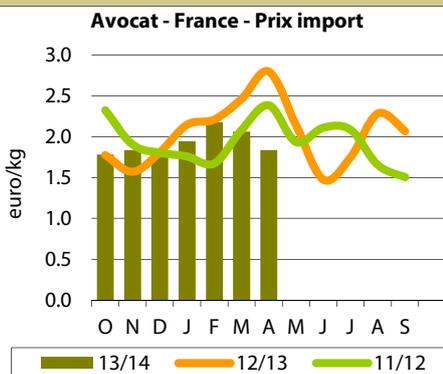
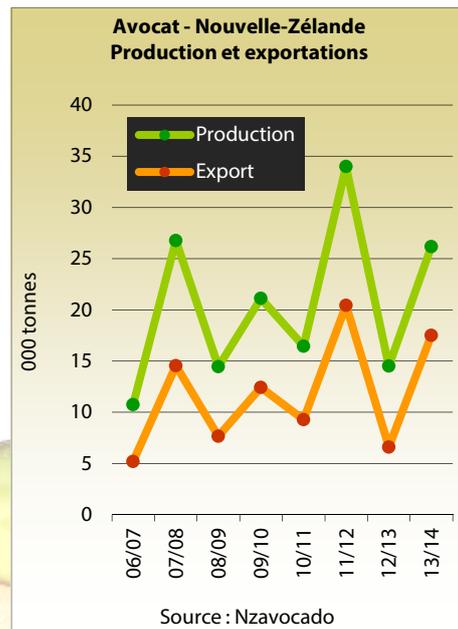
# Avocat

## Mars 2014

Le marché a bien résisté à un approvisionnement historiquement lourd en Hass. Les arrivages d'Israël et, dans une moindre mesure, d'Espagne ont affiché un niveau sensiblement supérieur grâce à la moyenne. Mais, surtout, les livraisons chiliennes sont restées très soutenues durant tout le mois, la saison se prolongeant comme jamais par le passé. Quelques lots du Mexique, du Kenya, de Colombie et du Brésil ont complété l'offre. Pourtant, le marché a bien résisté grâce à une bonne répartition de cette offre très importante entre les différents marchés européens. Les prix, en recul par rapport à ceux de février et ceux de 2013, ont néanmoins atteint un niveau satisfaisant. Le marché du vert, faiblement approvisionné, affiche lui aussi un bilan positif grâce à une bonne activité en Europe du Nord.

### ■ Lancement d'un programme ambitieux de développement de la filière avocat de Nouvelle-Zélande.

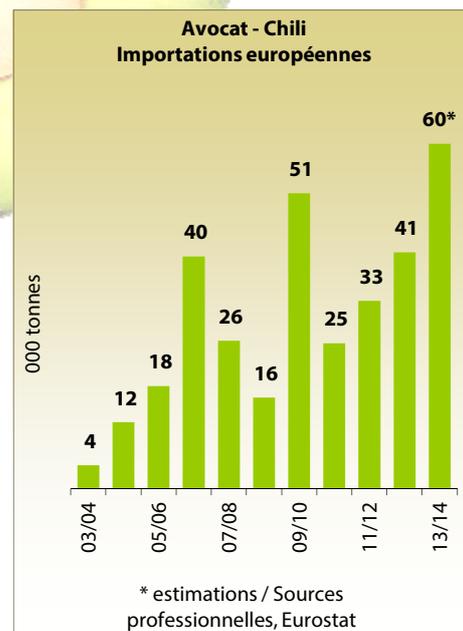
Le Programme « Go global », lancé par le « Avocado Industry Council » avec le soutien financier de l'État, vise à quadrupler le chiffre d'affaires de la filière avocat en cinq ans. Ce sont 7.5 millions USD, financés à parité par l'État et les professionnels, qui seront investis durant cette période pour améliorer les pratiques agricoles de la filière et notamment tripler une productivité actuellement basse et très irrégulière. L'objectif affiché est d'atteindre 12 t/ha. L'accroissement de la production sera dirigé vers le marché local et l'Asie, où la Nouvelle-Zélande ambitionne d'accroître fortement ses parts de marché.



Source : nz.avocado

### ■ Bilan de la saison d'avocat d'hiver : le Chili revient en force en Europe !

Même si les chiffres douaniers ne sont pas encore disponibles, les données professionnelles permettent d'ores et déjà d'affirmer que jamais les arrivages chiliens n'ont été aussi soutenus en Europe qu'en 2013-14. Le cumul des volumes livrés durant la saison devrait être de l'ordre de 60 000 t et marquer une progression d'environ 20 000 t par rapport à la saison passée. Cette campagne confirme le recentrage des exportateurs chiliens sur le marché communautaire au détriment des États-Unis.



Source : CIRAD

PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Vertes	7.00-8.00	+ 10 %
Hass	8.00-9.00	- 9 %	

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Vertes		↘	- 7 %
Hass		↗	+ 38 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Chili	=↗	+ 227 %	Prolongation inaccoutumée de la saison. Volumes quasi stables et très soutenus durant tout le mois. Qualité parfois hétérogène pour certaines marques.	+ 55 %
	Mexique	↘	- 54 %	Volumes très légers et nettement inférieurs à ceux de 2013. Marché des États-Unis toujours très attractif.	+ 20 %
	Israël	=↘	+ 22 %	Volumes en baisse, mais restant lourds et nettement supérieurs à la moyenne en particulier.	+ 13 %
	Espagne	=↘	- 3 %	Déclin rapide de la campagne des variétés vertes, mais apports de Hass soutenus et sensiblement supérieurs à la moyenne.	- 7 %

# Tout **est fait** pour qu'elle **prépare** dans les meilleures **conditions** sa venue **au monde**



## Programme pour femmes enceintes

Camposol offre un programme d'accompagnement global aux femmes enceintes afin que nos futures mères puissent bénéficier des meilleures conditions de travail et du coaching nécessaire pour que grossesse, naissance et suivi post-natal se passent dans les meilleures conditions pour la mère et le bébé.

- › Gymnastique obstétrique
- › Relaxation et musicothérapie dispensées par les professionnels de l'équipe médicale de Camposol et d'organismes spécialisés
- › Examens médicaux
- › Prise en charge dans des lieux spécialement aménagés, dans nos unités de fabrication et de production horticole.



## Bureau Commercial Europe

Camposol EU - Honderdland 94  
NL- 2676 LS Maasdijk - Pays-Bas  
Téléphone : +31 174 521 016 / Fax: +31 174 523 334

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite



GLOBAL G.A.P.  
The Global Standard for Good Agricultural Practices



[www.camposol.com.pe](http://www.camposol.com.pe)

## Ananas

### Mars 2014

En début de mois, l'offre a été fortement perturbée par les nombreux retards de navires. Pour autant, les ventes ont été fluides car, dans l'ensemble, l'offre n'était pas importante. De plus, la mise en place d'opérations de promotion ainsi qu'une meilleure demande en provenance des marchés du Sud ont contribué à cette fluidité. Dès le début de la deuxième quinzaine, l'offre de Sweet était moins importante et surtout plus déséquilibrée car majoritairement constituée de calibres 5 et 6, moins recherchés par la demande. Les cours se sont donc raffermis pour les calibres moins présents au fur et à mesure qu'il se confirmait que l'offre de Sweet serait basse à Pâques. Les volumes de Cayenne, toujours confidentiels, se sont vendus sur des bases stables tout au long du mois.

L'offre a été réduite sur le marché avion. Les arrivages limités en provenance du Cameroun et du Bénin ont créé une situation de sous-appvisionnement du marché, qui a rapidement entraîné une hausse des cours. En effet, les quelques volumes disponibles ne permettaient pas de servir tous les clients. Cependant, les plaintes et remarques relatives à la qualité des fruits du Bénin et du Cameroun en fin de mois laissaient envisager une baisse des prix si elles perduraient. Les ventes de Pain de sucre ont été très soutenues tout au long du mois (entre 1.75 et 2.10 euros/kg), car plusieurs acheteurs de Cayenne se sont rabattus sur ce produit.

Les ventes de Victoria ont été d'autant plus fluides que l'offre globale était limitée. Toutefois, la disponibilité plus importante de petits calibres a entraîné un élargissement de la fourchette des prix.



### ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 10 à 13	Min	Max
<b>Par avion (euro/kg)</b>		
Cayenne lisse	1.80	2.00
Victoria	2.20	4.00
<b>Par bateau (euro/colis)</b>		
Cayenne lisse	6.00	8.00
Sweet	6.00	8.50

## Mangue

### Mars 2014

Le Pérou est resté le principal fournisseur de mangue du marché européen en mars. Le fléchissement des volumes péruviens et, semble-t-il, une dynamisation de la demande ont entraîné une très nette progression des cours en seconde quinzaine. Le raffermissement, déjà perceptible en début de mois, s'est confirmé et accentué. L'annonce d'une fin de campagne assez rapide du Pérou a vraisemblablement été anticipée par les opérateurs, provoquant ce changement brutal de tendance. La progression des livraisons du Brésil en seconde partie du mois n'a pas influencé les prix, qui sont restés particulièrement fermes. En effet, il n'y a pas eu de concurrence entre les deux origines car le Brésil n'exporte que des Tommy Atkins à cette période de l'année. Les fruits brésiliens se sont couramment écoulés sur des moyennes de prix entre 5.00 et 5.50 euros/colis sur les marchés nord-européens.

Le marché de la mangue avion s'est avéré plus compliqué en mars. Les importants volumes expédiés par le Pérou ont alourdi le marché, orientant les cours à la baisse. La livraison de lots de fruits de maturité avancée a accentué cette tendance, avec des ventes à partir de 3.00 euros/kg. La mise en marché de fruits de qualité avion,

mais acheminés par bateau, a également perturbé les conditions de vente en amplifiant les volumes disponibles et en faussant la fixation des cours des mangues avion.

En seconde quinzaine du mois démarrait la campagne d'Afrique de l'Ouest, avec les premiers lots d'Amélie du Mali et du Burkina Faso, rapidement rejoints par des envois de Valencia. Ainsi, ces origines apportaient une alternative variétale sur le marché. Néanmoins, les quantités réceptionnées demeuraient limitées et orientées vers une clientèle de connaisseurs.

### MANGUE — ARRIVAGES (estimations en tonnes)

Semaines 2014	10	11	12	13
<b>Par avion</b>				
Pérou	50	100	90	90
Mali	-	3	10	20
Burkina Faso	2	3	10	10
<b>Par bateau</b>				
Brésil	900	960	1 340	1 120
Pérou	4 100	3 050	2 860	2 770

EUROPE

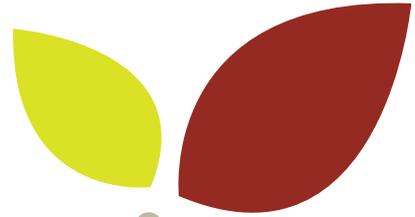
### MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Semaines 2014	10	11	12	13	Moyenne mars 2014	Moyenne mars 2013
<b>Par avion (euros/kg)</b>						
Pérou Kent	3.80-4.50	3.50-4.20	3.50-4.00	3.50-4.00	3.55-4.15	3.25-4.10
Mali Amélie			3.00-3.20	3.00-3.20	3.00-3.20	3.20-3.35
Mali Valencia			3.20-3.60	3.00-3.50	3.10-3.55	3.50
Burkina Amélie			3.00-3.20	2.50-3.00	2.75-3.10	nd
<b>Par bateau (euros/colis)</b>						
Pérou Kent	4.00-5.00	4.50-5.50	6.00-7.00	6.00-7.50	5.10-6.25	5.00-6.00

### ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2014	10	11	12	13	
<b>Par avion (euro/kg)</b>					
<b>Cayenne lisse</b>	Bénin	1.85-2.00	1.85-2.00	1.90-2.00	1.90-2.00
	Cameroun	1.80-2.00	1.80-2.00	1.90-2.00	1.90-2.00
	Ghana	1.85-2.00	1.85-2.00	1.90-2.00	1.85-2.00
<b>Victoria</b>	Réunion	3.00-3.80	3.50-4.00	3.50-4.00	3.00-4.00
	Maurice	3.00-3.50	3.30-3.70	3.30-3.70	3.00-3.80
<b>Par bateau (euro/colis)</b>					
<b>Cayenne lisse</b>	Côte d'Ivoire	6.00-8.00	6.00-8.00	6.00-8.00	7.00-8.00
<b>Sweet</b>	Côte d'Ivoire	7.00-8.50	7.00-8.50	7.00-8.50	7.00-8.50
	Ghana	7.00-8.50	7.00-8.50	7.00-8.50	7.00-8.50
	Costa Rica	6.00-7.00	6.50-8.00	7.00-8.50	7.00-8.50

23rd International  
Food & Drinks Exhibition



# worldfood

## MOSCOW

15 - 18 September 2014

Expocentre • Moscow • Russia



[www.worldfood-moscow.com](http://www.worldfood-moscow.com)



Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite

For more information about participating, visit the website, call +44 (0) 20 7596 5086, or email [fm@ite-exhibitions.com](mailto:fm@ite-exhibitions.com)

## Fret maritime

### Mars 2014

Les TCE moyens de 53c/cbft et de 90c/cbft pour le mois de mars contribuent à une moyenne trimestrielle de 67c/cbft et de 84c/cbft pour les petits et les grands navires respectivement. Ces chiffres sont à rapprocher de ceux de l'année dernière, 79c/cbft et 102c/cbft, ainsi que de ceux de la funeste année 2012, à 38c/cbft et 54c/cbft.

Comme toujours, les statistiques ne reflètent pas parfaitement la situation : début mars, un marché à plusieurs vitesses a émergé, avec des contrats pour certains navires, dans des situations diverses et présentant des rendements très différents. Par exemple, le rendement d'un jumbo sur un trajet, au prix du colis de banane, entre l'Équateur et la Méditerranée ne peut se comparer au contrat TC d'un navire moderne avec capacité de chargement sur le pont allant d'Amérique centrale aux États-Unis, lequel se situe alors bien en-deçà de la moyenne des 90 jours pour une cargaison de calamars entre l'Atlantique Sud et l'Extrême-Orient. Autrement dit, cette moyenne ne donne pas une vision claire de l'état général du marché !

Après un début d'année intense, les faibles activités du Chili et de l'Équateur ont endormi le marché de l'affrètement. Les volumes de raisin chilien ont souffert de gelées tardives au mois de septembre dernier alors que pour l'Équateur, les lignes conteneurs sont revenues à des mesures tarifaires agressives, pour gagner des parts de marché auprès des principaux pays exportateurs de banane, sapant ainsi la demande de capacité en reefers spécialisés.

À cet égard, il sera intéressant d'observer les retombées que l'alliance P3 (Maersk Line, MSC et CMA CGM) aura sur la division du marché des exportations de banane équatorienne. Le dossier P3 ayant d'ores et déjà passé le cap de la commission de régulation américaine fin mars, les trois entreprises se partageront 40 % du volume total des marchandises qui voyageront par conteneur entre l'Asie et l'Eu-

rope. Analogues aux accords de partage des codes entre les compagnies aériennes, cette alliance permettra aux trois partenaires de réduire les coûts en mettant leurs navires et leurs installations en commun. Les trois contrôlent déjà environ 80 % des exportations équatoriennes conteneurisées de banane...

La décision des affréteurs argentins de fruits à pépins de se tourner vers les services tiers a également pesé sur le marché de l'affrètement. Le nombre de voyages reefer entre San Antonio Este et St Petersburg est passé de 18 en 2011 à seulement 3 cette année.



■ **Camposol étend sa couverture européenne.** Le géant agroindustriel péruvien, qui figure notamment parmi les premiers exportateurs mondiaux d'avocat et d'asperge, vient de renforcer sa présence en Europe. La nouvelle structure implantée à Algeciras en Espagne sera en charge de distribuer les produits du groupe en Méditerranée, en se concentrant notamment sur les marchés espagnol et marocain. Le bureau Camposol de Maasdijk aux Pays-Bas continuera de s'occuper de la clientèle du nord et de l'ouest de l'Union européenne. Camposol a produit plus de 27 000 t d'avocat en 2013 et la récolte 2014 promet d'être sensiblement plus importante.

Source : Camposol



■ **23<sup>e</sup> édition du salon WorldFood à Moscou.** Le principal salon alimentaire russe se tiendra du 15 au 18 septembre à l'Expocentre, situé dans la partie ouest de la capitale russe. Pendant ces quatre jours, les producteurs pourront rencontrer plus de 26 000 acheteurs de l'industrie alimentaire (détaillants, distributeurs et grossistes).

**Pour plus d'information :**  
fm@ite-exhibitions.com  
www.world-food.ru



■ **Génération Fruit, distributeur de l'asperge verte grecque de Kavala Coop.** La région de Kavala, située sur la rive droite du fleuve Nestos qui marque la frontière naturelle entre la Thrace et la Macédoine, est un des principaux terroirs de production d'asperge de Grèce. Le climat doux méditerranéen et la fertilité du sol permettent à ce pays de produire des asperges se caractérisant par leur texture et leur saveur. Le large réseau de distribution de la société Génération Fruit permettra aux consommateurs de trouver sous différentes déclinaisons « les saveurs du terroir grec » aussi bien en grandes ou moyennes surfaces, chez les détaillants de proximité ou encore sur les marchés de plein air.

Génération Fruit  
235 avenue de Coulin, 13420 Gemenos, France  
Tél : 00 33 442 718 422  
stouyaret@generationfruit.com  
www.generationfruit.fr

Web : [www.reefer trends.com](http://www.reefer trends.com)  
Tel : +44 (0) 1494 875550  
Email : [info@reefer trends.com](mailto:info@reefer trends.com)

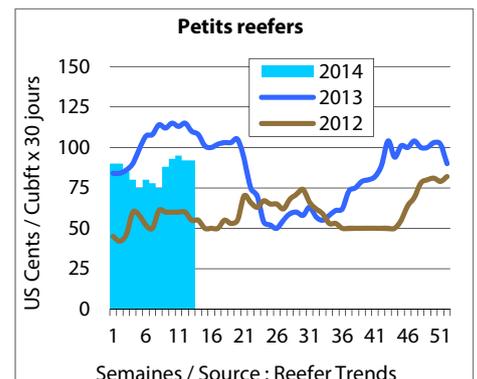
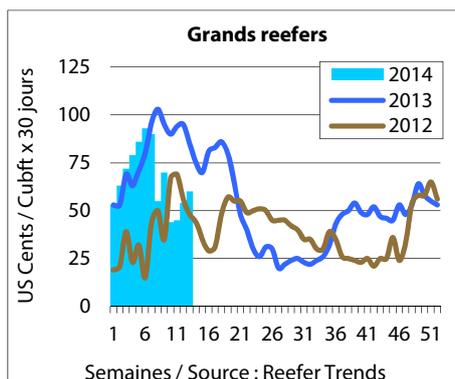
reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer

REEFER

### MARCHES SPOT Moyennes mensuelles

USD cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Mars 2014	53	90
Mars 2013	88	113
Mars 2012	53	59





# Asparagus

## L'asperge fraîche, une noblesse de la gastronomie méditerranéenne!

À votre table de tous les jours ou dans un repas officiel, avec de la viande ou du poisson et fruits de mer, avec du vin blanc ou du vin rouge, vous allez certainement adorer les asperges! Produit naturel à haute valeur nutritionnelle, l'asperge fraîche est un légume délicieux avec de nombreuses possibilités culinaires, qui peut se consommer chaud ou froid, en apéritif, en soupes et veloutés ou en accompagnement de plats principaux. Les qualités nutritionnelles contribuent à une alimentation quotidienne saine. Elle est de faible teneur en matières grasses et en sel, alors qu'elle est riche en vitamines et autres éléments bénéfiques.



### TABLE DE VALEUR NUTRITIONNELLE DE L'ASPERGE (pour 100g de légume)

Energie	85 kJ (20 kcal)	Acide folique (B9)	52 µg
Glucides	3,88 g	Choline	16 mg
Sucres	1,88 g	Vitamine C	5,6 mg
Fibres végétales	2,1 g	Vitamine E	1,1 mg
Graisses	0,12 g	Vitamine K	41,6 µg
Protéine	2,2 g	Calcium	24 mg
Vitamine A	38 µg	Fer	2,14 mg
B-carotène	449 µg	Magnésium	14 mg
Lutéine & Zéaxanthine	710 µg	Manganèse	0,158 mg
Thiamine (B1)	0,143 mg	Phosphore	52 mg
Riboflavine (B2)	0,141 mg	Potassium	202 mg
Niacine (B3)	0,978 mg	Sodium	2 mg
Acide pantothénique (B5)	0,274 mg	Zinc	0,54 mg
Vitamine B6	0,091 mg		

Source: Base de données nutritionnelles du Ministère d'Agriculture des Etats-Unis

La production, le conditionnement et la distribution de l'asperge européenne se font dans des conditions visant à la **sécurité** du consommateur, la **protection** de l'agriculteur et de l'environnement, l'économie des ressources disponibles et, en général, pour assurer la continuité de l'écosystème. Fabricants et grossistes de l'industrie agro-alimentaire disposent des **certifications** nécessaires -fournies par des organismes accrédités- de gestion de la sécurité et de la qualité du produit.

Dans ce système de référence, l'asperge européenne est produite en application de la **législation européenne** (la plus difficile dans le monde en la matière), mais aussi et parallèlement en application -de plus en plus rependue- d'une série de **normes internationales de systèmes de gestion (ISO et normes AGRO)** et de **protocoles (GLOBAL GAP, BRC, IFS, etc.)**. Ces systèmes assurent à la fois la **qualité** des processus et procédures et la **sécurité** de l'aliment, dans la chaîne de production verticale et de commercialisation de l'asperge, du champ à l'étagère du magasin. Dans ces conditions, la production grecque de l'asperge européenne se différencie sur le marché mondial et maintient son avantage sur la concurrence internationale.

En Grèce, l'asperge est cultivée dans des zones de

grande valeur écologique et d'une beauté incomparable, dans le respect des règles imposées par les normes européennes. Sa supériorité est principalement due à la physiologie unique des régions productrices. La combinaison unique de particularités géographiques, géologiques et climatiques fonctionne en interaction avec les caractéristiques génétiques de la plante, ce qui entraîne la production d'un produit agricole de haute valeur nutritionnelle, gastronomique et économique.

L'asperge européenne produite en Grèce, est caractérisée par la qualité de texture et de saveur, que lui confèrent un climat méditerranéen doux et la fertilité du sol grec. Parmi les plus importants terroirs de l'asperge grecque sont les régions de Kavala, d'Evros et d'Aetoloacarnanie. Frontière naturelle entre la Macédoine et la Thrace, le fleuve Nestos crée de son delta une vaste région fertile, qui abrite de nombreuses espèces de flore et de faune. Entre sa rive droite et la lagune de Kéramoti, dans la plaine irriguée par ses eaux et au milieu naturel uniquement tempéré du village Agiasma, est cultivée l'asperge de Kavala. Plus à l'est, entre les écosystèmes européens uniques du delta d'Evros et de la forêt de Dadia, se trouve la municipalité De Tychéro, caractérisée par sa politique de développement et par son progressisme. Là, à côté du centre d'écotourisme de Tychéro et autour du lac, s'étendent les champs d'asperge du Département d'Evros. En Grèce occidentale et au milieu du plus vaste département grec, celui d'Aetoloacarnanie, où coule Achéloos -le plus abondant des fleuves grecs- se trouve la vallée d'Agriinio, entourée de lacs, de rivières et de hautes montagnes. Les hivers doux des plaines de la région favorisent la culture d'une asperge délicieuse, exportée avec succès sur les marchés internationaux.

Les plus importants organismes de l'asperge s'activant dans ces régions sont:

• **Union d'Agriculteurs Coopérants de Kavala:** L'union est le successeur d'une association fondée en 1927. Sa mission principale est de renforcer, soutenir

et coordonner les activités de ses membres, en visant à son élargissement et au renforcement du résultat de ses activités productive et commerciale.

• **Coopérative Agricole d'Aetoloacarnanie «Achélóos»:** La coopérative a été fondée en 1998. Les produits des membres de la coopérative sont réunis, transformés, conditionnés et exportés vers les pays de l'Union européenne et de l'Europe de l'Est.

• **Agiasma SA:** La société a démarré son activité en 1998, étant engagée dans la production et l'emballage d'asperges. Aujourd'hui, elle s'active dans la production et la commercialisation de produits et équipements agricoles, ainsi que de matériel de plantation.

• **Coopérative d'Exploitation Agricole Commune de Tychéro:** La coopérative a été fondée en 1990. Sa mission est la gestion de l'exploitation agricole commune de ses membres, ainsi que la création et le fonctionnement de structures de production et de commercialisation de ses produits.

• **Coopérative d'Exploitation Agricole Commune de Komara**  
Ce sont là des organismes qui, aujourd'hui, participent à la gestion du devenir productif et commercial de l'asperge européenne de culture grecque.

Aujourd'hui que l'alimentation méditerranéenne et le plaisir culinaire font partie du mode de vie des Européens modernes, l'asperge fraîche européenne -grâce à sa longue tradition, sa qualité certifiée et sa préférence indéniable par le public consommateur- s'élève, à juste titre, au rang d'un produit noble de la gastronomie méditerranéenne!



**A.S.K.G.E.  
KOMARON**



ACTION COFINANÇÉE PAR L'UNION EUROPÉENNE  
ET LA GRÈCE



# Marché européen de l'avocat de contre-saison

Relative sérénité  
malgré un niveau de production record

**2014 sera une année de récolte record pour les deux leaders mondiaux alimentant le marché de l'avocat de contre-saison, à savoir le Pérou et l'Afrique du Sud. Pour autant, la faiblesse de la production californienne et l'appétit croissant des consommateurs, tant aux États-Unis qu'en Europe, devraient permettre à ces deux marchés, qui absorbent l'essentiel de l'offre mondiale, de rester équilibrés sur des bases de prix d'un bon niveau. FruiTrop vous propose de faire le point sur cette campagne hors norme en termes de volume.**



© Régis Domergue



VOTRE  
SPÉCIALISTE  
AVOCATS  
DEPUIS PLUS  
DE 25 ANS.

**Nos ambitions,** vous proposer des solutions de mûrissage adaptées à vos besoins. Doté d'une structure aux technologies de pointe, notre savoir-faire dédié au mûr à point, à l'affiné et à tout type de conditionnement, s'appuie essentiellement sur l'expérience de nos équipes.

**Nos engagements,** vous servir au quotidien dans les origines Afrique du Sud, Brésil, Chili, Colombie, Espagne, Israël, Kenya, Mexique, Pérou, République Dominicaine, Tanzanie, Zimbabwe... en vous assurant une qualité optimale toute l'année.

**Notre expertise,** une capacité à développer des partenariats, autour de projets de qualité et anticiper ensemble les nouvelles évolutions du marché.

PRODUCTEUR À TRAVERS LE MONDE ET LEADER  
DE LA DISTRIBUTION DE L'AVOCAT EN FRANCE.



Visuel : Getty Images



**Avocat — Pérou — Parts de marché export par opérateur en 2013**

CAMPOSOL S.A.	19 %
CPF (Consort. Prod. Frutas)	9 %
Agrícola Cerro Prieto S.A.C.	6 %
Soc. Agri. DROKASA	5 %
AVO PERU SAC	5 %
Corp. Fruticola de Chinchá	4 %
Agro. VERDEFLOR	3 %
Agro. Las Lomas de Chilca	3 %
Eurofresh Peru	3 %

Source : SUNAT

## Toujours plus au Pérou !

Le premier grand coup d'accélérateur des exportations péruviennes enregistré en 2013 sera suivi d'un deuxième en 2014, d'une intensité encore plus forte ! Rien de surprenant si l'on considère la dynamique de plantation comprise entre 1 500 et 2 000 ha par an depuis 2009. Ainsi, d'énormes surfaces entrent en production ou montent en puissance. Un mouvement qui ne fait que s'enclencher et qui devrait perdurer dans les années à venir. Le potentiel export de Hass devrait donc être vraisemblablement de l'ordre de 150 000 t, si l'on tient compte des producteurs affiliés ou non à ProHass, marquant une progression de 50 000 t par rapport à la saison précédente.

Les arrivages devraient se développer sur un calendrier plus tardif qu'en 2013. Les saisons précédentes avaient vu les volumes précoces exploser, les arrivages en Europe avant avril passant en cinq ans d'inexistants à 1.5 million de colis en 2013, certains producteurs expédiant des fruits d'un niveau de maturité insuffisant. Pour mettre un terme à cette course dangereuse pour la réputation de l'origine, la filière a décidé d'imposer un taux de matière sèche minimum de 21.5 % pour les fruits destinés à l'export. Une décision à saluer, d'autant que c'est le service de la protection sanitaire des produits agricoles, le SENASA, qui est en charge des contrôles. La montée en puissance de l'offre précoce de qualité issue des vergers de la Sierra (zones d'altitude où les conditions climatiques permettent effectivement de produire des fruits de qualité avec un calendrier de production décalé) pourra se faire dans les prochaines années avec toutes les garanties nécessaires pour le consommateur.

**Avocat — Pérou — Exportations**

en tonnes	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>UE, dont</b>	<b>18 380</b>	<b>30 521</b>	<b>36 129</b>	<b>49 832</b>	<b>46 312</b>	<b>56 750</b>	<b>67 050</b>	<b>64 208</b>	<b>87 609</b>
Pays-Bas	5 601	8 011	14 430	23 106	24 160	26 570	38 124	35 209	49 995
Espagne	6 111	12 291	12 362	17 669	13 612	20 224	20 708	21 313	28 334
Royaume-Uni	3 378	4 757	5 899	4 953	4 097	4 412	6 030	5 428	6 216
France	2 934	4 962	3 058	3 957	4 170	5 025	1 828	1 902	2 229
<b>Amérique du Nord</b>	<b>224</b>	<b>891</b>	<b>807</b>	<b>1 013</b>	<b>1 426</b>	<b>1 700</b>	<b>11 481</b>	<b>17 530</b>	<b>23 759</b>
États-Unis	-	-	54	563	84	434	8 998	15 729	21 151
Canada	224	891	753	450	1 342	1 266	2 483	1 801	2 608
<b>Chili</b>	<b>-</b>	<b>102</b>	<b>400</b>	<b>453</b>	<b>479</b>	<b>281</b>	<b>400</b>	<b>678</b>	<b>719</b>
Autres	66	224	270	0	129	790	2 500	931	1 046
<b>Total</b>	<b>18 670</b>	<b>31 738</b>	<b>37 606</b>	<b>51 298</b>	<b>48 346</b>	<b>59 521</b>	<b>81 431</b>	<b>83 347</b>	<b>113 133</b>

Source : SUNAT

Parfaite maîtrise de la  
**maturité**  
pour le plaisir du  
**consommateur...**

...maintenant disponible  
**toute  
l'année**



**Qualité**

Producteurs,  
conditionneurs  
et distributeurs.

**Engagement**

Délais de livraison,  
traçabilité  
et homogénéité.

La saison démarrera :  
*A votre convenance !*

**Avocats péruviens :**

D'avril à septembre

**Avocats chiliens :**

De septembre à mars

Frais – en conserve - surgelé

**Raisins Avocats Myrtilles Asperges Poivrons Artichauts Petits agrumes Mangues**

**Distribué par Camposol Fresh B.V.**

Honderdland 94 | 2676 LS | Maasdijk | Netherlands

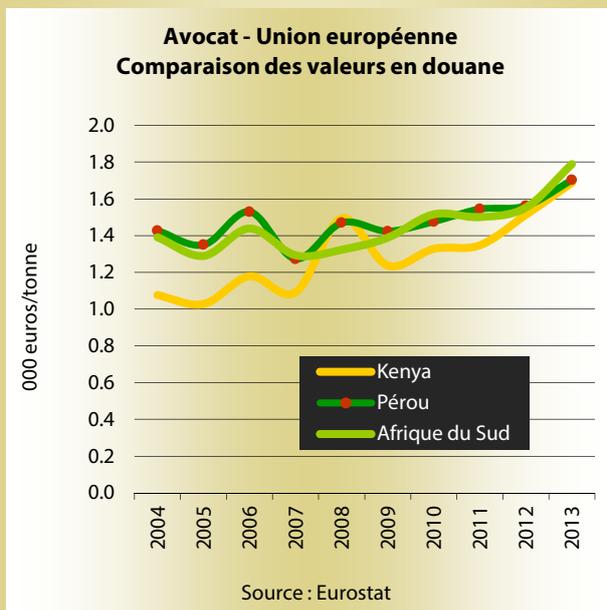
Téléphone : + 31-174-52 10 16

Email: [storres@camposol.com.pe](mailto:storres@camposol.com.pe)



Avocat — Afrique du Sud — Exportations					
en tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
<b>UE</b>	45 581	49 447	29 230	53 177	48 588
<b>Asie</b>	214	430	498	594	509
<b>Afrique</b>	49	60	70	186	740
<b>Moyen-Orient</b>	289	503	261	312	362
<b>Méditerranée</b>	13	124	69	230	4
<b>Europe de l'Est</b>	-	-	-	-	534
<b>Total</b>	<b>46 146</b>	<b>50 563</b>	<b>30 128</b>	<b>54 498</b>	<b>50 203</b>

Source : Comtrade



© Régis Domergue

Avocat — Kenya — Exportations								
en tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Union Européenne</b>	11 832	13 229	13 371	15 964	15 743	16 039	*17 100	*13 300
<b>Péninsule arabique</b>	1 243	2 107	2 196	2 972	4 280	5 741	nd	-
<b>Autres</b>	172	366	121	147	160	194	nd	-
<b>Total</b>	<b>13 246</b>	<b>15 702</b>	<b>15 688</b>	<b>19 083</b>	<b>20 183</b>	<b>21 974</b>	<b>23 828</b>	-

Sources : Comtrade, \*Eurostat

## Afrique du Sud : l'année de l'éveil ?

Les exportations sud-africaines promettent, elles aussi, d'être nettement plus importantes après une longue période d'une grande régularité, si l'on excepte les effets d'alternance de production et l'accident climatique de 2011. Les volumes, qui oscillaient entre 9.5 et 12.5 millions de colis, devraient avoisiner 14 millions de colis cette saison. Cette progression n'est pas seulement liée aux effets d'une alternance positive de production. Tout comme au Pérou, de nouveaux vergers entrent en production, même si leur extension n'est pas aussi large. Le rythme annuel de plantation, qui était de l'ordre de 350 ha ces dernières années, a grimpé jusqu'à 500 ha en 2013. Le Hass devrait représenter environ deux tiers des volumes. Le calendrier de production paraît similaire à celui de la saison précédente (essentiel des volumes de Hass compris entre début mai et mi-octobre).

## Kenya : moins mais mieux, tout comme en 2013

2013 a été une campagne charnière pour le Kenya. Nombre des petits producteurs les moins qualifiés, qui représentent encore aujourd'hui une part importante de la base productive, sont sortis du jeu. Un phénomène lié à la fois au besoin de retrouver un meilleur niveau de rentabilité en aval et à la généralisation en Europe de la pratique de l'affinage qui ne tolère pas les fruits d'une maturité hétérogène et privilégie le Hass issu principalement des vergers de type industriel. Ainsi, les exportations vers l'UE sont passées d'un niveau de 16 000 à 17 000 t entre 2009 et 2012 à 13 000 t en 2013, la part du Hass grimpant à 75 %. Cette ligne stratégique restera d'actualité cette saison. Ainsi, les envois vers l'Europe ne devraient guère être différents de ceux de la saison passée, la montée en puissance de la production des grands opérateurs étant compensée par la baisse des plus petits. La saison s'annonce légèrement plus précoce qu'en 2013. Une liaison maritime plus directe permettra d'alléger la logistique, qui restera néanmoins relativement difficile. MSC devrait être en mesure de proposer un temps de transport comparable à celui de la ligne Messina, grâce à la réduction du nombre de transbordements (plus qu'un à Salalah), avec une fréquence hebdomadaire (contre un bateau par quinzaine pour Messina).



**HALLS**



## HALLS lance une nouvelle gamme de fruits MÛRS A POINT

HALLS a développé sa nouvelle gamme MÛRS A POINT pour répondre à la consommation croissante de fruits prêts à consommer.

La gamme MÛRS A POINT de HALLS permet à nos clients détaillants et grossistes d'offrir des fruits de qualité à consommer dès l'achat. Les équipements dont nous disposons nous permettent de proposer cette gamme de fruits dans une grande variété de conditionnements (barquettes ; colis alvéolés ; fruits stickés MÛRS A POINT). Nous attachons une grande importance au respect d'un point de maturité parfait afin d'offrir à vos clients un fruit à forte valeur gustative.

Présents en production depuis 1890, notre fierté est de vous fournir des produits frais de qualité grâce au soin que nous leur apportons depuis nos vergers jusqu'aux consommateurs.



Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction est interdite

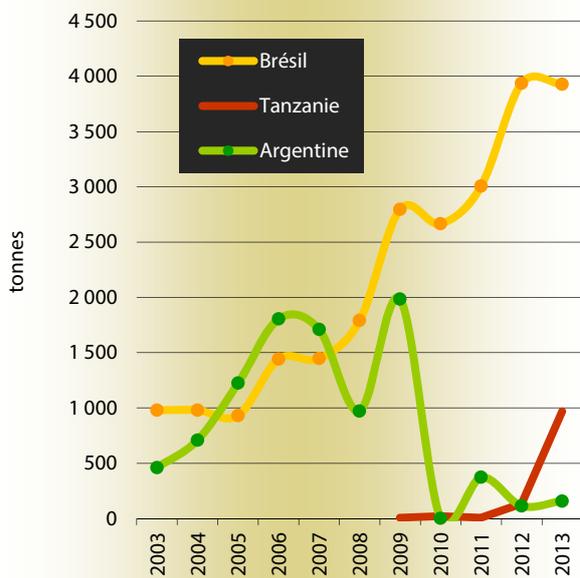
### Vos contacts en France pour dynamiser vos ventes :

Paris T +33 1 82 39 00 30 E ventes@hlhall.co.uk  
Marseille T +33 4 91 67 32 68 E ventes@hlhall.co.uk

[www.halls.co.za](http://www.halls.co.za)

Depuis 1890 • Afrique du Sud • Londres • Paris • Marseille

**Avocat - UE-28 - Importations  
en provenance des outsiders**



Source : Eurostat



© James Parson

## Nouvelle année de croissance de la petite production brésilienne de Hass

Quid des tendances de production des challengers ? La montée en puissance du Brésil se poursuivra en 2014. Avec environ 1 000 ha, principalement concentrés dans le centre de l'état de Sao Paulo où se trouve le principal producteur Jaguacy, le verger de Hass reste modeste par rapport aux 13 000 ha plantés en variétés vertes dans le pays. Néanmoins, il croît à un rythme estimé à 150 ha par an. Ainsi, les envois vers l'Europe, encore inférieurs à 1 000 t en 2006, devraient approcher les 5 000 t cette saison et continuer à se développer dans les années à venir. Les arrivages sur le vieux continent, qui ont réellement démarré fin mars, devraient rester significatifs jusqu'à mi-juillet, les volumes culminant entre avril et mai.



## Tanzanie : pas encore dans la cour des grands, mais des ambitions !

La Tanzanie fait encore figure de Petit Poucet. Néanmoins, les volumes exportés ont franchi la barre symbolique des 1 000 t la saison passée. Ils devraient continuer à progresser et pourraient même doubler cette année. Les surfaces sont aujourd'hui d'environ 900 ha dans le sud du pays, près du Mont Rungwe où se situe le principal exportateur de la zone, Rungwe farm. Elles devraient s'accroître de 100 ha supplémentaires en 2014-15, permettant au potentiel export d'avoisiner les 1 250 000 colis d'ici 2018. L'autre pôle de production, situé dans le nord du pays au pied du Kilimandjaro près de la ville de Sanya Juu, est aussi en développement. Africado, principal opérateur qui dispose d'une station de conditionnement moderne, et les autres producteurs de la région devraient être en mesure d'exporter environ 1 million de cartons d'ici 2017.



