

Octobre 2013 - n°215

FR *ui* TROP

Version française

Dossier du mois ANANAS

<http://passionfruit.cirad.fr>

Mangue de Côte d'Ivoire
Marché UE de la mangue
Tomate de contre-saison
Litchi de Madagascar

Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved

Vous offrir le meilleur de la nature



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.



Les plus beaux cadeaux de la nature

On apprend que la Food and Drug Administration (FDA, Etats-Unis)

vient d'interdire les additifs à base d'arsenic... dans l'alimentation des porcs et des poulets de chair. Quelle malchance ! Dorothy et Martha, les deux charmantes vieilles filles de la



pièce de théâtre de Joseph Kesselring, « Arsenic and Old Lace » seront désormais contraintes d'arrêter de nourrir leurs victimes de wings de poulet ou de spare ribs de porc pour leur faire passer l'arme à gauche. Mais, qu'à cela ne tienne ! Elles ne seront pas non plus obligées de ressortir leur vieux flacon de ciguë. D'autres miracles de l'agroalimentaire moderne pourront servir les noirs desseins de nos sympathiques mamies. En effet, le Comité SPS de l'OMC n'a jamais été saisi d'autant de problèmes commerciaux liés à l'innocuité des produits alimentaires, à la santé des animaux et à la préservation des végétaux. Leur nombre s'élève à 45 ! Reste à souhaiter pour les consommateurs qui tiennent à s'alimenter, sinon correctement au moins sans prendre de risque démesuré, que ces 45 cas soient en fait des mesures non tarifaires. Un moyen pour les pays d'interdire

l'importation sur leur sol de denrées qui, officiellement, présentent un risque pour la santé humaine, animale ou végétale, mais qui sont en fait considérées comme nocives pour les secteurs économiques nationaux. Difficile donc de démêler le vrai-faux contaminé de la vraie raison commerciale. Faudra-t-il que le consommateur boive la ciguë jusqu'à la dernière goutte ?

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 : odm@cirad.fr
http://passionfruit.cirad.fr

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
Unité multimédia (Cirad)

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
odm@cirad.fr

Traducteurs
James Brownlee, Simon Barnard

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

Deux versions française et anglaise

ISSN
Français : 1256-544X
Anglais : 1256-5458

© Copyright Cirad

Tarif abonnement annuel
220 euros HT / 11 numéros par an

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.

FRUITROP

Sommaire

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

p. 2 SEPTEMBRE 2013

- **Avocat** : Variété d'avocat du mois : Ettinger — Les frontières chiliennes s'ouvrent au Hass péruvien — Météo chaotique pour le début des campagnes avocat en Amérique latine.
- **Banane** : Banane : alerte rouille au Pérou ! — Banane des Philippines : remontée progressive de la production, mais net accroissement des ambitions — Etats-Unis et UE consomment de plus en plus de banane.
- **Agrumes** : Premiers éléments sur la campagne 2013-14 d'orange et de petits agrumes en Espagne — Les produits horticoles pakistanais interdits en Russie — Mise en évidence d'un nouvel effet santé de la naringine — Campagne marocaine d'agrumes 2013-14 : les effets du plan Maroc Vert sont là.
- **Exotiques** : Petite récolte de mangue en Australie en 2013-14.
- **Racines et tubercules**
- **Autres exotiques**
- **Fret maritime et vie de la filière** : 5e congrès international de la banane.

Le point sur...

- p. 13 • **Mangue de Côte d'Ivoire** — Bilan de campagne 2013 (Alexis Moulin)
- p. 16 • **Marché de la mangue en Europe** — Une période charnière des plus délicates : le passage du Brésil au Pérou (Pierre Gerbaud)
- p. 22 • **Tomate de contre-saison** — Des positions qui se bonifient ? (Cécilia Céleyrette)
- p. 26 • **Campagne litchi de Madagascar 2013-14** — Pourquoi changer une stratégie qui fonctionne ? (Pierre Gerbaud)

Dossier du mois préparé par Denis Loeillet et Thierry Paqui : ANANAS

- p. 31 • **Marché mondial de l'ananas** — Jusqu'à quand ?
- **Marché mondial de l'ananas transformé** — Une lueur d'espoir
- **Fiche pays producteur** — Ananas du Costa Rica
- **Campagne ananas par avion en 2012-2013** — De la stabilité, sauf sur la qualité
- **Campagne ananas Victoria en 2012-2013** — Une campagne tranquille
- **Campagne ananas par bateau en 2012-2013** — Des volumes sans excès pour des résultats positifs
- **Panorama statistique mondial**
- **La culture de l'ananas**
- **Les principales variétés d'ananas**
- **Défaut de qualité**

Prix de gros en Europe

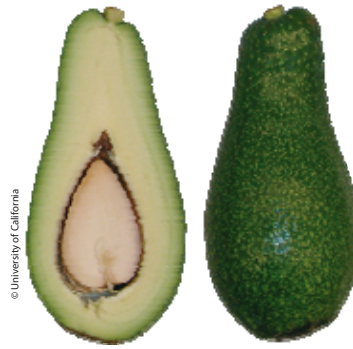
- p. 71 SEPTEMBRE 2013

Crédit photo couverture : Denis Loeillet

Avocat

Septembre 2013

La demande, traditionnellement lente en septembre, s'est montrée inférieure à celle des années précédentes, en particulier en semaine 39. Les prix élevés pratiqués tant au stade import que détail ont contribué au ralentissement des ventes. Ainsi, le marché du Hass a rapidement été sous pression en raison d'arrivages très soutenus. Malgré le déclin des campagnes d'été dès mi-septembre, les apports du Pérou, d'Afrique du Sud et du Kenya sont restés supérieurs à la moyenne et des stocks de qualité flexible ont été disponibles. Dans ce contexte très concurrentiel, la campagne chilienne a eu des difficultés à démarrer (semaine 36). Les prix ont été plus flexibles, en particulier pour les lots issus de stocks. En variétés vertes, la campagne de Ryan d'Afrique du Sud s'est achevée, laissant la place aux premiers Ettinger d'Israël livrés en semaine 39.



© University of California

■ Variété d'avocat du mois : Ettinger.

Cette variété, issue du Fuerte, a été sélectionnée en Israël à Kefar Malal. Elle est principalement cultivée dans ce pays. L'arbre est très fertile, vigoureux et à port érigé. Les fruits sont similaires à ceux du Fuerte. L'épiderme est sujet aux problèmes de taches de liège et tend à coller à la pulpe. La pulpe est fondante et sans fibres et présente de bonnes qualités organoleptiques.

Source : CIRAD

■ Les frontières chiliennes s'ouvrent au Hass péruvien.

Le gouvernement chilien a finalement donné raison aux exportateurs péruviens qui réclamaient l'accès au marché chilien sans protocole sanitaire. Une décision contre laquelle s'est battue et que regrette l'association locale des producteurs d'avocat (Comité de Palta), qui craint que le virus du sun-blotch, présent au Pérou, ne vienne contaminer le verger chilien. C'est un débouché important qui s'ouvre à l'avocat péruvien : les Chiliens sont fortement consommateurs d'avocat (près de 5.5 kg/habitant en 2012-13) et le marché de contre-saison est aujourd'hui quasi inexistant. La mesure sera effective pour la campagne 2014.

Source : portalfruticola.com

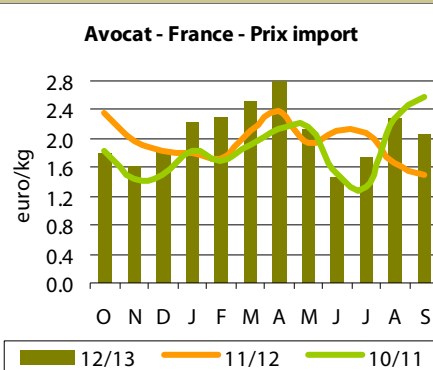
■ Météo chaotique pour le début des campagnes avocat en Amérique latine.

Au Chili, ce sont des gelées d'une intensité jamais vue depuis les années 90 qui ont frappé mi-septembre les principales zones fruticoles du pays, en particulier la région VI et la région Métropolitaine. Selon Fedefruta, les dégâts atteindraient 1 milliard USD, les productions de fleurs, fruits à noyau et kiwis ayant été laminées. Cependant, l'avocat aurait échappé au désastre et la production resterait d'un bon niveau (cf. **FruiTrop** n°214), les pertes étant estimées à environ 7 % par ce même organisme. Au Mexique, le démarrage de la campagne a été encore plus progressif que prévu, les effets des pluies diluviennes qui ont frappé le pays en septembre s'étant ajoutés au manque de « flor loca » et au retard de maturité des fruits. Pour autant, aucune perte de production sensible ne semble à signaler. D'ailleurs, les exportations vers les Etats-Unis ont retrouvé un rythme aussi soutenu que la saison passée dès début octobre.

Sources : portalfruticola.com, InfoHass.net



© Erik Imbert



PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Hass	8.31	0 %

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Vertes	↘	- 43 %
	Hass	↘	+ 34 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Afr. du Sud	=↘	+ 49 %	Déclin de la campagne d'Afrique du Sud. Volumes très supérieurs à ceux des deux dernières années.	+ 17 %
	Pérou	↘	+ 5 %	Déclin de la campagne péruvienne, mais volumes supérieurs à ceux des années précédentes.	+ 24 %
	Kenya	=	+ 12 %	Arrivages stables et supérieurs à ceux des autres années.	- 11 %
	Mexique	↗	+ 15 %	Début de la campagne.	+ 15 %

Leur comportement **positif**, leur **réussite** !



Association « Jeunesse, Art et Développement » (Association « Juventud, Arte y Desarrollo »), Boulangerie « La Casa del Pan »

CAMPOSOL a créé l'Association « Jeunesse, Art et Développement » pour donner aux jeunes de la communauté de réelles opportunités de développement dans les domaines économique, social et culturel. Aujourd'hui, certains possèdent même leur propre entreprise.

La boulangerie « **La Maison du Pain** » est un exemple d'entreprise dirigée par des jeunes de la communauté avec l'aide de CAMPOSOL. Venez les rencontrer et goûter leurs produits !

Adresse : 251 Avenue César Vallejo – Chao – La Libertad – Pérou.
Du lundi au dimanche, de 5 h 30 à 21 h.



Bureau commercial Europe

Camposol Fresh B.V. Honderdland 94
NL- 2676 LS Maasdijk - The Netherlands
Phone: +31 174 521 016 / Fax: +31 174 523 334
Email: storres@camposol.com.pe

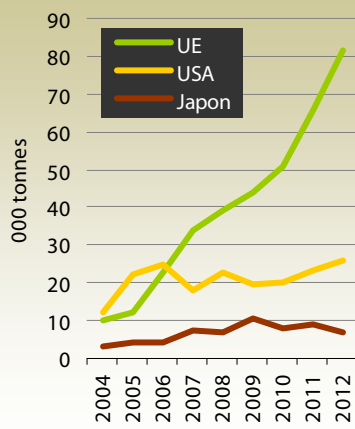


Banane

Septembre 2013

Les places européennes se sont fragilisées courant septembre. Après un été modéré en volumes, les arrivages de toutes origines ont commencé à progresser. L'Equateur est revenu à des volumes normaux pour la saison et la Colombie a amorcé sa hausse saisonnière avec des apports supérieurs de 6 % à ceux des années précédentes. Les Antilles affichent un déficit persistant suite à la tempête Chantal, mais l'Afrique a amorcé sa hausse saisonnière avec des niveaux supérieurs de 28 % à la moyenne. En Europe du Nord, où la demande a été très dynamique malgré des prix de détail toujours plus élevés que les autres années, le marché a conservé un bon équilibre, les prix en vert étant stables et fermes. En Europe du Sud, la situation s'est montrée plus difficile, la demande étant nettement moins dynamique du fait de températures encore très douces pour la saison et de la présence tardive de fruits d'été proposés à des prix compétitifs (qualité évoluant vite). Les marchés français et italiens se sont alourdis vers la fin du mois et les prix en vert ont été plus flexibles. En Espagne, après le déficit de l'été, les arrivages des Canaries sont revenus à un niveau de saison et le marché s'est également alourdi. Les prix en vert ont accusé une baisse vertigineuse, pour revenir rapidement à des niveaux inférieurs de 5 % aux normales de saison. Enfin, les réexportations vers les marchés de l'Est ont été plus difficiles, la demande se montrant traditionnellement peu portée sur la banane en septembre et, surtout, en raison d'une concurrence marquée de volumes spot en provenance de Russie à des prix compétitifs. Par ailleurs, l'effondrement du marché russe s'est poursuivi, atteignant des niveaux historiques pour un mois de septembre.