# Le meilleur de l'avocat

“ Nous sélectionnons les meilleures origines, variétés et marques de qualité pour vous servir tout au long de l'année. ”

*Gabriel Burunat.*

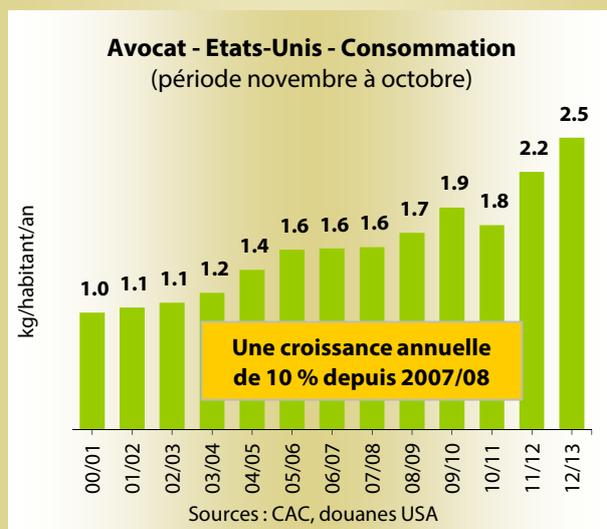
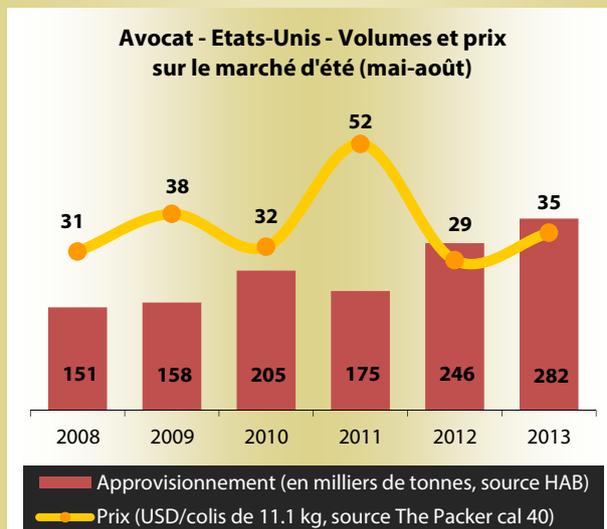
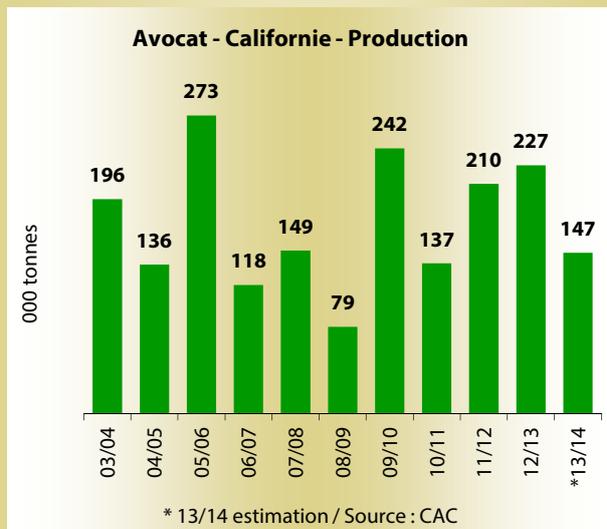
**Répondons ensemble à l'attente des consommateurs en vendant des fruits mûrs pour développer le marché !**

Conception TPC : 01 41 31 58 90 - Photo : Stew Patrikian ©

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite



31, Avenue de l'Europe - Zone des Entrepôts - Bât. I 9  
BP 70122 - 94538 Rungis Cedex - FRANCE  
Tel +33 (0)1 46 87 30 00 - Fax : +33 (0)1 45 12 96 74  
g.burunat@commercial-fruits.com



## L'Argentine se recentre sur son marché local

L'Argentine fait figure d'exception. La petite production située dans la région de Tucuman devrait être intégralement dédiée cette saison au marché local. L'avocat y est de plus en plus connu et apprécié, notamment grâce à des importations chiliennes de plus en plus importantes durant la saison d'hiver. Ainsi, après une demi-décennie d'envois compris 1 000 et 2 000 t entre 2005 et 2010, la période de quasi-absence de l'Argentine sur le marché international devrait se prolonger d'une année supplémentaire au moins.

## Le malheur de la Californie...

Malgré ces progressions de volumes tous azimuts attendues, les opérateurs abordent cette campagne avec une relative sérénité. Il est vrai que la faiblesse de la production californienne devrait encore accroître l'appétit déjà féroce du marché des États-Unis pour l'avocat d'importation. Cette baisse californienne est sans surprise, après une succession anormale de deux années de très forte production en 2011-12 et 2012-13 et une aridité sans précédent dans la plupart des comtés de l'état. Ainsi, la récolte du « Golden State » devrait à peine atteindre 150 000 t et reculer de 60 000 à 70 000 t par rapport aux deux saisons précédemment citées. Le marché des États-Unis devrait donc être largement ouvert aux avocats d'importation, d'autant que la consommation continue d'y augmenter à un rythme effréné. Selon notre dernière estimation, elle a encore bondi de 100 000 t entre 2011-12 et 2012-13 (période allant de novembre à octobre), pour dépasser les 800 000 t, soit un niveau moyen par habitant au-delà de 2.5 kg par an. Les estimations de mises en marché du HAB durant le premier trimestre 2014 montrent que la dynamique reste des plus vives, avec une progression de plus de 7 % par rapport à 2013.



© Eric Imbert

# 365

# jours



**Nous sommes spécialistes dans le commerce de la mangue et de l'avocat.**

**Nous importons et exportons** toute l'année pour offrir à nos clients le meilleur produit.

Nous travaillons 365 jours par an toutes les principales variétés.

*Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite*



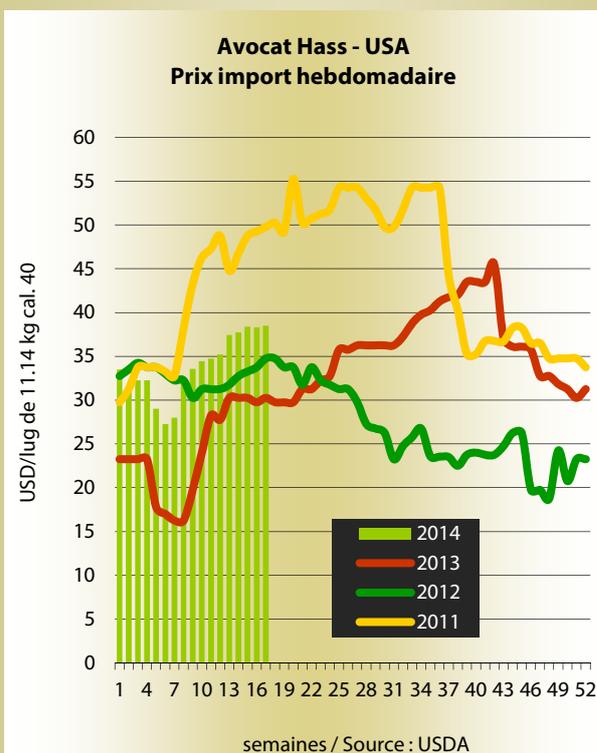
Reyes Gutiérrez ESPAÑA  
comercial@reyesgutierrez.com  
Camino de Málaga s/n  
Apdo. de correos 65  
29700 Vélez-Málaga (ESPAÑA)



Reyes Gutiérrez FRANCE  
pmendez@reyesgutierrez.com  
73 Bis Avenue Roger Salengro  
78360 Montesson  
(FRANCE)



[www.reyesgutierrez.com](http://www.reyesgutierrez.com)



## ...devrait faire le bonheur du Pérou

Les yeux se tournent naturellement vers le Mexique lorsqu'on cherche les fournisseurs internationaux les mieux placés pour profiter de cet effet d'aubaine aux États-Unis. Pour autant, ce ne devrait pas être le cas, faute de munitions. Si le Mexique restera un acteur majeur sur le marché des États-Unis dans les mois à venir, il ne devrait néanmoins pas être en mesure de fournir des volumes aussi soutenus que l'an passé, la production 2013-14 affichant un niveau légèrement inférieur à celui de la précédente. Par ailleurs, la récolte de « flor loca », qui marquera le démarrage de la saison mexicaine 2014-15 au cours du mois de juillet, semble extrêmement faible. Ainsi, la « palta » péruvienne devrait bénéficier d'excellentes conditions de marché pour cette deuxième campagne où les portes du marché américain lui seront ouvertes dès le début de la saison.

## Quels volumes péruviens vers les États-Unis ?

Reste à répondre à la question toujours difficile — mais au combien cruciale pour les opérateurs européens — du niveau des envois péruviens vers les États-Unis. Les arbitrages entre ces deux destinations se feront bien sûr en fonction des prix, la proximité du marché américain lui conférant une longueur d'avance concernant le coût du fret et l'anticipation des risques de changement de prix. Le bilan de la campagne 2011, où le déficit en fruits californiens était proche de celui attendu cette saison, laisse penser que la balance devrait pencher assez nettement du côté des États-Unis. Certes, le niveau de 50 USD le lug de 11.14 kg qu'affichait notre indicateur en 2011 ne devrait pas être atteint compte tenu d'un déficit mexicain nettement moins prononcé. Toutefois, les cours devraient se situer à un niveau supérieur à celui des 30 à 35 USD des deux saisons passées. La barre des 35 USD a d'ailleurs déjà été dépassée début avril, soit un équivalent de plus de 9 euros pour un colis de 4 kg. Dans ses projections, le HAB prévoit 40 000 t d'avocat du Pérou aux États-Unis, mais les exportateurs péruviens considèrent, vraisemblablement à raison, que les volumes devraient plutôt se situer entre 65 000 et 70 000 t.

# VOTRE SPÉCIALISTE DE L'AVOCAT



## Retrouvez notre gamme

*Avocat 4 kg – 8 kg – 12 kg vrac*  
*Avocat barquette*  
*Avocat pré-mûri*  
*Avocat filet*  
*Avocat girsac*

 **Kenya**  
 **Chili**  
 **Pérou**  
 **Israël**  
 **Mexique**



Georges HELFER SA  
Site de Rungis

1 rue des tropiques - ent. 133

94538 RUNGIS Cedex - France

Tél. + 33 1 45 12 36 50

Fax + 33 1 48 53 78 85

Georges HELFER SA  
Site de Cavaillon

ZI du Pont - 717 avenue des vergers

13750 PLAN D'ORGON - France

Tél. + 33 4 90 73 19 19

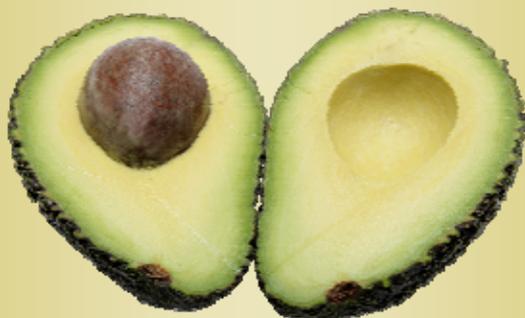
Fax + 33 4 90 73 44 66

Georges HELFER SA  
Suisse

Chemin de Fontenailles  
CH - 1196 GLAND - Suisse

Tél. + 41 22 999 99 99

Fax + 41 22 999 99 98



© Guy Bréhiner

Avocat — Chili — Importations

en tonnes	2010	2011	2012	2013
<b>États-Unis</b>	-	-	20	3 097
<b>Pérou</b>	281	913	678	360
<b>Argentine</b>	22	966	-	-
<b>Total</b>	<b>303</b>	<b>1 879</b>	<b>698</b>	<b>3 457</b>

Source : douanes chiliennes

## Le Chili : un nouveau marché de diversification d'importance pour le Pérou

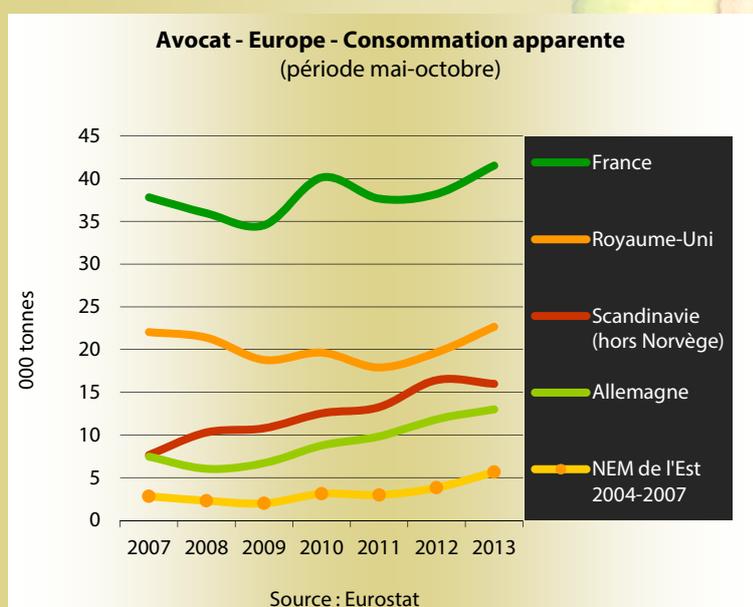
Il faut aussi considérer les volumes que le Pérou enverra vers les marchés de diversification, qui devraient largement dépasser les 5 000 t de 2013. ProHass les estime à environ 15 000 t. Les exportations vers l'Asie ne devraient guère évoluer et se maintiendront aux environs de 1 000 t. Le marché chinois et surtout celui du Japon, qui ouvre des perspectives importantes vu le niveau de consommation et les relations privilégiées existant entre ces deux pays, restent aujourd'hui fermés, même si les négociations avancent. En revanche, les envois devraient se développer vers le Canada, où le Pérou avait expédié environ 3 000 t en 2013. La Californie, principal fournisseur de ce marché l'été, ne devrait pas être en mesure de l'alimenter à hauteur de 7 000 à 8 000 t, comme elle le fait lors d'une année de production normale. Mais c'est vraisemblablement le marché chilien qui ouvre le plus de perspectives, notamment à moyen terme. Ce pays voisin, grand consommateur d'avocat durant sa période de production (plus de 5 kg/habitant/an), a ouvert ses portes aux fruits péruviens début 2014 après de longues et difficiles tractations. Le marché de contre-saison, essentiellement alimenté par la Californie les saisons passées, offre vraisemblablement de grandes perspectives de développement. Les professionnels péruviens considèrent pouvoir expédier 5 000 t vers cette destination cette saison. Ainsi, en fonction de l'hypothèse choisie quant aux envois vers les États-Unis, les exportations vers l'UE devraient être comprises dans une fourchette de 70 000 à 90 000 t, un niveau qui *a maxima* paraît proche de celui de 2013.



© Eric Imbert

Avocat — Europe — Estimation de la consommation			
	Population (millions d'habitants)	été 2013 (g/habitant)	2013 (g/habitant)
<b>Scandinavie</b>	<b>24.5</b>	<b>837</b>	<b>1 736</b>
Danemark	5.4	770	1 802
Suède	9.1	1 071	2 153
Norvège	4.7	967	1 868
Finlande	5.3	390	836
<b>France</b>	<b>63.4</b>	<b>655</b>	<b>1 335</b>
<b>Royaume-Uni</b>	<b>60.8</b>	<b>372</b>	<b>649</b>
<b>Allemagne</b>	<b>82.3</b>	<b>158</b>	<b>312</b>
<b>Europe de l'Est</b>	<b>102.2</b>	<b>55</b>	<b>55</b>

Source : Eurostat

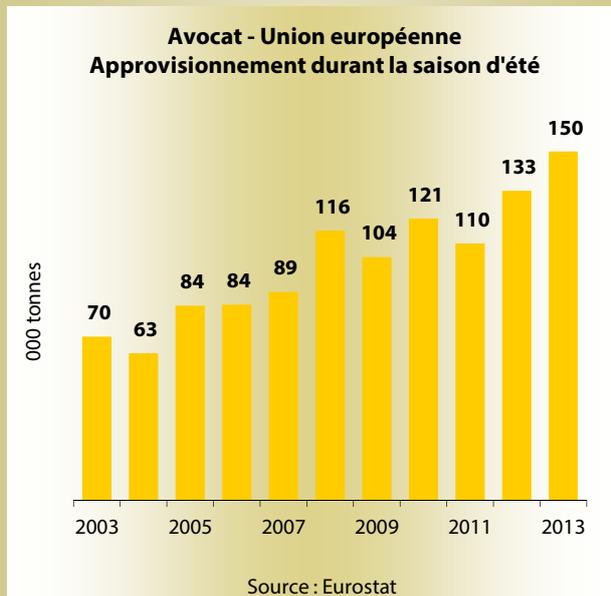


## Croissance quasi générale de la consommation durant l'été 2013

2013 aura été un bon cru sur la quasi-totalité des marchés européens. La France, marché leader, a repris le chemin de la croissance après une année 2012 en demi-teinte. Les volumes consommés y ont progressé de près de 10 %. Le Royaume-Uni, deuxième marché de la Communauté et également assez endormi en 2012, a progressé encore plus sensiblement de 15 %. Les marchés consommant moins de 20 000 t ont continué eux aussi d'avancer à un rythme relativement régulier. La dynamique est restée vive en Allemagne, la croissance affichant un joli 10 %. De même, le décollage des marchés d'Europe de l'Est enregistré en 2012 s'est confirmé en 2013. Les volumes sont restés modestes, mais ont bondi de près de 50 % par rapport à 2012. Cette belle progression, liée vraisemblablement au besoin de trouver des débouchés alternatifs aux variétés vertes, est surtout à mettre à l'actif des trois principaux marchés de la zone, à savoir la Pologne, la République tchèque et les Pays baltes. Seule ombre au tableau : l'arrêt de la croissance et même le léger recul de la Scandinavie, premier marché d'Europe en termes de consommation par habitant. Une contre-performance qui marque peut-être l'arrivée à maturité des deux premiers marchés de la zone : les volumes ont été quasi stables en Suède et ont nettement reculé au Danemark. Seule la Finlande, nettement sous-consommatrice par rapport aux références régionales, a continué d'avancer.

Avocat — Consommation apparente des principaux marchés européens (période de mai à octobre*)									
en tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2012/2011	2012/moyenne 2007-08
Allemagne	7 446	6 029	6 689	8 748	9 816	11 819	12 989	10%	93%
Scandinavie**	7 649	10 285	10 768	12 520	13 241	16 421	15 971	-3%	78%
France	37 803	35 942	34 545	40 131	37 659	38 205	41 525	9%	13%
Royaume-Uni	22 033	21 377	18 771	19 631	17 889	19 654	22 647	15%	4%
NEM de l'Est 2004-2007	2 801	2 289	1 984	3 097	2 965	3 808	5 644	48%	122%
<b>Total</b>	<b>77 732</b>	<b>75 922</b>	<b>72 757</b>	<b>84 128</b>	<b>81 570</b>	<b>89 906</b>	<b>98 776</b>		

\* comprend la plupart des déclarations en douane des volumes sud-africains, péruviens et kenyans / \*\* hors Norvège / Source : Eurostat



## Une très bonne dynamique de consommation dans l'UE durant la saison d'été

Il faut aussi tenir compte de la dynamique de croissance du marché européen, particulièrement affirmée durant la dernière saison d'été. Les importations d'avocat de contre-saison de l'UE-28 ont passé la barre des 150 000 t en 2013, marquant une progression de près de 20 000 t par rapport à la saison précédente et un doublement en dix ans. Surtout, le rythme de croissance semble s'accélérer ces dernières années, le marché ayant très bien répondu à l'accroissement de l'offre péruvienne. Pour preuve, le prix moyen de campagne calculé par notre Observatoire s'est maintenu l'an passé au niveau de celui de la campagne 2012, malgré l'accroissement des volumes. Mais le cru aurait pu être encore meilleur si l'approvisionnement global avait été moins déraisonnable en début de saison et le niveau de maturité de certaines marques mieux maîtrisé.

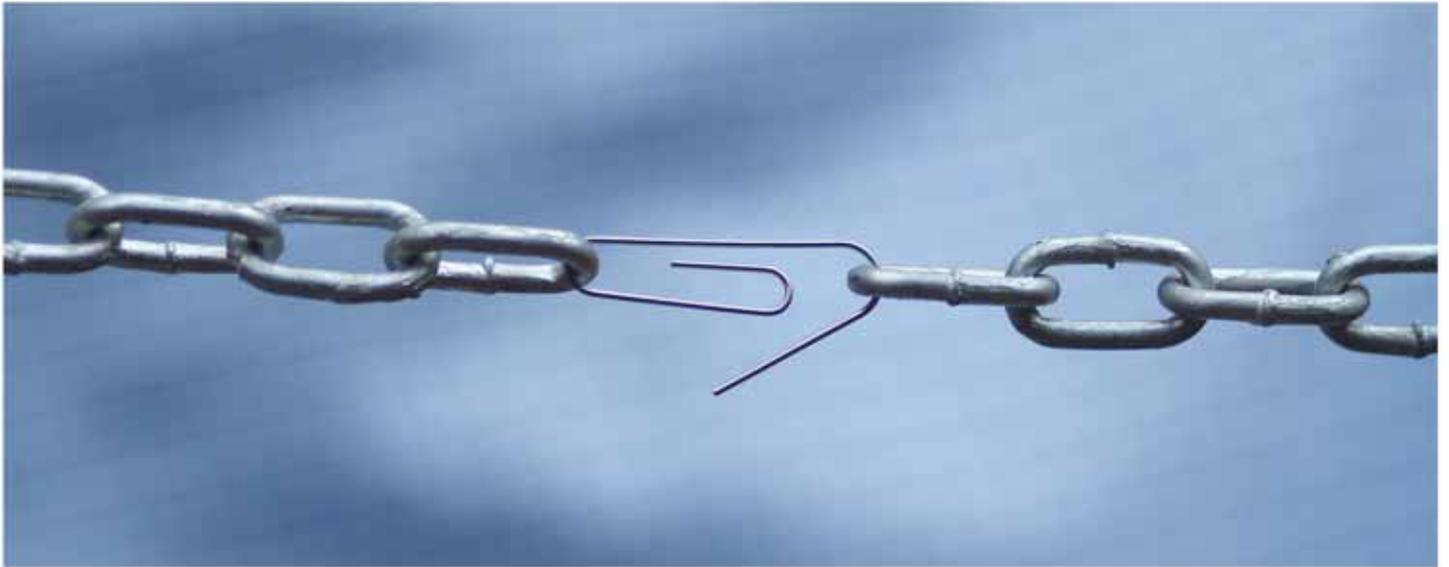
## Un premier bilan de la saison d'hiver qui fait mieux que confirmer les bons chiffres de l'été

Le premier bilan provisoire de la saison d'hiver qui se termine, établi à partir des chiffres professionnels, est lui aussi très encourageant. Malgré la crise économique qui frappe fort certaines économies européennes, la consommation aurait progressé par rapport à la saison précédente de plus de 20 % en Hass, variété qui représenterait maintenant les trois quarts du marché. Un rythme de croissance supérieur à celui du marché américain et d'un niveau encore plus soutenu que durant la saison d'été 2013, suite aux efforts de l'aval pour développer le concept d'avocat affiné et au carburant additionnel fourni par Israël et surtout par le Chili. Selon des chiffres là encore à confirmer, le revirement stratégique vers le marché communautaire initié en 2012-13 par ce fournisseur sud-américain se serait plus que confirmé, les volumes progressant d'environ 45 % par rapport à la saison passée et approchant les 60 000 t. Certes, l'indicateur

Avocat — Union européenne — Approvisionnement durant la saison d'été											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Afrique australe*</b>	37 664	30 601	47 832	36 518	38 473	51 250	38 819	47 836	27 407	49 149	45 165
<b>Pérou</b>	11 266	14 590	18 096	30 508	35 857	49 894	45 818	56 345	65 217	62 480	86 260
<b>Kenya</b>	19 828	16 236	15 458	13 641	11 999	11 841	15 038	14 123	14 273	17 078	13 313
<b>Brésil</b>	979	979	931	1 442	1 447	1 790	2 797	2 665	3 006	3 937	3 928
<b>Tanzanie</b>	-	-	-	-	-	-	6	21	6	133	968
<b>Argentine</b>	460	709	1 224	1 804	1 709	970	1 983	0	372	114	158
<b>Total</b>	<b>70 197</b>	<b>63 115</b>	<b>83 541</b>	<b>83 913</b>	<b>89 485</b>	<b>115 745</b>	<b>104 460</b>	<b>120 990</b>	<b>110 282</b>	<b>132 890</b>	<b>149 793</b>

\*Afrique du Sud, Swaziland, Zimbabwe / Source : Eurostat

# Information... your weak link?



**Reefer Trends is an independent news and information provider, financed exclusively by revenue from subscriptions.**

First published in 2003, it provides a number of services for users along the reefer logistics chain: the Reefer Trends weekly charter market brief is the benchmark publication for the specialist reefer business – it tracks the charter market for reefer vessels, as well as fruit and banana production and market trends that influence charter market movement.

The weekly publication has close to 200 paying subscriber companies from 34 countries worldwide. The list of subscribers includes all the major reefer shipping companies and reefer box operators, the major charterers, reefer brokers, banana multi-nationals, the major banana exporters in Ecuador, Costa Rica, Panama and Colombia, terminal operators in the US and Europe, the world's leading shipping banks and broking houses

as well as trade associations, cargo interests and fruit importers on all continents. It is also circulated within the European Commission and the World Trade Organisation.

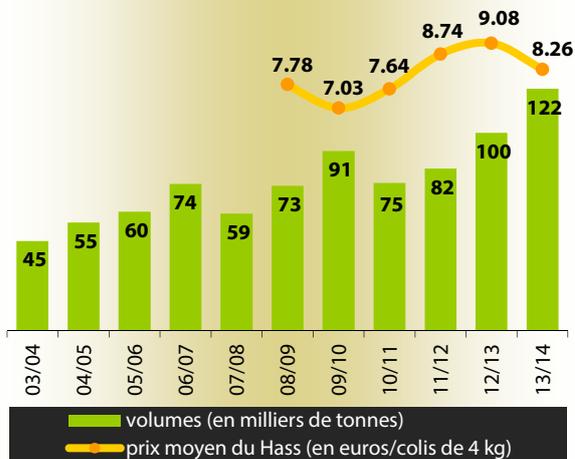
As well as the weekly Reefer Trends report it provides a separate online daily news service, covering developments in the global fruit, banana and logistics industries. The daily news is e-mailed direct to the desktops of several thousand subscribers worldwide.

Reefer Trends' consultancy clients include shipbuilding yards, banana majors, banks, brokers and equities analysts. Reefer Trends provides sector reports and forecasts for brokers and charterers. It has also acted as an expert witness in a chartering dispute.

**For more information on subscriptions, please contact: [info@reefertrends.com](mailto:info@reefertrends.com) or visit [www.reefertrends.com](http://www.reefertrends.com)**

reefer trends

### Avocat Hass - UE-28 - Estimation des mises en marchés durant la saison d'hiver (semaines 40 à 17)

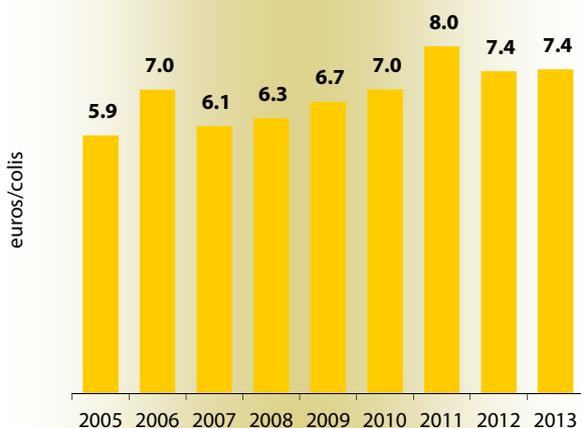


Sources professionnelles



© Régis Domergue

### Avocat Hass - Pérou Prix moyen de campagne en France



Note : moyenne calibres 16-20 / Source : CIRAD

de prix moyen de campagne calculé par notre Observatoire (basé sur le prix du calibre 18 et arrêté fin mars) n'affiche pas un niveau aussi exceptionnel qu'en 2012-13 et reculerait d'un peu moins de 10 % par rapport à la saison passée. Cependant, avec 8.26 euros/colis (base France, calibre 18), il reste d'un très bon niveau et conforme à la moyenne de ces quatre dernières années. La période de mi-mars à mi-avril a d'ailleurs démontré que le seuil de résilience du marché s'était encore accru. L'approvisionnement hebdomadaire moyen a excédé pendant plus d'un mois 1.7 million de colis, sans que les prix ne dévissent (à l'approche, il est vrai, d'une période de forte activité promotionnelle sur certains marchés comme la France à la veille de Pâques).

## Deux écueils à éviter

Si le panorama semble globalement favorable, deux grandes questions restent néanmoins en suspens. Les fruits de taille moyenne sont moins présents que de coutume, tant dans la production californienne (sécheresse historique dans certaines zones) que dans le reliquat de volumes mexicains. Ainsi, les prix attractifs que le marché américain devrait offrir pour les calibres médians (16, 18, 20 notamment) ne risquent-ils pas d'accroître la part de calibres extrêmes dédiée à l'UE ? La question se pose notamment pour les gros fruits (10, 12, 14), déjà trop présents en 2013 en Europe et qui constituent par nature une large part de la production des jeunes vergers péruviens. Autre point important : le niveau des envois vers l'UE restera-t-il raisonnable durant la première partie de saison (d'après Pâques à fin mai notamment), le marché des États-Unis ne s'ouvrant réellement qu'au cours du mois de juin ? La volonté, encore une fois très louable, de mieux maîtriser la maturité des fruits péruviens en début de saison contribuera inmanquablement à concentrer la saison.

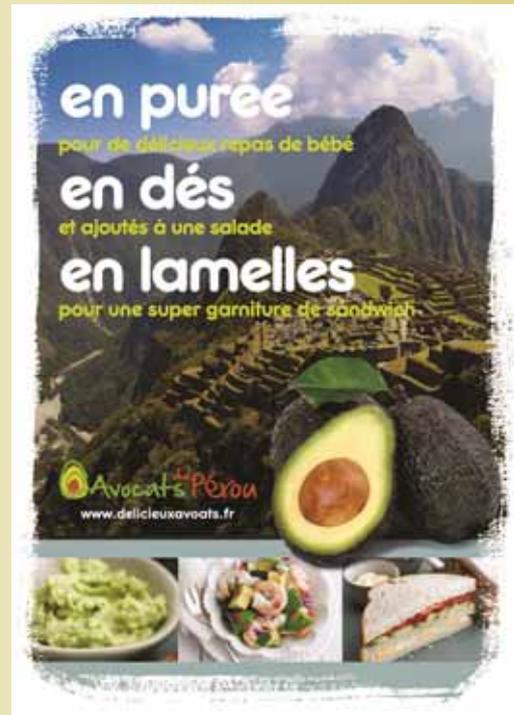
## Continuer à travailler le marché de demain

Par ailleurs, il faut aussi continuer à travailler ardemment au développement de la consommation. Car, si la faiblesse de la production californienne permet d'envisager cette campagne d'été 2014 avec une certaine sérénité, du moins sur le papier, 2015 paraît d'ores et déjà plus complexe, ne serait-ce qu'au regard du vraisemblable rebond de la production californienne et de la non moins vraisemblable poursuite de la montée en puissance rapide de la récolte péruvienne. Les efforts faits en matière de promotion du produit ne doivent surtout pas fléchir ■

Eric Imbert, CIRAD  
eric.imbert@cirad.fr

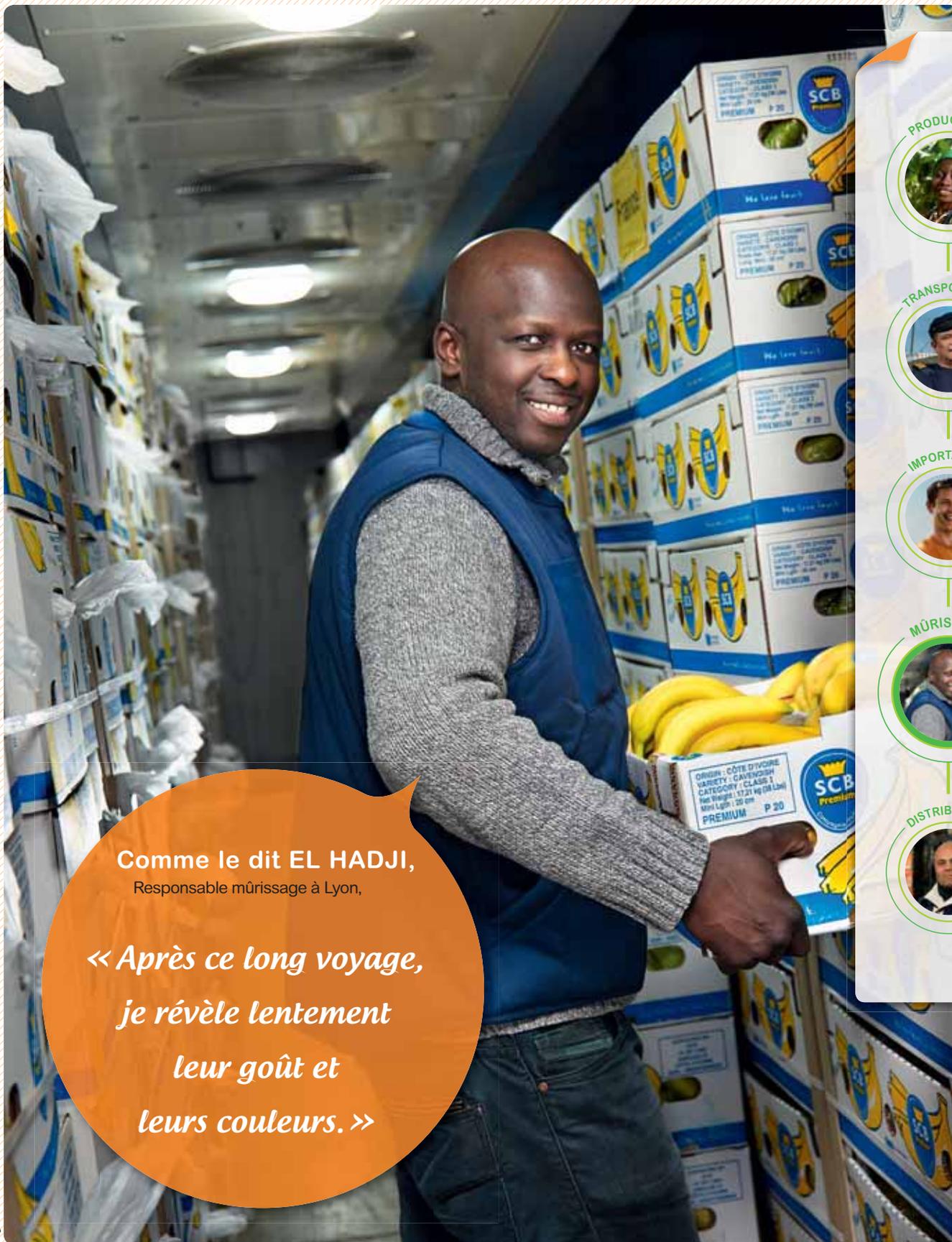
## Promotion des ventes : le Pérou conserve les mêmes lignes directrices

Le Pérou gardera le même cap que la saison précédente pour sa campagne de promotion 2014. Les lignes directrices demeurent la communication sur les multiples usages du fruit (repris dans le slogan « en purée, en dés, en lamelles »), la mise en avant des atouts santé, l'aide aux consommateurs dans le choix de fruits mûrs et leur préparation et le positionnement de l'origine Pérou comme référence durant la saison d'été. Les marchés ciblés resteront l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. La communication se fera au niveau international via un nouveau site internet (disponible en français, anglais, allemand et espagnol : [www.avocadosfromperu.com](http://www.avocadosfromperu.com)). Des animations en magasins et des activités de relations publiques sont prévues en France et au Royaume-Uni, où elles seront relayées par les médias sociaux. Quant à l'Afrique du Sud, animateur historique du marché d'été, sa stratégie de communication pour la campagne 2014 n'est pas encore totalement définie à l'heure où nous écrivons ces lignes.



**FRUITROP**  
online  
[www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com)

Toute  
l'information  
économique et  
technique en 1 clic



Comme le dit EL HADJI,  
Responsable mûrissage à Lyon,

*« Après ce long voyage,  
je révèle lentement  
leur goût et  
leurs couleurs. »*

El Hadji s'implique à chaque instant dans le processus de mûrissage des bananes, car en tant que collaborateurs de la Compagnie Fruitière, nous voulons que nos fruits soient les plus savoureux. El Hadji surveille toutes les heures le parfait épanouissement des bananes en ajustant au dixième de degré la température de la chambre de mûrissage. Avec un des plus larges réseaux de mûrisséries en Europe de l'Ouest, la Compagnie Fruitière livre ainsi plus de 400 000 tonnes de bananes à parfaite maturité à ses clients.

**La Compagnie Fruitière compte plus de 16.000 personnes qui œuvrent chaque jour et à chaque étape, pour vous apporter le meilleur des fruits. Comme El Hadji, les fruits, on les aime.**



**COMPAGNIE  
FRUITIERE**

We love fruit. *Les fruits, on les aime.*

Un dossier préparé par  
Denis Loeillet

# Banane

## Banane

### Sommaire

- p. 36 **Marché mondial de la banane : happy !**
- p. 44 **Marché européen de la banane — Approvisionnement net : dynamique toute l'année**
- p. 68 **Fusion Chiquita-Fyffes : quelles conséquences pour les marchés ?**
- p. 70
  - Refonte de l'approvisionnement en banane
- p. 78
  - ChiquitaFyffes : mariage heureux ?
- p. 82 **Panorama statistique mondial : production, importation, exportation**
- p. 85 **Maladies et ravageurs du bananier**
- p. 94 **Défauts de qualité de la banane**
- p. 98 **La diversité génétique des bananiers**



Après le **bilan prix** paru dans le numéro 218 de janvier 2014, **FruiTrop** propose son traditionnel **bilan volumes**. Au-delà de la question de l'approvisionnement du marché européen, traitée en détail, nous proposons aussi des focus sur les États-Unis, la Russie, le Japon ou encore la Chine. Et parce que l'actualité est à la grande fusion Chiquita-Fyffes, **FruiTrop** a fait appel à deux grands témoins qui vous livrent leur analyse quant aux répercussions de ce mariage entre deux géants du secteur.



## Marché mondial de la banane

Happy !