Banane - Pérou - Exportations vers les principaux marchés



Sources : douanes USA, UE, Japon

■ **Banane : alerte rouille au Pérou !** La recrudescence d'attaques de trips de la rouille affecte gravement les producteurs de banane biologique de la vallée du Chira, au nord du Pérou près de Piura. *Chaetanaphothrips signipennis*, dont les piqûres provoquent des traces couleur rouille sur l'épiderme des fruits les rendant impropres à l'exportation, serait maintenant présent sur 44 % des 6 500 ha de plantations que compte la région. Les exportations auraient baissé de 15 à 30 % selon les sources, certains producteurs ayant perdu leur agrément « agriculture biologique ».

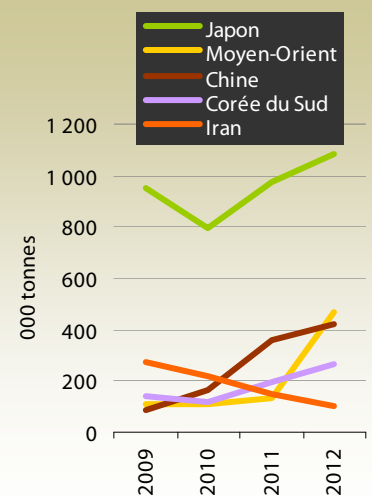
Source : agraria.pe

■ **Banane des Philippines : remontée progressive de la production, mais net accroissement des ambitions.** L'ouragan Pablo, qui avait détruit fin 2012 environ 18 % de la sole bananière du pays et causé des pertes financières évaluées à 115 millions USD, a laissé de

lourdes séquelles dans la région de Davao. Pourtant, l'industrie bananière se relève progressivement et affiche ses ambitions pour l'avenir. A ce jour, près de la moitié des 14 600 ha touchés auraient été réhabilités. Par ailleurs, l'ouverture du marché des Etats-Unis est enfin effective après plus de huit années d'efforts. Les premiers conteneurs, expédiés par Dole Philippines à destination de Dole Etats-Unis, ont été livrés mi-septembre. Les volumes devraient être de l'ordre de 250 000 colis en 2013. Les exportateurs travaillent aussi au développement des envois vers la Russie et les ex-républiques socialistes avoisinantes. Une nécessité à l'heure où le marché chinois est plus difficile après le différend sanitaire connu en 2012 et où l'important débouché vers l'Iran est moins ouvert en raison des sanctions internationales mises en place contre le régime de Téhéran.

Source : Reefer Trends.

Banane - Philippines - Exportations

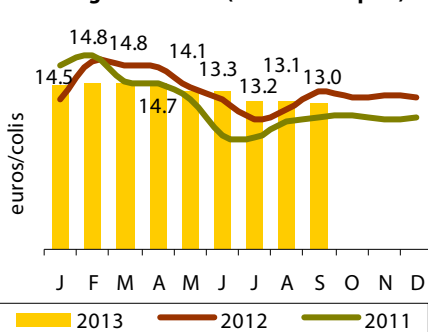


Source : Comtrade

EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Septembre 2013 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
13.00	0 %	+ 1 %

Allemagne - Prix vert (2e et 3e marques)



EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	Septembre 2013		Comparaison	
	type	euro/kg	Août 2013	moyenne 3 dernières années
France	normal	1.51	- 7 %	+ 7 %
	promotion	1.20	- 24 %	+ 1 %
Allemagne	normal	1.27	- 2 %	+ 10 %
	discount	1.19	0 %	+ 19 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.18	+ 2 %	- 2 %
	vrac	0.72	- 1 %	- 2 %
Espagne	plátano	2.16	- 10 %	+ 24 %
	banano	1.40	- 1 %	+ 4 %

EUROPE

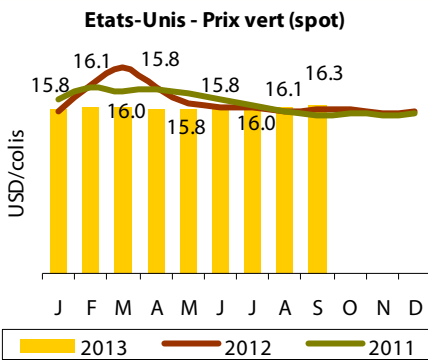


*Dites Oui
au Meilleur*



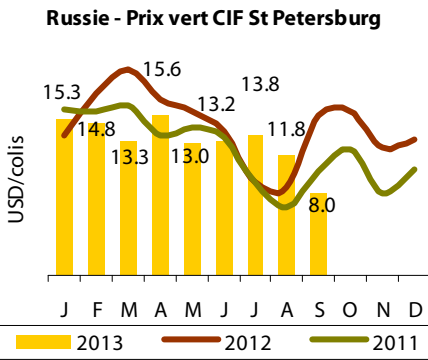
Banane

ETATS UNIS



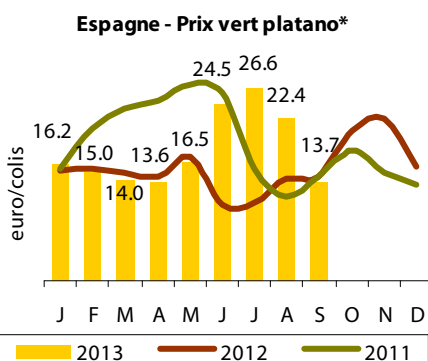
USA — PRIX IMPORT		
Septembre 2013	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
USD/colis		
16.30	+ 1 %	+ 4 %

RUSSIE



RUSSIE — PRIX IMPORT		
Septembre 2013	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
USD/colis		
8.00	- 32 %	- 38 %

CANARIES



CANARIES — PRIX IMPORT*		
Septembre 2013	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
euros/colis		
13.70	- 39 %	- 5 %

* équivalent colis 18,5 kg

■ **Etats-Unis et UE consomment de plus en plus de banane.** Sur les huit premiers mois de 2013, l'UE a importé 4 % de plus de banane que la moyenne triennale 2010-11-12. Origines dollar comme ACP progressent par rapport à 2012, avec respectivement + 4 % et + 5 %. Parmi les fournisseurs dollar, seul l'Equateur affiche une contreperformance avec une baisse de 6 % (- 53 000 t) par rapport à 2012, un écart de plus de dix points avec la tendance générale du marché. Les autres fournisseurs dollar progressent, dans des proportions parfois très importantes : Panama + 37 %, Costa Rica + 10 %, Pérou + 6 % et Colombie + 4 %. Les évolutions sont plus disparates pour les ACP. La République dominicaine revient à l'équilibre, mais le rythme mensuel d'approvisionnement est très heurté. Cameroun et Côte d'Ivoire font la course en tête avec des taux de croissance remarquables : + 19 % pour le Cameroun par rapport à 2012 et + 12 % pour la Côte d'Ivoire. Si l'on excepte mai 2013, la Côte d'Ivoire signe en août son dixième mois de croissance, retrouvant ses plus hauts niveaux. Belize, Surinam et Ghana évoluent eux à la baisse. Avec - 19 %, le Ghana fait piètre figure, mais l'hémorragie semble enfin stoppée puisque les exportations sont repartiées à la hausse à

partir de juin. Globalement, le rythme mensuel d'importation toutes origines confondues montre, qu'à part en mars, la croissance a été au rendez-vous mais qu'elle tend à s'essouffler au fil des mois. Pour preuve, elle était de 9 % en avril par rapport à la moyenne triennale et seulement de 2 % en août. Si l'on ajoute la production européenne à ce total import, la consommation évolue positivement, avec un gain de 3 % à 3.6 millions de tonnes sur huit mois.

Côté Etats-Unis, le shutdown a retardé la parution des statistiques d'approvisionnement. Seuls les sept premiers mois sont disponibles. L'évolution sur le marché américain est, cependant, sans surprise. La consommation locale augmente de 5 % à la faveur d'un flux import en hausse et de réexportations vers le Canada qui évoluent moins vite que la tendance. Finalement, le marché américain a absorbé 115 000 tonnes nettes de plus en sept mois. Le Guatemala renforce sa présence avec une croissance annuelle de 10 %. Le second fournisseur, le Costa Rica, arbitre clairement ses volumes en faveur de l'UE et baisse donc sur les Etats-Unis. L'Equateur progresse très légèrement (+ 1 %). Colombie, Honduras et Mexique affichent de très fortes progressions.

Source : CIRAD

Banane - Janvier à août 2013 (provisoire)				
tonnes	2011	2012	2013	Ecart 2013/2012
UE-27 — Approvisionnement	3 491 276	3 468 881	3 582 607	+ 3 %
Total import, dont	3 114 719	3 054 370	3 187 665	+ 4 %
NPF	2 453 657	2 409 606	2 507 768	+ 4 %
ACP Afrique	337 158	311 779	351 235	+ 13 %
ACP autres	323 904	332 985	328 663	- 1 %
Total UE, dont	376 557	414 511	394 942	- 5 %
Martinique	117 412	121 450	120 103	- 1 %
Guadeloupe	37 103	40 822	45 043	+ 10 %
Canaries	208 012	238 208	220 449	- 7 %
USA — Import (janvier à juillet)	2 463 375	2 554 004	2 678 938	+ 5 %
Réexportations	325 843	298 065	308 369	+ 3 %
Approvisionnement net	2 137 532	2 255 939	2 370 569	+ 5 %

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

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — SEPTEMBRE 2013			
Origine	Comparaison		
	Août 2013	Sept. 2012	cumul 2013 par rapport à 2012
Antilles	=	- 51 %	- 3 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↗	+ 26 %	+ 16 %
Surinam	↗	- 1 %	- 1 %
Canaries	↗	+ 4 %	- 6 %
Dollar :			
Equateur	↗	0 %	- 18 %
Colombie*	↗	+ 31 %	+ 14 %
Costa Rica	↗	- 32 %	- 15 %

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

Orange

Septembre 2013

La demande, qui s'était montrée très active pendant toute la période estivale, a commencé à fléchir dès la semaine 37. En effet, la présence tardive de volumes soutenus de fruits d'été (pêche, melon) à des prix compétitifs (qualité avancée), ainsi que des températures toujours douces, ont contribué au ralentissement des ventes. Toutefois, le marché a conservé un bon équilibre grâce à des apports modérés jusqu'à la moitié du mois. L'offre de Valencia late d'Afrique du Sud est restée limitée suite à des arrivages irréguliers en raison d'inspections et de triages de plus en plus importants concernant le black spot. Les apports sont revenus à un niveau soutenu vers la fin du mois (dernières semaines d'arrivages significatifs). Les cours sont ainsi restés stables et supérieurs à ceux deux dernières années. Quelques lots du Brésil et d'Uruguay ont été disponibles.



■ Premiers éléments sur la campagne 2013-14 d'orange et de petits agrumes en Espagne.

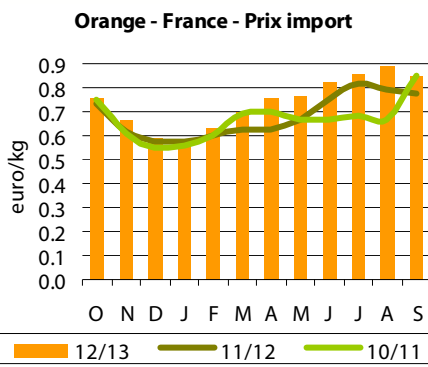
Les estimations fournies par les services officiels des Communautés autonomes et les sources professionnelles permettent de dégager quelques grandes tendances de la campagne espagnole qui démarre. La récolte de petits agrumes s'annonce d'un niveau proche de celle de 2012-13, donc plutôt moyenne tant en clémentine qu'en hybrides. La petite progression attendue pour les cultivars précoces devrait être contrebalancée par un léger retrait des variétés tardives, malgré les nouvelles plantations réalisées ces dernières années. En revanche, la production d'orange devrait encore progresser et battre un nouveau record. La récolte s'annonce très soutenue en orange de table, tant en Naveline (en progression par rapport à la saison passée) qu'en Navel tardives (en léger retrait par rapport à la saison passée). La production de Valencia Late serait elle aussi très soutenue. Les résultats commerciaux seront-ils aussi satisfaisants qu'en 2012-13, où les volumes exportés ont battu des records et où les prix sont revenus à un niveau convenable, grâce notamment à une très bonne deuxième partie de saison ? Le retard de maturité et la faiblesse du calibrage des petits agru-

mes en début de saison sont plutôt des handicaps. Par ailleurs, le marché des poids lourds du rayon fruit promet d'être beaucoup plus concurrentiel que la saison passée, où la faiblesse de l'offre de pomme avait exercé un rôle très positif sur les ventes d'agrumes et de banane, notamment durant le premier trimestre 2013.

Source : Services officiels des Communautés autonomes

■ **Les produits horticoles pakistanais interdits en Russie.** La fermeture des frontières, pour une période indéterminée, aux produits horticoles pakistanais, décidée par le service fédéral russe de surveillance vétérinaire et phytosanitaire, est motivée par des « violations systématiques » des réquisitions et par la « déstabilisation » de la situation phytosanitaire dans le pays. Les exportateurs pakistanais expédient annuellement vers ce marché pour 150 à 170 millions USD de fruits et de pommes de terre. Le coup est particulièrement dur pour les exportateurs d'agrumes, qui perdent leur principal marché où ils ont envoyé entre 80 000 et 90 000 t de Kinnow en moyenne entre 2010 et 2012.

Source : Reefer Trends

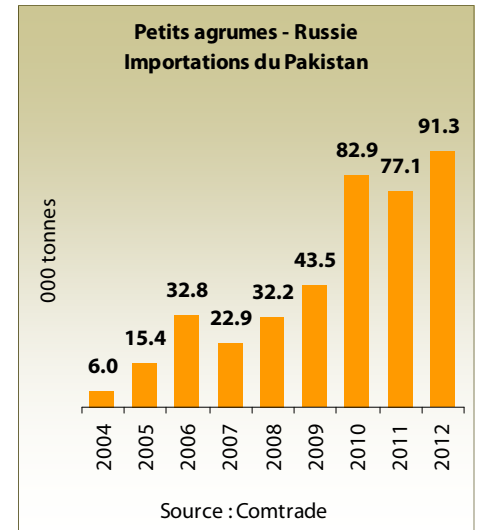


PRIX	Origine	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Afrique du Sud	12.75	+ 8 %

VOLUMES	Origine	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Afrique du Sud	↗	+ 34 %	

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Valencia Late et Navel d'Afr. du Sud	↗	+ 34 %	

Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
Arrivages en progression tout au long du mois et supérieurs à ceux des dernières années. Livraisons irrégulières compte tenu d'inspections fréquentes en Afrique du Sud.	+ 32 %



Source : Comtrade

Pomelo

Septembre 2013

Malgré un début d'amélioration de la demande perçu début septembre, les ventes de pomelo se sont rapidement tassées, plaçant le marché sous pression. En effet, malgré le déclin de la campagne d'Afrique du Sud, les arrivages sont restés soutenus et supérieurs à ceux des années précédentes. De plus, compte tenu de la faiblesse des ventes, des stocks de fruits sud-africains de qualité flexible ont commencé à être disponibles à des prix compétitifs. La campagne mexicaine a démarré en semaine 36, d'abord en Europe du Nord puis en France. Les prix se sont rapidement érodés à cause de soucis de qualité sur une part de l'offre. La campagne d'Israël a débuté en semaine 39 dans un contexte difficile, avec des volumes très modérés et une maturité des fruits un peu juste.



Mise en évidence d'un nouvel effet santé de la naringine.

Des chercheurs britanniques viennent de démontrer que la naringine contenue dans les agrumes permet de limiter le développement des kystes rénaux, une pathologie dont souffrent plus de 600 000 personnes aux Etats-Unis. Cette nouvelle sur les atouts santé de cette famille de fruits suit celle publiée en 2012, qui mettait en évidence le rôle préventif des agrumes sur le risque de survenue d'un AVC chez les femmes.

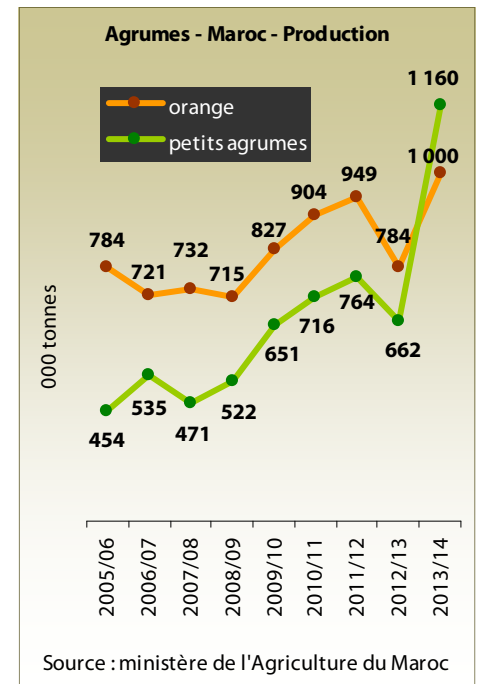
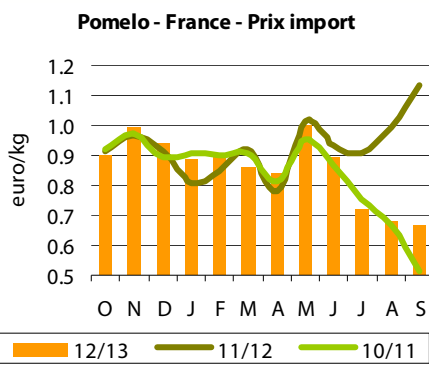
Source : Medical News Today

Campagne marocaine d'agrumes 2013-14 : les effets du plan Maroc Vert sont là.

Avec 2.2 millions de tonnes attendues selon le ministère de l'Agriculture, la production marocaine d'agrumes fera plus que rebondir après la petite récolte 2012-13. Elle affiche un niveau historique et supérieur de 45 % à la moyenne des six dernières années. Si météorologie et effet d'alternance

ont joué un rôle positif, le principal ingrédient de cette progression spectaculaire est l'entrée en production de 4 000 ha de nouveaux vergers, sur les 17 000 ha plantés depuis 2010-11 sous l'impulsion du plan Maroc Vert. Comme on le présentait, c'est la production de petits agrumes qui a le plus le vent en poupe. La récolte afficherait un niveau proche de 1.2 million de tonnes, en progression de 84 % par rapport à la moyenne et de près de 400 000 t par rapport au précédent record datant de 2011-12. Un nouveau point haut, estimé à 1 million de tonnes, est aussi attendu en orange. Si la dynamique de production est bien là, le sera-t-elle aussi à l'export ? La question est posée, mais le Maroc pourra notamment s'appuyer sur une compétitivité renforcée par une gamme variétale pertinente et élargie.

Source : ministère de l'Agriculture du Maroc



Source : ministère de l'Agriculture du Maroc

PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Tropical	11.39	- 19 %

VOLUMES	Type	Comparaison	
	Tropical	mois précédent	moyenne 2 dernières années
		↘	+ 104 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
	Afr. du Sud	mois précédent	moyenne 2 dernières années		
		↘	+ 104 %	Déclin de la campagne d'Afrique du Sud, mais niveaux largement supérieurs à ceux des années passées. Stocks disponibles.	+ 19 %

Ananas

Septembre 2013

La situation a été particulièrement compliquée sur le marché de l'ananas en septembre. L'offre, qui était en hausse en prévision du retour de vacances des opérateurs, s'est heurtée à une demande totalement atone. Si, en début de mois, les opérateurs engagés dans des opérations de promotion ont encore pu gérer leurs stocks, la situation s'est très rapidement dégradée sur l'ensemble des marchés européens. Malgré la mise en place de ventes en PAV (prix après vente), les stocks sont restés conséquents et les opérateurs ont dû se résoudre à pratiquer des ventes de dégagement à des cours bien inférieurs à ceux indiqués ci-dessous, sans pour autant que cela entraîne une amélioration des conditions de marché. Les marques établies, qui étaient parvenues en début de mois à stabiliser leurs prix, du rent également les réajuster en fin de mois.

Au cours de la première quinzaine, la situation a été bonne sur le marché de l'ananas avion. En effet, l'offre était réduite et, malgré quelques soucis de qualité liés aux pluies en zones de production (Cameroun notamment), les ventes restaient fluides. En revanche, la situation s'est compliquée dès le début de la deuxième quinzaine, la demande s'étant fortement contractée. Les volumes, bien que limités, peinaient à trouver preneur. On a alors assisté à un fléchissement des cours. Sur le marché du Pain de sucre, la situation est restée assez compliquée tout au long du mois. Les opérateurs, surchargés de fruits de piètre qualité, ont dû souvent baisser les prix pour fluidifier leurs stocks, entre 1.50 et 2.00 euros/kg selon la qualité et les volumes détenus par les opérateurs tout au long du mois.

Adaptée à la demande, l'offre de Victoria est restée basse en septembre. La bonne qualité des fruits mis en marché a permis de bien valoriser les quelques lots disponibles.

ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 36 à 39	Min	Max
Par avion (euro/kg)		
Cayenne lisse	1.70	2.00
Victoria	3.00	3.80
Par bateau (euro/colis)		
Sweet	5.00	8.00

Mangue

Septembre 2013

Le mois de septembre s'est caractérisé par un déficit quantitatif particulièrement marqué. La fin rapide des campagnes du Sénégal et du Mexique fin août et la faiblesse inhabituelle des livraisons d'Israël ont entraîné un sous-approvisionnement important des marchés européens. Les Keitt de Porto Rico ne constituaient qu'une alternative partielle vu la demande naturelle du marché. Cette situation a été, par ailleurs, amplifiée par les débuts tardifs et modérés des campagnes du Brésil et d'Espagne. Ce manque de produits, au moment où la consommation reprend après la période estivale, a provoqué une forte progression des prix des mangues bateau disponibles. En milieu de mois, les conditions de marché devenaient plus difficiles. En effet, le déficit persistant, en dépit de l'accroissement des volumes livrés par le Brésil et l'Espagne, et l'absence de Kent plus recherchées entraînaient un désintérêt des acheteurs, notamment de la grande distribution. Les prix élevés accentuaient cette tendance. On observait donc en fin de mois un ralentissement des ventes, accompagné d'un tassement des prix. Autre facteur appuyant également la tendance : l'offre encore conséquente de fruits d'été dont la campagne, retardée par les mauvaises conditions climatiques, se prolongeait d'autant. Ces fruits, proposés à des prix

attractifs, constituaient une réelle concurrence pour les fruits tropicaux.

Le marché de la mangue avion s'avérait lui aussi peu fourni. Bénéficiant de bonnes conditions de marché, les exportations du Sénégal se poursuivaient en première quinzaine de septembre avec des volumes limités. Leur qualité de plus en plus aléatoire minorait les moyennes des ventes. Israël approvisionnait également le marché de façon restreinte. Quant au Brésil, il fournissait de faibles quantités, en diverses variétés. Palmer et Keitt constituaient la majeure partie des livraisons, avec même quelques lots de Tommy Atkins rarement expédiés par avion. Les lots complémentaires d'Egypte, marginaux mais réguliers, obtenaient des prix soutenus en dépit d'un manque fréquent de coloration.

MANGUE — ESTIMATIONS DES ARRIVAGES — en tonnes

Semaines 2013	36	37	38	39
Par avion				
Egypte	5	5	5	5
Brésil	10	20	15	20
Par bateau				
Brésil	640	920	1 500	1 870

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS — en euros

Semaines 2013	36	37	38	39	Moyenne sept. 2013	Moyenne sept. 2012
Par avion (kg)						
Brésil Palmer		3.50		3.50-3.80	3.50-3.65	
Egypte Kent	4.00	4.00-4.50	4.00	4.30-4.50	4.05-4.25	3.70-4.05
Sénégal Kent	3.40-4.50	3.40-4.50			3.40-4.50	
Israël Kent	3.00-4.20	4.00			3.50-4.10	3.00-3.60
Par bateau (colis)						
Brésil T. Atkins	7.00-8.00	7.00-8.00	6.00-8.00	5.00-6.50	6.25-7.60	4.35-5.00
Israël Kent	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-7.50	7.00-7.85	5.00-6.00
Israël Keitt			7.00-8.00	7.00-7.50	7.00-7.75	4.50-5.50
Porto Rico Keitt	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00		7.00-8.00	
Par camion (colis)						
Espagne Osteen	8.00-10.00	9.00-11.00	8.00-11.00	8.00-11.00	8.25-10.50	6.25-7.60

ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2013	36	37	38	39	
Par avion (euro/kg)					
Cayenne lisse	Bénin	1.80-2.00	1.80-2.00	1.80-1.90	1.80-1.90
	Cameroun	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90
	Ghana	1.80-2.00	1.80-2.00	1.80-1.90	1.80-1.90
Victoria	Réunion	3.30-3.50	3.50-3.80	3.50-3.80	3.50-3.80
	Maurice	3.00-3.20	3.10-3.20	3.00-3.20	3.00-3.20
Par bateau (euro/colis)					
Sweet	Côte d'Ivoire	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00
	Cameroun	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00
	Ghana	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00
	Costa Rica	5.00-7.00	5.00-7.00	5.00-7.00	5.00-7.00

Racines & tubercules

2^e et 3^e trimestres 2013

Marché peu actif, notamment en été. L'augmentation de la demande de patate douce ou d'igname, attendue pour le Ramadan (semaines 28 à 32), n'a pas été à la hauteur des espérances des opérateurs. Le maintien des prix découle surtout du déficit d'offre.