**Le marché bananier n'a pas fondamentalement changé en 2013, mais a profité de la situation déficitaire des autres secteurs fruitiers, d'une relative clémence sur le front des aléas climatiques en production et d'une météo en Europe propre à consommer de la banane. Certes, les fondamentaux, pas très reluisants, sont toujours en place, mais on peut se réjouir d'une consommation en très forte hausse en Europe, aux États-Unis ou encore en Russie.**

**LES MEILLEURS FRUITS  
DANS LES MEILLEURES MAINS**



**ANANAS ET BANANES  
COSTA RICA - CAMEROUN**

**AZ FRANCE**   
La filière qualité sur mesure

AZ FRANCE - RUNGIS

AZ MED - CAVAILLON

AZ TOURAINE

AZ GRAND EST

Contenu publié sur l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction est interdite

Tel : 01 41 80 33 33

Fax : 01 46 86 23 16

E-mail : [commercial@azfrance.fr](mailto:commercial@azfrance.fr)

Tel : 04 90 06 66 00

Fax : 04 90 06 66 16

E-mail : [azmed@azmed.fr](mailto:azmed@azmed.fr)

Tel : 02 47 49 30 30

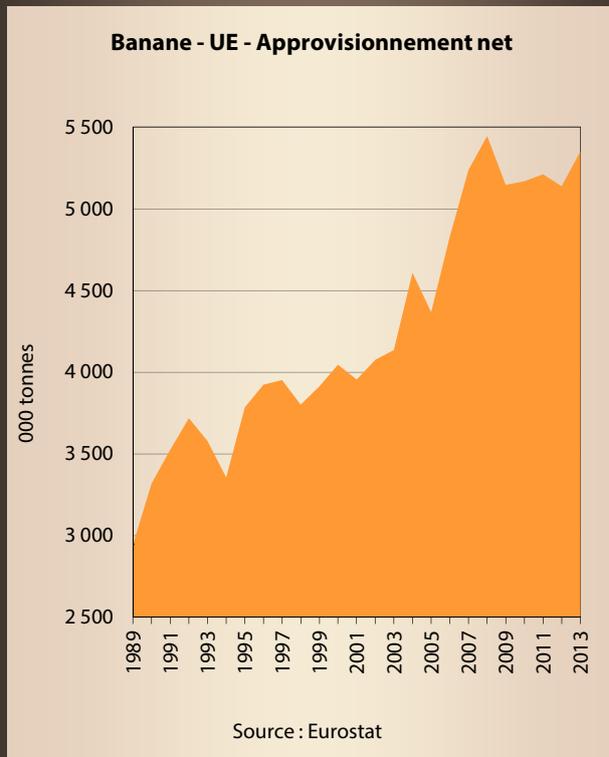
Fax : 02 47 29 01 84

E-mail : [p.raguin@aztouraine.fr](mailto:p.raguin@aztouraine.fr)

Tel : 03 87 57 56 50

Fax : 03 87 57 56 51

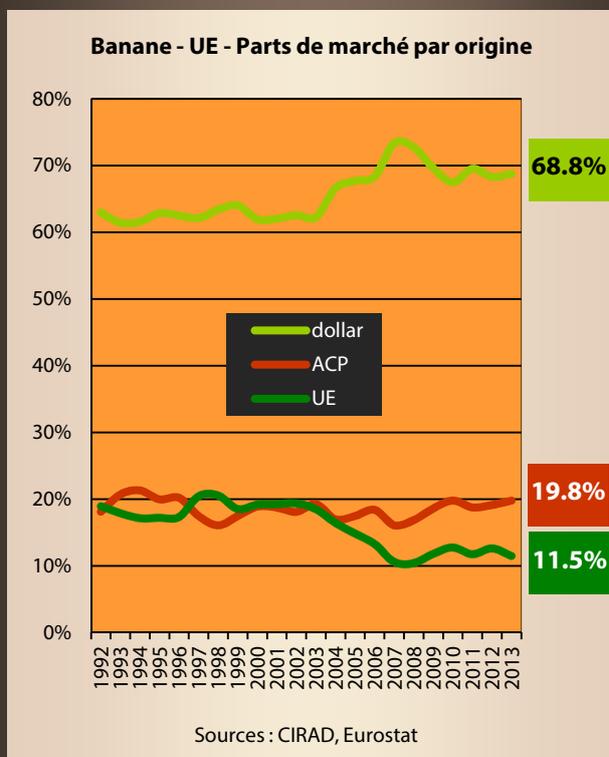
E-mail : [azgrandest@azgroupe.com](mailto:azgrandest@azgroupe.com)



Il n'y a maintenant plus aucun doute, le tube planétaire de Pharrell Williams, « Happy », a été inspiré par l'évolution très favorable du marché international bananier. Dans notre numéro de janvier, nous avons consacré un dossier au bilan prix 2013 (**Fruitrop** n°218, janvier 2014, page 35 et suivantes) et constaté que, malgré la légère baisse du prix d'importation en Europe, les cours étaient restés très satisfaisants. Moins optimistes, nous avons aussi souligné le fait que nous étions dans une bulle bananière et que rien n'avait changé sous le soleil. La banane est le fruit basico-basique du rayon fruits et légumes, pris en otage par les enseignes de la grande distribution avides d'attirer les consommateurs dans les rayons et donc prêtes à offrir ce produit anti-crise moins cher que leurs concurrentes, pour mieux vendre yaourts, tubes de dentifrice ou appareils électroniques. De la bouche même du représentant de Tesco, premier distributeur au Royaume-Uni et troisième au niveau mondial, le prix de la banane en magasin n'a rien à voir avec les fondamentaux économiques du marché et notamment le prix payé au producteur (encore heureux pour le producteur !). C'est un produit d'appel. Fermez le ban.

### Presque un sans faute

Bref, le marché bananier en 2013 a été l'heureux bénéficiaire d'une accumulation de circonstances exceptionnelles, qui se sont d'ailleurs souvent produites hors secteur. On a évoqué la calamiteuse campagne de production européenne de pomme 2012-13, la météo favorable à la consommation de banane (froid, humidité, etc.), le printemps détestable qui a amoindri l'offre de fruits concurrents (fruits de printemps et d'été), etc. Les étoiles ont



# Wanita-freshfood.com



**Global Gap / Rainforest Alliance**

**BANANES & FRUITS TROPICAUX DE CÔTE D'IVOIRE**

**PRODUCTEUR - EXPORTATEUR INDEPENDANT**

**SPD cie / BATIA**

01 BP 93 ABIDJAN 01 - CÔTE D'IVOIRE

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIAD - Toute reproduction interdite

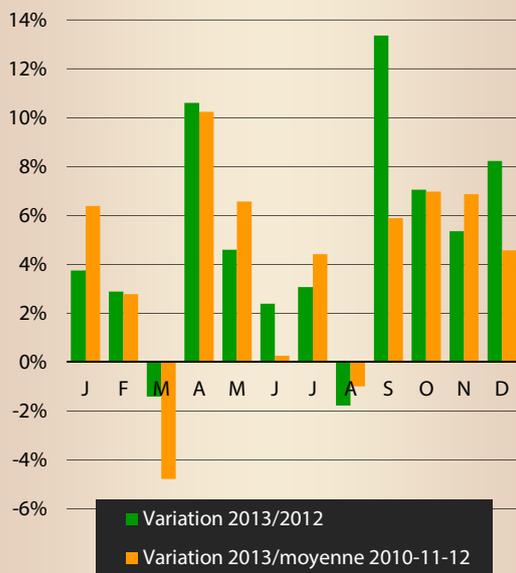
Tel: (+225) 21 21 35 88 / 97 - Fax: (+225) 21 21 35 90

spdcie@aviso.ci / spdciebatia@aviso.ci



© Denis Loelliet

**Banane - UE**  
**Variation de l'approvisionnement**



Sources : CIRAD, Eurostat

été parfaitement alignées en 2013. On peut désormais montrer que les résultats en volume ont été de même au rendez-vous. La progression de l'approvisionnement du marché européen établit un record. Le taux de croissance entre 2012 et 2013, à périmètre constant (Union européenne à 27 États membres) a atteint 4.1 % ! Ce niveau n'avait été dépassé qu'en 2007, à la faveur de l'élargissement de l'UE à deux nouveaux États (Bulgarie et Roumanie). D'après les estimations du CIRAD, l'UE-27 aurait consommé 5 348 934 tonnes. Un peu plus même (+ 40 000 tonnes) si l'on conserve les données d'Eurostat pour le Pérou, qui a bénéficié d'une erreur de déclaration d'un opérateur et dont les chiffres définitifs devraient être rectifiés d'ici quelques mois.

Si l'on peut être très satisfait, le niveau atteint en 2013 ne constitue pourtant pas un record absolu. En 2008, les Européens avaient englouti 5.444 millions de tonnes, poussés par une offre dollar colossale de près de 4 millions de tonnes. Qu'à cela ne tienne, la performance en 2013 est admirable... mais pas pour tout le monde. En effet, sur les trois types d'origines qui approvisionnent l'UE, seule la production européenne rate la marche. Elle baisse son approvisionnement de 5 %, alors même que les bananes dollar (+ 5 %) et surtout les bananes ACP (+ 8 %) réalisent une année de rêve. Nous reviendrons en détail dans la suite de ce dossier sur les perdants et les gagnants en 2013. Au final, la part de marché de la banane européenne tombe à 11.5 %, alors que celle de la banane importée remonte à 88.5 %. Un bien triste record en soit pour le secteur productif communautaire. Le précédent datait de 2008 (89.6 %), mais était en grande partie dû au passage du cyclone Dean sur la bananeraie antillaise qui avait laissé le champ libre à la banane d'importation.

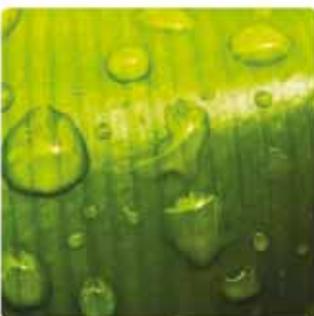


© Régis Domergue

# **Technologie de Classe Mondiale pour l'Afrique.**

Tél +27 15 3451217  
[www.duroilab.co.za](http://www.duroilab.co.za)

Directeur Marketing  
Alan Davson  
[alanne@mweb.co.za](mailto:alanne@mweb.co.za)  
Tél +27 834554315



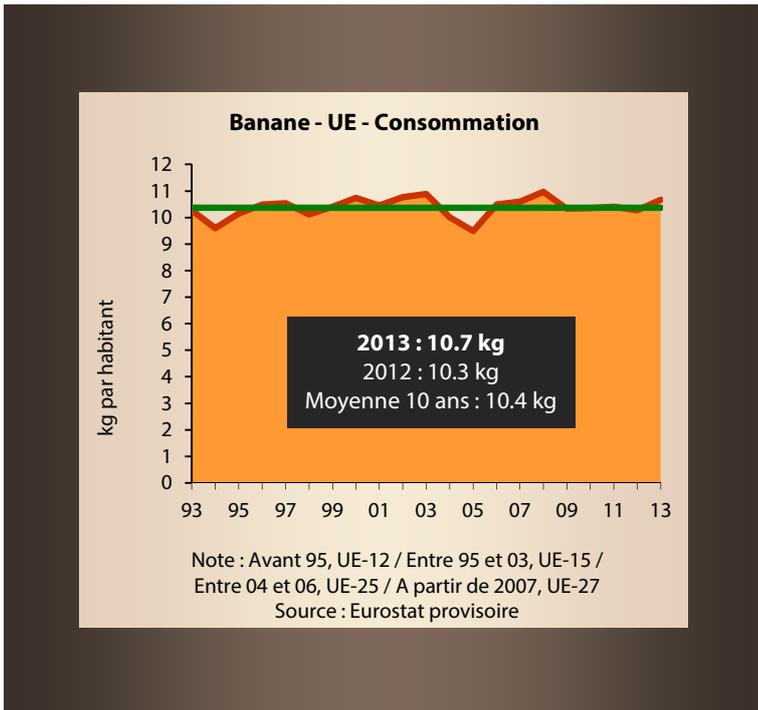
Du Roi Laboratory, créé en 1994, est spécialisé dans la production et la distribution de vitro-plants de banane indemnes de tous virus et maladies. Ces vitro-plants sont issus de la multiplication de sélections supérieures provenant du parc de pieds mère de Du Roi Laboratory. Au cours des neuf dernières années, ces sélections clonales uniques ont été testées, évaluées et comparées de manière exhaustive pour leurs performances et atouts commerciaux.

Du Roi Laboratory produit annuellement plus de six millions de plants de banane vendus sur le marché africain sub-saharien, ainsi qu'à des multinationales et des compagnies privées en Afrique de l'Ouest, Afrique du Nord, Moyen Orient, Amérique Centrale et Amérique du Sud.

Du Roi Laboratory fournit également un appui technique complet à ses clients locaux et internationaux.

**Bien plus que des plantes.**





## Consommation de l'UE : + 400 grammes !

Les points d'entrée de la banane dans l'Union européenne restent toujours les mêmes. Belgique, Royaume-Uni, Allemagne, Italie et France concentrent 80 % des importations. Si l'on tient compte de la production européenne, l'Espagne arrive juste derrière la France.

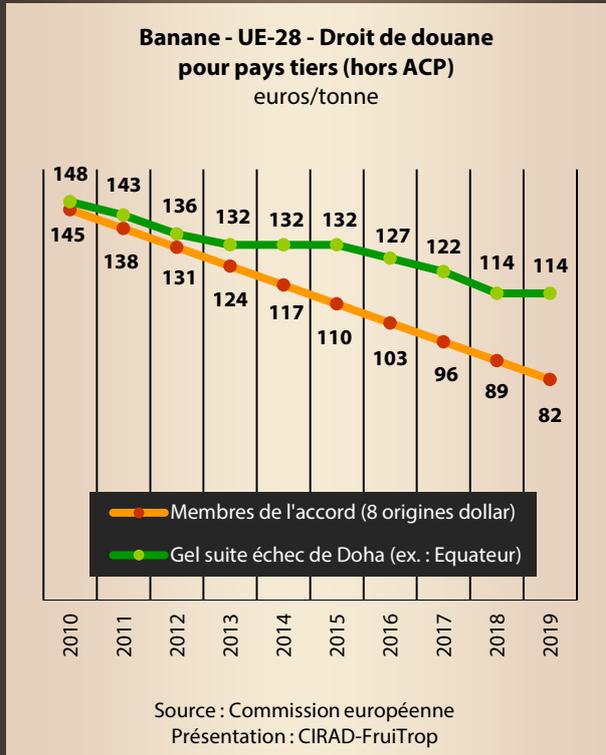
La tendance haussière en 2013 ne s'est pas concentrée sur seulement quelques mois. En effet, par rapport à 2012, la croissance a été au rendez-vous mois après mois et 11 fois sur 12. Seul mars 2013 a connu une légère baisse des importations. Si l'on prend en compte la production européenne, les résultats ne changent pas beaucoup. Le mois d'août tombe aussi dans le négatif certes (- 2 % par rapport à 2012), mais sans que cela remette en cause le constat d'une bonne orientation de l'approvisionnement durant toute l'année.

A la faveur de cette poussée de l'approvisionnement qui dépasse la croissance démographique de l'UE, la consommation augmente de 400 g et se

**Interko**  
ECHANGEURS DE CHALEUR & SOLUTIONS DE MURISSAGE

**VOTRE MURISSAGE DEVIENT RENTABLE**  
EN MINIMISANT LES PERTES DE POIDS ET EN MAXIMISANT LA QUALITE DU PRODUIT  
Plus d'information sur [Interko.com](http://Interko.com)

Nijverheidstraat 8 - 2751 GR Moerkapelle - The Netherlands - T + 31 79 593 25 81 - [info@interko.com](mailto:info@interko.com)



© Régis Domezge

hisse à 10.7 kg/habitant/an, soit encore 300 g de moins qu'en 2008. C'est aussi une excellente nouvelle pour le secteur. Et là, pas d'exception culturelle, tous les États membres ont participé à la fête. La consommation fait un bond quasiment partout en Europe.

L'Union européenne n'est pas un cas isolé. Le marché américain a lui aussi bondi, même si là-bas on s'extasie moins devant une bonne dynamique de marché car le phénomène est d'une grande banalité, singulièrement depuis trois ans. La barre symbolique des 4 millions de tonnes a été franchie en 2013 et la consommation par habitant prend comme dans l'UE quelque 400 g pour se hisser à 12.5 kg/habitant/an. Un chiffre qui se rapproche du record absolu de 12.8 kg/habitant atteint en 2000 (erreur statistique en 1999 rectifiée).

Alors, au regard de la situation plutôt favorable en termes de volume, pouvons-nous imaginer des jours encore meilleurs ? Les premières données pour 2014 confirment la bonne orientation, notamment en Europe. Sur le premier bimestre, les importations progressent de 7 % par rapport à 2013, soit 58 000 tonnes de plus ! Attention à ne pas prolonger les tendances car, comme le faisait remarquer Alphonse Allais, les poubelles de l'histoire en sont remplies ■

Denis Loeillet, CIRAD  
denis.loeillet@cirad.fr



## Marché européen de la banane

Approvisionnement net : dynamique toute l'année



5 349 000 tonnes, c'est à quelques tonnes près la taille du marché de la banane de l'UE à 27 en 2013, juste en-deçà du record absolu de 2008 où 5 445 000 tonnes avaient été consommées. C'est une excellente nouvelle pour le marché européen qui montre, contre toute attente, un dynamisme certain. Les esprits chagrins, en l'occurrence votre serviteur, feront remarquer que la bonne tenue du marché s'explique par des facteurs parfaitement exogènes au secteur. Dans notre numéro de janvier 2014, nous avons largement évoqué le contexte porteur pour le fruit qui peut se résumer, même abusivement, par : la baisse de la concurrence des autres fruits (tout au long de l'année) et une météo propre à la consommation de banane (temps froid et pluvieux). Mais ne gâchons pas notre plaisir. Le marché s'est accru et cela dans des proportions importantes : + 210 000 tonnes, soit l'équivalent de la taille du marché polonais (moyenne 2009-2013). Examinons maintenant dans le détail la situation en 2013 pour chacune des grandes origines.



**Votre partenaire pour l'étude,  
la réalisation et le suivi de vos projets  
en mûrisseries de fruits exotiques.**

**SMI FCI**

Société de Maintenance et d'Installation en Froid Commercial et Industriel

**SMI FCI**

Conception, ingénierie :

- ◆ Mûrisseries
- ◆ Entrepôts frigorifiques

**25 ans d'expérience  
à votre service**

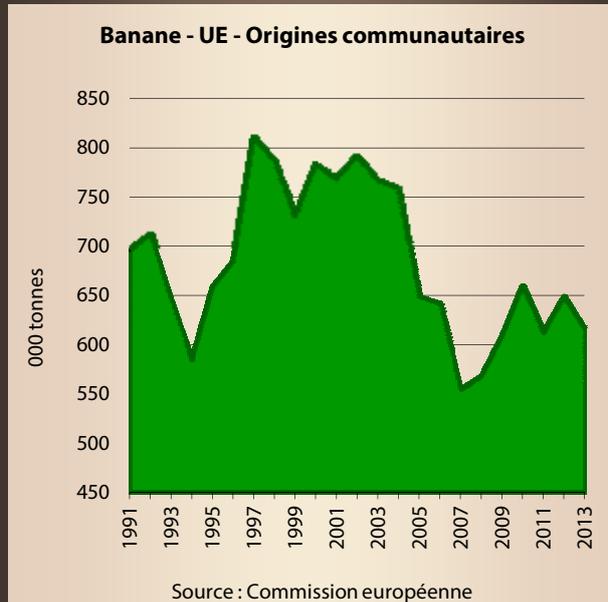
- ◆ Assistance technique
- ◆ Audit
- ◆ Economie d'énergie



**SMI FCI SAS**  
ZA Jean Mermoz  
40, avenue G. Guynemer  
94550 Chevilly Larue  
France  
Tél. +33 (0) 1 49 73 39 00  
Mail : smifci@orange.fr



## Production européenne : peut mieux faire !



C'est la grande et seule perdante en 2013. La production européenne a évolué à contrecourant du marché. Le cyclone Chantal, qui a touché la Martinique et réduit son potentiel export (159 015 t, soit - 14 %), n'explique pas la baisse de l'origine « Europe ». Les Canaries sont aussi passées à côté avec une chute de 3 % à 360 981 t, mais pour de bonnes raisons. En effet, cette baisse mesurée est à mettre en parallèle avec l'année 2012, excellente en volume (371 000 t) mais exécrable en valeur. En 2013, les producteurs espagnols ont décidé de reconstituer leurs marges en gérant au plus juste les volumes. Bien leur en a pris puisque le prix de référence du carton de banane (Super Extra) a pris plus de 12 % entre 2012 et 2013, soit plus de 2 euros. Le calcul de rentabilité est rapide.

Les origines plus modestes ont aussi évolué dans le rouge : Madère pour le Portugal avec - 11 %, la Crète (Grèce) avec - 12 % et Chypre avec - 5 %. Enfin, mention spéciale pour la Guadeloupe qui est la seule région européenne à être en terrain positif avec une croissance importante de 7 %, qui dépasse les 70 000 tonnes (71 511 t), signant ainsi sa meilleure performance depuis une décennie !

En définitive, la production européenne est en perte de vitesse sur un marché européen qui progresse. Cela se traduit tout naturellement par la baisse de sa part de marché qui passe de 12.6 % à 11.5 % entre 2012 et 2013. Il faut remonter à 2008 pour trouver un aussi mauvais score. En l'espace de vingt ans, c'est-à-dire depuis l'avènement du marché unique européen en 1993, l'UE ne couvre plus qu'à peine 12 % de sa consommation annuelle, contre 18 à 20 % auparavant. Les élargissements successifs, la pression commerciale des fournisseurs dollar et ACP et une faible compétitivité du fait des conditions de production et du respect des standards sociaux européens, n'ont fait que refréner l'offre communautaire. Heureusement que la solidarité européenne a été mise à contribution au travers du célèbre programme POSEI, permettant à la production de venir combler une partie du déficit de compétitivité.

De manière plus générale, gardons en tête que la production de banane aux Antilles est sous la menace du développement de la maladie des raies noires (MRN) ou cercosporiose noire, qui a tout d'abord été détectée en Martinique en septembre 2010 puis en Guadeloupe en janvier 2012. Pour l'instant, l'état sanitaire de la bananeraie reste sous contrôle, malgré l'arrêt des autorisations de traitement aérien et la gamme extrêmement réduite des produits de traitement autorisés pour combattre le champignon. Des alternatives à la lutte chimique sont aussi déployées, notamment via les techniques d'effeuillage chirurgical. En ligne de mire, tous les producteurs espèrent pouvoir bénéficier rapidement de variétés tolérantes ou résistantes à la MRN dans un pas de temps raisonnable.

Banane — Europe — Prix import et de détail				
euros/carton	2012	2013	Ecart	Ecart %
<b>Royaume-Uni (£/carton)</b>				
Prix de détail Banane vrac	13.1	13.2	0.18	1%
Prix de détail Banane pré-emballée	21.8	21.8	0.00	0%
Prix import				
<b>Espagne</b>				
Prix de détail Banane Canaries	32.5	36.8	4.35	12%
Prix de détail Autres origines	24.3	24.7	0.36	1%
Prix import Banane Canaries Super Extra	15.6	17.7	2.10	12%
<b>Allemagne</b>				
Prix de détail Distribution traditionnelle	23.0	23.8	0.73	3%
Prix de détail Hard discount	20.3	21.8	1.45	7%
Prix import	14.1	13.7	-0.40	-3%
<b>France</b>				
Prix de détail	28.1	28.7	0.54	2%
Prix de détail Promotion	23.9	25.2	1.27	5%
Prix import	12.9	12.6	-0.31	-2%
<b>Italie</b>				
Prix de détail	33.6	31.9	-1.63	-5%
Prix import	13.5	12.9	-0.60	-5%
<b>République tchèque (CZK/carton)</b>				
Prix de détail	562.3	576.7	14.33	2%
<b>Référence baromètre UE (CIRAD)</b>				
Prix import	13.7	13.2	-0.56	-4%

Sources : TWMC, RNM, CIRAD

*Avec une COMOÉ,  
vous reboostez votre santé*

**Importateur Distributeur**

Sipef, Belgique

Contact : [fruits@sipef.com](mailto:fruits@sipef.com)

+ 32.3.641.97.37

[www.sipef.com/bananas.html](http://www.sipef.com/bananas.html)



**Producteur Exportateur**

Plantation Eglin **GLOBALG.A.P.**

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite  
Côte d'Ivoire

## Import : tout schuss

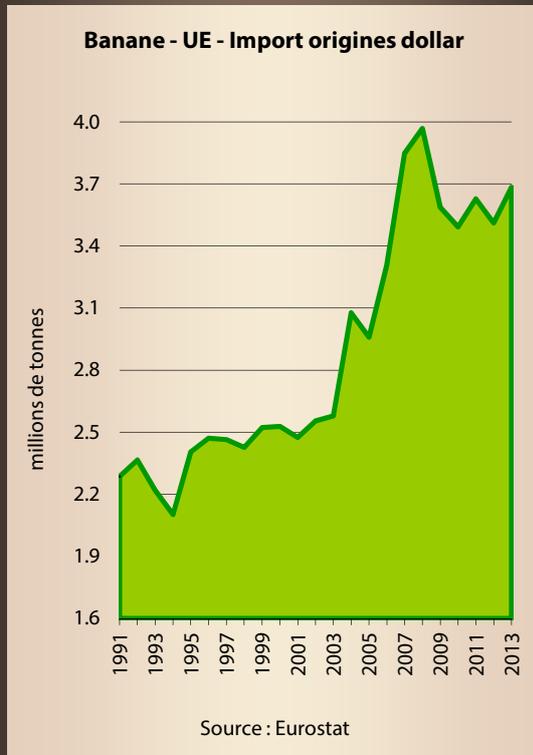
Avec une part de marché qui dépasse les 88 % et surtout en progression de près de 1 %, les fournisseurs extra-communautaires de l'UE ont la mainmise sur le premier marché mondial de banane dessert. Les importations se sont développées en profitant des élargissements successifs, d'une forte compétitivité et d'un accès facilité au marché (suppression du contingentement, mise en place d'un régime uniquement tarifaire associé à une baisse programmée du droit de douane ou, pour les ACP, un accès illimité au marché). En volume, l'importation représentait en 2013 près de 4.8 millions de tonnes, tout près du record absolu de 2008 de 4.9 millions de tonnes.

### Origines dollar

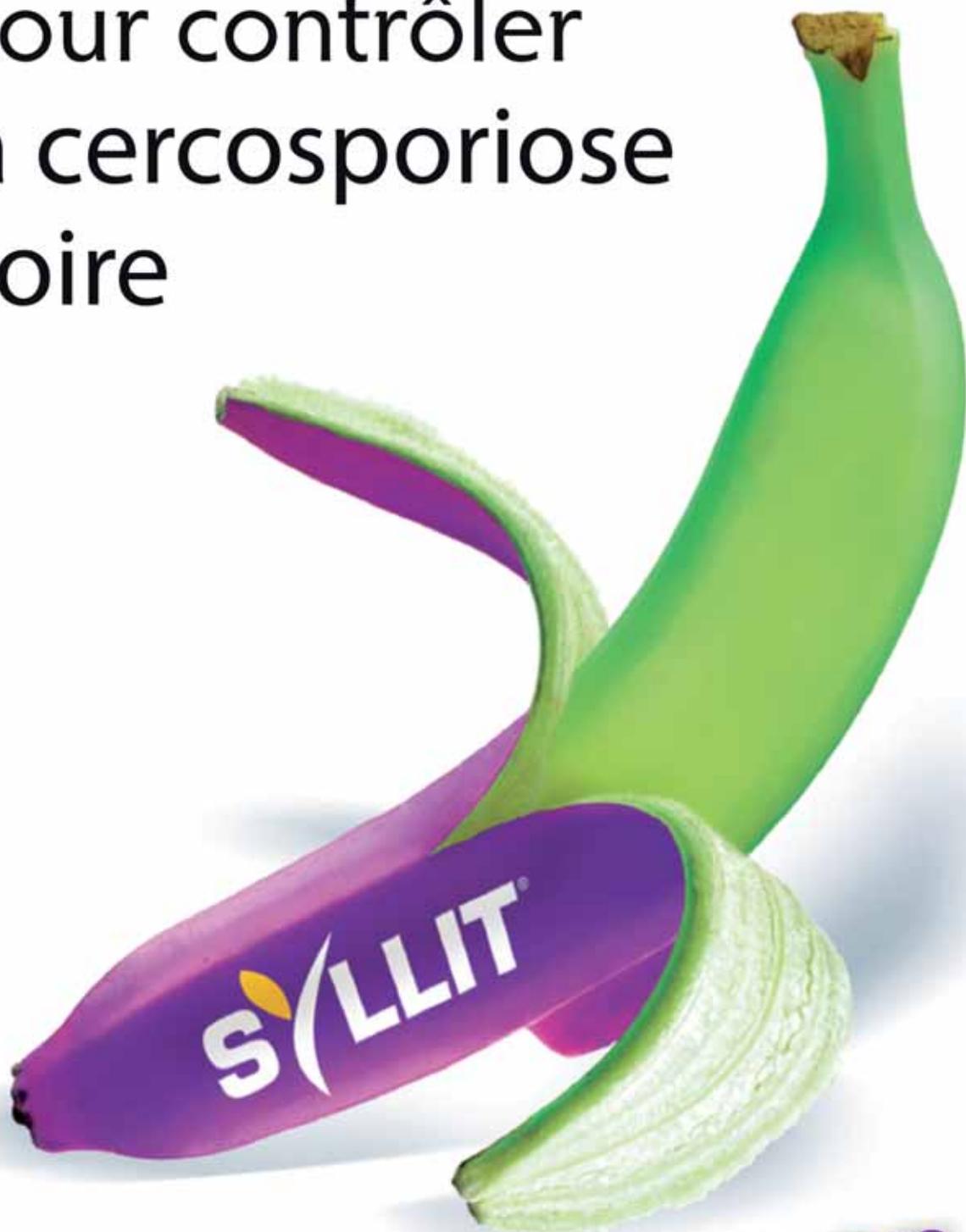
Les origines dollar ou NPF (au sens de l'OMC de Nation la Plus Favorisée) ont apporté sur le marché européen un peu moins de 3.7 millions de tonnes de banane en 2013. C'est 300 000 t de moins que le record absolu de 2008, mais c'est tout de même une très belle performance par rapport à 2012. En effet, la croissance annuelle de 5 % est la plus forte depuis six ans.

La situation est plutôt très simple pour le groupe dollar. Tous les grands fournisseurs ont augmenté leur présence dans l'UE sauf l'Équateur. Et encore, si le premier exportateur mondial et premier fournisseur du marché européen a réduit la voilure, il l'a fait de manière très limitée : - 1 % (- 19 000 t). Comme on le verra dans l'analyse consacrée aux États-Unis, cette baisse équatorienne vers l'Europe a été plus que compensée par une forte hausse de ses livraisons aux États-Unis (+ 6 %, soit + 43 000 t). Les deuxième et troisième fournisseurs, respectivement Colombie et Costa Rica, sont eux en progression. Les performances ne sont pas hors du commun, loin s'en faut, mais la croissance est bien là. La Colombie affiche un petit 2 %, faisant donc deux à trois fois moins que le marché, et le Costa Rica remonte plus fortement avec un taux de croissance de 6 %, soit un peu plus que le marché mais au détriment de sa destination de proximité, les États-Unis.

Les autres fournisseurs, qui représentent au total seulement 12 % de l'offre dollar, s'en sortent beaucoup mieux. Le Panama, par exemple, augmente de plus d'un tiers son score pour atteindre 194 000 t. On peut aussi citer le Pérou, l'une des deux plus importantes sources mondiales de bananes bio et fair trade, qui affiche une croissance de 28 % par rapport à 2012 pour atteindre la barre des 100 000 t. Chiffre qui reste encore provisoire car une erreur statistique relayée par Eurostat avait même porté l'origine à 143 000 t. Le Mexique fait aussi irruption, passant de moins de 10 000 t en 2011 à 54 000 t en 2013. L'origine bénéficie d'un contingent à droit nul certes, mais c'est aussi un grand pays fruitier qui s'éveille à l'exportation de banane vers l'Europe, les États-Unis et même la Russie. Enfin, parmi les origines secondaires, on citera le Guatemala qui triple ses envois sur l'UE avec 12 000 t (+ 171 %), ce qui n'est pas grand-chose comparé à ses performances sur le marché américain : + 10 % avec 1.6 million de tonnes.



# Un nouvel outil pour contrôler la cercosporiose noire



Nouveau, Différent & Efficace !

Agriphar S.A.

Rue de Renory 26/1 B-4102 Ougrée - Belgique

Tél. : +32 4 385 97 11 – Fax : +32 4 385 97 49

info@agriphar.com

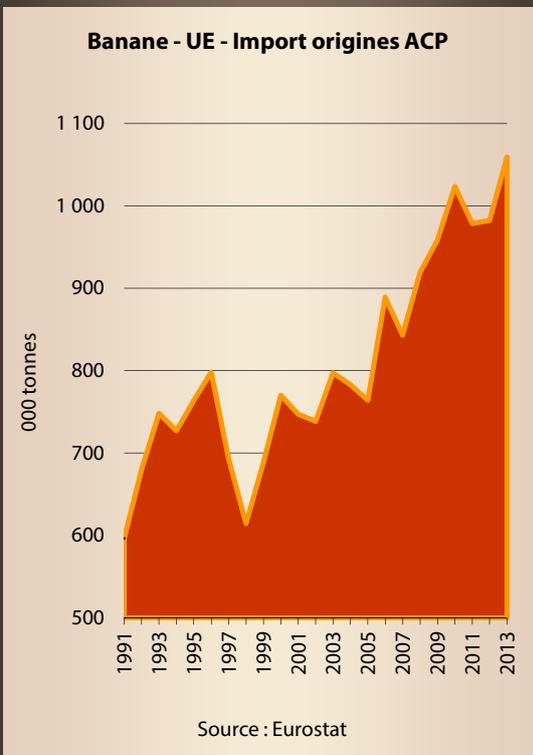
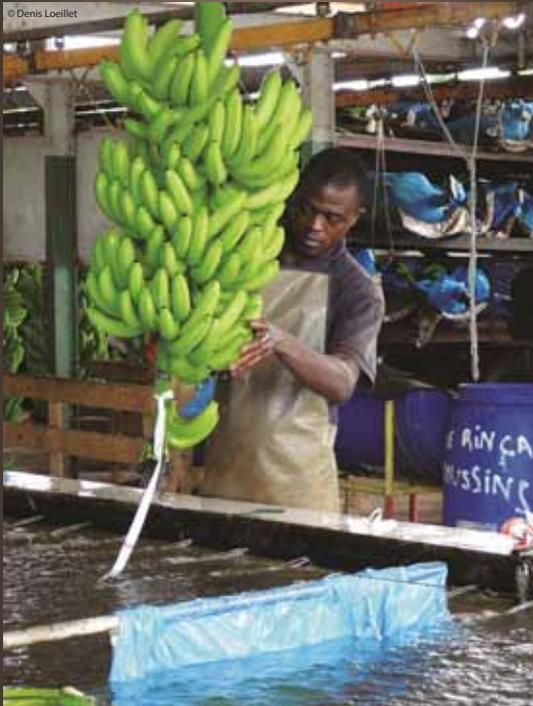
La marque Syllit® est la propriété de Agriphar S.A.



## Origines ACP

On peut considérer que ce groupe de fournisseurs, ceux bénéficiant d'un accès sans droit de douane au marché européen, est le grand vainqueur de cette année bananière 2013. Tout d'abord, il fait mieux que le marché. Ses volumes progressent de 8 % et passent pour la seconde fois la barre du million de tonnes à 1 059 000 t, un record absolu ! Le précédent record datait de 2010. Avec 51 % de parts de marché, les fournisseurs africains reprennent cette année la main sur les autres ACP de la Caraïbe ou d'Amérique latine. La Côte d'Ivoire et le Cameroun, deuxième et troisième fournisseurs ACP, approchent ou dépassent leur record absolu grâce à des taux de croissance de respectivement 12 et 17 %. La dynamique de ces producteurs est forte et, même si des menaces d'ordre politique rendent difficile l'analyse à long terme, tout est en place pour que l'Afrique puisse continuer sa marche en avant (cf. **FruiTrop** n°216, novembre 2013). Le troisième fournisseur africain, le Ghana, a montré des signes de faiblesse en 2013 (- 16 %), dévissant en deçà de 50 000 t, en grande partie à cause de mouvements sociaux.

Parmi les fournisseurs ACP non africains, la situation est plus nuancée. En effet, seule la République dominicaine progresse (+ 5 %) pour rester au-dessus des 300 000 t et conserver sa place de première origine ACP. Exportant près des trois quarts de sa production en fair trade et/ou bio (cf. **FruiTrop** n° 200, pages 46 à 48), elle relève la tête en 2013 après un passage à vide lié aux conditions climatiques (sécheresse prolongée) et à des problèmes phytosanitaires. Belize et le Surinam, les deux autres grands du secteur, réduisent leurs exportations de 3 %. Le Surinam a enfin réussi la privatisation de son industrie bananière par l'opérateur Univeg et pourrait repartir de l'avant en 2014. Les Windwards sont à l'agonie malgré une tentative de relance et quelques résultats pour Sainte Lucie. La présence de la cercosporiose noire, les dégâts climatiques récurrents et les handicaps de compétitivité de ces îles ne laissent pas beaucoup d'espoir quant à un redémarrage fulgurant des exportations. Les aides promises par l'UE dans le cadre des MAB (Mesures d'accompagnement pour le secteur de la banane), qui sont en cours de versement, pourraient aider au processus.