Patate douce (PD)

Les PD à peau rouge et chair blanche ont largement dominé le marché français. L'Égypte a poursuivi sa campagne jusqu'en première quinzaine de juillet, avec des cours stables à 0.70-0.75 euro/kg, sauf à la fin où l'offre globale s'avérait moins importante. Les livraisons reprenaient en deuxième semaine de septembre pour la nouvelle campagne, avec des cours supérieurs mais qui revenaient rapidement à la moyenne antérieure. Nette amélioration de la qualité des emballages pour l'Égypte, tant en présentation qu'en résistance. L'Afrique du Sud et le Honduras livraient régulièrement de bons volumes, avec des cours autour de 1.30-1.50 euro/kg jusqu'en juin, qui s'érodaient en juillet et août, perdant 0.20-0.30 euro/kg. Ils progressaient de nouveau en septembre pour le Honduras à 1.40 euro/kg en raison de la baisse des livraisons. Prix en hausse de 1.20-1.30 à 1.40-1.50 euro/kg pour les volumes du Brésil réceptionnés de juin à août.

Le Honduras et les États-Unis fournissaient plus ou moins régulièrement des PD à peau rouge et chair orange, vendues entre 1.00 et 1.20 euro/kg, comme les volumes livrés par l'Afrique du Sud à partir de mi-juin. La campagne d'Israël débutait mi-septembre avec des prix fléchissant de 1.40 à 1.30 euro/kg, car plusieurs lots de fraîche récolte présentaient une forte humidité entraînant le développement de moisissures. Des volumes limités de PD à peau et chair blanches ou à chair violette en provenance des États-Unis s'écoulaient entre 1.30 et 1.50 euro/kg de fin juin à fin août.

Igname

Les volumes, surtout constitués d'ignames blanches, provenaient essentiellement du Ghana. Leur cours est resté soutenu, en légère progression à partir d'août où l'offre était moins importante. Toutefois, des problèmes de qualité (altération de la chair et développement de moisissures) minoraient les ventes. Légère revalorisation des cours en septembre avec l'arrivée de la nouvelle récolte ghanéenne. Des quantités plus limitées mais régulières de Colombie étaient réceptionnées. Leur cours, stable jusqu'à fin juillet, augmentait en août quand les volumes s'amenuisaient, puis fléchissait sensiblement en septembre, compte tenu du

manque de fraîcheur des produits. Les derniers lots se vendaient à la hausse en raison des faibles quantités livrées par le Ghana en début de nouvelle saison.

En avril, quelques lots de Puna du Ghana se vendaient autour de 1.50 euro/kg. En juin-juillet, des lots de Cuscus de Colombie s'écoulaient entre 1.80 et 2.00 euros/kg.

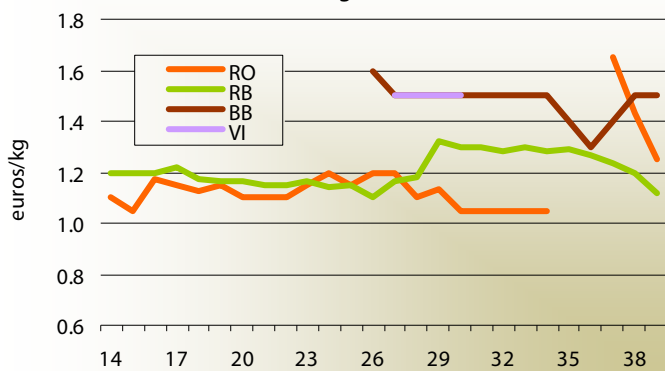
Manioc

Le manioc du Costa Rica s'est vendu régulièrement à 1.00-1.10 euro/kg d'avril à mi-juillet, progressant de 5 à 10 centimes/kg jusqu'en septembre.

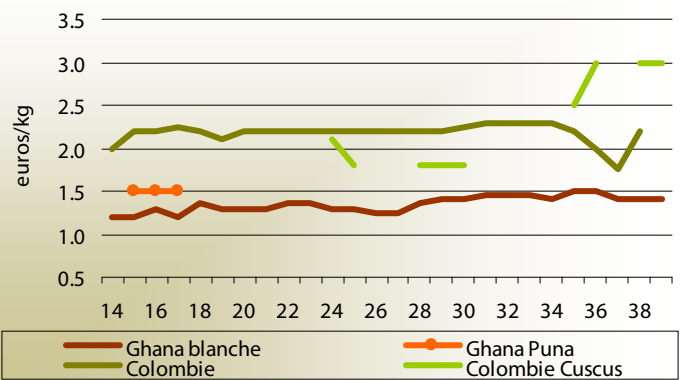
Eddoe

A partir de juillet, la raréfaction de l'offre du Costa Rica, principal fournisseur, a entraîné une hausse sensible et durable des prix jusqu'en septembre, où les volumes restreints provoquaient une nouvelle hausse. La difficulté de vendre à prix élevé ce produit, au cours généralement assez stable, incitait certains opérateurs à suspendre leurs commandes ou à rechercher une autre source. Ainsi, à partir de fin mai, de faibles volumes de Chine ont été commercialisés à des prix soutenus, qui flambaient même en septembre à l'occasion des fêtes traditionnelles asiatiques.

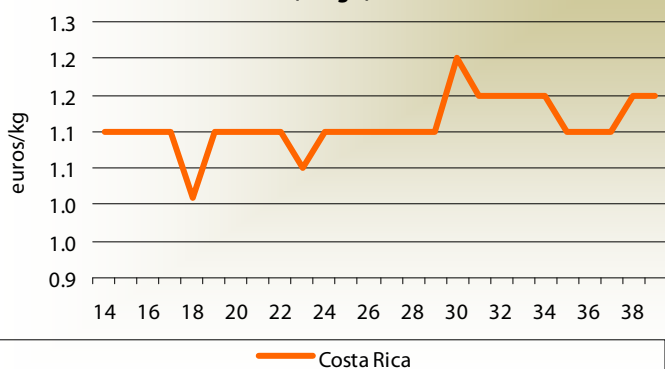
Patate douce - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



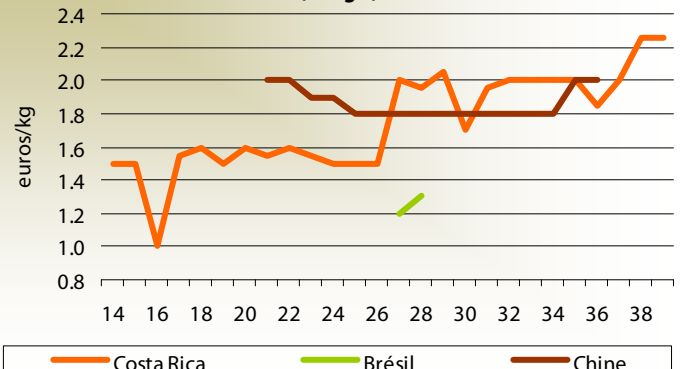
Igname - France - Prix de gros moyen hebdomadaire (Rungis)



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

Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved

Autres exotiques

2^e et 3^e trimestres 2013

Banane plantain

Le marché de la banane plantain a été affecté par une crise majeure au cours des six derniers mois, à son paroxysme de fin mai à fin juillet. L'accroissement inattendu des volumes livrés par la Colombie a causé l'effondrement des cours, le stockage des marchandises et, par conséquent, leur dégradation qualitative génératrice de prix bas. Face à cette évolution, les produits d'Equateur ont été entraînés dans la spirale baissière de la Colombie, origine dominant l'approvisionnement européen. En août, la situation s'assainissait quelque peu, mais les prix ne retrouvaient pas leur niveau initial, même en septembre alors que le marché devenait un peu plus actif. Cette période montre bien la fragilité d'un marché dont la demande reste figée et qui est donc peu à même d'absorber des volumes trop importants, surtout sans programmation apparente. Quelques lots sporadiques de Martinique expédiés par avion se sont vendus entre 2.00 et 2.20 euros/kg.

Chayotte et christophine

Le Costa Rica est resté le principal fournisseur de chayotte et de christophine durant

les six derniers mois. Le prix des chayottes s'est avéré assez stable et celui des christophines un peu plus fluctuant, les livraisons ayant été plus variables. La plus grande périssabilité du produit a également influé sur les prix. En septembre débutait la campagne des chayottes et christophines françaises, avec des prix plus élevés du fait d'un approvisionnement modéré. L'arrivée de ces marchandises n'a guère eu d'influence sur le cours des produits du Costa Rica, disponibles en faible quantité. En avril-mai et en juillet-août, de petits lots de christophine de Martinique, acheminés par avion, étaient commercialisés sur une base de 2.80 euros/kg.

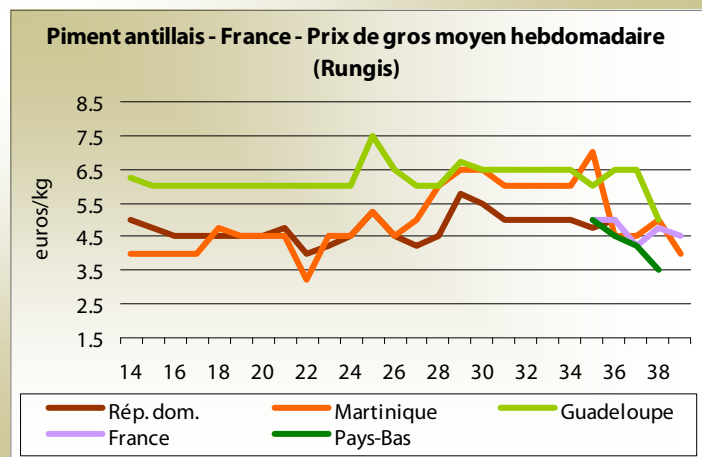
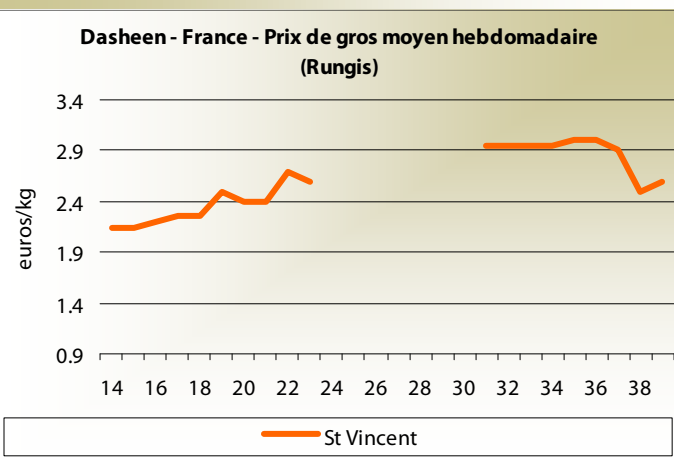
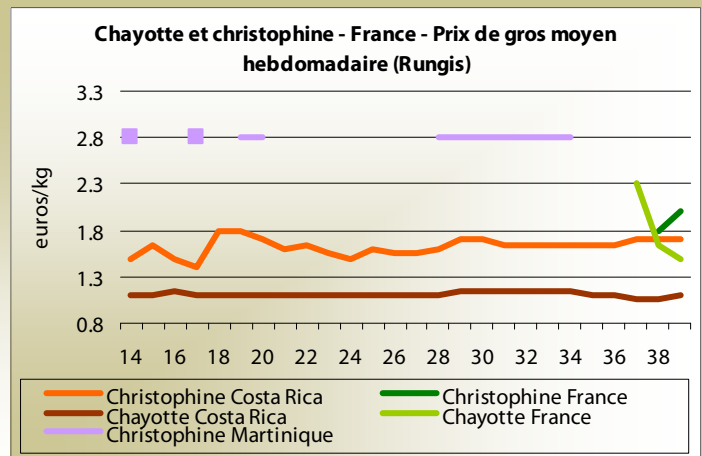
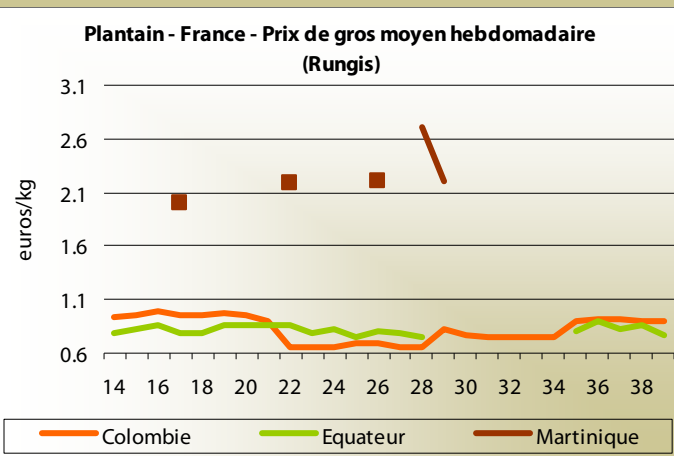
Dasheen

Les six derniers mois se sont caractérisés par la faiblesse des envois de St Vincent, fournisseur traditionnel du marché. La production, faible et ponctuelle, rendait difficile l'emportage de conteneurs complets vers l'Europe, expliquant les ruptures de livraison notamment en juin et juillet. Le déficit quantitatif a eu pour conséquence une progression des prix, particulièrement en août. En septembre, le rétablissement d'un flux plus conforme à la moyenne entraînait un repli des cours. La Martinique

livrait de faibles quantités par avion, vendues autour de 3.90 euros/kg.