© Régis Domergue



Your tailored  
bananas.\*



Contact : BRUNO DASSONVILLE

Tel. + 33(0)491 43 44 62

bdassonville@canavese.fr

[www.kini-productions.com](http://www.kini-productions.com)

[www.canavese.fr](http://www.canavese.fr)

**GLOBALG.A.P.**  
**TESCO NURTURE**



\* Vos bananes sur mesure

Banane — Importations de l'UE à 27 — 2013

tonnes	AT	BE-LU	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	ES	FI	FR	UK	EL	HU	IE	IT	LT	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UE-27	
<b>Total Intra UE</b>	<b>118 433</b>	<b>35 704</b>	<b>17 547</b>	<b>2 191</b>	<b>124 137</b>	<b>646 931</b>	<b>74 381</b>	<b>9 999</b>	<b>54 590</b>	<b>65 163</b>	<b>283 474</b>	<b>133 223</b>	<b>5 703</b>	<b>41 565</b>	<b>3 745</b>	<b>89 873</b>	<b>21 312</b>	<b>21 956</b>	<b>2 233</b>	<b>98 586</b>	<b>243 918</b>	<b>69 447</b>	<b>41 098</b>	<b>57 627</b>	<b>5 220</b>	<b>44 983</b>	<b>2 313 038</b>	
<b>dont NEM-12</b>	<b>2 614</b>	<b>1 853</b>	<b>3 872</b>	<b>0</b>	<b>4 420</b>	<b>1 652</b>	<b>144</b>	<b>5 851</b>	<b>0</b>	<b>1 059</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>647</b>	<b>5 741</b>	<b>0</b>	<b>7 858</b>	<b>4 292</b>	<b>5 411</b>	<b>1 178</b>	<b>92</b>	<b>12 688</b>	<b>0</b>	<b>13 030</b>	<b>19</b>	<b>180</b>	<b>19 471</b>	<b>92 071</b>	
Belgique	36 509	3 442	97	0	34 193	393 347	1 141	3 409	2 137	191	97 929	9 332	21	9 567	0	30 181	4 408	10 558	38	37 992	75 337	412	1 798	8 568	750	11 515	772 873	
Allemagne	41 502	5 341	373	0	23 133	0	64 735	284	41	36 746	8 654	144	338	3 105	32	502	4 817	5 620	0	57 056	122 560	0	2 036	21 720	18	2 566	401 322	
Pays-Bas	28 002	10 399	603	2	18 221	219 032	5 106	98	248	14 417	21 147	29 477	158	3 223	90	12 494	1 581	346	4	0	20 190	52	1 516	12 785	43	689	399 925	
France	9 583	5 542	0	0	38 554	10 870	2 745	0	50 935	0	8 058	0	7 614	328	35 945	6 169	0	0	0	1 111	5 889	3 108	20 967	100	7	5 239	212 764	
Espagne	30	0	0	0	356	311	17	0	0	51	41 821	384	0	20	0	2 254	0	0	0	22	98	65 428	0	2 575	0	60	113 426	
Royaume-Uni	0	9 043	0	0	2 553	3 231	72	0	207	0	79 091	0	0	4 133	3 294	120	6	21	0	1 494	6 828	42	0	486	0	2 497	113 119	
Irlande	0	0	0	0	10 382	1	0	0	0	0	85 790	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	96 172	
Italie	194	0	21	560	2 011	3 970	0	0	276	0	34 515	0	0	1 656	0	100	2 355	0	1 014	1	326	405	192	0	1 500	2 943	53 270	
Rép. tchèque	0	1 287	0	0	0	845	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31	11 897	0	2 684	0	180	19 025	40 060	
Suède	0	0	0	0	335	2 202	394	168	0	12 699	247	37	0	0	0	0	39	0	0	0	45	0	0	1 500	0	0	16 166	
Grèce	0	12 581	1 629	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15 709	
Autriche	0	0	0	0	361	1 382	1	0	0	0	0	0	0	7 359	0	519	0	0	0	538	0	0	59	0	2 723	0	10 039	
Danemark	0	0	0	0	2 259	0	0	0	0	0	0	0	0	240	2 215	0	0	0	0	175	0	0	0	11 373	0	0	12 066	
Slovaquie	273	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5 042	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10 039	
Lettonie	0	0	0	0	107	0	1	5 309	0	922	0	0	0	0	0	3 120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9 478
Slovenie	71	0	3 034	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 645	0	1 486	0	0	0	0	38	0	2 399	0	0	202	8 874	
Pologne	242	44	552	0	1 631	701	72	0	0	0	0	0	0	225	0	512	1 072	377	0	21	0	0	2 325	0	0	146	7 919	
Hongrie	1 990	0	0	0	530	0	69	0	0	0	0	0	0	0	0	818	0	0	0	0	0	0	1 424	0	0	79	4 910	
Bulgarie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	377	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 198	0	0	0	4 575	
Lituanie	0	522	0	0	0	0	2	542	0	21	0	0	0	0	0	0	0	2 679	0	743	0	0	0	0	0	0	4 507	
Chypre	0	133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	1 178	0	0	0	0	0	0	0	0	1 319	
Portugal	0	31	0	0	0	0	1	0	746	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	784	
Finlande	0	0	0	0	21	189	25	189	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	295	
Roumanie	39	154	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	0	0	0	0	0	0	39	0	0	0	0	0	19	272	
Luxembourg	0	54	0	0	14	0	14	0	0	0	62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	130	
Estonie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	116	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	117	
Malte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Total extra UE</b>	<b>1 140</b>	<b>1 243 385</b>	<b>18 437</b>	<b>1 995</b>	<b>0</b>	<b>680 773</b>	<b>15 204</b>	<b>101</b>	<b>138 815</b>	<b>12 500</b>	<b>328 362</b>	<b>1 006</b>	<b>124</b>	<b>0</b>	<b>64 822</b>	<b>565 086</b>	<b>8 702</b>	<b>0</b>	<b>791</b>	<b>319 834</b>	<b>19 810</b>	<b>66 783</b>	<b>1 144</b>	<b>123</b>	<b>41 192</b>	<b>0</b>	<b>4 783 865</b>	
<b>dont NPF</b>	<b>1 140</b>	<b>1 048 636</b>	<b>18 437</b>	<b>1 995</b>	<b>0</b>	<b>671 269</b>	<b>13 147</b>	<b>101</b>	<b>112 608</b>	<b>12 500</b>	<b>2 916</b>	<b>592 093</b>	<b>124</b>	<b>0</b>	<b>35 987</b>	<b>544 963</b>	<b>8 702</b>	<b>0</b>	<b>791</b>	<b>303 666</b>	<b>19 810</b>	<b>59 167</b>	<b>1 084</b>	<b>109</b>	<b>41 192</b>	<b>0</b>	<b>3 724 404</b>	
Équateur	41	253 474	16 434	1 995	0	353 039	0	101	9 821	5 923	798	147 619	89 903	0	209	207 350	6 162	0	532	118 590	12 967	7 401	1 084	24 131	31 674	0	1 289 711	
Colombie	1 099	461 378	0	0	0	92 583	9 968	0	43 293	0	236	247 411	942	0	1 382	144 447	1 444	0	0	115 317	1 956	26 136	0	12 112	618	0	1 159 020	
Costa Rica	0	176 738	0	0	0	126 316	1 343	0	39 965	4 085	1 621	157 954	20 404	0	30 723	158 021	1 169	0	83	11 600	4 744	22 939	0	55 900	3 713	0	817 318	
Panama	0	52 049	0	0	0	72 601	0	0	922	0	27 484	7 975	0	0	13 310	311	0	0	0	1 878	144	41	0	17 488	0	0	194 204	
Pérou*	0	99 544	0	0	0	19 575	0	0	42	40	0	3 204	0	0	1 126	0	0	0	0	21 771	0	0	0	0	0	0	145 301	
Mexique	0	4 387	0	0	0	761	0	0	9 706	0	83	0	0	0	11 557	842	0	0	176	23 788	0	2 650	0	20	0	0	53 971	
Brésil	0	462	0	0	0	5 461	1 834	0	8 858	2 452	178	8 175	0	0	4 495	74	0	0	0	10 722	0	0	0	0	0	0	42 712	
Guatemala	0	22	0	0	0	902	0	0	0	0	0	0	3 985	0	5 745	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12 371	
Honduras	0	102	0	0	0	19	0	0	0	0	0	247	879	0	2 519	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 738	
Croatie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 516	
Turquie	0	0	1 592	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 592	
Philippines	0	480	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	480	
<b>dont ACP</b>	<b>0</b>	<b>194 749</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9 504</b>	<b>2 057</b>	<b>0</b>	<b>26 207</b>	<b>0</b>	<b>325 446</b>	<b>414 666</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28 835</b>	<b>20 123</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16 169</b>	<b>0</b>	<b>7 616</b>	<b>59</b>	<b>14 031</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 059 460</b>	
Rép. dom.	0	46 801	0	0	0	9 425	2 057	0	17 724	0	3 374	201 099	0	18	4 779	0	0	0	0	16 053	0	7 616	59	14 030	0	0	323 034	
Côte d'Ivoire	0	58 793	0	0	0	4	0	0	4 522	0	122 756	65 447	0	0	654	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	252 176	
Cameroun	0	73 463	0	0	0	0	0	0	0	0	105 323	59 164	0	0	11 173	0	0	0	116	0	0	0	0	0	0	0	249 239	



© Denis Loeillet

## Rythme d'approvisionnement mensuel : presque parfait

Presque parfaite, la croissance des mises en marché fut presque parfaite ! A la seule observation des chiffres d'importation, on constate une baisse uniquement en mars, et encore de seulement 1 % (2013 par rapport à 2012). L'importation a progressé pour tous les autres mois et parfois même dans des proportions importantes comme sur les quatre derniers mois où l'on a vu les volumes augmenter entre 10 et 18 %. La hausse a été plus sage sur la première partie de l'année et stable au cours des mois d'été. Pas de jaloux ! Les dollar comme les ACP ont progressé toute l'année, mettant tous deux la pression sur la fin de période.

Si l'on ajoute aux importations la production européenne, rien ne change vraiment. Et si l'on compare cet approvisionnement à une moyenne triennale 2010-2011-2012, on obtient exactement le même profil annuel. Tout cela pour dire que l'augmentation est franche et massive et très bien répartie sur l'année ■

Denis Loeillet, CIRAD  
denis.loeillet@cirad.fr

**FRUITROP**  
online  
www.fruitrop.com

Toute l'information économique et technique en 1 clic



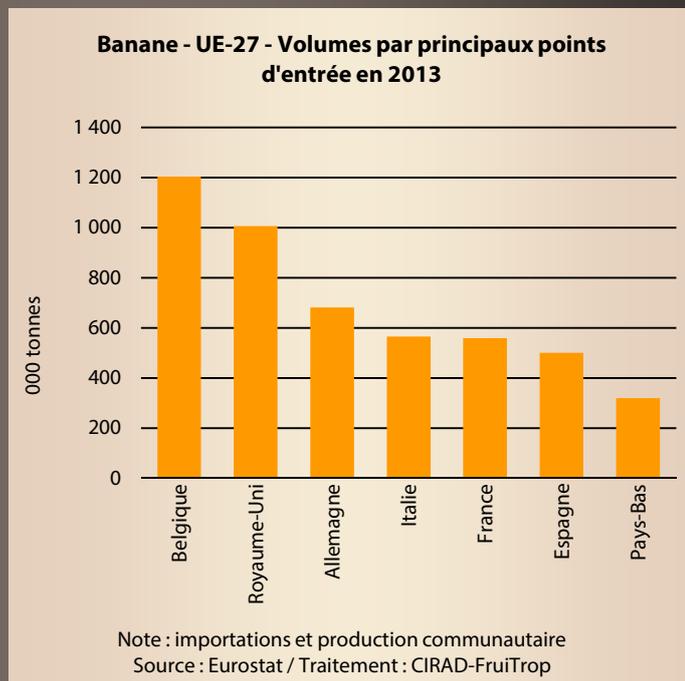
## Points d'entrée et circulation de la banane dans l'UE

Rien ne change sous le soleil européen. Les bananes consommées par les 500 millions d'Européens entrent toujours sur le territoire par les mêmes portes. Belgique, Royaume-Uni, Allemagne et France contrôlent les trois quarts des flux.

La banane est aussi un fruit qui voyage beaucoup au sein de l'UE. Si l'on ajoute à ces volumes (importations pays tiers + production européenne) les échanges entre États membres, on obtient des chiffres phénoménaux. En effet, les échanges, au sens large du terme, portent sur 7.7 millions de tonnes ! On rappellera que la consommation est estimée à seulement 5,4 millions de tonnes. Là encore, Belgique, Royaume-Uni, Allemagne et France sont les principales plaques tournantes de ce marché.

A titre d'exemple, la France traite sur son sol plus de 840 000 t de banane, alors que sa consommation est de l'ordre de 560 000 t. C'est encore pire pour la Belgique qui, grâce à ses ports, attire les flux d'importation, soit 1.2 million de tonnes, alors que sa consommation ne dépasserait pas 50 000 t.

La circulation entre États membres est donc importante, mais on ne connaît pas forcément l'origine des produits qui circulent. En effet, les douanes perdent le point de départ ou, plus exactement, ne communiquent plus systématiquement dessus une fois la marchandise mise en libre pratique dans un des États de l'UE. C'est dommage pour l'analyse des consommations par origine et c'est aussi dommage car nous sommes bien incapables de repérer les doubles comptages. Il n'en reste pas moins que l'analyse est possible en grandes masses, mais souvent ardue à saisir. Un exemple pour les douze Nouveaux États Membres (NEM-12) : on a calculé que leur consommation est de 570 000 t environ pour environ 100 millions d'habitants. Cet approvisionnement est clairement en provenance de l'UE-15 pour environ 579 000 t, auxquelles il faut additionner 93 000 t en provenance directe des pays tiers. Les NEM-12 réexportent à l'extérieur de l'UE une très faible quantité, de l'ordre de 1 600 t, et 104 000 t vers l'UE.





# Un groupe, cinq filiales à votre service

**ConHexa**  
VALUE ADDED LOGISTICS



DUNFRESH



DUNFROST



FRIGO A25



HEXATRANS



Y-FROST (B)



Depuis 35 ans, le groupe Conhexa base son fonctionnement sur des valeurs humaines, d'innovations, de respect et de satisfaction du client.

Nos équipes expérimentées sont à votre écoute autour de sujets innovants et durables.



## LES ATOUTS DU GROUPE :

- Localisé au cœur de l'Europe : France / Angleterre / Benelux / Allemagne.
- Des solutions logistiques globales
- Traçabilité : EDI - WMS
- Plateforme multimodale, multi température
- Expertise agroalimentaire complète
- Entrepôts à 200m du Terminal Conteneur du port de Dunkerque.
- Optimisation de votre supply chain



## Conhexa

Un référentiel reconnu, des produits diversifiés (surgelés, frais, secs) et trois sites géographiques (Dunkerque, Steenvoorde, Ieper)

acheminer conserver préparer distribuer



**ConHexa**  
VALUE ADDED LOGISTICS

CHEMIN DES CENDRES  
59114 STEENVOORDE France  
T. 00 33 (0) 328 438 438 - F. 00 33 (0) 328 438 540

[www.conhexa.com](http://www.conhexa.com)

## Nouveaux États Membres de l'UE

Si l'on en croit Eurostat, la consommation par les douze Nouveaux États Membres (NEM-12) est en hausse de 4 % en 2013 par rapport à la moyenne 2010-2011-2012. C'est un marché de 100 millions d'habitants, de l'ordre de 570 000 t. Il est relativement complexe à chiffrer du fait d'un approvisionnement quasi exclusivement en provenance d'autres États membres européens. On se basera donc sur la moyenne pour vérifier si les ordres de grandeur sont respectés. En effet, la moyenne triennale est de l'ordre de 530 000 t. Les NEM-12 ne réalisent que 2 % des importations extra-UE de l'UE-27, mais captent le quart des échanges intra-européens. Ces derniers sont délicats à repérer et les doubles comptages possibles. La consommation annuelle par habitant reste en deçà de 6 kg et est très en dessous de la moyenne européenne que l'on estime en 2013 à 10.7 kg.

C'est un groupe très hétérogène. Si l'on exclut les grands consommateurs réels ou « du fait de la statistique », respectivement Chypre et la Slovaquie (point d'entrée européen), citons la République tchèque qui est à la moyenne européenne et Malte qui est largement au-dessus. Tous les autres pays sont sous-consommateurs à l'image de la Pologne, poids lourd en termes de population avec 39 millions d'habitants et qui n'affiche qu'une consommation d'environ 6 kg par habitant et par an.



Banane — Union européenne — Evaluation de l'approvisionnement — En tonnes

Année	Type ou origine des bananes			Sous-total	Exports	Approvisionnement net
	Communautaires	ACP	Autres (\$)			
1988	719 270	514 061	1 644 100	2 877 431	17 265	2 860 166
1989	698 925	544 441	1 716 175	2 959 541	13 415	2 946 126
1990	710 635	621 875	2 024 248	3 356 758	36 219	3 320 539
1991	695 402	596 416	2 286 019	3 577 837	53 468	3 524 369
1992	711 191	680 191	2 365 883	3 757 265	39 689	3 717 576
1993	646 242	748 120	2 219 721	3 614 083	36 138	3 577 945
1994	584 622	726 927	2 102 303	3 413 852	58 044	3 355 808
1995	658 206	763 886	2 405 180	3 827 272	43 082	3 784 190
1996	684 605	798 109	2 471 263	3 953 977	30 598	3 923 379
1997	810 537	692 731	2 464 412	3 967 680	16 571	3 951 109
1998	786 232	614 459	2 426 419	3 827 110	26 448	3 800 662
1999	729 303	688 170	2 522 455	3 939 928	27 359	3 912 569
2000	782 176	770 095	2 528 170	4 080 441	35 327	4 045 114
2001	767 268	747 131	2 474 665	3 989 064	34 284	3 954 780
2002	790 622	738 439	2 554 508	4 083 569	8 011	4 075 558
2003	765 416	797 269	2 578 827	4 141 512	6 020	4 135 492
2004	758 206	782 979	3 077 361	4 618 546	11 029	4 607 517
2005	648 375	763 974	2 959 463	4 371 812	4 970	4 366 842
2006	641 559	889 176	3 306 538	4 837 273	8 386	4 828 887
2007	554 734	842 959	3 848 266	5 245 959	9 270	5 236 689
2008	567 560	918 923	3 968 269	5 454 752	10 002	5 444 750
2009	608 048	958 326	3 587 737	5 154 111	7 840	5 146 271
2010	659 525	1 023 661	3 492 406	5 175 592	7 437	5 168 155
2011	611 841	978 537	3 628 113	5 218 491	8 169	5 210 322
2012	648 459	982 391	3 511 553	5 142 403	5 349	5 137 054
2013	614 564	1 059 273	3 684 203	5 358 040	9 106	5 348 934

(1) De 1988 à 1993 inclus : Eurostat + données Commission européenne pour Madère et la Grèce. A partir de 1994 : données aide compensatoire ou POSEI.

(2) Données Eurostat

(3) Bananes dédouanées (mises en libre pratique) dans un des États membres de l'UE-27 puis exportées hors UE-27.

**Note générale :** Avant 1994 : bananes dessert + plantains / A partir de 1994 : bananes dessert. Avant 1995 : UE-12 / De 1995 à 2003 : UE-15 / Entre 2004 et 2006 : UE-25 / A partir de 2007 : UE-27. Pour les bananes ACP et dollar et pour les réexportations, l'étude porte sur les données d'importations extra-communautaires. Dans le but d'obtenir des résultats comparables, les règles de fonctionnement de l'OCM banane (version de 1993) ont été appliquées aux données à partir de 1988.

Source : Eurostat, Commission européenne / Traitement : Observatoire des marchés du CIRAD

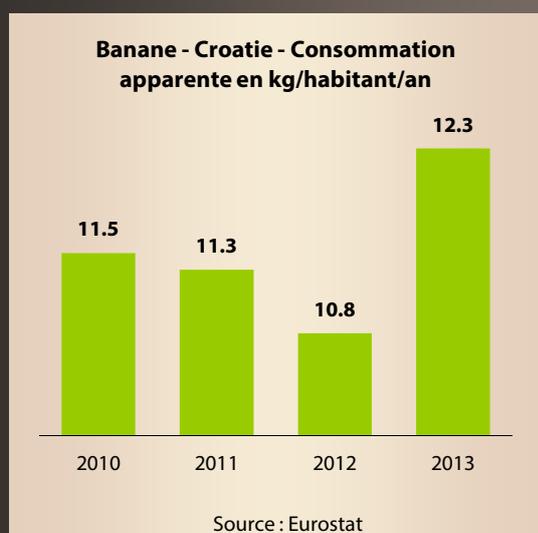
## La banane en Croatie

La Croatie est le 28<sup>e</sup> État membre de l'UE depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2013. Pour faciliter les calculs, les résultats présentés dans ce dossier excluent les échanges de ce pays. Ils seront intégrés à partir de 2014. Le marché croate de la banane est de l'ordre de 50 000 t. C'est un marché de banane dollar et plus particulièrement d'Équateur (part de marché de 75 % en 2012). Le Costa Rica, le Panama et la Colombie complètent l'offre. Depuis l'élargissement, une petite partie de l'approvisionnement a basculé vers le trafic intra-européen, principalement en provenance de Belgique et de Slovénie (port de Koper). Il n'y a pas, même depuis l'élargissement, de réexportations de la Croatie vers les autres États de l'UE, sauf en juillet 2013 pour un peu plus de 1 200 t vers la Slovénie.

La consommation annuelle par habitant était de l'ordre de 11 kg, mais elle a grimpé en 2013 à 12,3 kg, ce qui place la Croatie dans le peloton de tête des consommateurs européens.

Banane - Croatie - Importations				
en tonnes	2010	2011	2012	2013
<b>Total, dont</b>	<b>49 355</b>	<b>48 531</b>	<b>46 161</b>	<b>49 249</b>
<b>Intra-UE</b>	<b>19</b>	<b>117</b>	<b>138</b>	<b>4 454</b>
Belgique	0	0	0	3596
Slovénie	0	0	0	688
Italie	0.1	1.8	138	97
<b>Extra-UE</b>	<b>49 355</b>	<b>48 531</b>	<b>46 161</b>	<b>49 249</b>
Équateur	39 804	36 217	34 684	32 152
Costa Rica	3 499	4 286	3 600	10 307
Panama	311	1 380	5 242	3 333

\* intra et extra-UE à 28 à partir de juillet 2013 / Source : Eurostat

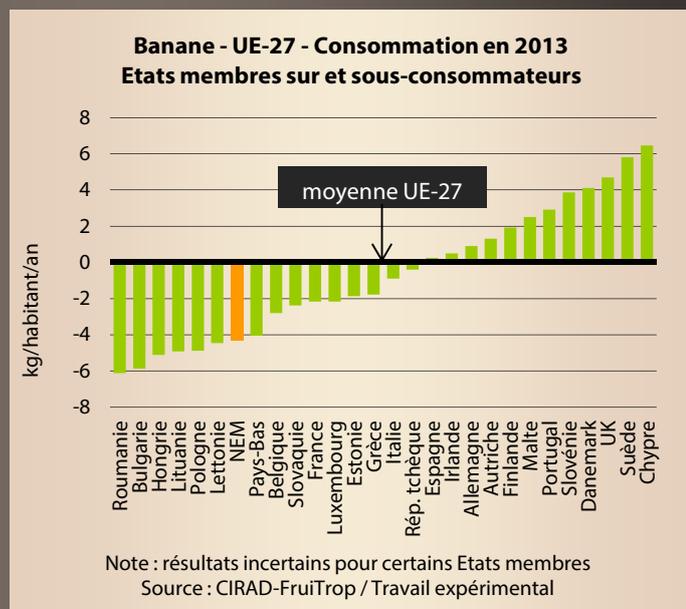
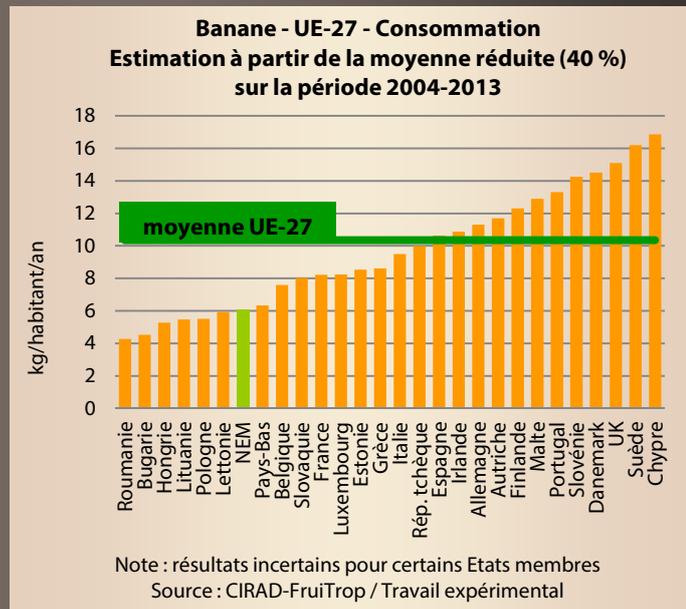


## Consommation dans l'UE

La consommation européenne de banane est en forte progression en 2013. Elle a gagné 400 grammes par habitant pour atteindre 10.7 kg, mais reste loin du record de 2008 où la barre des 11 kg avait été atteinte. La moyenne depuis 2007 (dernier élargissement) est de 10.5 kg. Il est très délicat de vouloir calculer des consommations par habitant dans une Union européenne où les flux entre États ne sont pas à 100 % fiables, où la présence de points d'entrée fausse parfois les statistiques (l'exemple de Koper en Slovénie) et où, enfin, les services douaniers n'ont pas tous le même degré d'efficacité. Il n'en reste pas moins que, sur la longue période et en étant très prudents dans les hypothèses retenues lors des calculs statistiques, on peut établir la cartographie de la consommation de banane dans l'UE.

Au vu des résultats, quelques conclusions s'imposent. Tout d'abord, ce n'est pas parce qu'on est producteur qu'on consomme plus de banane. C'est même quasiment l'inverse. La France et la Grèce sont de ce point de vue-là deux très bons exemples, consommant quasiment 2 kg de moins que la moyenne européenne. L'Espagne est par contre dans cette moyenne. Le Portugal et Chypre font beaucoup mieux que la moyenne, avec respectivement 13.3 et 16.9 kg par habitant et par an.

L'autre enseignement porte sur l'extrême variabilité des résultats. Différents paramètres entrent en ligne de compte dans la compréhension des niveaux de consommation par pays : largeur de la gamme de fruits proposée, attractivité du prix de détail, actions de promotion de la consommation, habitudes alimentaires, etc. Ainsi les NEM-12 ont, pour la plupart, une consommation très en deçà de la moyenne européenne alors que la Suède et le Royaume-Uni sont de très grands consommateurs de banane. L'écart est énorme. Pour le seul Royaume-Uni, ce sont 4 à 5 kg de plus par habitant qui sont consommés chaque année. On rappelle que chaque kilogramme de plus par Européen se traduit par une demande supplémentaire de 500 000 t de banane. Voilà la solution pour maintenir un temps les équilibres bananiers mondiaux. Et comme un rêve est la moitié d'une réalité, reste aux acteurs de la filière à faire l'autre moitié du chemin.





*En 2014, ouverture de 7 nouvelles suites !*

**EXIGEZ TOUJOURS**  
*la meilleure chambre...*

**SOLY IMPORT,**

Apporter à nos clients et au consommateur le bon produit au bon moment, chaque jour de chaque mois, de chaque année, devient de plus en plus une affaire de spécialiste.

Chez Soly Import, nous mettons en œuvre l'ensemble des moyens nécessaires pour que la satisfaction de nos clients soit à la hauteur de nos ambitions.

Ainsi, pour obtenir un taux de service qui vise l'excellence, nous déployons sur nos sites du nouveau Pôle Alimentaire du Grand Lyon l'ensemble des dernières technologies de stockage et de supervision dans le domaine du mûrissement de la banane.

Parce que la technique exige également de la rigueur, une équipe de spécialistes passionnés par leurs missions et au service des clients cultive ce savoir-faire chaque jour de chaque mois, de chaque année...

Photos : ©Pascal Blanchard - ©stockphoto/laquaiplay7 - DR  
Réalisation La Terre Entière



Siège social : 51, rue Marcel Mérieux  
69960 CORBAS  
Tél. +33 (0)4 78 42 64 48  
Fax +33 (0)4 78 42 26 22  
www.solyimport.fr  
contact@solyimport.fr

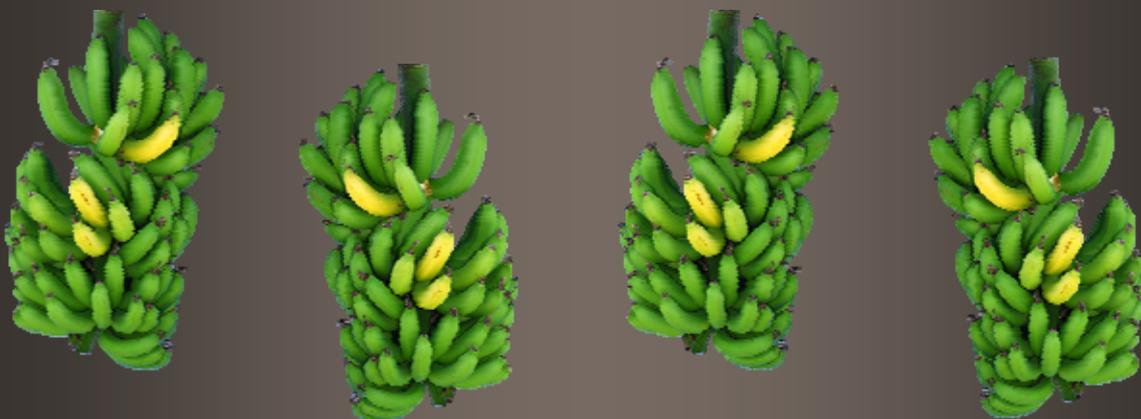
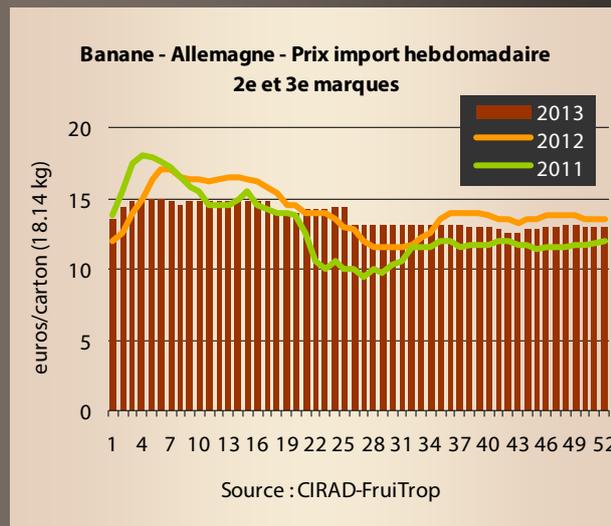
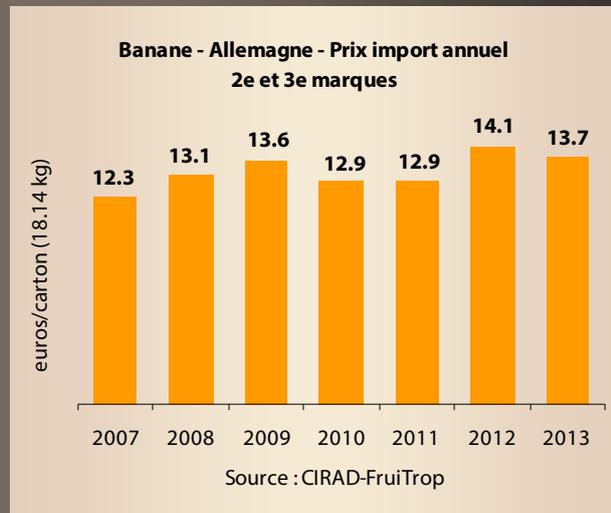
## La banane en Allemagne

La consommation de banane en Allemagne est supérieure de 20 % à celle de la France, si l'on se base sur les panels de consommation des ménages. Pour autant, le marché allemand n'a pas été extrêmement favorable à la banane ces dix dernières années. En effet, les quantités achetées par les ménages allemands ont décliné de 2.7 % par an, soit un recul plus prononcé que celui des fruits frais en général (- 2.0 %). Les statistiques du commerce extérieur présentent un tableau moins sombre, mais la tendance générale des quantités disponibles est à la baisse. La consommation des ménages s'est cependant légèrement redressée en 2013 (+ 2.9 %), les prix élevés des autres fruits frais ayant favorisé la banane : alors que le prix moyen de détail de la banane a gagné 3.0 % en 2013, celui de tous les autres fruits a augmenté de 8.7 %.

Le marché de la banane en Allemagne est très sensible au facteur prix. Les magasins discount se partagent 58.6 % de l'ensemble des quantités vendues. Quelques années en arrière, cette part dépassait même le seuil de 60 %. La grande distribution classique a reconquis du terrain après 2009, avec une part s'élevant aujourd'hui à 36.8 %. En 2013, 11.4 % des bananes vendues en Allemagne étaient bio. Cette part de marché s'est un peu renforcée après avoir stagné entre 2010 et 2012.

À l'instar des fruits frais, la consommation de banane augmente avec l'âge des ménages. La courbe est cependant moins prononcée pour la banane. Les ménages comptant de jeunes enfants achètent 30 % de plus de banane que les ménages moyens. Peut-être est-ce un des aspects du problème : le taux de natalité de l'Allemagne étant très faible, les « clients » sont donc moins nombreux ■

**Hans-Christoph BEHR**, Agrarmarkt Informations-GmbH  
 Hans-christoph.behr@AMI-informiert.de  
 www.AMI-informiert.de





Independent, highly flexible, quality-focused and with the highest determination towards environment and sustainability – that's the way Favorita has been inspiring its trade partners and consumers worldwide.

As the leading Ecuadorian producer and exporter of premium bananas we intend to be the favorite partner of our customers in Europe as well.

The new look and slogan my Favorita communicates the benefit for both prospect groups: representing the entrepreneurship and flexibility for the trade and the favorable and right choice for the consumer.



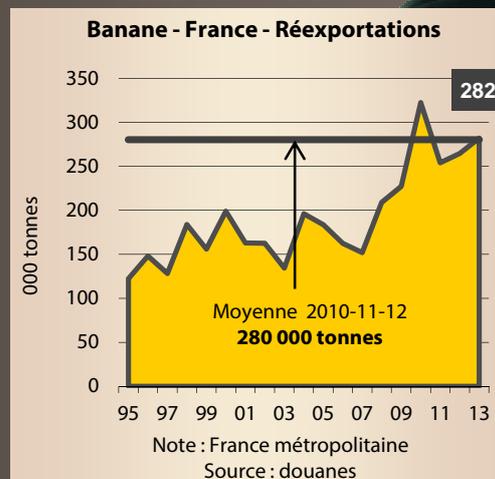
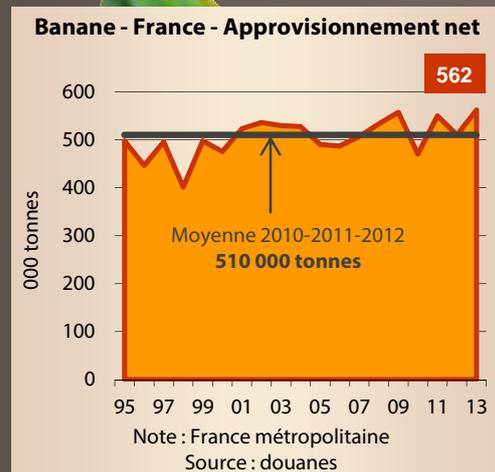
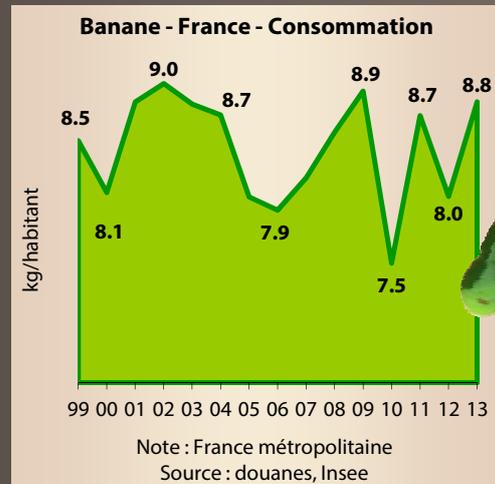
## La banane en France

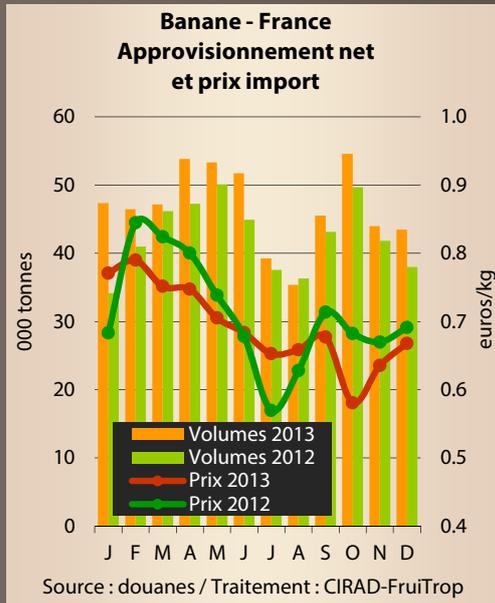
Hip hip hip hourra ! La consommation de banane en France est en forte hausse. Pas d'exception française ici. L'évolution va dans le même sens que celle de l'UE et fait même mieux. Chaque Français aurait englouti 8.8 kg en 2013, soit 800 g de plus qu'en 2012 et 400 g de mieux que la moyenne décennale. Ce n'est pourtant pas un record absolu : on avait atteint 9 kg en 2009.

Pour 2013, en valeur absolue, le marché français est estimé à 562 000 t, soit une hausse de plus de 52 000 t et de 10 % par rapport à 2012. Cette très forte progression est à mettre en perspective avec la croissance de 5 % constatée pour l'UE-27. Malgré tout, cette excellente nouvelle pour la France n'est pas partagée par tous dans la filière. Certains pensent que, si progression il y a, elle serait moins forte que ce que les chiffres veulent bien dire. D'autres confirment la tendance, faisant remarquer que la pression de la banane dollar a été plus importante que ce que les observateurs ont pu ressentir. Les résultats du panel Kantar confirment aussi la très bonne orientation du marché. Dans l'univers des fruits en 2013, seule la banane, avec l'orange, les exotiques et l'avocat, ressort comme un produit ayant eu plus de consommateurs qui ont acheté davantage. Tous les autres fruits, du fait notamment des prix élevés et d'une disponibilité moindre, ont eu moins de consommateurs, qui ont aussi acheté moins. Le panel annonce une progression des achats pour la banane de 4 % en volume et de 8 % en valeur. Même s'il y a discussion autour des chiffres, dans tous les cas, moyennement forte, forte ou très forte, la dynamique est bien là. Et il faut s'en réjouir.

### Plus d'ACP et plus de dollar

L'analyse de la structure de l'approvisionnement du marché français révèle quelques évolutions particulièrement intéressantes. Les origines dollar ont progressé de manière fulgurante (+ 40 %) en 2013, pour atteindre 78 000 t. Certes, elles restent largement minoritaires sur un marché où bananes d'Afrique et de production française des Antilles réalisent plus de 80 % de parts de marché. Cependant, divers opérateurs voient se développer cette offre en provenance principalement de Colombie (+ 58 %), d'Équateur (+ 40 %) ou du Costa Rica (+ 5 %). Les importations en direct des ACP ont progressé de 9 % entre 2012 et 2013. La Côte d'Ivoire explose littéralement en 2013 avec des débarquements en France qui grimpent de 37 %. Le Cameroun suit la même tendance avec une progression de 13 %. Surinam (- 5 %) et République dominicaine (- 13 %) régressent. La production française de Guadeloupe et Martinique baisse de 8 % sous l'effet, pour la Martinique, des conséquences du cyclone Chantal (2013). Mais la France est aussi irriguée par les autres États membres. On perd ici la notion d'origine du produit. On sait que 18 000 t sont introduites via l'Espagne et on sait aussi par





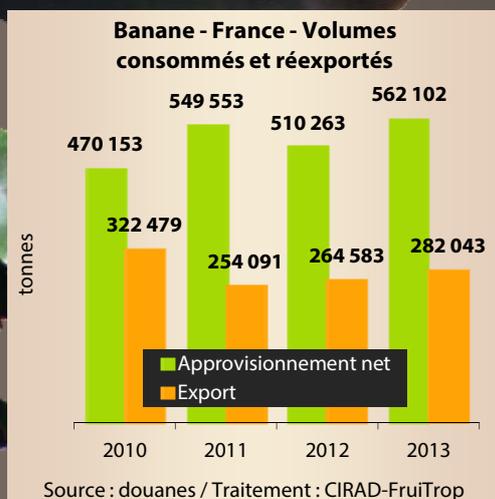
expérience que ce ne sont pas des bananes canariennes qui, elles, restent sur la péninsule ibérique. On peut penser qu'il s'agit de bananes dollar, mais sans certitude. Dans cet ensemble, c'est le Royaume-Uni qui se trouve être grand pourvoyeur de bananes dont on a perdu l'origine. Les flux qui traversent le Channel ont doublé entre 2012 et 2013, pour atteindre 55 000 t, et représentent désormais 58 % du volume total qui entre en France. Ainsi, ce sont 94 000 t qui sont introduites en France, soit une hausse de 50 % par rapport à 2012.

L'approvisionnement brut (importations des pays tiers + production française + introductions via un État membre) a ainsi augmenté de 9 % en 2013 pour atteindre le chiffre exceptionnel de 844 000 t. Rappelons que la consommation nette n'est, elle, que de 562 000 t. Le solde est bien évidemment réexporté, faisant ainsi de la France une des quatre plus grandes plateformes européennes de redistribution après la Belgique, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Les réexportations, toujours très importantes depuis 2008, se sont donc élevées à 282 000 t, traduisant une hausse de 7 % sur 2012 mais en ligne avec la moyenne triennale.

Le rythme d'approvisionnement du marché français en 2013 a été comparable à celui de l'UE. Les mois de mars, août et septembre ont été plutôt légers en volume. Tous les autres mois ont connu des taux de progression importants par rapport à 2012 et même par rapport à la moyenne triennale. A noter une très forte poussée de fièvre des volumes camerounais en octobre 2013 qui ont perturbé le marché durant quelques semaines.