Piment antillais

La République dominicaine est restée, d'avril à début septembre, le principal fournisseur de piment antillais du marché français. Les prix ont varié au gré des volumes réceptionnés et de leur qualité. Ainsi, de fortes précipitations ont affecté les zones de production début avril, provoquant la fixation de prix soutenus. Fin juillet, la diminution de l'offre entraînait également une progression des prix qui se prolongeait jusqu'à fin août. La Guadeloupe fournissait régulièrement des quantités limitées de piment antillais, vendues à prix stable, excepté en septembre où l'accroissement de l'offre, notamment européenne, orientait les prix à la baisse. Les livraisons de Martinique s'avaient plus irrégulières, provoquant des à-coups dans l'offre disponible. Toutefois, la réduction des arrivages dominicains à partir de mi-juillet bénéficiait nettement aux piments des Antilles françaises, dont les prix augmentaient sensiblement avant de retomber en septembre face à la concurrence de la production européenne.



Fret maritime

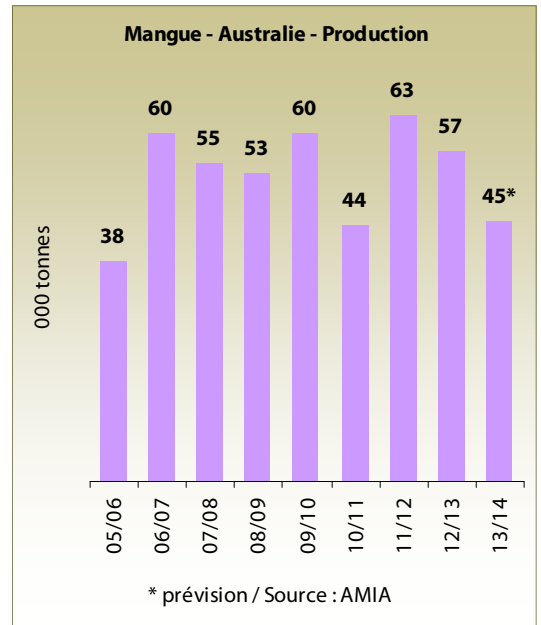
Septembre 2013

Les contrats d'affrètement sur les dix premiers jours du mois ont été si nombreux que les affréteurs, qui avaient alors conclu des contrats pour leurs navires, se sont retrouvés dans l'incapacité de répondre aux embarquements prompts. Le manque de navires libres est ainsi en grande partie à l'origine de la baisse des activités d'affrètement. Le retour TCE moyen de ces navires affrétés sur la seconde moitié du mois de septembre était similaire ; l'équilibre entre offre et demande s'est maintenu pendant tout le mois, permettant au marché de rester stable. La conclusion de ces nombreux contrats a entraîné une saturation des marchés de la banane sur les régions à l'Est de la Méditerranée et de la Mer Noire, provoquant une chute des prix depuis Alger jusqu'à Novorossiysk. Cet excédent de fruits au cœur des marchés européen et américain devrait durer jusqu'à la mi-novembre, maintenant ainsi le marché de l'affrètement à un niveau élevé alors même que les prix sur les marchés de la banane sont faibles. Sur les 9 premiers mois de 2013, le TCE moyen des gros reefers se monte à 54 c/cbft, contre 39 c/cbft en 2012. Les chiffres de 2013 sont les plus hauts depuis 2007 et 2008 alors que la moyenne sur cette période était de 79/80 c/cbft. Le rendement moyen sur cette période, de 83 c/cbft pour les petites unités, n'est pas très éloigné de 90 c/cbft et pourrait, avec une demande soutenue jusqu'à la fin de l'année, dépasser la moyenne annuelle de 84 c/cbft sur les deux années. Alors que les nouveaux projets de construction semblent porter sur les plus grands navires, la reprise rapide du plus petit segment, conjuguée à l'âge moyen de la flotte, se traduit par un besoin plus pressant de rajeunir ce secteur. L'absence de circonstances exceptionnelles ou de raison particulière à l'origine de la reprise du petit segment est un point intéressant. Le TCE a en effet augmenté malgré la bataille commerciale qui se joue entre les deux opérateurs majeurs.

■ Petite récolte de mangue en Australie en 2013-14.

Avec 6.5 millions de colis, la récolte australienne enregistrerait un repli d'environ 15 % par rapport à 2012-13 et afficherait un niveau plutôt léger. La production paraît similaire à celle de la saison passée dans le Queensland et le Western Australia. En revanche, le déficit serait criant dans le Northern Territory en raison de températures anormalement élevées et d'un manque de pluies. Cette région est la première à entrer en production (Darwin à partir de septembre et Katherine jusqu'en novembre). L'Australie exporte annuellement environ 4 500 à 5 000 t de mangue.

Sources : Reefer Trends, hin.au



■ 5^e congrès international de la banane.

Il se tiendra du 24 au 27 février 2014 à San José au Costa Rica sur le thème « Les défis du marché de la banane ». Ce congrès réunira de nombreux experts internationaux de la banane sur les thèmes de la recherche, de la production et de la commercialisation.

Source : www.congresointernacionaldebanano.com

Web : www.reefer trends.com
 Tel : +44 (0) 1494 875550
 Email : info@reefer trends.com

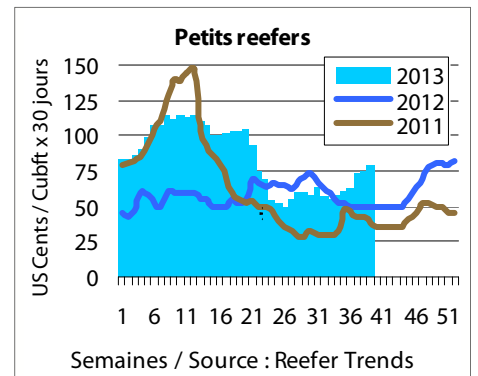
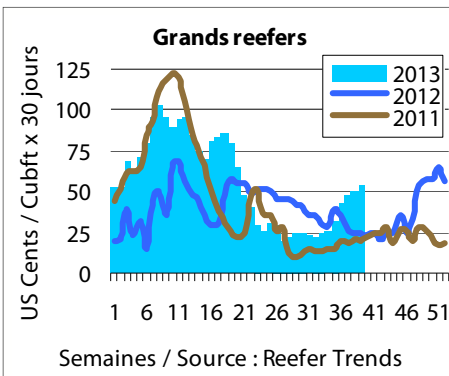
reefer trends

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
Septembre 2013	49	70
Septembre 2012	25	50
Septembre 2011	19	43



Mangue de Côte d'Ivoire

Bilan de campagne 2013

La campagne mangue de Côte d'Ivoire 2013 s'est déroulée dans un contexte particulièrement favorable : une faible production en Afrique de l'Ouest, une baisse de plus de 30 % des exportations du géant brésilien sur le marché européen en début d'année et une production fruitière européenne très tardive. Il aura fallu la réunion de tous ces facteurs pour que les prix sur les marchés européens se maintiennent à un niveau élevé pratiquement tout au long de la saison. Les exportateurs ivoiriens ont enfin pu retrouver une certaine sérénité après la campagne moyenne de 2012 et celle médiocre de 2011.

Une production tardive et peu abondante

La production de mangue a été peu abondante en Côte d'Ivoire cette année. Ce phénomène a été également enregistré au Mali, au Burkina Faso et au Ghana. La baisse de production a été causée par la sécheresse qui s'est abattue dans la sous-région pendant les mois de janvier, février et mars. Ces conditions climatiques n'ont pas permis le maintien des fruits pendant la nouaison, malgré de bonnes floraisons constatées début janvier.

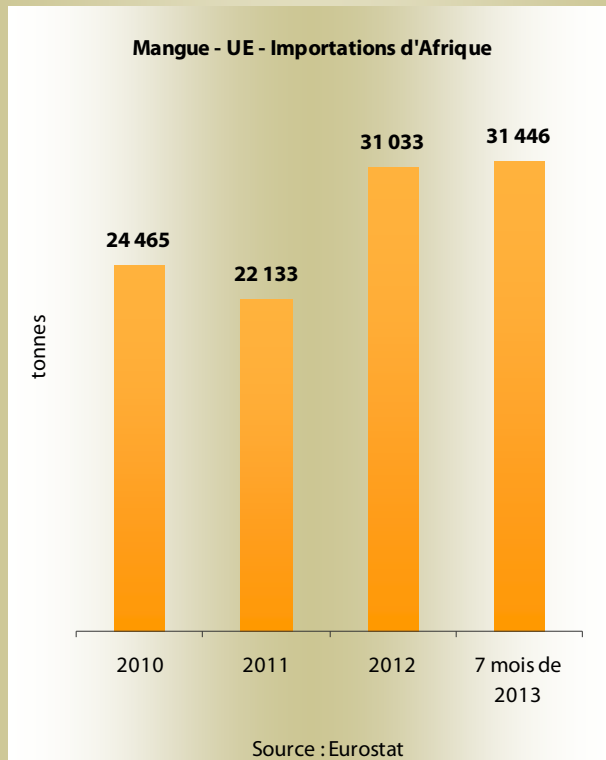
La quasi-absence de la première floraison, habituellement observée

mi-décembre, a engendré un retard dans le démarrage des récoltes. Ce n'est que le 15 avril que les premières Kent ont pu être récoltées. Ce retard de production a repoussé d'autant la mise à disposition des premiers fruits exportés par bateau sur les marchés européens. Elle n'est intervenue qu'en fin de première semaine de mai, au lieu de fin avril lors des précédentes campagnes.

En début de saison, les volumes expédiés sont restés faibles et ne se sont développés qu'avec l'entrée en production de la deuxième floraison de Kent. Pour compenser les pertes de volumes dues au démarrage tardif de la campagne, certains opérateurs ont poursuivi leurs expédi-



© Régis Domergue



tions après la mi-mai. Ce calcul s'est révélé périlleux compte tenu des problèmes qualitatifs récurrents de fin de saison, concomitant avec les précipitations sur les zones de production et entraînant traditionnellement le développement d'attaques fongiques.

Concernant les autres variétés de mangue produites en Côte d'Ivoire, on a noté quelques envois d'Amélie en début de campagne pendant la première quinzaine d'avril, mais qui sont restés modérés. La production de cette variété est maintenant marginale en Côte d'Ivoire, la plupart des vergers ayant été peu à peu surgreffés en Kent. Quant à l'expédition de Keitt, elle est restée limitée à la dernière semaine de campagne.

Avec le retard pris dans le démarrage des récoltes, les exportateurs de Kent par avion ont bénéficié de bonnes conditions de vente, dans un contexte peu concurrentiel pendant près de trois semaines. Les prix d'achat des fruits aux producteurs se sont maintenus toute la saison en raison des cours soutenus sur le marché européen.

Toutefois, cela ne semble pas avoir compensé la perte de production. Pour certains producteurs, le retour de leurs ventes n'a pu couvrir les frais engagés pour l'entretien des plantations. Aussi réclament-ils un paiement direct bord champ, tendance qui pourrait se généraliser lors des prochaines campagnes, compte tenu de l'accroissement de la concurrence entre collecteurs.

Des exportations qui se stabilisent et de nouvelles configurations

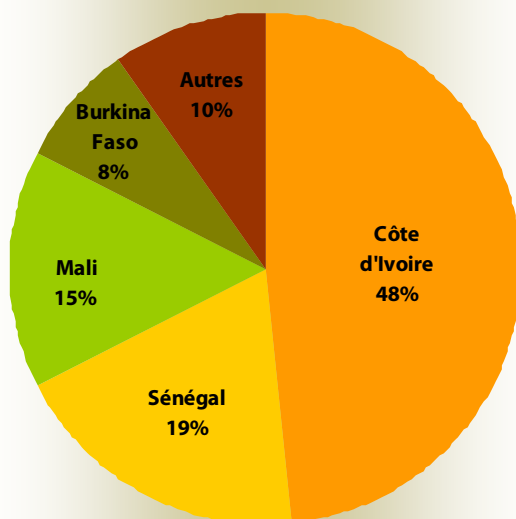
La Côte d'Ivoire a exporté 15 157 tonnes de mangue sur les marchés européens cette année, contre 15 222 tonnes en 2012. Ainsi, malgré le retard et la baisse de production, les exportations se sont maintenues avec des volumes un peu plus importants sur le mois de juin.

Depuis 2012, avec la réunification du pays, de nombreux exportateurs sont apparus et d'autres plus anciens ont consolidé leur entreprise. Aujourd'hui, il existe plus d'une vingtaine d'usines de mangue dans la région de Korhogo, Ferkessedougou et Sinématiali.

Les opérateurs en place depuis des années ont multiplié les stations de conditionnement afin de pouvoir traiter des volumes plus importants sur les quatre premières semaines de campagne et de limiter ainsi les risques de développements fongiques sur les fruits, qui s'accroissent considérablement à partir de mi-mai avec l'arrivée des précipitations sur les zones de production. Ce faisant, ils maintiennent la qualité ainsi que leurs parts de marché en Europe. Les nouveaux venus



Mangue - UE - Importations d'Afrique en 2013



Source : Eurostat

ont rouvert des usines fermées ou qui ne fonctionnaient pas correctement. Ils travaillent le plus souvent en prestation de services.

La nouvelle tendance serait de définir une date limite d'exportation afin d'éviter les pertes et de mieux valoriser le produit. Cette idée est en train de faire son chemin dans tous les pays producteurs de mangue d'Afrique de l'Ouest.

La mangue a été classée filière prioritaire dans le cadre de la Politique Agricole Commune des Etats de la Communauté des Etats d'Afrique de l'Ouest (CDEAO) et des programmes régionaux devraient être mis en place dans les années à venir, principalement axés sur la qualité des fruits : labellisation du produit, lutte contre la mouche des fruits, etc.

Du côté des certifications d'entreprise, Global-Gap reste largement adoptée par les exportateurs ivoiriens.

Des changements logistiques

Au niveau logistique, on assiste à une concentration des compagnies maritimes offrant des services de conteneurs réfrigérés sur l'Europe. MAERSK LINE a supprimé ses escales sur le port d'Abidjan en 2013.

Les exportateurs ont donc pu charger principalement sur la compagnie DELMAS et sur la ligne AEL rejoignant le port d'Anvers en 12 jours.

Les services proposés par Bolloré Africa Logistics sur la compagnie MOL HAPPAG n'ont pas été à la hauteur des espérances : retards de navires, surbooking, etc.

Pour acheminer les conteneurs entre le port d'Abidjan et la zone de production au nord du pays, c'est la voie routière qui est désormais privilégiée. La descente en train via la plateforme conteneurs de Ferkessédougou est réservée à un nombre limité d'opérateurs.

La campagne 2013 sera certainement à classer parmi les meilleures réalisées en Côte d'Ivoire. Mais cette tendance se poursuivra-t-elle ? Rien n'est moins sûr.

La volonté affichée de certains exportateurs de vouloir développer leurs quantités en 2014 risque, si elle est mise en pratique, de déstabiliser la filière et les marchés européens, avec pour conséquence la chute drastique des prix de vente et des pertes financières conséquentes. Une situation bien connue par la profession ■

Alexis Moulin

Marché de la mangue en Europe

Une période charnière des plus délicates : le passage du Brésil au Pérou

La mangue est un produit saisonnier. Pour qu'elle soit présente toute l'année sur les marchés européens, les opérateurs doivent s'approvisionner auprès de multiples origines, jouant sur les différentes productions de la zone intertropicale. Toutefois, le passage d'une origine dominante à une autre occasionne en général les crises les plus marquées de l'année, d'autant plus lorsqu'il s'agit de passer du Brésil au Pérou. En effet, il s'agit des deux plus importants fournisseurs de mangue du marché européen qui représentent à eux seuls 64 % des importations. De plus, cette transition intervient en fin d'année, époque où la demande se dynamise.

Le Brésil, un fournisseur historique

Le Brésil a accompagné depuis le départ le développement de la mangue en Europe. C'est lui qui a fait basculer en 1984 la domination de l'approvisionnement du marché européen de l'Afrique vers l'Amérique latine. Son importance perdure avec la recherche d'une fourniture permanente de mangue, qu'il parvient à réaliser en dépit de fluctuations de volumes.

Usant d'artifices cultureux comme l'induction florale, il réussit à fournir des Tommy Atkins tout au long de

l'année. Cette variété, parfois décrite pour son manque de saveur et la présence de fibres dans sa chair, n'en reste pas moins son socle d'exportation (plus de 80 % de la production brésilienne). Une bonne coloration et une résistance au transport constituent ses atouts majeurs. Les exportateurs brésiliens se sont néanmoins adaptés aux demandes des marchés européens en opérant une diversification variétale de leur verger et en développant les exportations de Keitt, Palmer et Kent depuis une dizaine d'années.

Le profil des exportations brésiliennes vers l'Europe a ainsi été modifié. Certes, l'origine reste présente





Société Internationale d'IMportation



Le spécialiste
de l'affinage
des fruits



Elle est mûre,
savourez-la !

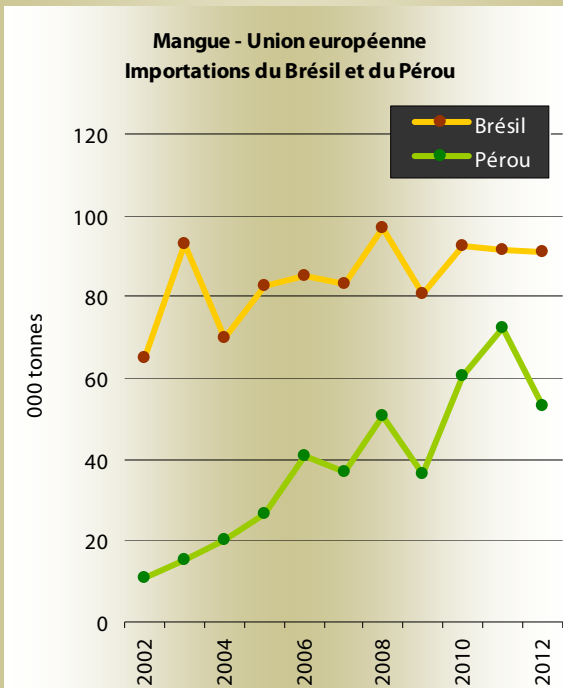
L'expertise du producteur associée au savoir-faire de l'affineur pour vous garantir une mangue soigneusement mûrie et sélectionnée.

www.siim.net

Producteur - Importateur - Mûrisseur - Distributeur



Siège Social - Plateforme de Mûrissage - MIN Rungis - Bât. C3 - D2 - E2, 2-16 rue de Perpignan, Fruileg CP 70432, 94642 Rungis Cedex, France - Tél. : +33 1 45 12 29 60 - Fax : +33 1 45 60 01 29- E-mail : dibra@siim.net



Source : Eurostat



avec la variété Tommy Atkins tout au long de l'année, mais l'adoption de la Kent notamment, plus recherchée en Europe, a entraîné l'émergence d'une nouvelle période d'exportation de mi-octobre à fin janvier. Au cours des dernières années, elle a été plus précoce, démarrant en septembre et s'achevant mi-janvier. Evolution conjoncturelle ou plus profonde ? Le manque de recul ne permet pas encore de le dire.

Parallèlement à la diversification variétale, les opérateurs brésiliens semblent avoir mieux adapté leurs flux vers les marchés européens, avec la disparition de campagnes catastrophiques où les quantités expédiées noyaient le marché et provoquaient des chutes de prix impressionnantes (moins de 2.00 euros/colis) sur de longues périodes. La régulation des volumes s'est opérée par la limitation du nombre d'entreprises d'exportation, par la croissance du marché intérieur et par l'orientation d'une partie de la production vers la transformation. Le secteur de la mangue du Brésil paraît ainsi avoir atteint une certaine maturité.

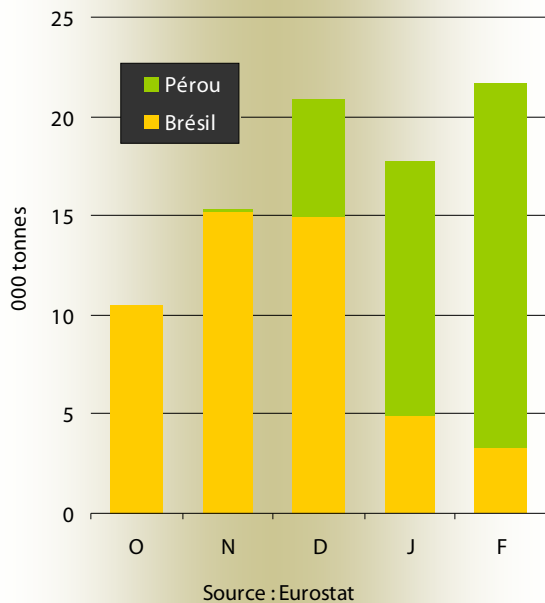
Le Pérou, un fournisseur récent

L'évolution de la filière péruvienne est plus récente. Elle date du début des années 2000, quand le Pérou n'était qu'une origine émergente et complémentaire d'un marché encore imparfaitement approvisionné. La véritable explosion des exportations péruviennes au milieu des années 2000 a reconfiguré une grande partie du marché européen. Balayant des origines implantées telle l'Afrique du Sud, le Pérou s'est imposé durablement, jusqu'à devenir le deuxième fournisseur en Europe. Mais cela ne s'est pas fait sans à-coups et crises successives dues à la croissance souvent chaotique des volumes exportés.

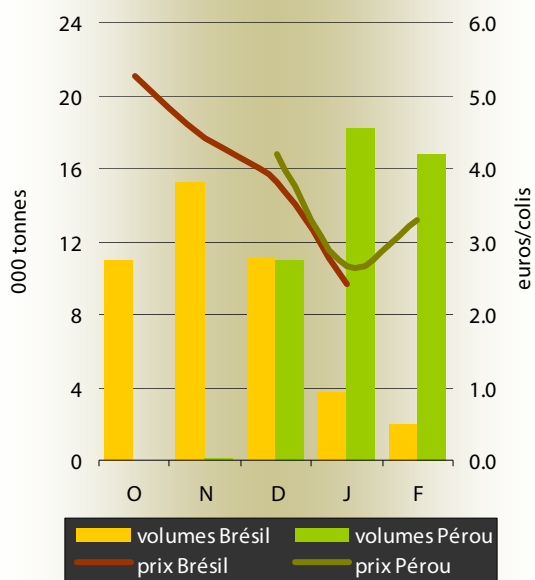
Le calendrier d'exportation du Pérou vers l'Europe s'étale de janvier à avril. Mais la volonté de s'imposer sur ce marché a incité les opérateurs à allonger cette période en démarrant plus tôt leurs envois (novembre-décembre) et en tentant de les prolonger jusqu'en mai. Encore en pleine expansion, le Pérou a connu des campagnes plus réduites en volume ces deux dernières années. Cette diminution provient-elle de conditions climatiques moins favorables à la production ou est-elle le résultat d'une évolution plus profonde du secteur ? Là encore, le manque de recul ne permet de privilégier aucune hypothèse. Néanmoins, contrairement au Brésil, le Pérou ne semble pas disposer d'un marché intérieur propre à absorber d'importantes quantités de mangue, ni de structures de transformation à l'échelle de sa production. Le secteur a plutôt choisi la conquête de nouveaux marchés. Le Pérou s'est implanté parallèlement sur le marché nord-américain où il s'est rapidement hissé à la seconde place des pays fournisseurs, derrière l'incontournable Mexique mais dépassant le Brésil. Mis à part sa compétitivité, l'un des principaux atouts du Pérou reste sans doute sa capacité à produire essentiellement des Kent. En revanche, les délais d'acheminement par bateau demeurent sensiblement plus longs que pour le Brésil.

Mangue - Union européenne Importations moyennes du Brésil et du Pérou entre octobre et février

(moyenne mensuelle sur 4 ans)



Mangue - France Arrivages hebdomadaires et prix moyen du Brésil et du Pérou en 2009-10



Le choc de décembre-janvier

Le décor étant planté, on comprend bien que le passage des mangues du Brésil à celles du Pérou est à même de provoquer de fortes perturbations sur un marché européen en progression irrégulière. Que le Brésil allonge sa campagne d'exportation ou que le Pérou démarre précocement la sienne et les conditions sont réunies pour plonger le marché dans une période de marasme. Ainsi, le calendrier d'approvisionnement et l'intensité des volumes de chaque origine revêtent un caractère primordial pour assurer ou non une tenue des prix de vente.

Le graphique ci-contre permet de visualiser, à partir des volumes moyens livrés par le Brésil et le Pérou (sur les quatre dernières campagnes), la période charnière de décembre-janvier. Les démarrages particulièrement précoces du Pérou en novembre paraissent très limités et peu susceptibles d'occasionner des perturbations commerciales. Toutefois, ils tendent à écorner l'image de marque de l'origine du fait de l'envoi de fruits verts et immatures.