## Reste à confirmer la bonne tendance

Et parce qu'il y a toujours quelque chose de pourri... on ne peut pas dire, sur le chiffre d'une seule année, que la France a amorcé un processus de convergence de son niveau de consommation vers la moyenne européenne. En effet, comme nous le disions dans notre bilan prix en janvier dernier (cf. **FruiTrop** n°218), les fondamentaux du marché français sont restés les mêmes. Il ne faut pas s'y tromper. C'est bien l'environnement du secteur qui a poussé les consommateurs vers la banane et pas un soudain déploiement d'efforts marketing ou de merchandising, ou encore une gestion du marché entre tous les acteurs de la filière. L'important dans tout cela est d'avoir montré, sans vraiment l'avoir voulu, qu'il est possible de dépasser le plafond de verre des 550 000 t consommées en France. L'Association interprofessionnelle de la banane (AIB), qui regroupe tous les acteurs du secteur, a débuté son action et devrait monter en puissance d'ici la fin 2014. Souhaitons-lui toute la réussite possible. Qu'elle réussisse à dépasser les intérêts individuels de chacun pour construire un futur meilleur au bénéfice de tous. C'est tout le mal que l'on souhaite à ses artisans.



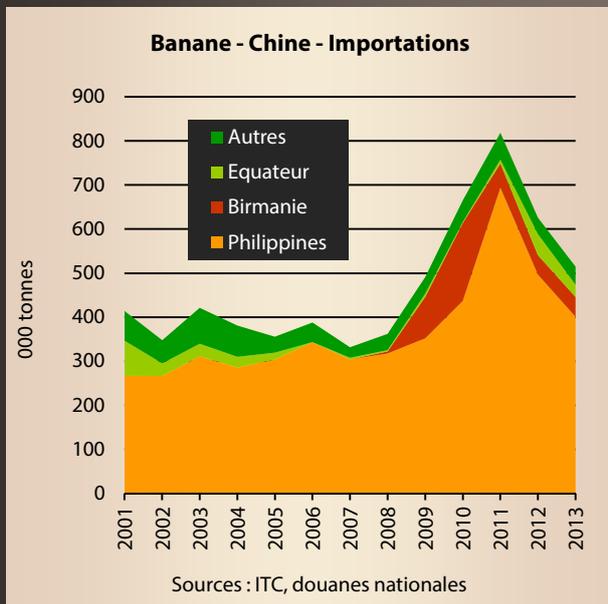
## La banane en Chine

Grand pays producteur (environ 10 millions de tonnes), la Chine reste un importateur relativement modeste au regard du potentiel de consommation, notamment en 2013 où les volumes importés ont à peine dépassé le demi-million de tonnes. Les difficultés de la production philippines ont sans doute joué un rôle dans cette contre-performance. En moyenne, la Chine a importé 700 000 t de banane par an depuis 2009, date à laquelle le marché d'importation s'est comme réveillé, après être resté longtemps en deçà de 400 000 t par an.

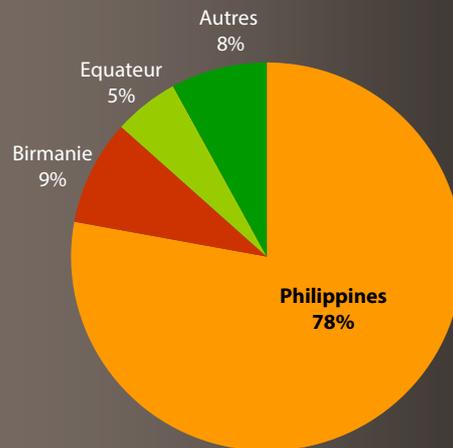
Les Philippines détiennent une part de marché de 78 %. La Birmanie (Myanmar), l'Équateur, la Thaïlande et le Vietnam complètent l'offre. On peut noter que le total des flux par origine est très heurté d'une année sur l'autre. La Birmanie passe allègrement de 177 000 t en 2010 à moins de 50 000 t en 2013.

Banane — Chine Régions productrices en 2010 en millions de tonnes	
Guangdong	2.8
Guangxi	1.9
Hainan	1.5
Yunnan	1.2
Fujian	0.7

Source : Bananalink, 2012



**Banane - Chine - Importations 2013**



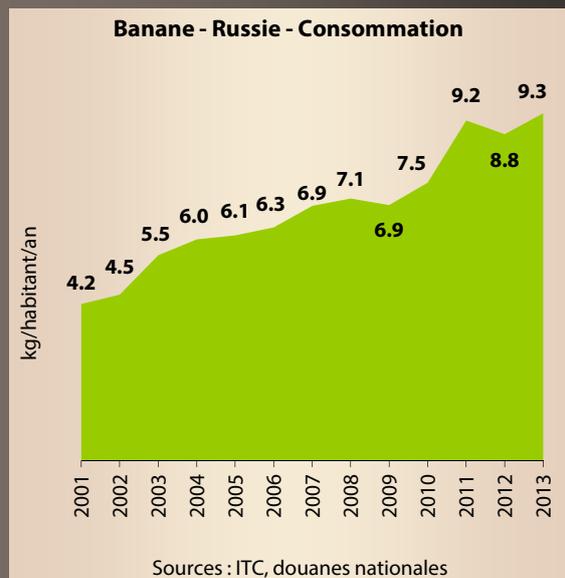
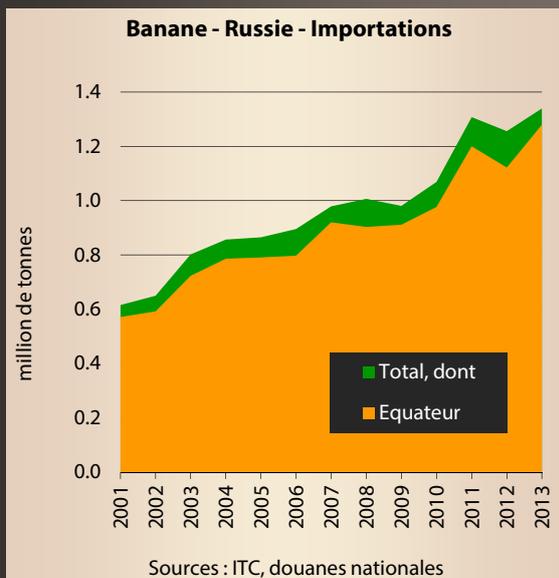
## La banane en Russie

La Russie est monomaniacque. En effet, elle fonde son approvisionnement sur une seule origine : l'Équateur. Même si le gouvernement équatorien souhaite civiliser son secteur à l'exportation, il reste de grandes zones de laisser-faire et laisser-aller. Et les opérateurs russes, qui ont acheté de très grandes fincas sur place, ne s'embarassent pas des règles. Au final, le marché russe s'approvisionne à 97 % en Équateur. C'est un immense débouché pour le premier exportateur mondial et, qui plus est, en progrès constant. En 2013, les importations ont atteint 1 339 000 t, en hausse de 7 % par rapport à 2012 et de 11 % sur la moyenne triennale. Le marché augmente très régulièrement. Sa taille a plus que doublé en l'espace d'une douzaine d'années. Arrivent ensuite les Philippines, mais pour des volumes très restreints de l'ordre de 24 000 t. Le Costa Rica, longtemps second fournisseur, s'est en grande partie désengagé de ce pays. En effet, il n'a livré que 17 000 t en 2013 contre 80 000 t en 2012. L'Équateur renforce ainsi son emprise sur le marché russe. A noter symboliquement la présence, pour quelque 3 000 t, du Mexique qui décidément fait feu de tout bois avec des exportations en hausse sur tous les marchés : UE, États-Unis et maintenant Russie.

Le rythme d'approvisionnement du marché russe n'est pas très différent de celui des marchés européens. On peut quand même relever une saisonnalité un peu moins marquée, notamment sur la période printanière où de grandes quantités de banane sont mises en marché. L'année 2013 a été très chargée sur les cinq premiers mois, puis juin, juillet et août ont été largement en deçà de la moyenne, avec une reprise à partir de septembre jusqu'en novembre. Le mois de décembre fut plutôt léger. Comme nous l'évoquions dans notre numéro de janvier 2014, les quantités monstrueuses

débarquées à certaines périodes font exploser le marché. Ce fut le cas par exemple en septembre et octobre 2013 où les prix ont chuté dans des abysses jusqu'alors inexplorés.

La consommation par habitant a doublé entre 2011 et 2013, passant de 4.2 à 9.3 kg par an. La baisse tendancielle de population n'a pas d'effet encore suffisamment puissant sur la tendance de consommation qui reste résolument orientée à la hausse. Le développement des infrastructures logistiques et des filières de distribution modernes dans tout le pays devrait aider à prolonger cette dynamique. La plus grande chaîne de distribution russe, le groupe Magnit, a d'ailleurs compris tout l'intérêt de ce fruit, relativement facile à traiter dans la chaîne et peu cher. Selon nos partenaires de Reefertrends.com, en deux ans, profitant de la chute de l'empire JFC, le groupe a pris 20 % du marché à l'importation, faisant sienne la tendance d'achat direct au producteur dans les zones de production, et dans ce cas en Équateur. Il organise de même le transport grâce à l'affrètement de bateaux reefer spécialisés.



## La banane aux États-Unis

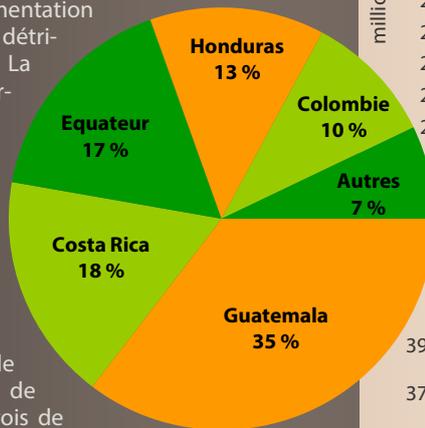
Un record est tombé ! Celui du niveau d'approvisionnement net du marché des États-Unis. Le chiffre symbolique de 4 millions de tonnes a enfin été atteint en 2013. Le marché augmente donc de 4 %. C'est en ligne avec l'augmentation des autres grands marchés d'importation, exception faite du Japon. La consommation grimpe par la même occasion à 12.5 kg par habitant et par an. C'est encore 300 g en deçà du précédent record de 2000, mais il ne faut pas boudier son plaisir. En effet, le marché américain progresse de manière constante depuis des années en réalisant une quadrature du cercle : l'augmentation des volumes ne se fait pas au détriment des prix à l'importation. La structure si particulière du marché bananier américain est, à n'en pas douter, un véritable anachronisme économique au pays du libéralisme roi.

A part le Costa Rica (- 7 % par rapport à 2012), qui a arbitréré en faveur de l'UE, toutes les grandes origines progressent. En tête et en première place, le Guatemala conforte sa part de marché en augmentant ses envois de 10 % et en dépassant 1.6 million de tonnes. L'Équateur, en petite forme sur l'UE, progresse aussi vigoureusement de 6 %. La Colombie, avec + 3 %, fait moins bien que le marché. Les origines secondaires comme le Honduras et le Mexique, décidément l'origine qui monte, affichent des taux de croissance de respectivement + 13 et + 15 %. A noter un développement fort en pourcentage (doublement), mais encore faible en valeur absolue (moins de 6 000 t), de la République dominicaine sur les segments bio et fair trade, alors que le Pérou marque le pas à 22 000 t, soit la moyenne de ces dernières années.

L'augmentation annuelle de la consommation a été bien répartie sur l'ensemble de l'année. Deux mois échappent à la tendance haussière : août et novembre.

Enfin, les douanes américaines ont innové en 2013. Elles ont fait le distinguo entre bananes bio et conventionnelle. La surprise est d'ailleurs de taille, voire même singulière. En effet, selon les données officielles, les importations de banane bio représenteraient 25 % du total des volumes entrants aux États-Unis, soit 1.8 million de tonnes. C'est deux fois et demi la part de marché des ventes de fruits et légumes bio en 2012 (source : Agence Bio). Ou bien la banane fait figure d'exception, ou bien les statistiques se trompent ou bien les certifications bio pour les États-Unis n'excluent pas grand-chose comme produits phytosanitaires utilisables en bananeraie. Les premières données pour 2014 laissent penser que les douanes sont en train de rectifier le tir. Pour les deux premiers mois de l'année, la part des bananes bio dans le total des importations américaines revient à des niveaux plus raisonnables de 12 à 14 %.

**Banane - USA Imports en 2013**

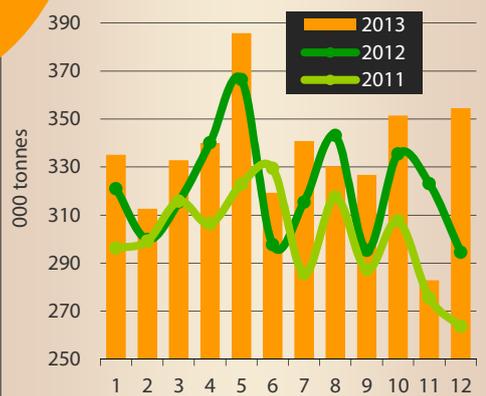


**Banane - Etats-Unis Approvisionnement net**



Source : douanes

**Banane - Etats-Unis Approvisionnement mensuel**



Source : douanes nationales

**Banane - Etats-Unis - Consommation**



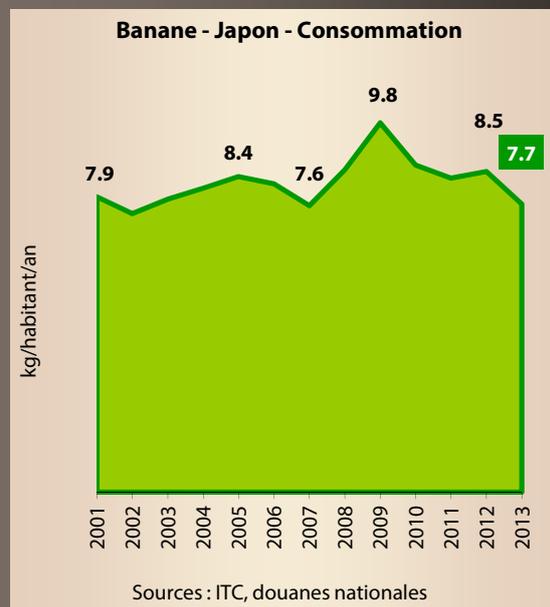
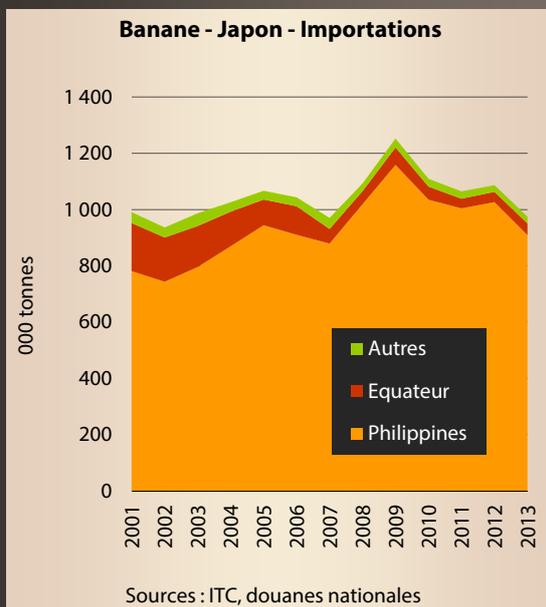
Source : douanes

## La banane au Japon

Si le marché mondial de la banane semble avoir pris le train de la croissance, ce n'est pas le cas du Japon. Le record d'importation de 2009 avec 1.25 million de tonnes tiendra encore longtemps. L'année 2013 fut ainsi très détestable puisqu'on est repassé en deçà du million de tonnes avec 975 000 t seulement. En fait, ce serait une erreur d'analyser le marché japonais sans analyser l'offre des Philippines, qui accaparent 93 % de la demande japonaise. En effet, cette origine, troisième exportateur mondial, est à la merci d'aléas climatiques et notamment de typhons. L'année 2013 a été particulièrement difficile aux Philippines de ce point de vue, ce qui s'est traduit dans les chiffres du

commerce extérieur japonais. Le marché a perdu, faute d'offre, plus de 100 000 t. L'Équateur est le deuxième fournisseur, mais très loin derrière avec seulement 4 % de parts de marché. Il stagne aux alentours de 40 000 t, très loin de ce qu'il faisait au début des années 2000 : 171 000 t ! Taïwan et le Pérou ont des marchés de niche pour 6 000 à 7 000 t chacun. Le Guatemala pointe son nez. Quasi absent en 2012, l'origine, qui fait des étincelles aux États-Unis, a mis 4 000 t en marché en 2013.

La consommation par habitant est en chute libre. Elle est en 2013 de 7.7 kg contre 9.8 kg en 2009.





## Fusion Chiquita-Fyffes

Quelles conséquences pour les marchés ?



Ce n'est pas tous les jours que le microcosme fruitier est le témoin d'une grande opération de fusion. L'annonce en mars du mariage entre Chiquita et Fyffes n'a pas fini de faire parler tant les répercussions pour le secteur sont nombreuses. Les jeux ne sont pas faits (examen anti-trust) et on ne peut que conjecturer sur le modèle de développement que ce géant des fruits choisira. FruiTrop donne ce mois-ci la parole à deux grands témoins de cette filière : Benjamin Paz, universitaire, consultant et ancien acteur de ce marché au sein des plus grandes entreprises du secteur, et Richard Bright, partenaire historique de notre revue, fondateur et animateur du site d'information [reefertrends.com](http://reefertrends.com)

# BANOLE®

Protège les cultures et l'environnement.

Depuis de nombreuses années, TOTAL a été étroitement impliqué dans la lutte contre les Cercosporioses des bananiers et des plantains avec le BANOLE®, une référence mondiale dans les adjuvants biodégradables pour fongicides.

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

[www.totalspecialfluids.com](http://www.totalspecialfluids.com)



**TOTAL**

## Refonte de l'approvisionnement en banane

L'annonce récente de la fusion entre Chiquita et Fyffes est ressentie comme une onde de choc par l'ensemble des acteurs de l'industrie de la banane, une industrie qui a terriblement besoin d'être restructurée.

Quel effet pourrait avoir cette méga fusion pour le monde des fruits frais ?  
La chaîne d'approvisionnement du secteur de la banane en ressortirait-elle renforcée ?  
Quelles sont les ramifications possibles ? Les réactions de la concurrence ?

### Chaîne d'approvisionnement du secteur de la banane : contexte historique

L'histoire de l'industrie de la banane remonte au XIX<sup>e</sup> siècle, lorsque les précurseurs du Chiquita actuel prirent l'initiative de transformer une affaire de transport maritime en une entreprise de commerce de fruits frais pesant plusieurs milliards de dollars. Elle est à l'origine de l'un des marchés de produits frais les plus consommés au monde.

Pendant des décennies, Chiquita a littéralement incarné la chaîne d'approvisionnement de la banane. Cette entreprise verticalement intégrée avait érigé des barrières à l'entrée redoutables. Pour maintenir un semblant de concurrence, elle tolérait la présence de son maigre rival, la Standard Fruit & Steamship Company (aujourd'hui Dole). Mais, la mainmise de Chiquita sur le marché a fini par attirer l'attention des services anti-trust, et lors d'une décision qui fit jurisprudence, le gouvernement américain obligea Chiquita à se séparer

de certaines de ses entités, créant ainsi Del Monte Fresh Produce, entreprise bien connue de nos jours.

Le rôle de chef de file endossé par Chiquita était indéniable. Elle avait sélectionné les terrains d'Amérique latine les plus fertiles, aux rendements élevés et à proximité des ports de sortie. Elle était à la tête de la *Great White Fleet* qui faisait pâlir d'envie l'industrie maritime avec ses services fiables et ponctuels. Elle contrôlait la distribution et le mûrissement de ses produits pour garantir le meilleur placement sur les étals des distributeurs. L'entreprise était sans conteste un modèle du genre. La distribution était prête à payer pour la qualité et le niveau de service représentés par la marque Chiquita.

En fin de compte, c'est le succès de l'entreprise qui en a fait la cible des virtuoses de la finance, et sa suffisance lorsqu'il s'agissait de relever les défis posés par la concurrence a entraîné une diminution de son rôle dans l'industrie. L'entreprise entama alors une vente d'actifs insensée à partir de 1960, une politique qui allait fragmenter la chaîne d'approvisionnement qu'elle avait auparavant montée et exploitée. Le modèle qui avait autrefois hissé l'entreprise au niveau mondial avait volé en éclat. Le problème n'avait échappé à personne... sauf peut-être aux dirigeants et aux actionnaires de l'entreprise. N'est-il pas profondément dérangent qu'une des plus grandes entreprises de produits frais compte plus de juristes que de docteurs en science, et bien plus de comptables que d'agronomes, qui plus est, tous regroupés à des postes clés ?

Si l'on se penche sur les résultats des dix dernières années des multinationales de la banane, les entreprises peuvent être classées en deux catégories. D'un côté : Chiquita et Dole, en difficulté. Chiquita fut contrainte de se restructurer en 2002, après avoir déposé une demande de protection contre la faillite (chapitre 11 de la loi sur les faillites aux États-Unis). Quelques années plus tard, elle se retrouvait face aux mêmes écueils. Dole fut privatisée à la même époque, mais elle dut faire marche arrière et revenir dans le giron de l'État car incapable d'honorer sa dette garantie pour rester viable. Après avoir écarté ses créanciers et vendu sa



filiale en Extrême-Orient, Dole tourne une fois de plus le dos à son actionnaire public et redevient une entreprise du secteur privé.

De l'autre côté : les entreprises dotées d'une gestion visionnaire ont tiré leur épingle du jeu. Sumifru, par exemple, est une entreprise asiatique modeste qui se développe et vise la première place sur les marchés japonais et sud-coréen. La Compagnie Fruitière est une entreprise qui a grandi lentement et qui est aujourd'hui le plus grand producteur et distributeur de banane ACP et l'acquéreur des lignes de distribution stratégiques que Dole n'a pas été en mesure de gérer correctement.

Del Monte Fresh, protégée par son succès avec les ananas, a révélé des qualités de management qui l'ont propulsée à la tête des multinationales les

mieux gérées. Un autre acteur du secteur qui a su se démarquer est Fyffes. Je suppose que les juristes et les comptables qui la dirigent ont suivi le modèle d'entreprise et la direction donnés par le patriarche, M. Neil McCann. Les compagnies acquises par Fyffes sont restructurées sur le plan financier, mais sont aussi laissées à la gestion de leurs exploitants. Une stratégie qui semble être reprise par sa société soeur, Total Produce plc.

La valeur offerte par les multinationales est aujourd'hui grandement remise en question. Elles représentent le maillon faible de la chaîne d'approvisionnement de banane. Les distributeurs sont plus que jamais persuadés qu'ils peuvent être plus efficaces et productifs en allant s'approvisionner directement à la source et leurs fournisseurs de banane pensent qu'ils s'en sortiront mieux en commercialisant leur produit en direct. La situation est aggravée par l'absence de différenciation de produit claire entre les marques présentes sur le marché. Les différences de qualité se résument à des spécifications de conditionnement, telles que la taille des doigts ou le degré de défauts visuels autorisés. La chaîne d'approvisionnement n'a jamais été aussi morcelée. Seul le marché nord-américain, où les trois grandes multinationales contrôlent encore 87 % du volume commercialisé, fait figure d'exception.

## Impact sur le consommateur

Les consommateurs des marchés traditionnels ont largement bénéficié de la régularité de la gestion de la chaîne d'approvisionnement de la banane. Ils ont eu un accès continu à un produit d'une bonne valeur nutritionnelle et à un prix extrêmement concurrentiel. De fait, l'observation dans le temps de l'augmentation des prix de la banane par rapport aux autres fruits frais révèle qu'elle n'a pas suivi la même évolution que ses concurrents. La banane n'a pas même suivi la progression du prix du panier moyen de produits alimentaires. Prenons par exemple la performance réalisée par les fruits les plus classiques consommés en Amérique du Nord (cf. tableaux).

Cette situation s'applique également à la plupart des pays d'Europe. L'écart de prix relatif est renforcé si l'on considère un fruit comme la pomme Red Delicious, qui décline actuellement sur le marché parce que les consommateurs recherchent des variétés plus savoureuses (comme Fuji et Gala), mais dont le prix de détail a pu dépasser l'évolution de l'indice des prix à la consommation.

Le rayon des produits frais est de plus en plus concurrentiel. La bananes et les autres fruits traditionnels sont confrontés à une concurrence de plus en plus agressive de la part de fruits qui gagnent rapidement en popularité.

Fruits — Etats-Unis — Prix de détail moyen				
en USD/kg	1990 prix courant	2012		Variation
		prix estimé en tenant compte de l'inflation	prix courant	
Banane	1.02	1.79	1.33	- 35 %
Pomme Red Delicious	1.59	2.78	3.04	+ 9 %
Raisin Thompson seedless	2.77	4.87	5.48	+ 11 %
Poire Anjou	1.68	2.95	2.76	- 7 %
Orange Navel	1.26	2.20	2.32	+ 5 %

Note : prix de détail en USD par pound convertis en kg (1 kg = 2.20462 pounds)  
Source : US Department of Labor, Bureau of Labor Statistics

Fruits frais — Etats-Unis Consommation par habitant			
Gamme traditionnelle	Moyennes triennales (kg)		Variation
	1990-92	2010-12	
Banane	11.6	11.6	-
Pomme	8.6	7.1	- 17 %
Orange	5.1	4.6	- 10 %
Raisin	3.4	3.6	+ 7 %
Pêche & nectarine	2.7	2.0	- 27 %
Poire	1.5	1.4	- 6 %
Pomelo	2.5	1.2	- 52 %
Prunes	0.7	0.4	- 50 %
<b>Total</b>	<b>35.9</b>	<b>31.7</b>	<b>- 12 %</b>
	<b>En baisse</b>	<b>- 4.2 kg</b>	

Gamme à fort développement	Moyennes triennales (kg)		Variation
	1990-92	2010-12	
Fraise	1.6	3.4	+ 114 %
Ananas	0.9	2.7	+ 195 %
Avocat	0.8	2.2	+ 182 %
Petits agrumes	0.7	1.8	+ 150 %
Mangue	0.3	1.1	+ 243 %
Cerise	0.2	0.6	+ 250 %
Myrtille	0.1	0.6	+ 550 %
Papaye	0.1	0.5	+ 450 %
<b>Total</b>	<b>4.7</b>	<b>12.9</b>	<b>+ 176 %</b>
	<b>En hausse</b>	<b>+ 8.2 kg</b>	

**Banane — États-Unis  
Prix de détail 2013**

	USD/lb	USD/kg	EUR/kg	EUR/carton
Côte Est	0.65	1.43	1.05	18.96
Centre	0.53	1.17	0.85	15.49
Sud	0.57	1.25	0.91	16.52
Côte Ouest	0.67	1.47	1.07	19.49

Note: Original retail prices in USD per pound but change to kg (1 kg = 2.20462 pounds) and an exchange rate of 1 EUR = 1.37 USD / Source: US Department of Labor, Bureau of Labor Statistics.

**Banane — Union européenne  
Prix de détail 2013**

	Moyennes basses et hautes		Point médian	
	EUR/kg	EUR/kg	EUR/kg	EUR/carton
Hard discount	0.53	1.17	0.85	15.49
Soft discount	0.57	1.25	0.91	16.52
Supermarchés	0.67	1.47	1.07	19.49

Source : Trade Publications

La tendance est similaire sur la plupart des marchés européens. La consommation totale de fruits en Amérique du Nord est à la hausse, alors qu'elle est en recul en Europe, et que la consommation de banane est stationnaire, voire en léger repli.

La banane est moins chère que la grande majorité des fruits. Le problème est qu'avec le temps, l'écart de prix s'est creusé alors que la consommation n'a pas augmenté. Même en période de récession, les prix très concurrentiels de la banane n'incitent pas les clients à augmenter leur consommation en la substituant aux autres fruits plus onéreux.

Le marché européen est aujourd'hui profondément morcelé et extrêmement agressif. Le prix de vente moyen affiché dans les magasins discount comme Aldi ou Lidl est comparable à celui pratiqué sur le marché nord-américain, marché sans taxes à l'importation et plus près des lieux de production.

Les prix pratiqués dans les magasins discount en Europe ne sont pas durables à long terme. Par exemple, le CIRAD relève que le prix vert moyen à l'importation par carton payé en Allemagne en 2013 était de 13.70 euros, soit 3 % de moins qu'en 2012 avec 14.10 euros. Retrançons à ce prix l'ensemble des frais connexes : taxes d'importation en Europe, coûts de déchargement, tarif du transport maritime, et supposons que le prix FOB moyen corresponde à celui d'un carton de banane du Costa Rica, la marge brute est inférieure à 10 %... une marge bien maigre pour couvrir les frais généraux, les risques de déséquilibres entre offre et demande, le prix de vente et les dividendes aux actionnaires, au vu des risques encourus.



© Denis Loillet



© Denis Loillet

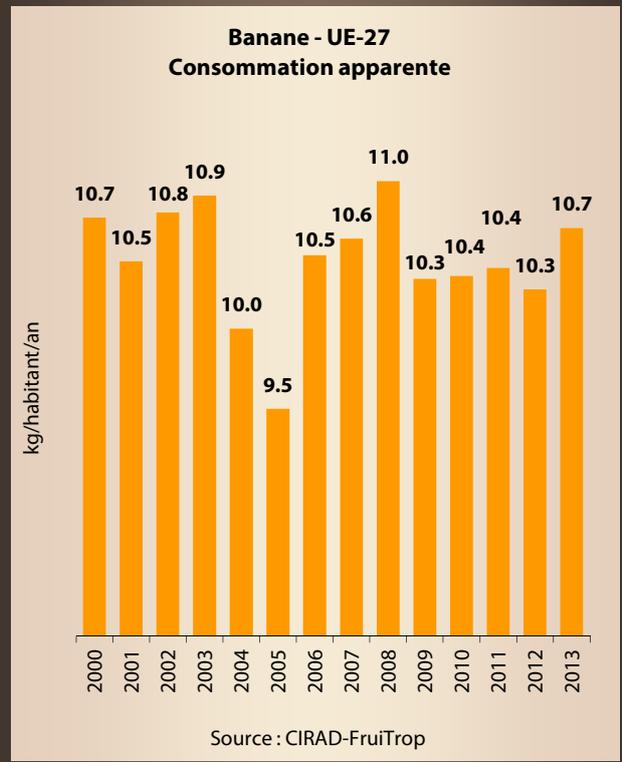
Augmenter le prix de vente aux consommateurs sera difficile. Historiquement, l'industrie n'a pas été en mesure d'incorporer les coûts de production aux augmentations du prix de gros. Une fois encore, le principal écueil de la chaîne d'approvisionnement de l'industrie de la banane n'est pas nécessairement l'augmentation des coûts de production ou d'approvisionnement, mais bien son incapacité à imposer une augmentation de prix à ses clients. De ce fait, les prix de détail ont piétiné et ont obligé les compagnies bananières traditionnelles à réduire leurs opérations en Europe.

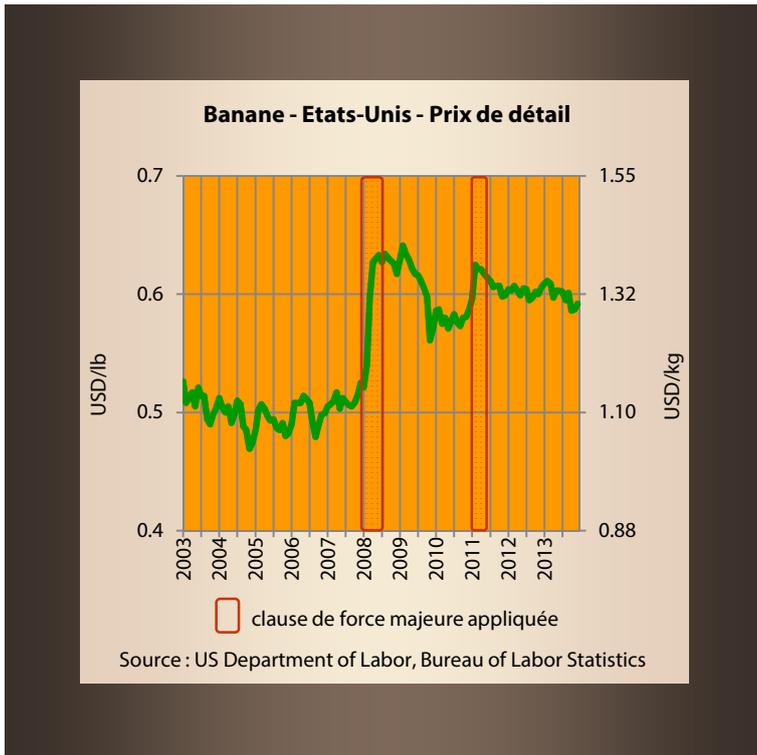
Les prix de détail bas ont ainsi entraîné un changement dans le comportement des consommateurs qui achètent maintenant leurs bananes dans les magasins discount au lieu des supermarchés. Les graphiques de la consommation de banane dans l'Europe des 27 et en Allemagne montrent pourtant que des prix plus bas ne sont pas synonymes de consommation accrue. À un certain niveau de prix, les bananes font face à une rigidité de la demande. Les consommateurs apprécient les prix bas, mais pour autant, ils se montrent peu enclins à augmenter leur consommation de banane jusqu'à maintenant.

En définitive, les leviers de la consommation de banane sont l'emplacement dans les rayons, l'accessibilité du produit, une couleur appropriée et une apparence correcte et peut-être certaines qualités futures qui pourraient stimuler la consommation de banane.



© Denis Loelliet





## Impact sur les distributeurs

La distribution est la grande gagnante de la chaîne d'approvisionnement de ces dernières années. Les marges brutes qu'elle réalise sur la banane sont plus importantes proportionnellement que celles des autres maillons de la filière. Aux États-Unis, cette marge brute frôle les 50 %. Les grands chaînes de supermarchés européennes qui vendent la banane à 1.35 euro le kilo dépassent même ce seuil sans déduction de la TVA.

La puissance d'achat de la grande distribution a fortement pesé sur le secteur de la banane. Même aux États-Unis, les multinationales, qui ont une part de marché de près de 87 %, se sont montrées incapables de faire augmenter les prix de gros. Cette impuissance n'est pas uniquement due à la force d'achat des distributeurs, mais aussi à l'incapacité des multinationales à se différencier et à se battre sur autre chose que le prix. En fait, il semble que les cas de force majeure sont les seuls moments où les multinationales ont été en mesure d'augmenter leurs prix.

En Europe, les distributeurs, et plus particulièrement les magasins discount, ont commencé à augmenter leurs prix de vente en 2013, tout en payant leurs fournisseurs moins cher, augmentant leurs marges au passage. Cette tendance semble se confirmer pour 2014.

Pour améliorer leur rentabilité, presque chaque distributeur s'est engagé dans une stratégie d'approvisionnement en direct et lancé son propre label

privé ; en se positionnant ainsi comme concurrent direct de leurs fournisseurs traditionnels, ils oeuvrent à l'élimination des intermédiaires. D'un point de vue stratégique, il me semble que la distribution s'est beaucoup trop focalisée sur le contrôle de l'approvisionnement, négligeant toujours plus l'essentiel : leurs clients.

Les avancées technologiques et marketing ouvriront de nouvelles alternatives de distribution et multiplieront les possibilités pour les clients de se procurer les denrées dont ils ont besoin. Ainsi, plutôt que de les concurrencer, les distributeurs auraient tout intérêt à renforcer leurs liens avec leurs fournisseurs pour améliorer l'offre proposée aux clients.

La consolidation du secteur de la banane n'aura que peu de poids face à la puissance de la distribution, à moins de s'engager dans la voie d'une revalorisation de l'offre à l'attention des distributeurs. La distribution devrait faire preuve de prudence dans cette évolution vers un approvisionnement en direct.

Elle devrait se poser deux questions fondamentales : la stratégie d'un approvisionnement en direct est-elle synonyme de valeur ajoutée pour le client ? Améliore-t-elle réellement les marges ? Pour moi, la réponse est non. Les distributeurs sont simplement en train d'endosser le rôle de nouvelles compagnies bananières, par l'ajout de structures entraînant des frais généraux phénoménaux, des prises de risque inutiles et en ne faisant pas porter le coût supplémentaire aux seuls articles achetés en direct.

## Impact sur les opérateurs du transport maritime

Le secteur de la banane est l'un des segments commerciaux les plus difficiles à contrôler pour les opérateurs de transport maritime. Les coûts de transport prennent une place importante dans la structure du coût de la banane. Par le passé, la logistique maritime était l'une des grandes forces des entreprises de banane. Elle leur permettait de se démarquer et de réaliser des marges supérieures en offrant un meilleur service à leur clientèle mondiale.

Les opérateurs de lignes maritimes ont joué un rôle de catalyseur dans la fragmentation du marché de la banane, principalement sur les marchés européens. La réduction de la part de marché des multinationales en Europe est directement liée à l'augmentation du volume de banane récupéré par les opérateurs de lignes. La raison en est simple : un modeste négociant en fruit qui achète 1 000 cartons de banane par semaine en Équateur, peut avoir accès au marché européen pour un coût total du carton livré au moins aussi compétitif que celui qu'une multinationale de la banane doit déboursier pour 250 000 cartons par semaine de la même origine. La croissance des services de lignes n'a pas laissé aux multinationales le bénéfice de leurs économies d'échelle.

Pour gagner des parts de marché dans le commerce de la banane, les lignes de transport maritime ont proposé des prix extrêmement agressifs. Elles ont également amélioré leurs services de livraison en proposant un accès à de nombreux ports d'entrée, permettant en outre de faire baisser les coûts de logistique liés à la distribution domestique. Toutes les entreprises de banane ont réduit leur voilure logistique et fait basculer leurs cargaisons chez les opérateurs de lignes. Par le passé, les multinationales ont bien tenté de verrouiller une partie de l'espace disponible pour entraver leurs plus petits concurrents. La réponse des opérateurs fut alors de proposer encore plus de services et d'accroître leurs capacités de transport. Si l'on se base sur les installations portuaires actuelles, les opérateurs ont maintenant atteint une limite en termes de taille et de capacité, et ils prennent conscience des coûts réels induits par le commerce des cargaisons réfrigérées.

La consolidation de l'industrie de la banane pourrait ne pas être avantageuse pour les opérateurs de lignes. Je pense que la première étape, pour les entreprises de banane, serait de rassembler leurs unités de transport dans les ports d'entrée principaux. Le solde et les ajustements saisonniers pourraient être confiés aux opérateurs de lignes. Il est possible que l'une des grandes compagnies maritimes prenne l'avantage en contractant avec l'un des fournisseurs majeurs, mais les acteurs sont trop nombreux et les bénéfices sur le long terme sont incertains. Les petits importateurs trouveront toujours un accès au marché en passant par d'autres transporteurs et à des prix aussi concurrentiels.