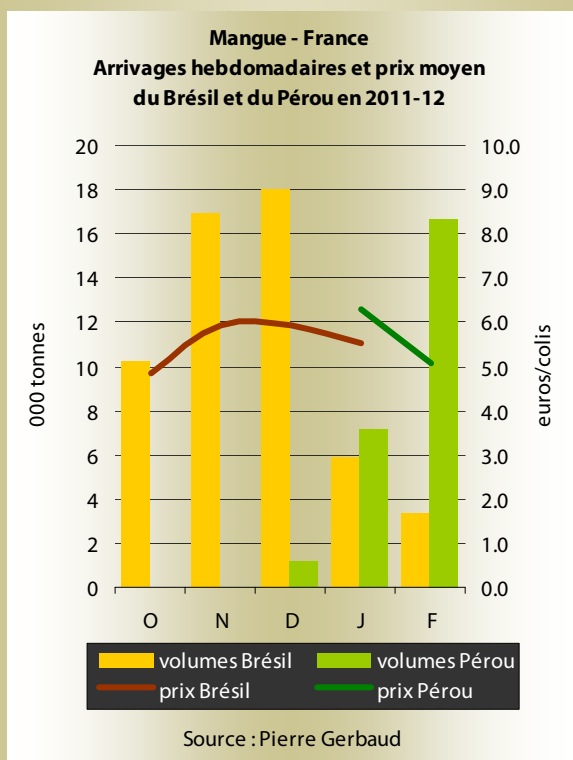
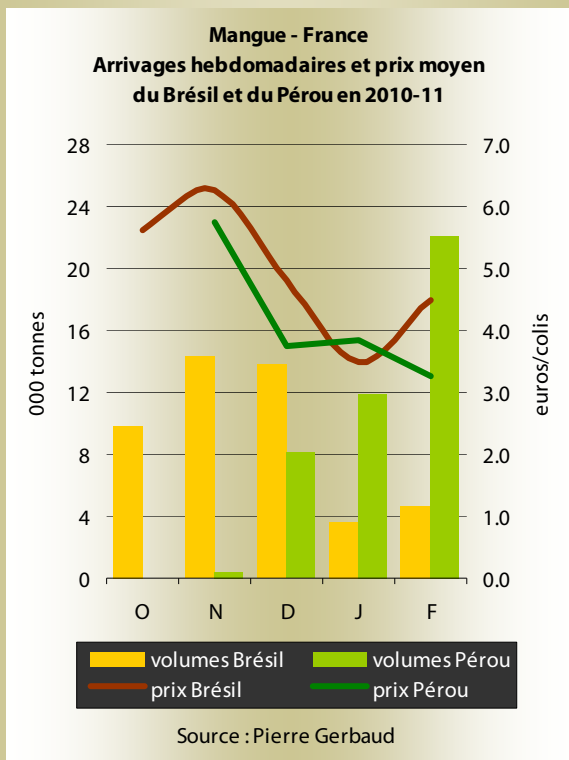
Si le graphique montre bien l'intersection des campagnes, l'illustration par les tonnages moyens tend à écraser les fortes variations d'une saison à l'autre. En reprenant les quatre dernières campagnes, la perception d'une charnière conflictuelle paraît nettement plus évidente.

Charnière 2009-10

Il s'agit de la campagne la plus caractéristique, avec un télescopage des deux origines en décembre. Aux fortes quantités du Brésil se sont additionnées celles anormalement élevées du Pérou, dont la production s'avérait plus importante et plus précoce. Le résultat immédiat pour les deux origines fut une chute des prix, qui passaient sous la barre des 4.00 euros/colis en décembre. La saturation du marché se poursuivait en janvier avec l'explosion des arrivages du Pérou, emportant les prix entre 2.00 et 3.00 euros/colis. La campagne du Brésil, qui se prolongeait en janvier et février, s'achevait difficilement avec des prix bas. Les prix pour le Pérou se redressaient lentement en février, après une phase d'assainissement s'accompagnant de ventes de dégagement. Les importantes quantités reçues en février constituaient également un frein au relèvement des prix.



© Régis Domergue



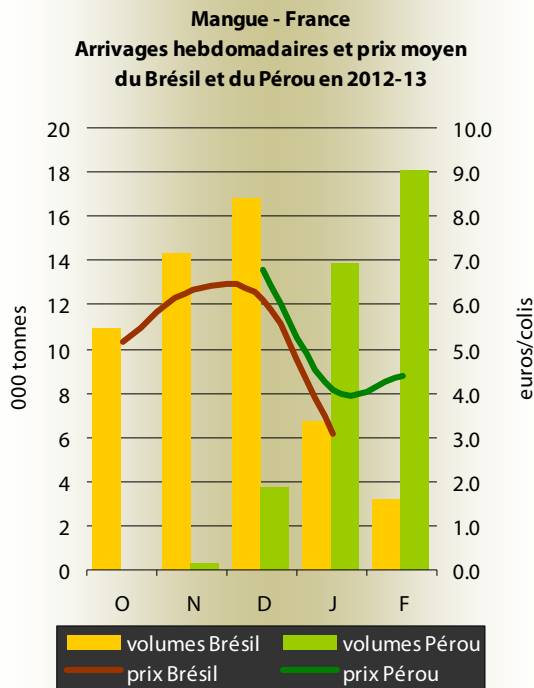
Charnière 2010-11

La campagne 2010-11 s'est déroulée comme la précédente, mais la crise a été moins prononcée. Au cours de cette période, les deux origines ont exporté quasiment les mêmes volumes (de 88 000 à 89 000 tonnes), mais répartis de façon un peu différente. L'intersection a été moins importante. Le Brésil a largement dominé jusqu'en décembre, alors que le Pérou, plus tardif qu'en 2009-10, a exporté de moindres quantités en décembre. Toutefois, le cumul des arrivages a tout de même apporté de sévères perturbations qui se sont traduites par une baisse des cours, stabilisée autour de 3.50 euros/colis. En revanche, la déferlante de volumes du Pérou en février maintenait les prix à la baisse. Cette évolution était donc imputable aux seules exportations péruviennes et non à l'intersection des deux origines.

Charnière 2011-12

La campagne 2011-12 apparaît comme l'antithèse de celle de 2009-10 et constitue de ce fait le meilleur profil de campagne des dernières années. Tout d'abord, la charge globale du marché a été allégée de presque 10 000 tonnes sur la période considérée pour les deux origines. L'intersection Brésil/Pérou s'est avérée presque inexistante. La faible production péruvienne et ses premières livraisons tardives ont laissé le champ libre au Brésil. Les opérateurs brésiliens ont d'ailleurs partiellement compensé le déficit annoncé du Pérou en augmentant en novembre et surtout en décembre leurs envois de près de 8 000 tonnes. La courbe des prix moyens, concave les années antérieures, est devenue convexe, les prix ne tombant pas en-deçà de la barre des 5.00 euros/colis, rémunératrice pour tous les échelons de la filière. Les cours du Pérou en janvier ont été dans la continuité de ceux du Brésil. Ils n'ont fléchi qu'en février sous l'effet d'une augmentation importante des livraisons du Pérou, à une période où le Brésil n'intervenait plus que de façon nettement minoritaire.





Charnière 2012-13

C'est une campagne moyenne, entre les deux précédentes. Le retour à des quantités cumulées autour de 88 000 t constitue déjà un facteur d'enrayement des conditions de campagne. Pourtant, la répartition des volumes s'est effectuée de manière assez similaire pour le Brésil d'octobre à décembre, avec des cours soutenus qui se sont maintenus en décembre en dépit d'un apport non négligeable du Pérou. Mais le maintien de tonnages importants du Brésil en janvier, alors que les exportations péruviennes progressaient fortement, a entraîné les ventes sur des cours de 3.00-4.00 euros/colis. Les importantes livraisons cumulées à partir de décembre et non-écoulées ont accru d'autant les quantités disponibles en janvier, période de repli traditionnel de la consommation.

Deux facteurs à surveiller : les volumes et la qualité

En définitive, la fluidité du passage du Brésil au Pérou dépend, d'une part, de la charge globale du marché. Sur la période considérée, si des tonnages supérieurs à 80 000 t semblent entraîner les prix à la baisse de façon marquée, une charge diminuée de 10 000 t permet un maintien des cours sur des bases rémunératrices. D'autre part, la limitation des volumes cumulés durant la période charnière constitue l'élément majeur du maintien des prix. Ce qui peut sembler une évidence l'est moins lorsqu'on s'attache à la qualité des fruits. Les Kent, qui terminent la campagne du Brésil, sont souvent plus fragiles et plus à même de développer des attaques fongiques qui minorent sensiblement le résultat des ventes. De la même façon, les exportations précoces du Pérou se composent souvent de fruits dont le développement physiologique s'avère insuffisant, générant des ventes à prix bas. Ainsi, le seul facteur volume, bien qu'il soit important, ne constitue pas l'unique raison des variations de prix souvent enregistrées en décembre-janvier.

Par ailleurs, le passage d'un fournisseur dominant à l'autre recouvre d'autres phénomènes commerciaux parfois antinomiques avec le déroulement naturel des productions. La grande distribution, par exemple, apprécie un approvisionnement sur la plus longue période possible qui permet des négociations et la fixation de prix de campagne stables. Le déréférencement d'un produit ou d'une origine et son remplacement représentent toujours une fragilité pour le marché. Ils s'effectuent lorsque les volumes s'avèrent insuffisants ou lorsque la qualité des fruits se dégrade. En pleine période des fêtes de fin d'année, on imagine bien le dilemme que représente le passage du Brésil au Pérou. La description du déroulement des dernières campagnes et les scénarios qui transparaissent sont autant d'éléments d'analyse pour que soit trouvé un ajustement des flux plus judicieux entre les opérateurs du secteur ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com

Tomate de contre-saison

Des positions qui se bonifient ?

Après avoir tâtonné ces dernières années entre opportuniste et engorgement, le marché européen de la tomate semble désormais expérimenter un certain équilibre. Les origines et les opérateurs encore présents doivent néanmoins être très spécialisés sur des segments où ils sont reconnus ou bien sur des prestations qui les démarquent de leurs concurrents. D'autres origines délaissent ce marché trop concurrentiel pour se tourner vers les marchés de l'Est, demandeurs.

Le marché européen se décante

La tendance qui s'est dessinée ces dernières années sur le marché européen, sur fond de crise économique, semble avoir entraîné une sélection quasi naturelle des origines. Elle a notamment poussé des pays comme la Turquie ou Israël à investir d'autres marchés que le vieux continent. Ces flux se sont principalement déplacés vers les pays d'Europe de l'Est, essentiellement la Russie, marchés économiquement porteurs et logistiquement viables.

Ainsi, le marché européen, sans encore trouver totalement son équilibre, s'est bien allégé ces deux dernières campagnes. Les importations extracommunautaires ont connu une nouvelle contraction de 2 % (403 000 t) d'octobre à mai, tandis que les exportations espagnoles ont, dans le même temps, reculé de 10 % (702 000 t). Cette baisse s'explique donc en partie par le repli de la Turquie, dont les envois vers la Communauté européenne sont tombés l'an dernier à 24 000 t (- 36 %), alors qu'ils culminaient à 106 000 t en 2010-11. De même, l'orientation des volumes israéliens s'est accentuée sur des marchés de proximité comme la Russie ou le Moyen-Orient, avec le démantèlement d'Agrexco et l'évolution de la logistique du pays. Les importations communautaires en provenance de cette origine n'ont pas dépassé 24 000 t en 2012-13, contre encore 26 000 t en 2009-10. Le Maroc, de par son positionnement géographique, son historique et son organisation logistique reste, en revanche, bien présent en Europe de l'Ouest. Ses exportations vers

l'Europe sont stables autour de 340 000 t, dont 80 % transitent via le marché français. Cependant, cette origine cible également les grands marchés de l'Est pour soulager le marché européen, notamment en début de saison. De même, la Tunisie maintient le cap en dépit des difficultés qui n'ont pas manqué de surgir ces dernières années, que ce soit en amont (crise politique) ou en aval, la majorité des volumes étant déchargés sur le port de Marseille. Les envois sont toutefois revenus à leur niveau antérieur lors de la dernière campagne (10 000 t), transitant à 77 % par la France. De même, les tonnages de tomate cerise du Sénégal demeurent stables (9 500 t), mais sont mieux répartis entre le Benelux (50 %), le Royaume-Uni (26 %) et la France (23 %).





début de Saison 2014



www.idyl.fr



Contactez-nous

+ 33 (0)4 90 24 20 00

Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved

contact@idyl.fr

13160 Châteaurenard

Producteur & Partenaire des Pros

Tomate du Maroc — UE-27 — Contingent tarifaire

tonnes	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16
Octobre	13 350	13 800	14 250	14 700
Novembre	34 900	36 100	37 300	38 500
Décembre	39 450	40 800	42 150	43 500
Janvier	39 450	40 800	42 150	43 500
Février	39 450	40 800	42 150	43 500
Mars	39 450	40 800	42 150	43 500
Avril	20 700	21 400	22 100	22 800
Mai	6 250	6 500	6 750	7 000
Total	233 000	241 000	249 000	257 000
Contingent additionnel	28 000	28 000	28 000	28 000
Total	261 000	269 000	277 000	285 000



Pas d'augmentation des parts de marché du Maroc en Europe

Bien que l'accord d'association entre l'UE-27 et le Maroc ait pris effet au début de la campagne 2013, les envois marocains de tomate se sont au mieux maintenus (- 1 % selon les chiffres des douanes européennes et - 10 % selon ceux de l'EACCE). Pourtant, les exportations totales de tomate au départ de ce pays auraient atteint 408 000 t, confirmant l'intérêt des exportateurs pour des destinations en dehors de la Communauté, comme la Russie où les envois ont dépassé les 60 000 t.