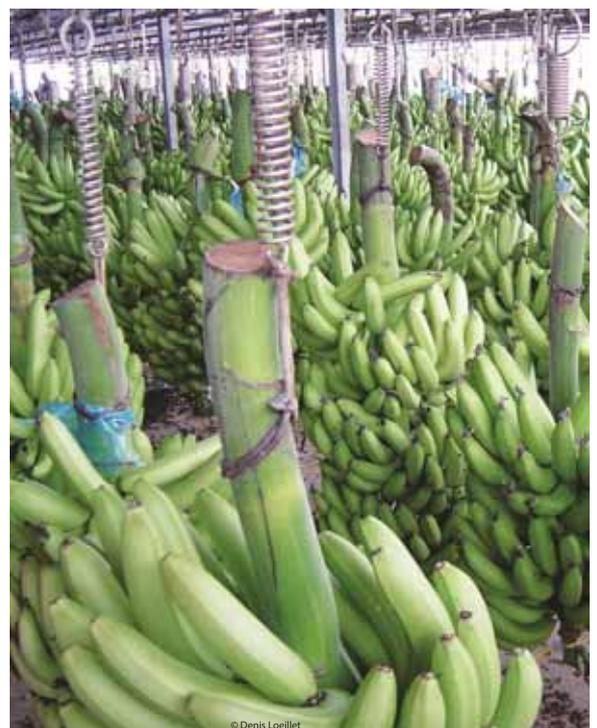
L'ouverture du Canal de Panama aux grands navires et les investissements prévus au niveau des terminaux des ports export rendront les services des lignes maritimes très concurrentiels. Le volume de banane transporté par les compagnies maritimes devrait continuer d'augmenter et il sera de plus en plus dur d'inverser la tendance. Il y aura de la place pour les navires spécialisés ou ceux appartenant à des compagnies bananières, mais sur le long terme, l'essentiel du commerce vers l'Europe et, au bout du compte, vers le marché nord-américain se fera par le biais des services de lignes.

## Impact sur les grossistes indépendants

Le nombre de grossistes indépendants du secteur de la banane s'est effondré sur le marché nord-américain. Ceux qui restent se concentrent principalement près des grandes zones urbaines où la distribution efficace des fruits est vitale. En Europe, les grossistes jouent encore un rôle majeur, et tout particulièrement avec le développement des magasins discount. L'annonce d'une fusion du type Chiquita-Fyffes devrait surtout affecter l'activité des grossistes.

Je m'attends à voir se multiplier des accords de coopération entre les grossistes et les producteurs car ces deux maillons chercheront à se repositionner en sécurisant leurs avantages en matière d'approvisionnement et de distribution. Les évolutions technologiques attendues, telle la maturation du fruit dans le conteneur, devraient encore limiter le rôle des grossistes.

Une autre mission du grossiste est de pré-emballer les bananes aux spécifications du distributeur. Il est souvent admis que le pré-emballage est un progrès en termes de valeur ajoutée. Je m'interroge : tout d'abord, il s'agit d'un volume d'emballage supplémentaire, ce qui est contraire aux initiatives mises en place par la majorité des distributeurs pour mettre en avant leurs efforts en faveur de l'environnement. Il n'apporte rien à la qualité mais s'ajoute aux coûts. Alors même que les consommateurs paient pour ce service, il pourrait être un frein à une augmentation potentielle de la consommation. Si le pré-emballage ou la mise en sachet allongeaient la durée de vie des bananes jaunes, ce serait alors une valeur ajoutée caractéristique, mais le fait est que le pré-emballage et la mise en sachet n'apportent rien en termes de valeur nutritionnelle au consommateur ; l'industrie oblige les consommateurs à payer pour des avantages inexistantes. Et même si les supermarchés en profitent pour récupérer de la marge, l'unique bénéficiaire du pré-emballage est de se différencier des concurrents ; bénéfice pour le moins marginal étant donné que chaque distributeur suit exactement la même stratégie. Résultat : un coût supplémentaire, des bénéfices discutables, voire, une cannibalisation des ventes.



## Impact sur les autres entreprises du secteur

Les effets de la fusion entre Chiquita et Fyffes ne sont pas évidents à première vue. Dans l'immédiat, la stratégie adoptée par les compagnies concurrentes pourrait se résumer à une position attentiste. La nouvelle équipe de direction va devoir relever de grands défis en interne pour assurer la pérennité de l'alliance de ces deux entreprises. Cette mise en place demandera du temps.

Leurs relations avec les distributeurs et les producteurs ne devraient pas vraiment évoluer. ChiquitaFyffes cherchera à repositionner ses marques par une segmentation du marché visant à satisfaire toutes les formes de distribution de la banane. Il sera intéressant de voir comment ils différencieront les produits pour établir une échelle de prix selon les différents segments de marché.

Toutes les entreprises concurrentes se pencheront sur la performance de leur processus pour s'assurer de rester viables et prêtes à saisir les opportunités de marché avant les autres. Les entreprises menées par une équipe dirigeante forte, comme Sumifru, la Compagnie Fruitière et Fresh Del Monte, devraient tirer profit de cette fusion. Au contraire, de plus grosses structures comme Dole devraient rencontrer des difficultés parce qu'à ce jour, elles sont perçues comme des entreprises à la gestion fragilisée.

À court terme, une diminution de la présence des petits négociants et importateurs de fruits dans le commerce de la banane ne me semble pas probable. Les entreprises travaillant avec les marchés russe et méditerranéen ne devraient pas subir les effets de cette fusion dans l'immédiat. Toutefois, leur source d'approvisionnement se verra circonscrite à l'Équateur si les multinationales verrouillent un peu plus l'accès aux fruits provenant d'Amérique centrale et de Colombie.

Les coûts de livraison depuis l'Équateur sur les différents marchés resteront problématiques à cause de l'augmentation des coûts de transport et du passage du Canal. Sur le long terme, cela pourrait se transformer en désavantage commercial, a fortiori si le coût du carburant continue son ascension.

## Impact sur les producteurs

Les commentaires récents des dirigeants des grandes multinationales indiquent qu'ils veulent tous accroître leurs production de banane en propre. Sur le papier, cette stratégie semble logique. Ces dernières années, les marges brutes réalisées par les meilleurs producteurs (ceux avec économies d'échelle et dont les rendements sont supérieurs à 3 000 cartons par hectare) étaient supérieures aux marges brutes réalisées par les multinationales sur leurs marchés les plus performants. En outre, la plupart des producteurs indépendants ont des produits d'une qualité supérieure à ceux des multinationales.

Aujourd'hui, la majorité des grands producteurs disposent de toutes les certifications requises pour pénétrer n'importe quel marché. Toutes les plantations augmentent leur productivité pour réduire leurs coûts, mais une grande partie des bénéfices est réalisée par l'emballage de fruits de moins bonne qualité. Le nombre de cartons à l'hectare est plus important, mais les rendements de fruits de première qualité sont à peu près identiques, voire bien souvent, plus faibles.

Les progrès technologiques autour de la banane ont été limités. L'évolution entre une bananeraie il y a dix ans et une bananeraie actuelle est minime, voire inexistante. En revanche, la comparaison ne tient pas pour un verger produisant des pommes : la différence saute aux yeux. Les exploitations ont augmenté leur rendement par des plantations plus denses, ce qui a aussi amélioré la qualité et la coloration des fruits. La recherche autour des bananes est quant à elle restée limitée. Les départements de R&D des grandes multinationales ne sont plus que l'ombre de ce qu'ils étaient. Les plantations de banane actuelles ne sont que le reflet de cette absence d'innovation. L'équipe dirigeante de ChiquitaFyffes devrait se recentrer sur le développement de techniques d'avant et d'après récolte. De même, le secteur ne devrait pas prendre les nouvelles maladies de la banane à la légère, comme par exemple cette nouvelle souche de *Fusarium* qui prend de l'ampleur.

La consolidation pourrait entraîner l'annulation de certains contrats avec des producteurs. Toutefois, cela ne signifie pas que le producteur indépendant disparaîtra. Le danger viendra du fait qu'il cherchera d'autres clients. Une cessation de contrat signifie une concurrence accrue sur le marché, a fortiori quand il n'y a pas de barrière à l'entrée efficace. Ce nouveau concurrent trouvera sa place à moins que les grandes compagnies bananières n'aient un avantage compétitif. En Europe, ces avantages sont restreints et, dans les marchés émergents, ils sont inexistant.





## Développer les plantations de banane

L'investissement nécessaire à la plantation d'un hectare de bananiers atteint des sommets. Selon le lieu, le coût du terrain peut fluctuer entre 10 000 et 20 000 USD par hectare. Pour les infrastructures et les coûts de pré-production, il faut ajouter environ 15 000 à 20 000 USD par hectare. Si l'on s'appuie sur un RSI (Retour sur Investissement) minimum de 10 % et une récolte de 3 000 cartons à l'hectare, la nouvelle surface doit générer un chiffre de 0.80 à 1.30 USD par carton ; montant réalisé par la compagnie, versant à ses plantations le même prix d'achat qu'elle devrait verser à un producteur indépendant.

Par le passé, les chiffres nous montrent que les multinationales n'ont pas été en mesure d'atteindre cet objectif de façon constante. Par conséquent, ne serait-il pas plus avantageux pour les multinationales d'envisager de continuer d'acheter auprès des producteurs indépendants et d'exploiter ces ressources en capitaux dans d'autres projets à valeur ajoutée où le RSI sera plus conséquent ?

Augmenter la production par la programmation de nouvelles surfaces en culture ne fera qu'ajouter à l'offre de banane actuelle. À moins d'une augmentation de la consommation de banane ou de la découverte de nouveaux marchés, cette offre supplémentaire viendra s'ajouter aux déséquilibres actuels. Souvenons-nous que la croissance démographique et la consommation de banane sur les marchés traditionnels ont été négligeables ces dix dernières années.

Le bond le plus significatif concernant la demande correspond à l'ouverture du marché russe et à la croissance des marchés du Moyen-Orient. L'augmentation

des volumes sur ces marchés a été particulièrement importante et a pu absorber le développement de la production. Sans ces deux débouchés, et en se basant sur la consommation actuelle de banane sur les marchés traditionnels, nombreux sont les négociants et les producteurs qui auraient fait faillite.

Le marché qui a un potentiel de croissance est la Chine. Mais les Philippines ont d'ores et déjà augmenté leur capacité de production pour répondre à cette demande. La production aux Philippines s'est d'ailleurs développée plus rapidement que la demande en Chine et les importations chinoises de banane ont ralenti en raison des restrictions à l'entrée, imposées par le gouvernement. Les fruits d'Amérique latine et d'Afrique ne peuvent pas rivaliser de façon durable sur le marché asiatique à cause des écarts de logistique et de transport. En outre, de nombreux autres pays d'Asie sont prêts à entrer en production, au cas où la croissance du marché chinois se matérialisait.

## A quoi s'attendre dans un proche avenir ?

À une amélioration notable si l'équipe dirigeante de ChiquitaFyffes devient le chef de file de l'industrie.

Le potentiel commercial de la banane se maintiendra et la consommation de banane devrait se renforcer avec une population vieillissante en recherche de produits plus bénéfiques pour la santé, et une classe moyenne en forte croissance dans les pays en développement. Les fruits et les légumes sont bien évidemment des éléments nutritifs essentiels qui participent au bien-être de chacun. L'industrie devrait valoriser ces caractéristiques et encourager plus activement la consommation de fruits. Ce genre de mission exige des qualités de meneur. Nombreuses sont les parties prenantes prêtes à collaborer pour faire la promotion des fruits en tant que collation parfaite d'un point de vue nutritionnel et bénéfique pour la santé.

Si l'équipe de direction ChiquitaFyffes ne relève pas le défi, les bénéfices potentiels de cette fusion pour l'industrie de la banane pourraient malheureusement s'évaporer et mener la nouvelle entreprise sur les chemins rebattus d'une direction traditionnelle, avec cette fois bien moins d'opportunités pour redresser la barre.

Le secteur de la banane est mûr pour le changement. Il lui faudra toutefois un meneur éclairé pour ouvrir la voie ■

**Benjamin Paz**, consultant  
pazb@wfu.edu

*Benjamin Paz est consultant en gestion internationale stratégique et professeur de commerce basé aux États-Unis. Il a travaillé de nombreuses années à la tête d'unités opérationnelles au sein de multinationales de la banane.*

## ChiquitaFyffes : mariage heureux ?

ChiquitaFyffe, fruit de la fusion de deux poids lourds de la banane, devient le producteur numéro un le plus intégré au monde. À première vue, cet événement tombe sous le sens : certaines synergies sont d'une part clairement exploitables d'un point de vue de la géographie des ventes et de la stratégie de marque et de produit. D'autre part, des réductions considérables pourront être réalisées sur les coûts de logistique, marketing-distribution et frais généraux.

Pour autant, l'alliance des deux multinationales suscite presque autant d'interrogations que de réponses. Fyffes et Chiquita n'étant ni l'une ni l'autre en situation de péril imminent, ce rapprochement s'apparente plus à une manœuvre de défense qu'à une tactique d'expansion. Les rapports annuels révèlent une réduction de leurs marges d'exploitation : celle de Chiquita est passée de 3.5 % en 2004 à - 0.1 % en 2012 et celle de Fyffes de 4.4 % à 3.5 % sur la même période.



### Contexte

Plusieurs raisons expliquent cette chute, et particulièrement l'évolution significative du paysage concurrentiel de ces dix dernières années, tant au niveau de l'offre que de la demande. Une surabondance de fruits a pesé sur les prix et maintenu les principaux marchés sous pression. L'augmentation notable du fret par conteneur, associée à la volonté affichée de certains transporteurs de s'engager sur une base annuelle, a permis aux distributeurs qui dépendaient auparavant des grandes marques de faire venir leurs bananes en direct. Dans de telles circonstances, pas une de ces grandes compagnies n'a été en mesure de satisfaire les attentes de leurs actionnaires. La consolidation devrait mettre un terme, voire renverser, cette tendance. Tout d'abord, cette alliance présente des avantages pour tous les grands acteurs présents sur l'ensemble de la chaîne. Ensuite, la grande distribution aura de plus en plus de mal à s'approvisionner de manière indépendante... à moins de payer ses fruits plus cher ou de créer des chaînes d'approvisionnement à bas coûts plus efficaces.

Ces deux options seront néanmoins compliquées à mettre en oeuvre : face à ces géantes, propriétaires des plantations, ou déjà sous contrats avec les producteurs de banane de Colombie et d'une grande partie d'Amérique centrale, les distributeurs américains ou européens n'ont que peu de possibilités pour développer des programmes internes d'approvisionnement, mis à part avec l'Équateur. Les bananes équatoriennes présentent certes une bonne durée de conservation, mais la distance (transport, carburant, Canal de Panama) et les droits de douane (supérieurs à leurs compétiteurs d'Amérique latine) sont un handicap concurrentiel certain face aux autres origines d'Amérique latine. À cela s'ajoute « une divergence d'état d'esprit », un terme que l'on pourrait qualifier d'euphémisme, entre les producteurs et exportateurs équatoriens et les importateurs européens. Sur le long terme, une marge de progression peut être envisagée sur ces deux derniers points, mais pas sur les autres.

### Changement de direction

D'un point de vue de la culture d'entreprise, Fyffes est un expert dans l'assimilation des sociétés acquises : il fidélise les éléments clés du personnel et adopte une approche non interventionniste au niveau de la gestion quotidienne de la nouvelle entreprise. Et même s'il ne s'agit pas précisé-

ment d'un rachat par Fyffes (bien au contraire !), ce sont pourtant les équipes dirigeantes de Fyffes qui ont pris les commandes du nouveau navire. Malgré des ventes moitié moins importantes et une capitalisation boursière inférieure à celle de son rival, Fyffes a réussi à tirer son épingle du jeu en conquérant les postes clés de la direction : David McCann, le directeur général de Fyffes, deviendra le directeur général de ChiquitaFyffes, tandis que son collègue Tom Murphy prendra le poste de Directeur Financier. Coen Bos, également chez Fyffes, devient Directeur de l'Exploitation.

Chiquita semble ne pas avoir eu son mot à dire au regard de son niveau d'endettement très élevé (660 millions USD, plus de dix fois celui de Fyffes). Là encore, de toutes les multinationales, Fyffes est la seule entreprise de commerce de banane à maintenir sa rentabilité et, qui plus est, dans l'UE, le champ de bataille le plus âpre et le plus sophistiqué au monde. Le véritable QG de la nouvelle organisation s'installera donc sur la rive Est de l'océan Atlantique à juste titre.

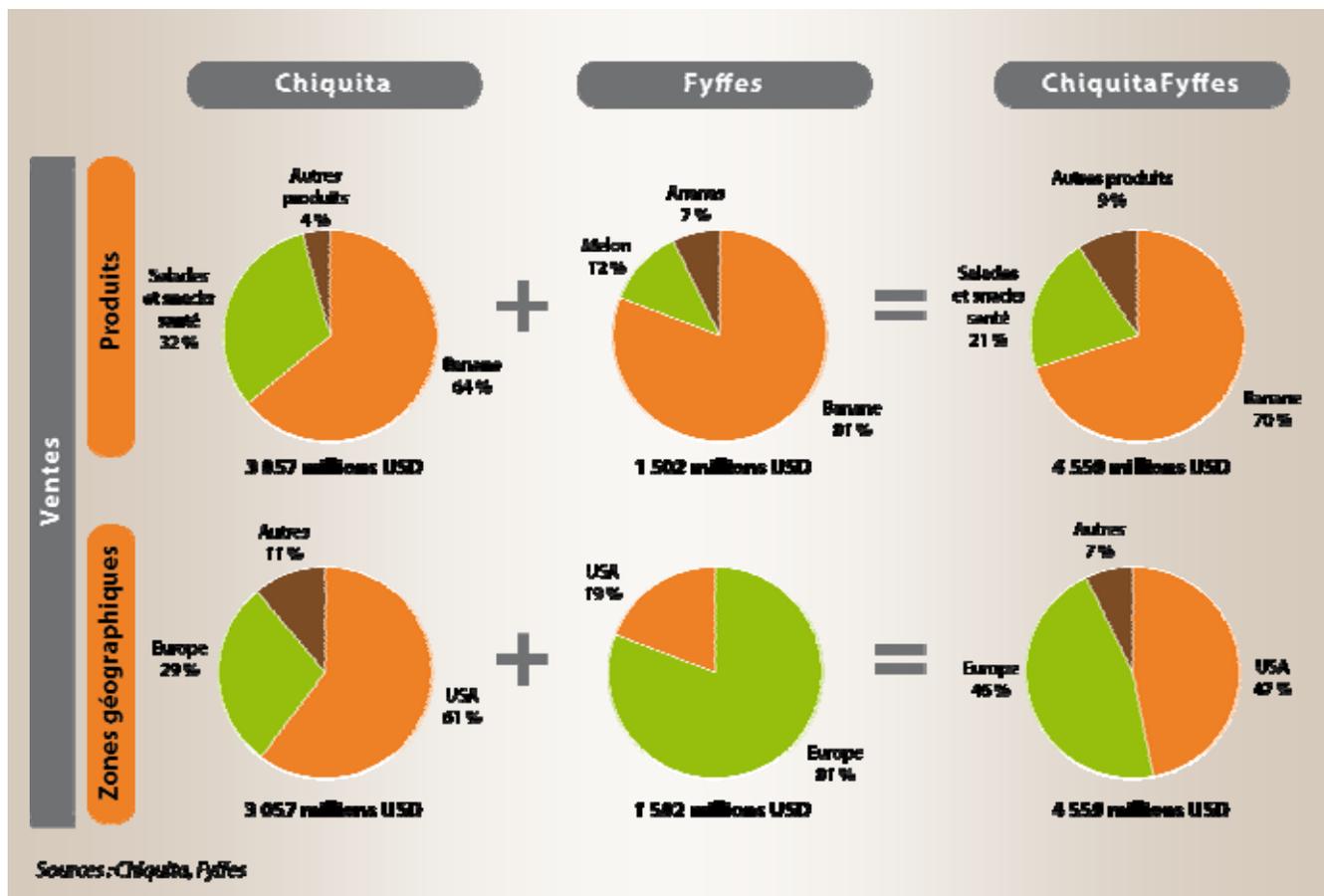
La première priorité de M. McCann sera certainement d'éliminer les doublons au niveau des coûts, lors de la mise en place de la nouvelle structure. Dans un premier temps, peu de modifications de leurs accords de transport respectifs sont à prévoir car un certain nombre de contrats d'affrètement à long terme sont toujours en vigueur. Si ChiquitaFyffes peut remodeler ses lignes en regroupant ses marchandises, un retour au mode reefer spécialisé est envisageable pour les trajets transatlantiques. Mais une fois de plus, des volumes combinés font de l'entreprise une proie intéressante pour les lignes conteneurs.

## Les marchés

Le marché américain progresse actuellement de manière constante : en 2013, Chiquita a vendu 56 % de sa production de banane aux États-Unis, soit 1.5 million de cartons de plus qu'en 2012. Sur la même période, ses ventes dans l'UE s'effondraient de 1.3 million de cartons. Des deux entreprises présentes sur le marché américain, Fyffes (Turbana) détient la part de marché la plus limitée avec environ 11 millions de colis commercialisés sur un total de 250. Elle vend également des melons et des ananas, segment où Chiquita est peu présente. Avec l'équipe dirigeante de Fyffes à la barre, il ne serait pas surprenant de voir à terme la nouvelle entreprise se séparer de la filiale de Chiquita, Fresh Express, pour se recentrer sur les fruits exotiques, rappelant ainsi la scission entre Total Produce et Fyffes en 2006. Les performances de Fyffes et Total Produce se sont révélées bien meilleures une fois séparées.

La fusion pourrait bien déboucher sur une contraction significative du nombre de marques de banane sur le marché américain l'année prochaine. Si les marques Turbana et Banacol sont retirées ou disparaissent, et que l'avenir de la marque Bonita n'est pas assuré ou résolu, le marché américain sera alors dominé par Dole, Del Monte et Chiquita. Cette rationalisation des marques pourrait inciter la distribution américaine à contourner les canaux traditionnels et s'approvisionner en direct.

La nouvelle entité cherchera à étendre ses parts sur les marchés asiatiques et du Moyen-Orient, où la consommation de banane est faible mais sur une courbe ascendante. L'expé-



rience de Fyffes est très limitée sur ces zones, de même que sur les marchés à l'Est de la Méditerranée où les grandes compagnies et les opérateurs ont l'habitude de s'affronter.

De toutes ces zones de lutte commerciale, c'est dans l'UE que les premiers changements significatifs devraient se faire sentir. Si Chiquita a une meilleure pénétration et une connaissance indéniable des marchés américain, du Moyen-Orient et de la zone Pacifique, Fyffes reste le maître du commerce de banane en Europe. Théoriquement, des synergies marketing devraient voir le jour, mais les statistiques, prises hors contexte, peuvent être trompeuses. Alors que Chiquita voit sa marque haut de gamme, de « niche », souffrir face au raz de marée des consommateurs européens qui se tournent vers les bananes à bas coûts et sans marque, Fyffes a adopté une stratégie de marché de masse, classique et qui repose sur une chaîne d'approvisionnement rationalisée. Comment ChiquitaFyffes fera-t-elle face à cette divergence culturelle et/ou de gestion de marque ? Cela reste à voir. Autre interrogation : M. McCann maintiendra-t-il les sièges européens à Rolle et Rotterdam ou bien décidera-t-il de tout rassembler sous un même toit ?

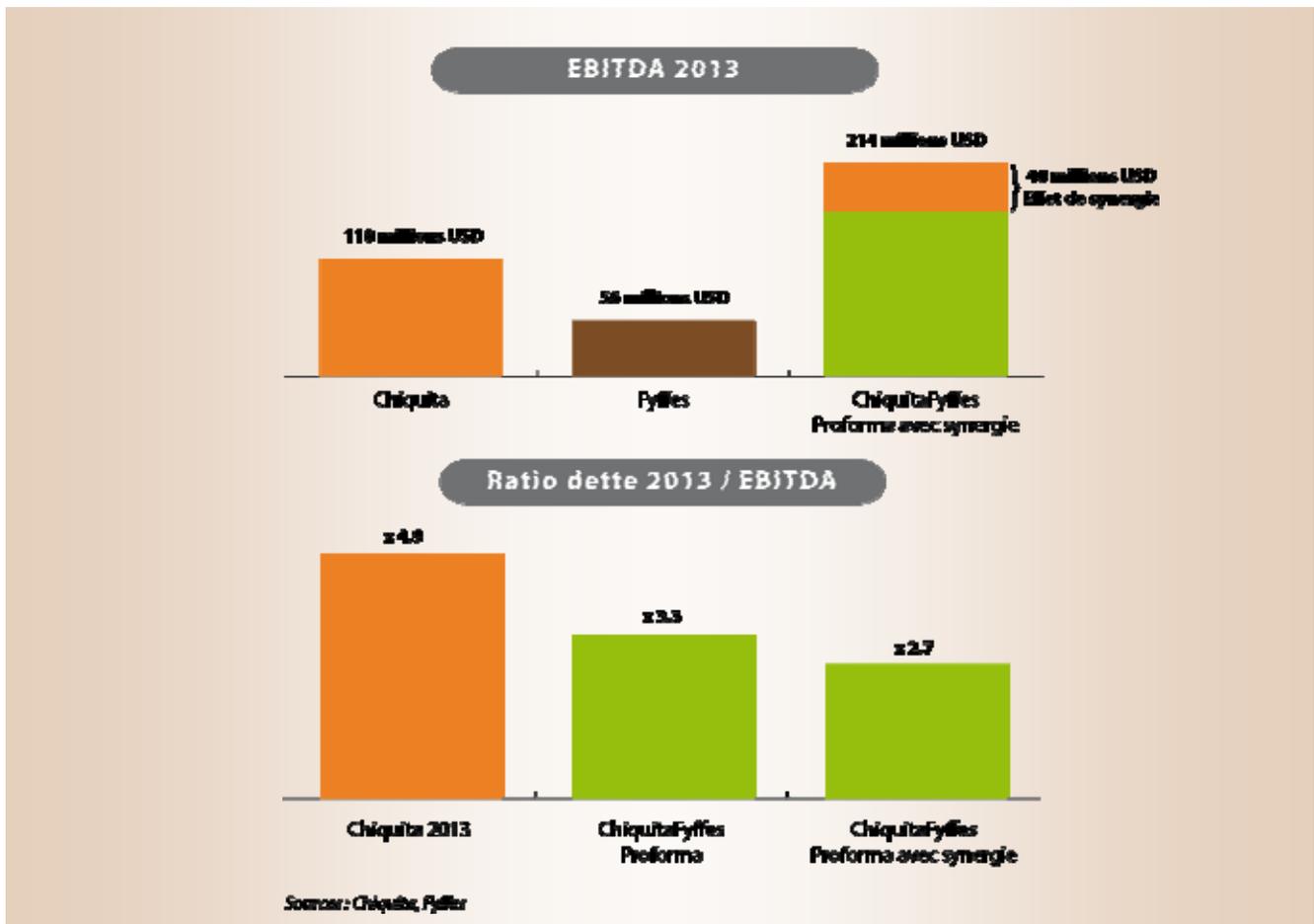
Autre changement à prévoir : le statut du prétendant Univeg, qui joue le rôle de prestataire de services, de mûrisseur et de distributeur pour Chiquita. Si les fruits de Chiquita doivent effectivement entrer dans le réseau de distribution européen de Fyffes à partir de 2015, Univeg, qui vient juste d'acquérir SBBS au Surinam pour 22 millions d'euros, devra trouver une solution de remplacement.

## Production

À la tête de sa chaîne d'approvisionnement, Chiquita possède et exploite des plantations au Costa Rica, Honduras, Panama et Guatemala. Les bananes provenant du Honduras et du Guatemala sont envoyées aux États-Unis, celles du Panama en Europe et les fruits du Costa Rica sont destinés aux marchés américain, européen et méditerranéen.

Fyffes ne gère aucune de ses propres plantations de banane, mais agit plutôt en tant qu'acheteur et distributeur contractuel. Chiquita agit de façon similaire en Équateur pour ses clients méditerranéens et américains de la côte Ouest. Par contre, Fyffes applique une stratégie différente pour ses ananas et ses melons, en investissant dans des exploitations au Panama et au Costa Rica.

Les probabilités de voir un changement à court terme sont maigres et pourtant un pays plus que les autres devrait ressentir les bénéfices de cette fusion. Pour Luis Fernando Arango, le président de Unibán, l'expéditeur de banane le plus important de Colombie, l'alliance des deux multinationales « favorisera les exportations colombiennes de banane ». Le volume combiné de Fyffes et Chiquita s'élevait à 20,5 millions de colis en 2013, dont 20 millions pour Fyffes. Si ChiquitaFyffes décide de privilégier les fruits provenant de Colombie, une autre origine devra être sacrifiée. Ce pourrait être l'Équateur.





## Le prix

Invitée à donner son avis, la Fairtrade Foundation a déclaré que la fusion ne servirait qu'à faire davantage pression sur les producteurs de banane. Comment ? Il est évident que cette fusion engendrera une réduction des coûts, mais elle devrait également permettre à l'ensemble des principaux maillons, et pas uniquement ChiquitaFyffes, de se repositionner et d'augmenter le prix appliqué aux clients. En théorie, plus une base d'approvisionnement est rationalisée, plus l'approvisionnement est rationnel et, par conséquent, plus l'influence exercée par chacun des fournisseurs restants est conséquente dans la politique de prix.

En simplifiant au maximum, si cette règle s'avère exacte et que les distributeurs paient davantage, les producteurs, à l'autre bout de la chaîne, devraient recevoir plus, et non le contraire, ce qui représente une évolution compatible avec les valeurs de la Fairtrade Foundation. Si toutefois ChiquitaFyffes faisait le choix de transférer ses bénéfices à ses actionnaires, elle serait jetée à la vindicte publique et vilipendée, la Fairtrade Foundation en tête de file de ses détracteurs.

Une augmentation de la rentabilité et de la valeur est vitale pour l'industrie mondiale de la banane. La seule voie durable pour le secteur repose sur la réinjection des fonds dans des méthodes de pro-

duction plus respectueuses de l'environnement et dans la lutte contre les maladies qui menacent déjà d'extinction la variété Cavendish, si l'on en croit les informations qui circulent. Tant que la distribution et le transport mèneront la danse et que la valeur s'évaporerait tout au long de la chaîne d'approvisionnement de la banane, la pression sur la gestion des cultures commerciales se traduira par une production encore plus intensive et des traitements lourds contre les maladies. Au fil du temps, ce type d'exploitation épuisera les ressources naturelles, affaiblira les écosystèmes et contaminera les communautés qui vivent près des zones de culture, mais dont la survie est tributaire de la banane.

Pour ce qui est des résultats, Fyffes semble être en mesure de générer un profit en dépit de la guerre des prix qui fait rage parmi les distributeurs du Royaume-Uni, son plus grand marché. Pour ce qui est de l'Europe continentale, les choses évoluent : étant donné qu'il est l'un des quatre principaux fournisseurs de banane de Aldi, la chaîne allemande de magasins discount, il sera alors intéressant d'examiner l'analyse des résultats du premier semestre et de voir l'orientation qui sera donnée au second, au moment de la publication du rapport qui sera rendu public après six mois d'exercice. Le prix affiché par Aldi est significatif : il est la référence sur laquelle les autres distributeurs européens fixent leurs prix.

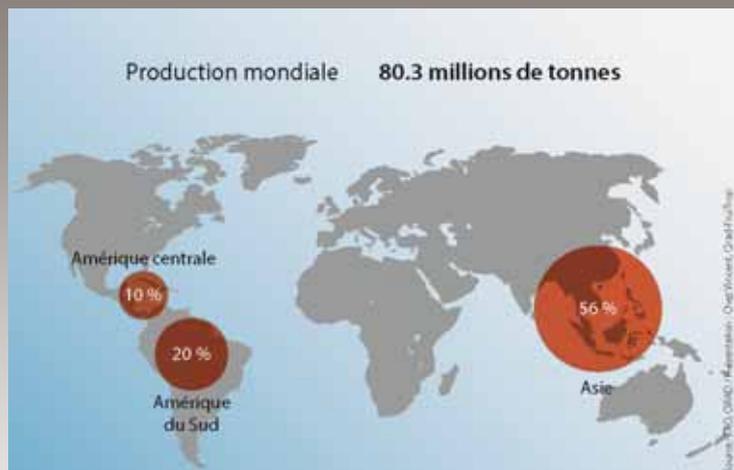
Le prix moyen Aldi sur la première moitié de l'année 2014 est bien inférieur à la moyenne correspondant à la même période en 2013 et à peine plus élevé que la moyenne correspondant à la même période en 2010. Après un prix du colis excessivement bas sur le premier trimestre de l'année (14.21 euros) selon les distributeurs, on s'attendait à ce que Aldi compense les distributeurs par une hausse plus prononcée ; en fait, la moyenne sur la première moitié de l'année se trouve être la seconde plus basse depuis sept ans. M. McCann a d'ores et déjà averti du besoin d'augmenter les prix de vente : comment Fyffes parviendra-t-il à dénouer cette situation inextricable avec Aldi ?

## Conclusion

À moins de renforcer le contrôle sur le facteur approvisionnement dans l'équation économique, il est peu probable qu'il y ait création de valeur pour tous les acteurs de la filière banane au niveau mondial. À cet égard, l'alliance ChiquitaFyffes change la donne. Le commerce de la banane devrait gagner en cohérence, pas uniquement à cause de la consolidation du marché engendrée par la fusion, mais également parce que les barrières qui protègent les filières d'approvisionnement traditionnelles, que certains clients aimeraient contourner, sont subitement plus élevées ■

**Richard Bright**, consultant  
[info@reefertrends.com](mailto:info@reefertrends.com)

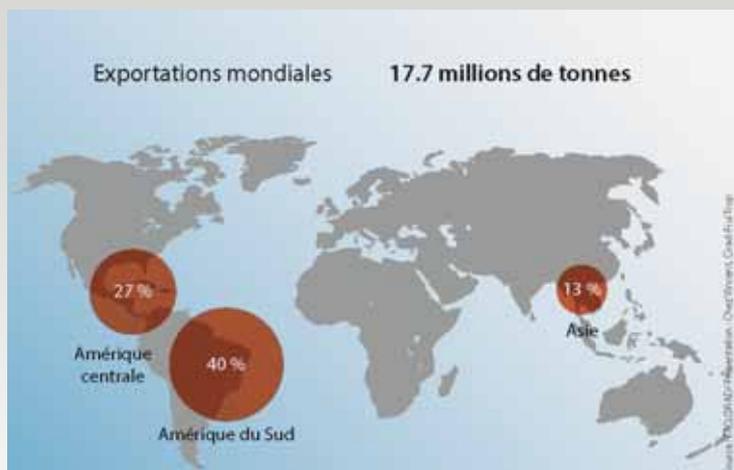
## BANANE — Production (2012)



Banane — Les dix premiers pays producteurs	
tonnes	2012
Inde	24 869 000
Philippines	9 226 000
Équateur	7 012 000
Brésil	6 902 000
Indonésie	6 189 000
Angola	2 991 454
Guatemala	2 700 000
Tanzanie	2 525 000
Mexique	2 204 000
Chine	1 055 000

Hors bananes à cuire / Sources professionnelles, FAO

## BANANE — Exportations (2012)

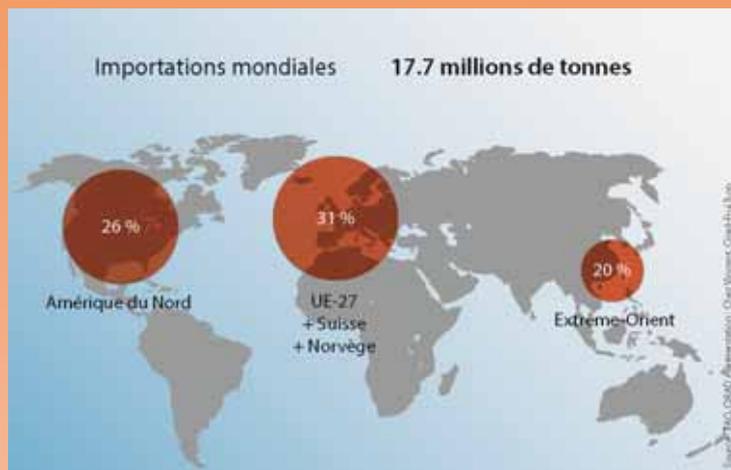


Banane — Les dix premiers pays exportateurs	
tonnes	2012
Équateur	5 020 000
Philippines	2 648 000
Costa Rica	2 103 000
Guatemala	1 913 000
Colombie*	1 695 000
Honduras*	586 000
Canaries	371 000
Rép. dominicaine	300 000
Panama**	263 514
Côte d'Ivoire***	224 943

\* estimation / \*\* 2011 / \*\*\* volumes UE / Sources professionnelles et douanes nationales

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

## BANANE — Importations (2012)



Banane — Les dix premiers pays importateurs	
tonnes	2012
États-Unis	4 353 136
Belgique	1 256 146
Russie	1 255 608
Japon	1 086 189
Royaume Uni	955 669
Chine*	906 971
Iran*	615 879°
Allemagne	614 514
France**	538 461
Italie	516 528

\* 2011 / \*\* Dont production locale insulaire commercialisée localement ou expédiée vers le continent / Sources : douanes nationales

USA — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Guatemala	1 093	1 189	1 112	1 152	1 333	1 459	1 608
Costa Rica	1 037	874	563	835	845	848	791
Équateur	929	830	958	980	879	720	764
Honduras	483	506	389	436	445	536	603
Colombie	377	451	422	461	385	440	455
Mexique	32	66	105	146	149	223	257
Nicaragua	33	31	25	36	36	36	35
Pérou	18	23	20	20	23	26	23
Rép. Dom.	2	0	1	0	1	3	6
Panama	1	8	5	29	28	59	4
<b>Total</b>	<b>4 004</b>	<b>3 978</b>	<b>3 599</b>	<b>4 094</b>	<b>4 123</b>	<b>4 353</b>	<b>4 548</b>

Source : COMTRADE

Canada — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Guatemala	75	81	93	90	147	161	156
Équateur	100	121	164	147	110	106	127
Costa Rica	125	115	71	106	118	110	127
Colombie	138	122	129	115	93	95	91
Honduras	23	29	17	30	27	41	39
Mexique	2	3	2	1	2	7	10
Pérou	1	1	1	2	2	2	3
États-Unis	2	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>472</b>	<b>478</b>	<b>482</b>	<b>496</b>	<b>507</b>	<b>527</b>	<b>558</b>

Source : COMTRADE

Amérique latine + Caraïbe — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Argentine	296	319	347	344	351	395	377
Chili	169	169	175	179	176	185	191
Salvador	105	119	113	96	112	112	113
Uruguay	45	42	43	42	44	45	44
Colombie	31	89	72	67	25	45	26
Honduras	20	16	0	63	56	24	25
Trinidad	3	4	4	5	15	14	14
Costa Rica	18	24	28	26	22	25	13
Guatemala	5	12	7	5	2	5	8
Nicaragua	0	3	3	6	8	7	7
<b>Total</b>	<b>691</b>	<b>798</b>	<b>792</b>	<b>835</b>	<b>813</b>	<b>859</b>	<b>821</b>

Source : COMTRADE

UE-27 — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total prod. UE, dont</b>	<b>555</b>	<b>568</b>	<b>608</b>	<b>660</b>	<b>612</b>	<b>648</b>	<b>615</b>
Canaries	361	371	352	397	346	371	361
Martinique	129	125	180	199	181	185	159
Guadeloupe	38	47	56	43	62	67	72
Madère	17	18	14	14	15	18	16
Chypre	6	4	3	5	6	6	5
Grèce	3	3	3	2	2	2	2
<b>Total dollar, dont</b>	<b>3 848</b>	<b>3 968</b>	<b>3 588</b>	<b>3 492</b>	<b>3 628</b>	<b>3 512</b>	<b>3 684</b>
Équateur	1 186	1 349	1 278	1 223	1 340	1 307	1 289
Colombie	1 156	1 281	1 206	1 168	1 137	1 134	1 159
Costa Rica	971	902	753	777	845	770	817
Panama	354	295	183	184	160	144	194
Pérou	34	39	44	51	66	81	104*
Mexique	0	2	22	13	10	20	54
Brésil	86	58	56	64	52	41	43
Guatemala	19	14	4	3	3	5	12
Honduras	32	24	9	15	17	6	5
Venezuela	10	0	0	0	0	0	0
<b>Total ACP, dont</b>	<b>889</b>	<b>843</b>	<b>919</b>	<b>958</b>	<b>1 024</b>	<b>977</b>	<b>982</b>
Rép. dominicaine	206	171	228	304	327	295	323
Côte d'Ivoire	189	217	229	244	224	225	252
Cameroun	222	280	250	243	234	214	249
Belize	62	82	80	79	71	99	97
Surinam	59	66	58	70	63	83	81
Ghana	34	46	36	52	47	51	43
Sainte Lucie	30	39	33	23	6	12	12
Dominique	7	10	36	4	4	2	1
Saint Vincent	14	9	8	4	1	1	0
Jamaïque	18	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>843</b>	<b>919</b>	<b>958</b>	<b>1 024</b>	<b>979</b>	<b>982</b>	<b>1 059</b>

\*total estimé 2013 en cours de révision par EUROSTAT / Source : EUROSTAT

Autres pays d'Europe de l'Ouest — Importations							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Suisse	78	82	81	80	79	79	82
Norvège	78	84	81	78	78	77	81
Islande	6	6	6	6	6	6	6
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>171</b>	<b>168</b>	<b>164</b>	<b>163</b>	<b>161</b>	<b>169</b>

Source : COMTRADE

Russie — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Équateur	920	903	911	977	1 200	1 122	1 279
Costa Rica	2	66	33	48	39	80	24
Philippines	25	32	25	30	35	38	17
Colombie	22	0	5	10	18	14	14
Mexique	0	0	3	1	0	0	3
Panama	0	0	0	0	12	0	1
Chine	6	5	4	3	2	1	1
Vietnam	0	0	0	0	1	0	1
Brésil	0	0	0	0	0	1	0
<b>Total</b>	<b>979</b>	<b>1 007</b>	<b>981</b>	<b>1 069</b>	<b>1 308</b>	<b>1 256</b>	<b>1 339</b>

Source : COMTRADE

Ukraine — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Équateur	220	289	270	202	200	221	203
Costa Rica	22	2	5	8	12	13	24
Panama	2	0	0	3	0	5	8
Colombie	5	1	2	9	3	8	5
Guatemala	13	6	0	5	0	0	3
Mexique	7	0	0	0	0	0	0
Honduras	2	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>298</b>	<b>278</b>	<b>227</b>	<b>215</b>	<b>248</b>	<b>243</b>

Source : COMTRADE

Autres pays d'Europe centrale et de l'Est — Importations							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Biélorussie	33	42	37	44	40	59	74
Croatie	55	57	52	49	43	46	54
Serbie	66	69	43	42	52	45	47
Bosnie	38	41	37	37	38	33	37
Macédoine	16	15	17	17	19	17	25
Albanie	20	17	17	18	17	18	17
Moldavie	11	13	12	11	12	11	12
Monténégro	9	8	8	7	7	8	8
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>263</b>	<b>223</b>	<b>224</b>	<b>230</b>	<b>238</b>	<b>275</b>

Source : COMTRADE

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Japon — Importations — Principaux pays fournisseurs							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Philippines	879	1 019	1 159	1 035	1 004	1 027	909
Équateur	52	46	62	46	34	36	41
Taiwan	19	9	9	10	8	8	7
Pérou	8	7	11	8	9	7	6
Guatemala	0	0	0	0	0	1	4
Mexique	5	5	5	4	3	3	3
Colombie	3	2	4	3	2	2	3
Thaïlande	2	2	2	2	2	2	1
Chine	2	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>971</b>	<b>1 093</b>	<b>1 253</b>	<b>1 109</b>	<b>1 064</b>	<b>1 086</b>	<b>975</b>

Source : douanes nationales

Extrême-Orient — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Chine	463	402	437	575	741	907	707
Corée du Sud	280	308	258	257	338	353	320
Singapour	36	37	38	40	39	42	45
Népal	0	0	0	2	7	17	17
Thaïlande	13	7	20	9	12	11	15
Malaisie	0	0	1	1	2	2	8
Indonésie	0	0	0	0	3	2	2
<b>Total</b>	<b>780</b>	<b>747</b>	<b>734</b>	<b>874</b>	<b>1 125</b>	<b>1 318</b>	<b>1 089</b>

Source : COMTRADE

Asie mineure — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kazakhstan	25	34	38	47	45	45	43
Afghanistan	0	0	0	38	21	28	28
Azerbaïdjan	10	14	15	18	19	23	16
Arménie	9	17	8	8	8	11	13
Géorgie	10	11	10	11	15	13	12
Kirghizistan	2	3	5	7	9	12	11
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>80</b>	<b>77</b>	<b>129</b>	<b>118</b>	<b>131</b>	<b>122</b>

Source : COMTRADE

Moyen-Orient — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Iran	294	429	403	500	661	616	630
Arabie saoudite	235	248	257	252	307	306	335
Em. Arabes Unis	0	123	127	126	124	126	130
Koweït	68	89	96	100	100	100	100
Qatar	15	18	22	25	28	30	27
Bahreïn	10	10	12	14	14	16	16
Oman	6	9	11	10	10	14	14
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>926</b>	<b>927</b>	<b>1 028</b>	<b>1 244</b>	<b>1 208</b>	<b>1 251</b>

Source : COMTRADE

Afrique — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Afrique du Sud	13	22	24	23	37	52	62
Mali	31	11	21	21	19	17	17
Sénégal	16	17	17	17	17	14	16
Niger	2	1	1	1	4	4	5
Botswana	6	6	7	8	9	7	5
Namibie	2	2	3	3	3	5	4
Mauritanie	3	3	3	3	2	3	3
Burkina Faso	0	0	0	3	3	3	3
Rwanda	8	6	3	4	4	2	1
Nigeria	0	0	0	4	7	1	0
Zimbabwe	0	0	0	0	4	0	0
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>67</b>	<b>79</b>	<b>82</b>	<b>107</b>	<b>108</b>	<b>116</b>

Source : COMTRADE

Méditerranée — Importations							
000 tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Syrie	323	193	219	219	232	240	24
Algérie	147	163	164	180	208	245	231
Turquie	184	224	219	182	201	235	225
Jordanie	9	20	33	26	40	48	50
Tunisie	20	41	34	37	19	41	30
Égypte	6	5	3	2	10	26	28
Maroc	5	17	19	27	28	25	28
Palestine	0	6	0	1	14	10	14
<b>Total</b>	<b>695</b>	<b>669</b>	<b>691</b>	<b>674</b>	<b>752</b>	<b>870</b>	<b>846</b>

Source : COMTRADE

Océanie — Importations							
000 tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nouvelle-Zélande	87	88	84	81	87	87	88

Source : COMTRADE





*Le laboratoire de production  
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

*Votre spécialiste du vitroplant de bananier*

# **Une gamme unique de variétés d'élite**

**VITROPIC** S.A.

## **Nos engagements**

Les sélections élités les plus productives

Des régimes d'une qualité inégalée

Homogénéité au champ optimale

Les meilleures garanties sanitaires du marché

Une réactivité à toute épreuve



**Tél : +33 (0)4 67 55 34 58**

**Fax : +33 (0)4 67 55 23 05**

**vitropic@vitropic.fr**

*ZAE des Avants  
34270 Saint Mathieu de Tréviérs*

**FRANCE**

**www.vitropic.fr**

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite





## Maladies et ravageurs du bananier

par Luc de Lapeyre et Eric Fouré



Maladie de Panama



Bananier Gros Michel

### La maladie de Panama

La maladie de Panama ou Fusariose (*Fusarium Wilt* en anglais) a été identifiée pour la première fois en 1874 en Australie. Elle se manifeste aujourd'hui dans presque toutes les zones tropicales et subtropicales de production de banane. Elle est due au champignon du sol *Fusarium oxysporum* sp. *cubense* (ou FOC).

Différentes races ont été identifiées, chacune pouvant provoquer sous certaines conditions (type de sol, climat, intensification de la culture, drainage, etc.) des dégâts vasculaires importants sur différents groupes variétaux de bananiers, les rendant pratiquement improductifs.

**La race 1**, originaire d'Asie, s'est très largement répandue au travers des mouvements de matériel végétal sous forme de rejets, liés à l'installation des grandes zones de culture de banane d'exportation au début du 20<sup>ème</sup> siècle. Elle est à l'origine de la disparition progressive dans les années 1940 et 1950 de la production de la variété Gros Michel aux Caraïbes, en Amérique latine, base du commerce international d'alors. La Gros Michel a été remplacée dans les plantations industrielles par un groupe variétal résistant découvert en Asie du Sud-Est, les Cavendish, qui forment l'essentiel du commerce international actuel. Il

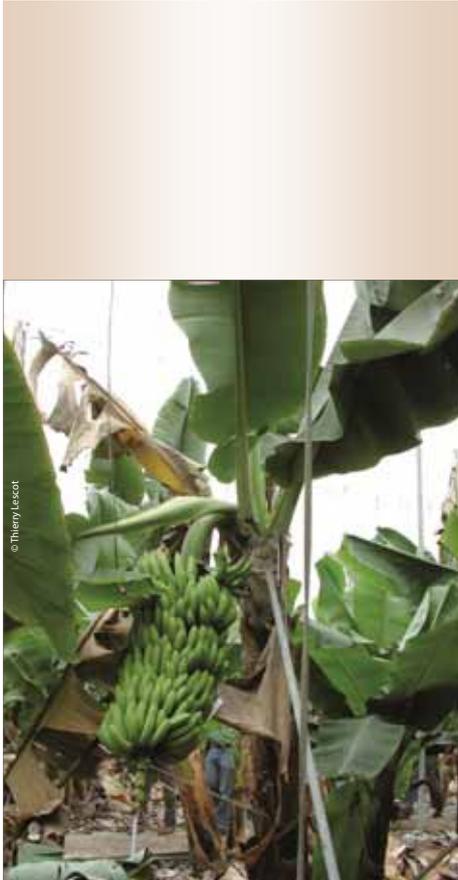
est à noter que la variété Gros Michel est toujours la référence de consommation de banane dessert dans la grande majorité des pays producteurs africains et latino-américains et représente encore une importante production estimée à environ 6 millions de tonnes par an. Dans les zones où elle est cultivée de manière extensive et en association avec d'autres variétés et d'autres cultures (donc à faible densité), il apparaît que la race 1 n'est pas active. Des expériences menées en Colombie ont montré que dès qu'on intensifie la culture de la Gros Michel (densité supérieure à 1 000 plants/ha), la maladie de Panama prend de l'importance.

**La race 2** affecte le sous-groupe des Bluggoe (ABB, banane à cuire).

**La race 3** affecte les *Heliconia* spp. et parfois les Gros Michel.

**La race 4**, identifiée dès 1931 aux Canaries, atteint sporadiquement et toujours sous certaines conditions environnementales les variétés du groupe Cavendish et cela uniquement dans des zones sub-tropicales (Canaries, Afrique du Sud, Taiwan, Australie) où elle est relativement bien maîtrisée via des techniques culturales adaptées (zones tampon, jachère, etc.).

**La race T4** vient de faire son apparition au Mozambique (mais aussi en Jordanie). C'est une forme relativement récente, décrite en 1990. Elle atteint les variétés du



Maladie de Panama sur Petite Naine



Cercosporiose noire

groupe Cavendish, mais ne se rencontre jusqu'à présent que dans les zones tropicales humides asiatiques, notamment Taïwan, Indonésie, Malaisie, Sud Chine, Australie et Philippines. En 2011, **FruiTrop** publiait l'intégralité (cf. **FruiTrop** n° 191, juillet-août 2011, pages 20 et 21) des recommandations à suivre de très près si l'on souhaite faire une prophylaxie efficace. Un comité ad-hoc de scientifiques, spécialistes de cette maladie, a été constitué afin d'étudier l'origine de son introduction et d'analyser les risques d'extension. Cette nouvelle alarmante a réactivé les réseaux mondiaux de surveillance phytosanitaire, en particulier en Amérique latine.

Tous les spécialistes s'accordent à dire que la principale cause de la dissémination de la maladie est le mouvement de matériel végétal provenant de plantations sensibles et infectées (rejets et souches). A partir d'une zone infectée, la contamination provenant du sol est très lente.

### Prévention et lutte

Comme pour de nombreux pathogènes du sol, les moyens de lutte sont limités et consistent essentiellement en une mise en quarantaine plus ou moins longue des foyers élargis. La recherche internationale n'est pas très active sur cette maladie, compliquée à étudier. Les moyens de lutte, qui ne sont pas spécifiques à la seule culture bananière, sont et resteront très limités. L'amélioration génétique conventionnelle reste une voie importante encore peu explorée.

La prise de conscience internationale de l'importance du respect des règles de mouvements du matériel végétal et la large adoption par l'agro-industrie bananière des vitroplants devraient limiter les risques actuels. La dispersion de la race T4 reste sous surveillance. Sous des conditions de contrôle strict des mouvements de matériel végétal, de surveillance et d'éradication des plantes atteintes, le scénario d'une dissémination rapide de la maladie est peu probable.

### Les cercosporioses

Les productions bananières sont confrontées à deux types principaux de cercosporioses : la cercosporiose jaune (Maladie de Sigatoka — MS) et la cercosporiose noire (aussi appelée Sigatoka noire ou Maladie des Raies Noires — MRN). Elles sont provoquées par des champignons parasites foliaires. L'agent pathogène de la MS est *Mycosphaerella musicola* et celui de la MRN *Mycosphaerella fijiensis*.

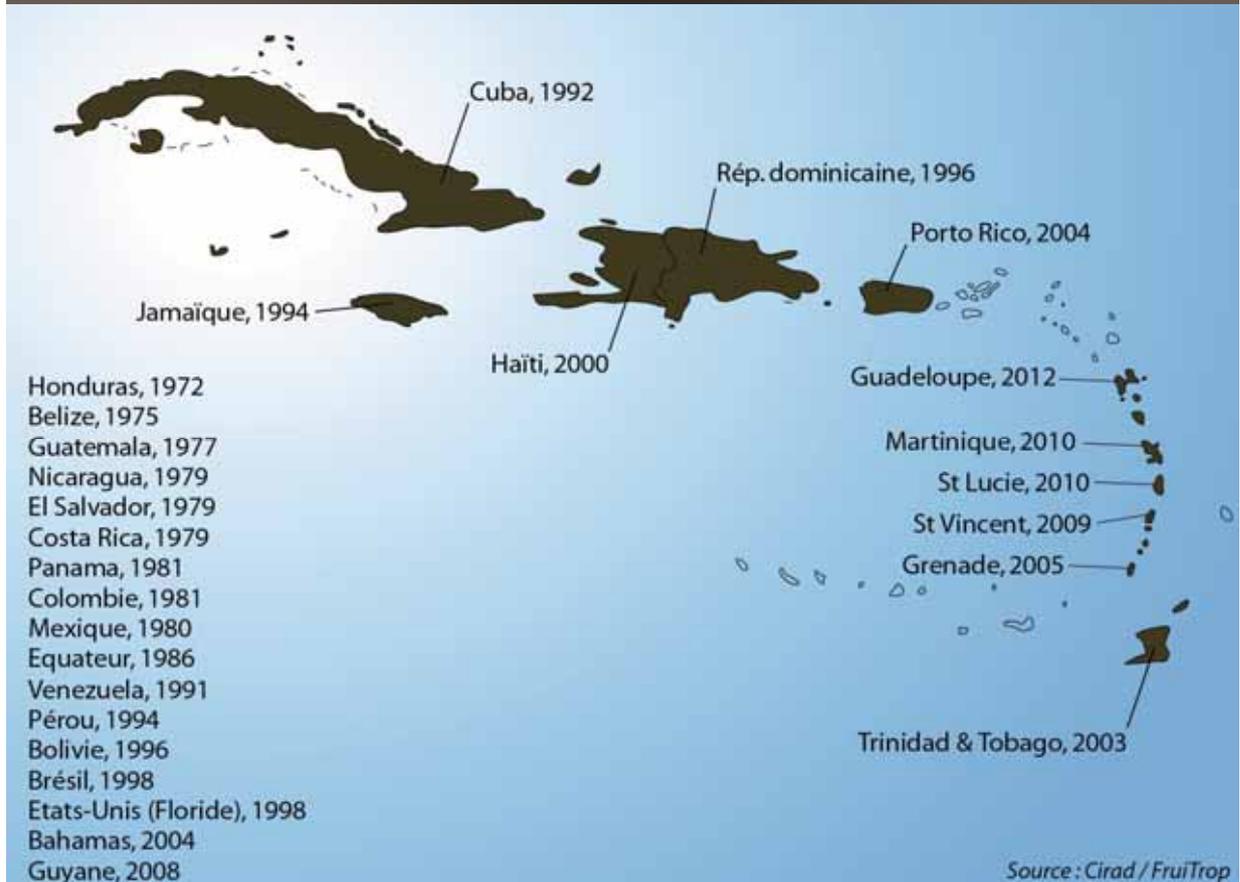
Une nouvelle espèce de champignon, *Mycosphaerella eumusa*, qui pourrait être responsable d'une nouvelle forme de cercosporiose noire encore plus agressive que la MRN, semble s'étendre en Asie et dans l'océan Indien, mais cela reste à confirmer (elle a également été mise en évidence en Afrique de l'Ouest au Nigeria).

Dans les zones continentales, la propagation des cercosporioses se fait de bananier à bananier. Les zones maritimes constituent un obstacle naturel. Bien qu'on ne puisse pas écarter les risques d'une dissémination naturelle des spores du champignon par le vent, la transmission de la maladie d'une zone à l'autre résulte la plupart du temps de transferts incontrôlés de matériel végétal. La MRN est présente dans tous les pays producteurs d'Amérique latine, en Afrique et en Asie. Les pays de l'arc caraïbe ont longtemps été protégés par leur insularité. Sa présence a été officiellement confirmée à Saint Vincent ainsi qu'en Guyane en 2009 ; elle a été officiellement mise en évidence à Sainte Lucie au début de l'année 2010, à la Martinique depuis septembre 2010 et en Guadeloupe au début de l'année 2012.

La présence de la MRN à la Dominique n'a pas encore été mise en évidence à ce jour, mais son arrivée est maintenant inéluctable et ce vraisemblablement à très court terme.

Le champignon responsable de la MRN détruit le feuillage de la plante. La maladie apparaît sous forme de petits tirets noirs allongés qui évoluent très rapidement en nécroses.

## Distribution de la cercosporiose noire dans l'arc Caraïbe



La généralisation des nécroses peut aboutir à la destruction totale des feuilles du bananier avant la récolte du régime, ce qui entraîne une diminution des rendements et une maturation avancée des fruits qui sont non commercialisables.

Ce mode d'action est exactement le même que celui induit par une autre maladie fongique qui était présente depuis une soixantaine d'années sur tous les continents : la cercosporiose jaune. Une lutte chimique raisonnée a été mise en place avec l'appui du CIRAD par les professionnels en Martinique et en Guadeloupe pour contrôler cette maladie. Des méthodes d'avertissement biologique et climatique, basées sur l'observation hebdomadaire en plantation de descripteurs biologiques de la maladie et de descripteurs climatiques, permettent de suivre la dynamique de la maladie et de déclencher les traitements à bon escient. La cercosporiose

jaune a pu être maîtrisée au cours de ces dernières années avec un petit nombre de traitements — cinq à sept en moyenne par an sur les plantations antillaises. Ces méthodes de lutte raisonnée vont pouvoir maintenant s'appliquer au contrôle de la MRN.

Il y a des différences fondamentales entre les deux cercosporioses. Contrairement à la MS, la MRN peut se développer sur les bananiers d'exportation, mais aussi sur les bananiers plantains et sur d'autres variétés cultivées, également très sensibles à cette maladie. De par sa rapidité de développement, elle est aussi plus difficile à contrôler. Suivant les pays, les moyens de lutte mis en œuvre, les stratégies utilisées et les conditions de production (climat, itinéraires techniques, etc.), son contrôle peut nécessiter de quelques traitements à plus de cinquante traitements par an.



**Cercosporiose noire**



**Cercosporiose noire**

## Des stratégies de lutte différentes

Dans les grands pays producteurs d'Amérique latine, les bananeraies d'exportation constituent de vastes ensembles agro-industriels établis dans des plaines alluviales. Compte tenu de la surface des bananeraies (plusieurs centaines, voire plusieurs milliers d'hectares), la contamination extérieure est faible. Il n'y a pas de foyers d'infestation à proximité immédiate des plantations agro-industrielles. L'homogénéité agroclimatique permet d'organiser et de rationaliser les traitements sur de grands ensembles. Le faible coût de la main d'oeuvre facilite les travaux d'assainissement indispensables via un effeuillage régulier. Dans ce contexte, l'impact des traitements en termes de nuisances n'est pas toujours pris en compte par les grandes compagnies, qui n'hésitent pas à utiliser des stratégies de lutte systématique, aboutissant à plus de cinquante applications annuelles. Ces applications sont réalisées selon une périodicité inférieure dans ce cas à une semaine, en utilisant le plus souvent des fongicides de contact (chlorothalonil, dithiocarbamates, etc.) ayant par définition une efficacité réduite : ils sont donc peu curatifs. Des fongicides systémiques sont parfois utilisés, mais le plus souvent sur la base de « cocktails » (mélanges de produits systémiques, de produits pénétrants et de contact) en émulsions huileuses.

Le CIRAD a mis au point des stratégies de lutte raisonnée qui, pour contrôler la MS et la MRN, s'appuient sur des méthodes d'avertissement reposant sur le suivi de la maladie en bananeraie et sur l'observation de descripteurs climatiques (pluies, évaporation, température, etc.). Cette stratégie a été appliquée dans différents pays pour contrôler la MS mais également la MRN. C'est notamment le cas en Guadeloupe, en Martinique, au Cameroun et en Côte d'Ivoire. Elle a pour objectifs principaux :

- d'améliorer l'efficacité de la lutte, tout en réduisant le nombre de traitements annuels ;
- de limiter les risques de sélection de souches de champignons résistantes aux fongicides systémiques utilisés ;

- de réduire les pollutions et d'être ainsi plus respectueuse de la santé humaine et de l'environnement (centres urbains, rivières, plans d'eau, réservoirs, etc.).

Cette stratégie repose également sur une utilisation raisonnée en alternance de fongicides systémiques (benzimidazoles, triazoles, strobilurines) et de fongicides pénétrants (morpholines, etc.) qui, mélangés à des huiles de raffinerie, elles-mêmes fongistatiques, à bas volume (13 à 15 litres par hectare), prolongent l'efficacité de chaque traitement et contribuent par conséquent à la réduction annuelle du nombre d'applications.

Les fongicides systémiques mis sur le marché ont un mode d'action unisite sur le pathogène ; le risque de voir apparaître des souches résistantes à ces fongicides est important s'ils sont utilisés de manière irraisonnée et abusive. Ainsi en Amérique centrale, les phénomènes de résistance aux benzimidazoles, fongicides massivement utilisés lors de leur mise sur le marché, ont été observés deux ans seulement après le début de leur utilisation pour contrôler la MRN, nécessitant alors un usage plus important de produits de contact (15 à 40 kg de matière active par hectare et par an). Le même phénomène a ensuite pu être observé dans ces zones de production avec la MRN lors de l'apparition des triazoles, puis des strobilurines.

Au Cameroun et en Côte d'Ivoire, grâce aux méthodes d'avertissement et donc à un nombre réduit de traitements, ce phénomène n'est apparu qu'après dix ans, voire quinze ans d'utilisation de ces fongicides pour contrôler la MRN.

En Guadeloupe et en Martinique, ces problèmes ont commencé à apparaître lors du contrôle de la MS après vingt, voire trente ans d'utilisation raisonnée de ces fongicides par des méthodes d'avertissement.

## De nouveaux moyens de lutte indispensables

Les stratégies de lutte actuelles ne pourront être utilisées indéfiniment. Aux Antilles françaises, la législation européenne en vigueur ne permet pas sur le plan technique la mise en



Maladie de Moko

oeuvre de stratégies de lutte raisonnée, reposant sur l'alternance de plusieurs matières actives ayant un mode d'action différent. Seuls deux fongicides appartenant à la famille des triazoles peuvent actuellement être utilisés en traitement aérien.

Un fongicide de la famille des strobilurines et un autre appartenant à la famille des morpholines ont reçu fin 2008 une autorisation de mise sur le marché (AMM), mais ils ne sont pas utilisés pour contrôler les cercosporioses (MS et MRN) car cette AMM est assortie d'une ZNT (distance de zone non traitée) de 100 mètres, incompatible avec les traitements aériens.

Des actions peuvent être envisagées pour pallier cette carence réglementaire — telles que révision de la ZNT à 50 mètres, engins permettant des traitements terrestres et aménagements techniques réduisant la dérive des brouillards fongicides, homologation de nouveaux fongicides systémiques, demandes de dérogations, etc. — mais la législation risque à terme de devenir de plus en plus restrictive.

La faisabilité de la mise en oeuvre d'une lutte raisonnée repose sur le statut des souches du champignon vis-à-vis des fongicides curatifs. Si les souches sont (cf. statut des souches invasives) ou deviennent résistantes à ces fongicides (cf. risques de mutation rapide des souches de *M. fijiensis*), cela compromet irrémédiablement la mise en oeuvre de telles stratégies.

Il faut donc rechercher d'autres méthodes pour contrôler ou réguler la MRN. La création de nouvelles variétés hybrides de bananiers présentant un comportement de résistance durable et des potentialités agronomiques et organoleptiques intéressantes est une des composantes de la lutte intégrée à privilégier pour contrôler la MRN.

Ces variétés devront être intégrées dans des systèmes de culture innovants et durables, qui feront également appel à des méthodes de lutte culturale (conduite optimale de la plante, gestion raisonnée de l'inoculum faisant appel à des méthodes d'assainissement mécanique, etc.) et qui permettront ainsi de réduire les impacts environnementaux négatifs des plantations industrielles et en particulier l'usage des pesticides.

Très rapidement, il faut penser à adopter une approche globale associant de nouveaux hybrides résistant à la maladie des raies noires et des systèmes de culture permettant de conserver durablement ces résistances.

## Les maladies bactériennes

Du fait de leur mode de dissémination et de l'absence de variétés résistantes, les maladies bactériennes préoccupent de plus en plus les producteurs.

### La maladie de Moko

causée par *Ralstonia solanacearum* (biovar 1 race 2)  
ex *Pseudomonas solanacearum*

On distingue deux faciès de symptômes selon que la bactérie est disséminée par le sol, les outils utilisés en plantation (machettes, etc.) ou bien par les insectes qui visitent les fleurs mâles ou leurs cicatrices après abscission. La colonisation bactérienne ascendante se traduit d'abord par une chlorose et le flétrissement des trois plus jeunes feuilles et le bananier meurt. Une section transversale du pseudo-tronc (ou de la souche) montre une coloration brun rougeâtre des faisceaux vasculaires. La présence d'un abondant exsudat bactérien est un argument supplémentaire pour le diagnostic de l'infection bactérienne. Si le plant contaminé porte un régime, la bactérie colonise l'ensemble des tissus vasculaires du fruit via le rachis. L'accumulation d'éthylène peut produire un jaunissement prématuré du fruit et une section transversale des fruits montre sans doute possible un important brunissement. Lorsque la bactérie est transmise par une machette par exemple, après la coupe du pseudo-tronc, les rejets contaminés (ou baïonnettes) noircissent et rabougrissent en 2 à 4 semaines. Cette maladie, décrite pour la première fois à Trinidad en 1910, reste absente des petites et grandes Antilles, excepté à Trinidad et Grenade. En revanche, elle s'est rapidement répandue du bassin amazonien brésilien et de l'est du Pérou jusque vers le nord du Guatemala et le sud du Mexique. Elle couvre une aire géographique considérable. En 1968, la Moko a été introduite aux Philippines à partir de matériel



**Xanthomonas Wilt**



**Bunchy top**

végétal. Il n'existe pas de variétés résistantes ni de moyens de lutte chimique. Seule une éradication avec quarantaine peut donner des résultats.

### Le flétrissement bactérien

Banana *Xanthomonas* Wilt (BXW), Banana Bacterial Wilt Disease (BBW), causé par *Xanthomonas campestris* pv. *musacearum*

Les symptômes s'observent surtout après le stade rejet à feuilles lancéolées, particulièrement à la floraison : décoloration et flétrissement des bractées florales, noircissement et racornissement du bourgeon mâle. Les feuilles jaunissent, flétrissent, noircissent, fanent et se cassent (y compris le faux tronc). On observe des rayures jaunes ou marron au niveau vasculaire sur l'ensemble de la plante et, sur une section à la base du faux tronc ou de la souche, une sécrétion jaune pâle bactérienne. Ceci entraîne le flétrissement des régimes avec maturation prématurée et coloration interne brun rougeâtre des fruits. La plante meurt dans le mois de l'apparition de n'importe lequel de ces symptômes (un mois après l'infection). La transmission se fait par les insectes butineurs, le matériel végétal infecté (rejets, régimes, feuilles), les outils et les hommes, mais aussi par les animaux, l'eau de ruissellement, les éclaboussures d'eau de pluie et le vent. Il n'y a pas de variétés résistantes. La lutte consiste à une mise en quarantaine de plusieurs mois, mais aussi à détruire et éliminer les plantes infectées et celles à proximité. La vacance des animaux est interdite. Ce flétrissement a été observé et décrit en Ethiopie sur Ensete vers 1968 (concerne l'alimentation de base de 12 millions de personnes), puis en Ouganda où il progresse depuis 2001 (75 km/an). L'Ouganda est le second producteur de banane avec 10.5 millions de tonnes (250 à 450 kg par habitant) – production réduite de près de 40 % en 2006. L'extension est rapide, atteignant la République démocratique du Congo en 2004, le Rwanda en 2005, le Burundi, la Tanzanie et le Kenya en 2006.

## Les maladies virales

Depuis plusieurs années, les maladies à virus ont pris une extension grandissante sur bananier (bananes dessert et bananes à cuire), due en grande partie aux facilités d'échanges et aux demandes de diversification. Il s'agit du bunchy top et des mosaïques dont les mosaïques en plage, en tirets et des bractées. Elles provoquent des pertes économiques variables, affectant tous les bananiers cultivés et aussi bien les grandes exploitations que les plantations villageoises. Ces pertes peuvent atteindre 90 %, voire 100 %, de la production pour le bunchy top (dû au Banana bunchy top babuvirus, BBTV) 40 à 60 % pour la mosaïque en tirets (due au Banana streak badnavirus, BSV) et plus de 40 % pour la mosaïque des bractées (due au Banana bract mosaic potyvirus, BBrMV). La dissémination des virus se fait soit par vecteur à partir des foyers d'infection, soit par l'utilisation de matériel déjà contaminé — rejets ou plantes issues de cultures in vitro — soit, comme dans le cas particulier du BSV, à partir de bananiers dits « silencieux » possédant des séquences virales intégrées au génome de l'espèce *Musa balbisiana*, capables de restituer des particules virales notamment à la suite de stress (abiotiques/conditions climatiques, multiplication in vitro ou in vivo intensive du matériel végétal, etc.).

### Le bunchy top (BBTV)

Les plants présentent un aspect nanisant fortement marqué, avec une concentration des feuilles en haut du plant en forme de rosette. Les feuilles étroites, érigées et cassantes, présentent de fortes chloroses marginales. Le symptôme caractéristique reste l'apparition de traits discontinus vert foncé le long du pseudo-tronc, de la nervure principale et des nervures secondaires. Lorsque le pied-mère est atteint, tous les rejets sont infectés. Le vecteur le plus efficace est le puceron noir du bananier, *Pentalonia nigronervosa*.

## Les mosaïques

### La mosaïque en plage due au Cucumber mosaic cucumovirus (CMV)

Les plants atteints présentent des plages de décoloration chlorotique sur le limbe ainsi qu'une mosaïque de la nervure principale et du pseudo-tronc. Des infections secondaires de type bactérien peuvent apparaître sous la forme de pourritures, de l'intérieur des gaines constituant le pseudo-tronc. Une large gamme de pucerons est capable de transmettre ce virus. Cette maladie peut également être transmise mécaniquement par les outils de taille.

brun-rouge sur le limbe et la nervure des feuilles. Une mosaïque jaune ou des stries de décoloration blanchâtres se développent sur le pseudo-tronc selon les variétés atteintes. Le symptôme final est la mosaïque des bractées. Cette maladie est transmise à tous les rejets par des pucerons (*Ropalosiphum madiis*, *Myzus persicae*).

### Prévention et lutte

Le seul moyen actuel de lutte contre ces maladies à virus des bananiers passe par la lutte contre le vecteur et l'utilisation de matériel indemne. En effet, il n'existe pas de bananiers résistant naturellement à ces maladies, ni de moyens curatifs immédiats autres que l'éradication après une attaque virale. La conduite à tenir est principalement basée sur l'utilisation de matériel végétal indemne — rejets ou plants issus de culture in vitro ou in vivo indexés vis-à-vis des viroses — et faible enherbement des plantations, lieux privilégiés de multiplication des populations de pucerons.



Mosaïque en tirets

© Thierry Lescot

### La mosaïque en tirets (BSV)

Le limbe des feuilles présente des traits discontinus jaunes, évoluant rapidement en nécroses. La nervure principale reste indemne. Pour les formes sévères de la maladie, le cigare est nécrosé et le bananier meurt. Lorsque le pied-mère est atteint, tous les rejets sont infectés. Cette maladie est transmise par différentes espèces de cochenille — *Planococcus citri*, *Saccharicoccus sacchari* et *Dysmicoccus brevipes*. Ces dernières années, des infections dues au BSV et non liées à une contamination extérieure ont été décrites dans diverses zones à travers le monde. Elles correspondent à deux causes différentes : 1/ des plants provenant de variétés hybrides interspécifiques saines de bananiers multipliés intensivement par culture in vitro et 2/ des descendances d'hybrides de bananiers issues de croisements interspécifiques entre géniteurs sains *Musa acuminata* (génomme noté A) et *Musa balbisiana* (génomme noté B). Différents stress abiotiques sont à l'origine de l'apparition de la maladie dans ces hybrides, cette dernière étant corrélée à la présence dans le génome du parent *M. balbisiana* de séquences virales endogènes du BSV (e-BSV) qui contiennent toutes les informations nécessaires à la synthèse de virus infectieux.

## Les charançons

Originaire d'Asie du Sud-Est, le charançon noir du bananier s'est diffusé dans toutes les régions tropicales et subtropicales productrices de banane et de plantain. Le charançon noir (*Cosmopolites sordidus*) est un insecte qui mesure entre 9 et 16 mm de long et 4 mm de large. Il se déplace librement sur le sol à la base des pieds de bananier ou dans les débris végétaux. Il a une activité nocturne et est très sensible au dessèchement. Sa diffusion se fait principalement par l'intermédiaire de matériel végétal infesté. L'adulte ne fait pas de dégâts. Les femelles pondent des œufs dans le bulbe, où les jeunes larves se nourriront en creusant des galeries. Ces galeries sont à l'origine de la perturbation de l'alimentation hydrique et minérale des plants, de l'allongement du cycle de production, d'une baisse importante des rendements et d'un affaiblissement de l'ancrage du bananier (sensibilité accrue aux coups de vent). Les fortes attaques peuvent



Charançon sur bulbe

© Christian Chabrier

### La mosaïque des bractées (BBrMV)

Les premiers stades de l'infection apparaissent sous la forme de tirets vert-jaune évoluant en nécroses

entraîner la mort du plant. Outre les traitements chimiques classiques, le recours à du matériel de plantation sain (vitroplant), utilisé sur un sol assaini (jachère), limite le développement des charançons. De nouvelles techniques de piégeage des charançons par utilisation de phéromones (sordidine) sont disponibles. Des résultats intéressants ont pu être obtenus également en associant des nématodes entomophages à l'utilisation de pièges à sordidine.

Il n'en demeure pas moins que le charançon reste une des contraintes parasitaires majeures des cultures de bananiers, qu'elles soient industrielles ou villageoises (cf. grande sensibilité des plantains au charançon). Il paraît assez peu probable que des variétés améliorées puissent rapidement être mises au point. Des techniques de lutte à l'échelle de l'exploitation, basées sur l'utilisation de pièges et le maintien de faibles niveaux d'infestation, sont en cours d'étude et pourraient à terme constituer une alternative à la lutte chimique.

## Les nématodes

Il existe de nombreuses espèces de nématodes parasitant les racines et les bulbes de bananier. Les nématodes à galles (*Meloidogyne* spp.) et les nématodes spiralisés (*Helicotylenchus* spp.) sont répandus dans le monde entier, sur tous les types de culture. Toutefois, ceux qui provoquent le plus de dommages sont les nématodes migrateurs *Pratylenchus* spp. et *Radopholus similis*. Cette dernière espèce est universellement répartie dans les zones les plus chaudes de culture de bananiers, tout particulièrement sur les plantations intensives où elle a été disséminée par les transferts de matériel végétal lors de l'extension de cette culture au cours des deux derniers siècles. *Pratylenchus coffeae* est également réparti dans les zones les plus chaudes, mais il est généralement indigène et se trouve majoritairement sur les cultures de plantain. *Pratylenchus goodeyi* qui préfère les zones plus fraîches, étant originaire des hauts plateaux africains, s'est répandu dans certaines zones subtropicales, comme les Canaries.

## Des ennemis souterrains

Les *Pratylenchus* et *R. similis* sont des endoparasites migrateurs, dont le cycle biologique complet se déroule en 20-25 jours dans les tissus des racines et des souches.

Les formes juvéniles et les femelles restent toujours mobiles et peuvent quitter les racines dès que les conditions ne sont plus favorables. Ces formes migratrices peuvent alors coloniser de nouvelles racines. Au fur et à mesure de leur progression inter et intracellulaire, ces nématodes se nourrissent aux dépens du cytoplasme des cellules du parenchyme cortical, détruisant les parois cellulaires et provoquant la formation de tunnels évoluant en nécroses qui peuvent s'étendre à l'ensemble du cortex. Les nécroses des racines et souches peuvent être aggravées par d'autres pathogènes (champignons et bactéries). En particulier, les champignons du genre *Cylindrocladium* sont pathogènes et susceptibles de causer des lésions semblables à celles provoquées par les nématodes. L'association de ces deux parasites peut causer dans certaines conditions des dommages très importants. La destruction des tissus souterrains entraîne une réduction de la nutrition hydrique et minérale qui se traduit par un ralentissement de la croissance et du développement des plants. Cela peut entraîner de sévères réductions du poids des régimes et accroître le laps de temps entre deux récoltes. De plus, la destruction des racines diminue l'ancrage des plants dans le sol, augmentant les risques de chute de plants, particulièrement lors des périodes cycloniques, avec un fort impact économique.

## Prévention et lutte

En plantation intensive, les applications de composés chimiques (organophosphorés et carbamates essentiellement) sont encore utilisées. Elles font cependant peser des risques sanitaires importants sur l'environnement. Pour cette raison et malgré leur bonne efficacité et leur grande facilité d'utilisation, leur usage va être de plus en plus restreint en faveur de mesures de lutte alternatives. Parmi celles-ci, les pratiques culturales améliorant la fertilité des sols (travail du sol, irrigation, amendements organiques, etc.) permettent indirectement d'améliorer la tolérance des plants à la pression parasitaire. Des méthodes plus directes, telles que le recours aux jachères et l'implantation de bananiers issus de micropropagation in vitro, sont maintenant couramment utilisées et permettent de réduire fortement les populations de nématodes (cf. Phytoma n° 584, juillet-août 2005).

Ces méthodes sont largement utilisées par les producteurs de Martinique et Guadeloupe où elles ont contribué à une réduction



© Christian Chabrier

Nématode



**Anthraxose de quiescence**



**Chancre**



**Pourritures de couronne**

tion de plus de 50 % de l'utilisation des pesticides au cours des dix dernières années.

Dans un futur plus ou moins proche, des interventions faisant appel aux antagonistes biologiques, aux symbiotes racinaires (mycorhizes) et surtout à la résistance génétique (par hybridation ou sélection clonale) pourront permettre la mise en place de stratégies de protection intégrée de plus en plus efficaces. Toutefois, il faut être conscient que la grande complexité des peuplements de nématodes rend délicate la mise au point de ces techniques plus ciblées. Pour être efficaces, elles devront être capables de prendre en compte la diversité des situations culturales et écologiques.

## Les maladies post-récolte

Les maladies de conservation (anthracnose de blessure, anthracnose de quiescence, pourritures de couronne) sont des facteurs qui limitent fortement la commercialisation des bananes exportées. Le *Colletotrichum musae* est à l'origine des deux formes d'anthracnose, tandis qu'un complexe parasitaire plus important est impliqué dans les pourritures de couronne : *C. musae*, mais aussi d'autres espèces parmi lesquelles des *Fusarium*, des *Verticillium*, des *Botryodiplodia*, etc.

Pour l'anthracnose on distingue deux formes :

### **l'anthracnose de quiescence :**

taches brunes se développant à la maturation des fruits en sortie de mûrisserie et ultérieurement dans le circuit de commercialisation. Cette maladie se traduit rarement par de lourdes sanctions commerciales.

### **l'anthracnose de blessure ou chancre :**

larges nécroses brunes se développant sur les doigts meurtris à la récolte ou au cours de l'emballage. Ces symptômes sont observables dès le dépotage des fruits après le transport maritime et se traduisent par de fortes sanctions commerciales.

### **Les pourritures de couronne**

sont des moisissures qui se développent à partir des surfaces des découpes effectuées lors de la confection des bouquets en station d'emballage. Ces dégâts sont également observables après le transport maritime et se traduisent par de fortes sanctions commerciales.

### **Les champignons**

provoquant les maladies post-récolte sont largement présents dans les bananeraies et donc sur les régimes si ceux-ci ne sont pas protégés. Autrement dit, toute maîtrise des infections commence dès la sortie de l'inflorescence au sommet du bouquet foliaire. Pour l'anthracnose, la contamination par le *Colletotrichum musae* se fait principalement au champ. A la récolte, il n'est pas possible de voir à l'oeil nu si les fruits sont infectés, mais un test de dépistage peut être réalisé plus de trois semaines avant la coupe. Les fruits sont infectés principalement au cours du premier mois de floraison. Les spores disséminées par l'eau se développent sur les organes en début de décomposition (vieilles feuilles, bractées et surtout pièces florales). La maîtrise du chancre doit donc commencer au champ (épistillage, engainage des régimes, etc.), puis se poursuivre au hangar.

Pour les pourritures de couronne, la contamination des bouquets peut se produire à différents niveaux de la filière, ce qui complique énormément la mise en oeuvre des méthodes de lutte, mais la contamination des bouquets par les eaux de lavage est probablement prédominante.

La lutte chimique contre ces maladies n'apporte pas toujours de réponse satisfaisante. En effet, elle est parfois inefficace en fonction des zones de production et des périodes de l'année, et par ailleurs des résistances aux fongicides se sont développées chez les différentes espèces fongiques impliquées. Enfin, il y a un intérêt croissant à développer des méthodes de lutte alternatives à la lutte chimique. En effet, ces traitements post-récolte posent deux problèmes cruciaux : les risques de résidus présents dans les fruits et la nécessité de retraitement des bouillies fongicides qui sont rejetées autour des stations de conditionnement après l'emballage.

## Défauts de qualité de la banane au champ

Photos © Luc de Lapeyre, Marc Chillet, Marie-José Rives, Fruidor

### Parasites et ravageurs



Thrips de la fleur



Rouille rouge (thrips)



Grattage d'escargots



Dégâts de *Diaprepes*



Rouille argentée (thrips)

## Défauts de qualité de la banane au champ

Défauts physiologiques  
et autres altérations



Fruit double  
et fruits déformés



Grattage de pointe



Grattage de feuille



Grattage de ficelle  
de haubanage

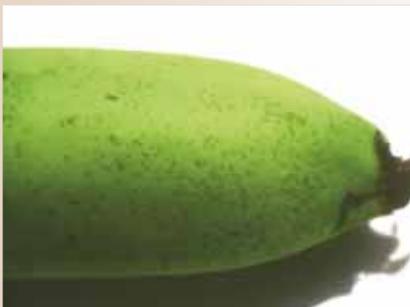


Brûlures de soleil



Brûlures chimiques

Maladies



Speckling



Red speckling en mûrisserie



*Deightoniella*



Fumagine sur pédoncule



Bout de cigare

## Défauts de qualité de la banane lors du conditionnement

Photos © Luc de Lapeyre, Marc Chillet, Marie-José Rives, Fluidor

Problèmes de sélection  
et défauts divers



Fruit trop maigre



Fruit trop court



Epistillage incomplet



Taches de latex

### Chocs



Pliure du pédoncule



Meurtrissure causée par des chocs au cours de l'emballage

Problèmes de découpe



Couronne rase



Couronne en pointe



Couronne arrachée



Coup de couteau

## Défauts de qualité de la banane après transport

Photos © Luc de Lapeyre, Marc Chillet, Marie-José Rives, Fruidor

Problèmes de  
mûrissage



Mûrs d'arrivage



Hétérogénéité après mûrissage

Problèmes de  
conservation



Frisure



Bouilli vert

Maladies de conservation



Anthraxnose de quiescence



Anthraxnose de blessure  
ou chancre



Pourriture de couronne



Pourriture de couronne



## La diversité génétique des bananiers

**D**epuis des millénaires, les migrations de populations et les échanges de matériel végétal ont placé le bananier dans des contextes écologiques très différents sur tous les continents. Les agriculteurs ont su valoriser les mutations naturelles résultant de la multiplication végétative. C'est cette combinaison de la reproduction naturelle et des sélections faites par l'homme depuis la nuit des temps qui est à l'origine de la diversité génétique actuelle.

Originaire d'Asie du Sud-Est, les bananiers étaient au départ sauvages et séminifères. En se croisant naturellement entre eux, ils ont créé une importante base de diversité génétique qui existe encore de nos jours. C'est à partir de ces croisements que sont apparues des variétés sans graines. Ces bananes qui possèdent des qualités alimentaires ont rapidement intéressé l'homme, qui les a intégrées dans son agriculture en utilisant leur potentiel de multiplication végétative.

D'un point de vue botanique, le genre *Musa* se divise donc en espèces séminifères à fruits non comestibles et en variétés à fruits charnus sans graines (parthénocarpiques). Dans la section *Eumusa*, *Musa acuminata* (symbole de génome : A) et *Musa balbisiana* (symbole de

génome : B) sont des espèces sauvages à l'origine des variétés cultivées. Ces dernières sont classées selon leur niveau de ploïdie et leur constitution génétique. On dénombre et classe environ 1 200 variétés ou cultivars dans le monde.

Les espèces sauvages non comestibles, aux fruits à graines, peuvent servir à d'autres fins que l'alimentation humaine (fibre, alimentation du bétail, etc.). Elles sont toutes diploïdes (AA et BB). On en compte actuellement environ 180, toutes originaires d'Asie du Sud-Est, mais leur recensement n'est pas encore définitif surtout pour les diploïdes BB. Ces variétés fertiles sont importantes car elles présentent différents niveaux de résistance aux maladies et ravageurs. Elles sont donc la base des différents programmes d'amélioration génétique et de création variétale conventionnelle actuels et futurs.

Les cultivars issus de la sélection faite par l'homme sont nombreux. Ils sont classés en groupes en fonction de leur constitution génétique, puis en sous-groupes en rassemblant les différents cultivars dérivant les uns des autres par mutation naturelle à partir d'un ancêtre génétiquement commun. On distingue :

- des groupes de diploïdes : AA, comme la figue sucrée ou frayssinette, et AB. Il existe environ 290 cultivars, majoritairement produits dans leur région d'origine, l'Asie du Sud-Est ;

- trois groupes de triploïdes (650 cultivars) : AAA, AAB et ABB. C'est au niveau des sous-groupes de chacun de ces groupes que l'on distingue des variétés dessert aux fruits plus riches en sucre à maturité, des variétés à cuire aux fruits non sucrés et plus fermes même à maturité, voire des variétés à bière par fermentation de la pulpe (Afrique de l'Est).

Même si les plantes à l'intérieur d'un même sous-groupe ne montrent qu'une faible diversité génétique, elles présentent une très grande diversité de phénotypes, liée essentiellement aux mutations et à la sélection millénaire exercée par l'homme. C'est le cas des sous-groupes Cavendish (plus de 20 cultivars), des bananiers d'altitude de l'Afrique de l'Est (plus de 50) et des plantains d'Afrique centrale et de l'Ouest (plus de 150).

Si le système de culture intensive (environ 25 % de la production mondiale) privilégie la production mono-variétale, il est important de rappeler que la majorité de la production est basée sur une agriculture moins intensive, familiale, privilégiant le mélange variétal, contribuant ainsi au maintien de la sélection et garantissant la diversité des bananiers ■

Thierry Lescot, Cirad  
thierry.lescot@cirad.fr

Banane — Estimation de la production mondiale en 2013					
En tonnes	Bananes à cuire		Bananes dessert		Total
	Plantain groupe AAB	Banane d'altitude + groupe ABB + autres	Cavendish	Gros Michel + autres	
Amérique du Nord	0	1 000	8 000	100	9 100
Amérique du Sud	5 664 779	416 491	12 479 463	3 927 750	22 488 483
Amérique centrale	783 830	63 835	7 551 531	81 500	8 480 696
Caraïbes	1 061 898	669 130	1 125 518	199 930	3 056 476
Afrique de l'Ouest et centrale	8 981 861	758 796	2 349 174	485 342	12 575 173
Afrique de l'Est	944 716	14 984 031	2 726 439	874 516	19 529 702
Afrique du Nord et Moyen-Orient	31	9 267	2 096 987	71 871	2 178 156
Asie	2 130 784	10 726 670	32 035 734	12 942 422	57 835 610
Océanie	1 276	530 003	673 961	259 506	1 464 746
Europe	2	20	422 641	30	422 693
<b>Total monde</b>	<b>19 569 177</b>	<b>28 159 243</b>	<b>61 469 448</b>	<b>18 842 967</b>	<b>128 040 835</b>

Source : Thierry Lescot - Cirad d'après bibliographie, enquêtes, sources professionnelles, FAO, etc.

Estimations en tonnes Production et commerce données 2012 + import export UE et USA 2013 (en italique données 2011)	Production				Total	Exportations		Importations	
	Type à cuire		Type dessert			Cavendish	Plantain	Banane dessert	Plantain
	Plantains AAB	Bananes d'altitude + ABB + autres AAB + AAA + AA	Sous-groupe Cavendish AAA	Gros Michel & autres AA, AAA, AAB, ABB					

Amérique du Nord									
Canada					0	48	17	557 593	3 000
Etats-Unis		1 000	8 000	100	9 100	516 119		4 547 932	269 930
Groenland					0			250	
Saint Pierre & Miquelon								65	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>1 000</b>	<b>8 000</b>	<b>100</b>	<b>9 100</b>	<b>516 167</b>	<b>17</b>	<b>5 105 840</b>	<b>272 930</b>
	0.0 %	11.0 %	87.9 %	1.1 %	100.0 %	10.1 %	0.0 %		

Amérique centrale									
Belize	12 000	200	101 000	1 000	114 200	96 733	100	20	
Costa Rica	80 000	2 000	2 200 000	10 000	2 292 000	2 103 000	5 427	12 676	3 696
Guatemala	195 000	21 000	2 200 000	10 000	2 426 000	1 913 000	102 296	12 055	100
Honduras	86 000	11 000	700 000	20 000	817 000	489 039	1 892	24 948	12 247
Mexique	230 330	10 000	1 933 531	30 000	2 203 861	1 79 838	299	115	19
Nicaragua	66 000	12 000	42 000	3 000	123 000	8 250	39 690	7 440	199
Panama	78 500	6 800	335 000	6 000	426 300	263 514	3 396	3	17
Salvador	36 000	835	40 000	1 500	78 335	2		120 787	62 242
<b>Total</b>	<b>783 830</b>	<b>63 835</b>	<b>7 551 531</b>	<b>81 500</b>	<b>8 480 696</b>	<b>5 053 376</b>	<b>153 100</b>	<b>178 044</b>	<b>78 520</b>
	9.2 %	0.8 %	89.0 %	1.0 %	100.0 %	66.9 %	19.5 %		

Amérique du Sud									
Argentine			174 950	50	175 000	277		376 569	159
Bolivie	120 000	11 000	134 000	60 000	325 000	108 095	50		
Brésil	453 350	30 000	3 946 611	2 900 000	7 329 961	92 973	25	7	
Chili					0	200		189 282	3 578
Colombie	2 657 910	180 000	1 982 702	489 000	5 309 612	1 695 000	86 974	21 095	40 621
Équateur	559 319	47 291	5 420 000	155 000	6 181 610	5 020 000	162 051	19	
Guyana	5 000	800	6 600	1 000	13 400	50	301		22
Guyane française	1 200	800	1 700	1 300	5 000			2 200	
Iles Falkland								20	
Paraguay		300	65 000	4 300	69 600	32 574		915	
Pérou	1 355 000	125 000	320 000	200 000	2 000 000	108 785	108 167	41	
Surinam	13 000	1 300	90 000	5 000	109 300	82 000	10		
Uruguay					0	1		45 743	
Venezuela	500 000	20 000	337 900	112 100	970 000	8	757		21 000
<b>Total</b>	<b>5 664 779</b>	<b>416 491</b>	<b>12 479 463</b>	<b>3 927 750</b>	<b>22 488 483</b>	<b>7 139 963</b>	<b>358 335</b>	<b>635 891</b>	<b>65 380</b>
	25.2 %	1.9 %	55.5 %	17.5 %	100.0 %	57.2 %	6.3 %		

Caraïbe									
Anguilla			1					70	12
Antigua & Barbuda	2	4	239	5	250			88	53
Antilles néerlandaises			10		10	10		2 419	558
Aruba					0			2 959	580
Bahamas	178	20	4 240	35	4 473	17		1 360	1 000
Barbade	47	40	848	15	950	1		2 376	1 198
Bermudes	400	30	320	5	755	1		886	
Cuba	230 000	459 504	25 496	170 000	885 000	30		275	
Dominique	3 600	600	3 400	300	7 900	1 900	573		
Grenade	300	150	1 000	36	1 486	59	1	22	
Guadeloupe	8 000	550	77 900	1 000	87 450	71 511			200
Haïti	267 000	60 000	120 000	18 000	465 000	2	300	7 515	3 803
Îles Caïman	23	1	214	9	247			408	
Îles Turks et Caïques								487	136
Îles Vierges (USA)	250	50	1 300	100	1 700				1
Îles Vierges (UK)	80	10	350	20	460	73		40	27
Jamaïque	36 203	1 000	31 000	4 000	72 203	1	1	19	3
Martinique	14 000	400	170 000	800	185 200	159 015			3
Montserrat	75	10	100	5	190			10	10
Porto Rico	92 000	2 000	70 000	500	164 500			1 738	800
République dominicaine	400 000	143 461	600 000	4 200	1 147 661	329 000	3 804		
Saint Kitts et Nevis					0			500	500
St Vincent & Grenadines	2 790	500	2 000	300	5 590	215	1 150	20	1
Sainte Lucie	1 700	300	13 500	500	16 000	13 000	200	10 000	1
Trinidad & Tobago	5 250	500	3 600	100	9 450	45		12 032	2 506
<b>Total</b>	<b>1 061 898</b>	<b>669 130</b>	<b>1 125 518</b>	<b>199 930</b>	<b>3 056 476</b>	<b>574 880</b>	<b>6 029</b>	<b>43 154</b>	<b>11 391</b>
	34.7 %	21.9 %	36.8 %	6.5 %	100.0 %	51.1 %	0.6 %		



Estimations en tonnes Production et commerce données 2012 + import export UE et USA 2013 (en italique données 2011)	Production				Total	Exportations		Importations	
	Type à cuire		Type dessert			Cavendish	Plantain	Banane dessert	Plantain
	Plantains AAB	Bananes d'altitude + ABB + autres AAB + AAA + AA	Sous-groupe Cavendish AAA	Gros Michel & autres AA, AAA, AAB, ABB					

Afrique de l'Est									
Afrique du Sud	20	1 500	381 560	3 600	386 680	433		96 341	
Botswana					0	5		6 447	
Burundi	115 000	844 000	130 000	95 075	1 184 075	23			10
Comores	3 000	13 000	35 000	15 000	66 000			10	
Djibouti			1		1			3 590	
Érythrée			10	1	11	20		15 000	
Éthiopie	100	1 000	298 902	2 500	302 502	4 075		1	
Île de la Réunion	10	500	7 500	4 790	12 800				
Kenya	30 000	872 412	412 000	80 000	1 394 412	23		557	10
Lesotho					0			2 900	
Madagascar	15 000	12 000	314 000	15 000	356 000	35			
Malawi	75 000	20 000	50 000	10 000	155 000				
Maurice	10	700	8 686	800	10 196			1	
Mayotte	640	6 400	6 000	1 000	14 040				
Mozambique	50 000	5 300	411 700	3 000	470 000	49 309			
Ouganda	180 000	8 520 000	50 000	450 000	9 200 000	761	1 505	1 944	1 000
Rwanda	320 000	2 679 465	180 000	40 000	3 219 465	20	1	1 916	10
Seychelles	80	300	1 520	100	2 000			1	
Somalie	5 000	1 000	32 000	1 000	39 000	18	1		
Soudan		1 000	83 000	2 000	86 000	4 828			
Swaziland	5	4	5 990	1	6 000	7 500		5 000	
Tanzanie	150 700	2 004 900	219 140	150 000	2 524 740	426	1	1	
Zambie	1	50	680	49	780	16		895	
Zimbabwe	150	500	98 750	600	100 000	1 922		17	
<b>Total</b>	<b>944 716</b>	<b>14 984 031</b>	<b>2 726 439</b>	<b>874 516</b>	<b>19 529 702</b>	<b>69 414</b>	<b>1 508</b>	<b>134 621</b>	<b>1 030</b>
	4.8 %	76.7 %	14.0 %	4.5 %	100.0 %	2.5 %	0.2 %		

Afrique de l'Ouest et centrale									
Angola	120 000	10 000	287 000	15 700	432 700			20	100
Bénin	45 000	500	18 500	3 000	67 000		200	291	2 100
Burkina Faso	100	10	15 000	10	15 120	270		3 000	1 636
Cameroun	1 600 000	200 000	500 000	220 000	2 520 000	254 000	40 000	36	
Cap Vert	10	30	7 330	30	7 400			3	
Congo	84 000	3 000	28 000	3 000	118 000			11	2 000
Congo (Rép. dém.)	400 000	110 000	222 000	100 000	832 000	208	3 000	5	
Côte d'Ivoire	1 577 043	205 454	450 000	6 000	2 238 497	310 000	35 000		
Gabon	80 000	10 000	15 000	2 000	107 000			2	11 000
Gambie	8	1	180	1	190			2 800	
Ghana	1 980 000	50 000	120 000	10 000	2 160 000	46 000	444	21	200
Guinée	450 000	20 000	190 000	20 000	680 000	19	20		
Guinée Bissau	36 000	4 000	7 500	400	47 900	1			
Guinée équatoriale	40 000	3 000	8 500	1 000	52 500	57			9 000
Liberia	47 000	5 000	30 000	10 000	92 000			3 929	14
Mali	6 500	500	110 000	500	117 500			16 934	5 500
Mauritanie		1	70	1	72	2		3 067	
Namibie					0	8		4 279	
Niger			350		350			4 811	2 500
Nigeria	2 358 000	127 000	230 000	85 000	2 800 000		1	336	1 000
Rép. centrafricaine	85 000	6 000	41 634	5 900	138 534				2 000
Sainte Hélène								50	
Sao Tomé & Príncipe	3 000	1 000	1 500	1 000	6 500				10
Sénégal	200	100	34 600	100	35 000	22		15 569	22
Sierra Leone	42 000	2 000	9 000	1 000	54 000			10	
Tchad			10		10			15 000	1 500
Togo	28 000	1 200	23 000	700	52 900	15		2	100
<b>Total</b>	<b>8 981 861</b>	<b>758 796</b>	<b>2 349 174</b>	<b>485 342</b>	<b>12 575 173</b>	<b>610 542</b>	<b>78 665</b>	<b>70 176</b>	<b>38 682</b>
	71.4 %	6.0 %	18.7 %	3.9 %	100.0 %	26.0 %	0.9 %		

Afrique du Nord - Moyen-Orient									
Algérie		1	324	10	335			274 050	
Arabie saoudite			1		1	8 548		334 831	
Bahreïn			950	50	1 000	613		15 651	
Cisjordanie Gaza		5	4 000	5	4 010			13 509	
Égypte	1	3 000	1 061 486	65 290	1 129 777	9 926		28 391	
Émirats Arabes Unis			200		200	7 322		126 167	
Irak			10		10			516	
Iran		3 000	124 000	3 000	130 000	6 040		615 879	
Israël		1 000	127 412	1 110	129 522	15		11	
Jordanie		400	37 912	540	38 852	441		49 788	
Koweït					0	42		100 000	
Liban	10	600	123 800	590	125 000	42 858		185	
Libye		1	2	1	4			4 999	
<b>Total</b>			<b>8 007</b>	<b>1 480 097</b>	<b>70 596</b>	<b>1 558 711</b>	<b>75 805</b>	<b>0 1 563 977</b>	

Estimations en tonnes Production et commerce données 2012 + import export UE et USA 2013 (en italique données 2011)	Production				Total	Exportations		Importations	
	Type à cuire		Type dessert			Cavendish	Plantain	Banane dessert	Plantain
	Plantains AAB	Bananes d'altitude + ABB + autres AAB + AAA + AA	Sous-groupe Cavendish AAA	Gros Michel & autres AA, AAA, AAB, ABB					

**Afr. du Nord - Moyen-Orient (suite et fin)**

Maroc		500	221 267	500	<b>222 267</b>	47		28 139	
Oman		500	62 200	300	<b>63 000</b>	3 762		13 740	
Qatar					<b>0</b>	460		26 592	
Sahara occidental					<b>0</b>			2 500	
Syrie			239	10	<b>249</b>			240 000	
Tunisie		10	55	50	<b>115</b>	4 635		41 338	
Turquie		50	206 181	115	<b>206 346</b>	1 500		235 188	
Yémen	20	200	126 948	300	<b>127 468</b>	91 032		22	
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>9 267</b>	<b>2 096 987</b>	<b>71 871</b>	<b>2 178 156</b>	<b>177 241</b>	<b>0</b>	<b>2 151 496</b>	<b>0</b>
	0.0 %	0.4 %	96.3 %	3.3 %	100.0 %	8.5 %	0.0 %		

**Asie**

Afghanistan					<b>0</b>			27 692	
Azerbaïdjan					<b>0</b>			15 757	18
Bangladesh	13 000	120 000	396 407	216 520	<b>745 927</b>	260	20	150	
Bhoutan	74	500	1 526	400	<b>2 500</b>			432	
Brunéi		40	740	70	<b>850</b>			253	
Cambodge	10 000	45 000	80 000	25 000	<b>160 000</b>				
Chine	100	568 000	9 381 900	600 000	<b>10 550 000</b>	10 241		707 431	
Corée (République de)					<b>0</b>	593		313 604	
Corée (Rép. pop. dém.)					<b>0</b>			20	
Hong Kong					<b>0</b>	25 734		88 296	
Inde	1 910 000	2 557 900	11 901 590	8 500 000	<b>24 869 490</b>	40 921	1	1	
Indonésie	70 000	2 356 352	2 541 348	1 221 352	<b>6 189 052</b>	1 735	1	1 922	
Japon			200		<b>200</b>	9		1 086 189	6 380
Kazakhstan					<b>0</b>	96		43 110	15
Kirghizistan					<b>0</b>	115		10 859	
Laos	1 000	153 000	146 100	65 000	<b>365 100</b>			4 429	
Macao					<b>0</b>			2 538	
Malaisie	20 000	60 000	165 974	90 000	<b>335 974</b>	22 864		8 495	
Maldives	90	3 060	3 500	850	<b>7 500</b>			991	29
Mongolie					<b>0</b>			2 933	
Myanmar	20 000	560 000	190 000	230 000	<b>1 000 000</b>				
Népal	10	20 000	135 834	12 640	<b>168 484</b>	3		17 000	
Ouzbékistan					<b>0</b>			700	
Pakistan	500	9 000	120 500	5 000	<b>135 000</b>	58 786		2	
Philippines	1 000	2 854 658	5 000 000	1 370 340	<b>9 225 998</b>	2 648 000		1	
Singapour					<b>0</b>	166		44 592	
Sri Lanka	63 000	293 420	162 000	55 000	<b>573 420</b>	230	10 186	3	55
Tadjikistan					<b>0</b>			120	
Taïwan		100	294 965	200	<b>295 265</b>	10 284		16	
Thaïlande	20 000	530 000	800 000	300 000	<b>1 650 000</b>	74 560	100	14 667	
Timor oriental	10	40	750	50	<b>850</b>			20	
Turkménistan					<b>0</b>			100	
Vietnam	2 000	595 600	712 400	250 000	<b>1 560 000</b>	39 545	11		
<b>Total</b>	<b>2 130 784</b>	<b>10 726 670</b>	<b>32 035 734</b>	<b>12 942 422</b>	<b>57 835 610</b>	<b>2 934 142</b>	<b>10 319</b>	<b>2 392 324</b>	<b>6 497</b>
	3.7 %	18.5 %	55.4 %	22.4 %	100.0 %	9.2 %	0.5 %		

**Océanie**

Australie	50	600	261 885	23 000	<b>285 535</b>	1		122	
Fidji	100	1 550	3 150	100	<b>4 900</b>	15		2	
Guam		100	350		<b>450</b>			1 000	
Îles Cook		20	95		<b>115</b>	22			
Îles Marshall					<b>0</b>			50	
Îles Salomon		90	255		<b>345</b>				
Kiribati		3 500	3 100	400	<b>7 000</b>				
Micronésie	280	300	1 413	13	<b>2 006</b>				
Niué		10	68	2	<b>80</b>	50			
Nouvelle-Calédonie	45	400	750	100	<b>1 295</b>			2	
Nouvelle-Zélande					<b>0</b>	18		87 780	130
Palaos					<b>0</b>			50	
Papouasie-Nle Guinée	500	500 000	385 000	232 500	<b>1 118 000</b>	1 000			
Polynésie française		900	1 900	600	<b>3 400</b>			1	
Samoa	100	13 634	5 766	500	<b>20 000</b>	1			
Samoa américaines		250	540	70	<b>860</b>			1	
Tokelau		5	9	1	<b>15</b>				
Tonga	100	2 550	825	100	<b>3 575</b>				
Tuvalu	1	94	155	20	<b>270</b>				
Vanuatu	100	5 000	8 400	2 000	<b>15 500</b>	4			
Wallis & Futuna		1 000	300	100	<b>1 400</b>				
<b>Total</b>	<b>1 276</b>	<b>530 003</b>	<b>673 961</b>	<b>259 506</b>	<b>1 464 746</b>	<b>1 111</b>	<b>0</b>	<b>89 008</b>	<b>130</b>
	0.1 %	36.2 %	46.0 %	17.7 %	100.0 %	0.2 %	0.0 %		

Estimations en tonnes Production et commerce données 2012 + import export UE et USA 2013 (en italique données 2011)	Production				Total	Exportations		Importations	
	Type à cuire		Type dessert			Cavendish	Plantain	Banane dessert	Plantain
	Plantains AAB	Bananes d'altitude + ABB + autres AAB + AAA + AA	Sous-groupe Cavendish AAA	Gros Michel & autres AA, AAA, AAB, ABB					
<b>Europe</b>									
Açores			1 000		1 000				
Albanie					0	255		17 079	
Allemagne					0	303 599	123	1 341 946	2 730
Andorre					0			600	
Arménie					0	50		12 503	
Autriche					0	21 664	18	120 443	858
Bélarus					0			74 374	156
Belgique - Luxembourg					0	1 228 048	35 522	1 275 302	52 403
Bosnie Herzégovine					0	2		36 794	96
Bulgarie					0	5 317	356	35 984	2 806
Canaries	1	5	389 989	5	390 000	360 981			
Chypre			5 082	5	5 087	37		4 185	21
Croatie					0	30		53 703	2
Danemark					0	6 536	76	89 815	3 535
Espagne			250	5	255	72 792	16 650	554 385	46 075
Estonie					0	126		9 999	5
Finlande					0	189		77 662	44
France					0	282 620	407	842 337	39 699
Géorgie					0	365		15 230	
Gibraltar					0			150	
Grèce		5	3 000	5	3 010	30 913	1 957	130 956	10 633
Hongrie					0	9 307	9 652	43 123	13 652
Iles Féroé					0			92	
Irlande					0	4 426	5 239	68 807	16 691
Islande			1		1	5		6 159	
Italie			340		340	55 999	7 294	655 000	19 899
Lettonie					0	9 870	4	21 955	1 306
Lituanie					0	6 798	1 088	30 014	4 166
Macédoine					0	8	119	24 831	19 087
Madère	1	10	20 979	10	21 000	15 775			
Malte					0	0		3 080	343
Moldavie					0			12 000	131
Monténégro					0	8		8 487	
Norvège					0			81 266	21
Pays-Bas					0	13 074	5 502	265 395	23 977
Pologne					0	9 372	1 551	215 699	16 957
Portugal			2 000		2 000	4 105		152 005	4 408
République tchèque					0	35 493	21	124 140	7 477
Roumanie					0	952	1 269	42 705	16 250
Royaume-Uni					0	31 918	5 287	139 992	29 017
Russie (Fédération de)					0	13 492	37	1 339 122	1 800
Saint Marin					0			120	
Serbie et Monténégro					0	808		47 376	20
Slovaquie					0	7 819	71	44 983	8 273
Slovénie					0	16 938		46 412	1
Suède					0	21 436	17	181 309	283
Suisse					0	9		81 626	
Ukraine					0	780		242 579	
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>422 641</b>	<b>30</b>	<b>422 693</b>	<b>2 571 916</b>	<b>92 260</b>	<b>8 571 724</b>	<b>342 822</b>
	0.0 %	0.0 %	100.0 %	0.0 %	100.0 %	30.0 %	1.1 %		250 562
<b>Total monde</b>	<b>19 569 177</b>	<b>28 159 243</b>	<b>61 469 448</b>	<b>18 842 967</b>	<b>128 040 835</b>	<b>19 648 752</b>	<b>700 233</b>	<b>19 372 278</b>	<b>817 382</b>
	15.3 %	22.0 %	48.0 %	14.7 %	100.0 %	32.0 %	3.6 %		

**Note 1 :** pour les membres de l'UE, importations de cavendish en provenance des pays tiers seulement, sans tenir compte du commerce intracommunautaire ou de l'approvisionnement auprès de la production européenne.

**Note 2 :** les divergences entre les totaux import et export proviennent du fait des réexportations entre pays non producteurs (par exemple : intra-UE), de la prise en compte de deux années (2012 et 2013) et du caractère expérimental de ce travail.

**Source :** Thierry Lescot - CIRAD, d'après bibliographie, enquêtes, sources professionnelles, FAO, etc.

# Prix de gros en Europe

## Mars 2014

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
<b>ANANAS</b>	Avion	CAYENNE LISSE	BENIN	kg			2.10			
			GHANA	kg			2.15			
		VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton					12.35	
			MAURICE	Carton					13.88	
			MAURICE	kg				3.90		
			REUNION	kg				4.40		
	Bateau	MD-2	BRESIL	Pièce						0.90
			COSTA RICA	Carton	9.35	7.83		7.50		
			COSTA RICA	kg			0.80			
			COSTA RICA	Pièce						0.96
			COTE D'IVOIRE	kg			0.95			
			PANAMA	Carton					7.50	
			PANAMA	Pièce						0.66
<b>AVOCAT</b>	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton			14.00	17.23		
	Bateau	ARDIT	ISRAEL	Carton			7.75			
			ETTINGER	ISRAEL	Carton					6.87
	FUERTE	AFRIQUE DU SUD	Carton				8.63			
		PEROU	Carton				9.25			
		HASS	CHILI	Carton	8.50		7.56	10.00		
	NON DETERMINE	HASS	ISRAEL	Carton	9.00	8.00	8.38	8.38	11.35	
			KENYA	Carton	6.50		7.17	7.50	11.35	
			MAROC	Carton			8.13			
			ISRAEL	Carton	8.75					
	Camion	NON DETERMINE	PEROU	Carton					14.33	
			ISRAEL	Carton				9.88		
			REED	ISRAEL	Carton			7.25	9.80	
			HASS	ESPAGNE	Carton	10.75		9.38	11.50	
			NON DETERMINE	ESPAGNE	Carton					9.55
<b>BANANE</b>	Avion	PETITE ROUGE	COLOMBIE	kg			7.77	5.17		
			EQUATEUR	kg				4.88		
	Bateau	PETITE ROUGE	EQUATEUR	kg			1.70	2.65		
			EQUATEUR	kg				2.29		
<b>CARAMBOLE</b>	Avion		MALAISIE	kg			4.75	4.93	4.10	
<b>DATTE</b>	Bateau	MEDJOOOL NON DETERMINE	ISRAEL	kg			8.00	7.85	4.66	
			IRAN	kg		3.00				
			TUNISIE	kg				2.21		
		RAVIER	TUNISIE	kg					1.67	
<b>EDDOE</b>	Bateau		COSTA RICA	kg			2.00	1.86		
<b>GINGEMBRE</b>	Bateau		CHINE	kg	2.42		2.88	2.54	2.39	
			THAILANDE	kg	2.54					
<b>GOYAVE</b>	Avion	NON DETERMINE ROSE	BRESIL	kg			6.50	5.88		
			EQUATEUR	kg				7.00		
<b>GRENADILLE</b>	Avion	JAUNE VIOLETTE	COLOMBIE	kg				9.01		
			AFRIQUE DU SUD	kg			6.25			
			ISRAEL	kg		5.75		5.72		
			KENYA	kg		5.38				
			MALAISIE	kg		5.88		6.93		
			VIETNAM	kg			7.50			
ZIMBABWE	kg		5.38		5.00					
<b>IGNAME</b>	Bateau		GHANA	kg			1.25	1.25		
<b>LIME</b>	Avion		MEXIQUE	kg			4.50			
	Bateau		BRESIL	kg	1.11	1.50	1.34	1.38	1.30	
			MEXIQUE	kg			2.40			

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
<b>MANGOUSTAN</b>	Avion	INDONESIE		kg				9.00		
		THAILANDE		kg				9.00		
<b>MANGUE</b>	Avion	AMELIE	MALI	kg			3.00			
		KENT	PEROU	kg			4.65			
		NAM DOK MAI	THAILANDE	kg				7.60		
	Bateau	VALENCIA	MALI	kg			3.50			
		ATKINS	BRESIL	kg	1.63			1.38		
		KENT	BRESIL	kg				1.63		
		PALMER	PEROU	kg	1.82		1.80			
		BRESIL	kg				1.75			
<b>MANIOC</b>	Bateau	COSTA RICA		kg			1.35	1.03		
<b>MELON</b>	Avion	CHARENTAIS JAUNE	REP. DOM.	kg			4.20			
	Bateau	CANTALOUPE	COSTA RICA	kg				1.70	1.60	
			HONDURAS	kg				1.70	1.60	
			CHARENTAIS JAUNE	SENEGAL	kg			2.70		
			CHARENTAIS VERT	MAROC	kg			2.50		
			GALIA	BRESIL	kg				1.91	
				COSTA RICA	kg			2.00		
				SENEGAL	kg				2.03	
			HONEY DEW	BRESIL	kg				1.07	
				COSTA RICA	kg		1.10	1.13	1.29	
				PANAMA	kg		1.10			
			PASTEQUE	BRESIL	kg				0.90	
				COSTA RICA	kg		1.10	0.82	0.90	
				PANAMA	kg		0.90		2.07	
			PIEL DE SAPO	BRESIL	kg				1.13	
				COSTA RICA	kg		1.10	1.03	1.07	
				PANAMA	kg		1.10			
			SEEDLESS WATER	BRESIL	kg				1.05	
				COSTA RICA	kg			1.00	1.19	
<b>NOIX DE COCO</b>	Bateau	COTE D'IVOIRE		Sac			13.83	12.42	13.14	
		DOMINIQUE		Sac					11.94	
		SRI LANKA		Sac				20.00	8.96	
<b>PAPAYE</b>	Avion	FORMOSA	BRESIL	kg		2.86	3.50	3.10		
		NON DETERMINE	BRESIL	kg		3.50	3.50	3.49		
			THAILANDE	kg				4.81		
	Bateau	FORMOSA	BRESIL	kg					3.65	
			NON DETERMINE	EQUATEUR	kg			2.35	2.22	
			POKO	COSTA RICA	kg	2.18				
<b>PATATE DOUCE</b>	Bateau	AFRIQUE DU SUD		kg			1.60			
		EGYPTE		kg			0.95			
		HONDURAS		kg			1.60			
		ISRAEL		kg				1.33		
<b>PHYSALIS</b>	Avion	PRE-EMBALLÉ	COLOMBIE	kg	5.83		8.66	9.19		
	Bateau		COLOMBIE	kg				6.67	6.47	
<b>PITAHAYA</b>	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				9.33		
			EQUATEUR	kg				8.40		
		ROUGE	THAILANDE	kg			8.00			
			VIETNAM	kg			8.00		7.00	
<b>PLANTAIN</b>	Bateau	COLOMBIE		kg			1.07	0.84		
		COSTA RICA		kg					1.33	
		EQUATEUR		kg			0.95	1.08		
<b>RAMBOUTAN</b>	Avion	THAILANDE		kg			9.00			
		VIETNAM		kg			9.00	7.72		
<b>TAMARILLO</b>	Avion	COLOMBIE		kg				7.00		

Note : selon calibre

Ces prix ont été calculés à partir d'informations mensuelles transmises par le Market News Service du Centre de Commerce International de l'ONU à Genève. Market News Service (MNS), Centre du Commerce International, CNUCED/OMC (CCI), Palais des Nations, 1211 Genève 10, Suisse  
T. 41 (22) 730 01 11 / F. 41 (22) 730 09 06

# Vous offrir le meilleur de la nature



Rencontrez-nous au Medfel  
du 13 au 15 mai 2014



Du verger jusqu'à l'assiette, nos agrumes sont issus d'un processus de production complètement intégré.

De la production du matériel végétal jusqu'à la livraison aux clients, les agrumes LES DOMAINES sont soumis à des contrôles rigoureux, à toutes les étapes de production, garantissant ainsi des produits de qualité.

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite

[www.lesdomainesagricoles.com](http://www.lesdomainesagricoles.com)



Les plus beaux cadeaux de la nature

**UNIVEG, VOTRE CONNEXION DIRECTE VERS LA PRODUCTION**



UNIVEG Katopé France est un acteur clé de la production, du conditionnement, de l'exportation, du stockage, du mûrissage et de la distribution de fruits et légumes frais. Chacun de ses services a été mis en place pour préserver la qualité et la saveur de ses produits.

Son service de "mûr à point" permet à UNIVEG Katopé France de proposer à ses clients des avocats prêts à consommer tout au long de l'année.



**UNIVEG Katopé France S.A.**

15, boulevard du Delta | Zone Euro Delta | DE1 - 94658 | RUNGIS CEDEX | France

T. +33 1 49 78 20 00 | F. +33 1 46 87 16 45 | [katopeintl@univeg.fr](mailto:katopeintl@univeg.fr) | [www.univeg.fr](http://www.univeg.fr)

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite