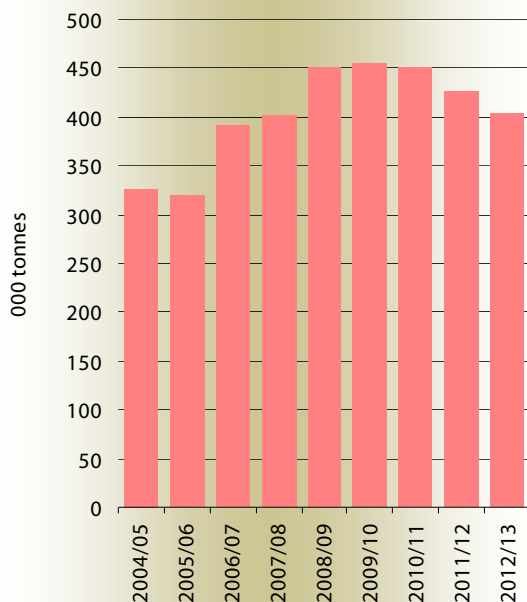
La campagne 2012-13 a été caractérisée par un départ tardif, les chaleurs de l'été ayant fortement affecté les premiers bouquets, puis par un décalage des volumes sur le mois de novembre en raison de l'Aïd El Kebir, à une période de l'année où la demande se réduit en Europe. La mise en place de la taxe a alors incité les opérateurs à privilégier la Russie, la saturant rapidement de marchandises de tenue fragile. Le marché s'est toutefois décenté à l'approche des fêtes de fin d'année, notamment en petite segmentation. Le début de l'année 2013 est resté laborieux, avec d'importants écarts de tri mais surtout une faible demande sur le marché français, tandis que l'Italie ou la Russie captaient de bons volumes. Les cours se sont raffermis à l'approche de Pâques, avec le passage à des bouquets moins affectés. Les mauvaises conditions climatiques du printemps n'ont pas favorisé la consommation de tomate. La campagne s'est terminée précocement, fin mai-début juin pour la plupart des opérateurs. A noter toutefois que cette origine poursuit également sa poussée vers l'Europe du Nord (Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne) afin de désengorger le marché français. Elle a également réussi une bonne performance sur le marché italien, en raison d'une moindre production sicilienne en 2012-13.

L'Espagne cueille enfin les fruits de sa diversification

La campagne espagnole a été un peu tardive en 2012-13 du fait du décalage volontaire des plantations (environ 15 jours) afin de limiter le télescopage avec la fin de campagne des autres origines européennes. Le potentiel a été d'un très bon niveau, en raison de l'augmentation des surfaces, surtout à Almeria car elles s'effritent toujours à Murcie ou aux Canaries, mais également de très bons rendements (+ 8 à + 10 % par rapport à 2011-12), en dépit d'un tri important en fin d'hiver. Mais la principale évolution en Espagne reste la diversification de la gamme variétale dans le but de se démarquer des autres origines méditerranéennes. Ainsi, la production s'est encore sensiblement développée en tomate allongée, en Rebellion ou Raf, et dans une moindre mesure en petite segmentation.



Tomate - UE-27 - Importations extra-européennes
(octobre à mai)



Source : douanes européennes

Le début de saison a été progressif mais difficile jusqu'aux fêtes de fin d'année, compte tenu d'une demande moyenne, de difficultés logistiques et de la concurrence marocaine. La baisse des volumes en début d'année, les fêtes pascales précoces, le déficit de production sur l'Italie et le retard de campagne des autres origines européennes ont toutefois permis à cette origine, compte tenu de la répartition variétale, de tirer son épingle du jeu. Les exportations ont globalement baissé de 5 % (840 000 t) en volume. Les ventes ont été soutenues à destination de l'Allemagne (172 000 t, + 4 % sur 2011-12) et de la France (121 000 t, + 8 %), mais sont en léger repli vers le Royaume-Uni (125 000 t, - 6 %). Le développement a surtout été marqué à l'Est, les envois progressant vers la Pologne (63 000 t, + 43 %), grâce à la mise en place ces dernières campagnes d'un pont logistique, tandis qu'ils auraient fléchi en direct vers la Russie (29 800 t).

Le crû 2013-14 devrait être assez équilibré


La campagne 2013-14 démarre tranquillement. Les exportations, en dehors des programmes annuels, ont repris début septembre avec les productions de tomate ronde de la zone de Murcie. Elles s'intensifient désormais avec l'arrivée des premiers volumes du Maroc, qui ne devraient pas réellement monter en puissance avant fin octobre et l'entrée en campagne des grosses structures sur les marchés export, d'autant que l'Aïd El Kebir (15 octobre 2013) devrait un peu décaler les campagnes. La zone d'Almeria pourrait, en revanche, être un peu plus précoce, certaines grosses structures ayant fait le choix cette année de planter une dizaine de jours plus tôt. Les autres opérateurs ont toutefois conservé un calendrier de plantation traditionnel (deuxième quinzaine d'août), qui devrait se traduire par une entrée en commercialisation fin octobre-début novembre.

Côté potentiel, les surfaces seraient globalement stables en Andalousie (10 700 ha) ainsi qu'au Maroc (5 500 ha). La petite segmentation devrait un peu reculer en Espagne comme au Maroc, après les déboires de l'an passé, mais devrait globalement rester sur un bon niveau, la baisse étant surtout le fait d'opérateurs de taille moyenne. Elle a représenté 30 % des envois du Maroc lors de la dernière campagne. Le contingent à droit nul devrait encore augmenter cette année pour les rondes, selon les termes de l'accord d'association, pour atteindre 241 000 t (+ 3 % sur 2012-13), auxquelles s'ajoutent potentiellement 28 000 t de contingent additionnel. La diversification devrait se poursuivre en Espagne, essentiellement en grappes, en tomates allongées, en Raf et en Rebellion. L'équilibre du marché sur la fin de l'année 2013 dépendra néanmoins du niveau de la consommation et de la présence sans doute plus tardive des productions européennes de saison qui risquent de se prolonger cette année un peu tardivement ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr

Campagne litchi de Madagascar 2013-14

Pourquoi changer une stratégie qui fonctionne ?



La campagne d'exportation du litchi de Madagascar 2013-14 s'annonce sous de bons auspices. Grâce à une production conséquente et précoce, les marchés européens pourront être approvisionnés de façon satisfaisante. De plus, la nouvelle organisation, expérimentée depuis deux campagnes, permet d'envisager la pérennisation de la filière malgache avec plus de sérénité. Toutefois, cette stratégie, focalisée sur la qualité sanitaire du produit, reste fragile et demande à être consolidée.

© Régis Domergue

© Gay Behnier



De la parole à l'action

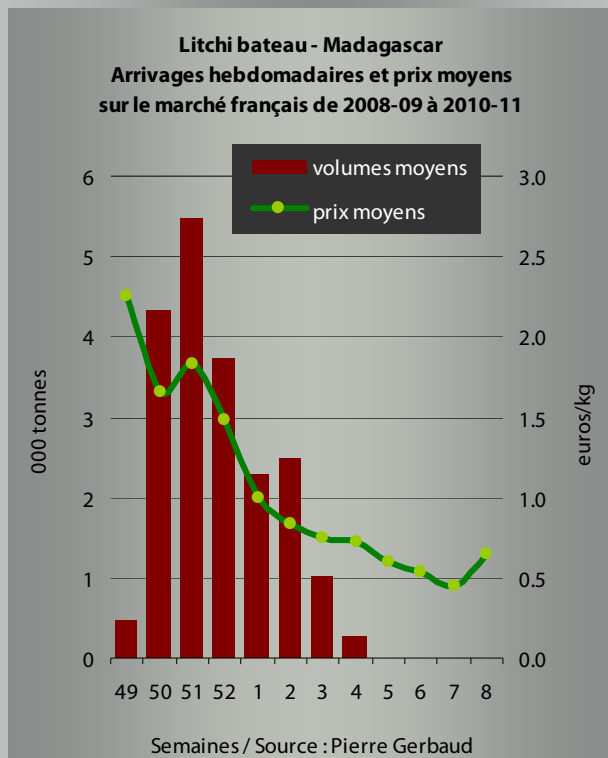
Il y a trois ans, la campagne litchi de Madagascar (2010-11) frisait la catastrophe. Campagne tardive, volumes pléthoriques, forte concurrence entre opérateurs et manque de fiabilité de la qualité sanitaire au regard des dispositions réglementaires européennes provoquaient une crise majeure de la filière. Les principaux distributeurs allemands suspendaient la commercialisation du litchi en pleine saison, sanction immédiate et douloureuse pour ce secteur d'activité si important pour l'économie malgache. La course aux volumes et la professionnalisation trop lente des exportateurs de Madagascar menaient la filière dans une impasse. Toutefois, cette tourmente a eu pour effet positif d'amener une réflexion sur les adaptations à apporter pour améliorer et pérenniser les exportations de litchi vers l'Europe.

Les premières actions consistaient à réduire de façon drastique les volumes exportés et à mettre en oeuvre une démarche d'envergure pour garantir l'innocuité des produits pour les consommateurs. La validation des procédés de soufrage et la mise en place d'une surveillance étroite des résidus de soufre, tant à l'origine qu'à l'arrivée des fruits en Europe, constituaient un pare-feu vis-à-vis des distributeurs européens. La mobilisation de moyens conséquents en termes d'expertise et de financement permettait d'envisager l'avenir avec plus de sérénité. A ces dispositions s'ajoutait une redistribution des cartes pour la mise en marché, avec une réduction du nombre d'opérateurs aussi sévère que la diminution des volumes destinés à l'exportation. Néanmoins, chacun attendait, à juste titre, la mise en pratique de cette nouvelle stratégie.

Litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille — Importations de l'Union européenne

Tonnes	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13
Total général	31 041	26 753	22 852	19 807	23 682
Total extra-UE, dont	29 625	26 580	22 162	17 866	21 121
Madagascar	24 286	18 877	16 039	12 800	13 709
Afrique du Sud	1 516	3 490	2 871	2 554	4 416
Maurice	173	168	225	89	286
Thaïlande	2 050	2 130	1 550	1 185	1 430
Bangladesh	290	239	398	351	358
Inde	83	141	11	13	44
Pakistan	14	404	10	4	18
Israël	1 066	903	755	730	732
Chine	148	228	305	139	127
Production UE Espagne	1 416	173	690	1 941	2 561

Source : Eurostat - code 08109020 (litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille) puis code 08109020 (litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille, carambole, fruit de la passion, pitahaya)



Elle se concrétisait et permettait d'obtenir de bons résultats économiques lors de la campagne 2011-12 et un regain de confiance de la part des distributeurs. Le bon déroulement de la campagne 2012-13 confirmait le bien-fondé de cette stratégie. De nouvelles améliorations telles que l'augmentation du nombre d'entreprises certifiées GlobalGap, l'investissement des exportateurs dans les infrastructures de soufrage, une logistique moins précipitée, montraient la volonté des opérateurs d'inscrire dans le temps les progrès de la filière.

Sur un plan commercial, la comparaison des courbes de prix avant et après la crise de 2010-11 est parlante. Les deux graphiques proposés traduisent clairement les effets de la modification stratégique adoptée. Afin de minimiser les pics de volumes, l'aspect précoce ou tardif des campagnes, etc., ils ont été construits sur des moyennes.

Si la comparaison des deux courbes met en exergue la réduction des volumes exportés (passant de 20 000 tonnes à 15 000 tonnes en moyenne) et la concentration de la saison de commercialisation, elle fait également ressortir un profil des prix de vente nettement supérieur pour les deux dernières campagnes. Certes, la diminution des tonnages commercialisés constitue un élément majeur dans la progression des cours moyens. Mais existait-il une autre option pour relancer la filière après la campagne de 2010-11 ? La réduction des volumes ne permet-elle pas aussi de garantir une meilleure qualité sanitaire des fruits, par un ralentissement des procédés de traitement et de chargement des marchandises ? En tout état de cause, les 5 000 tonnes retirées entre les deux périodes semblent avoir été largement compensées par les résultats économiques obtenus.

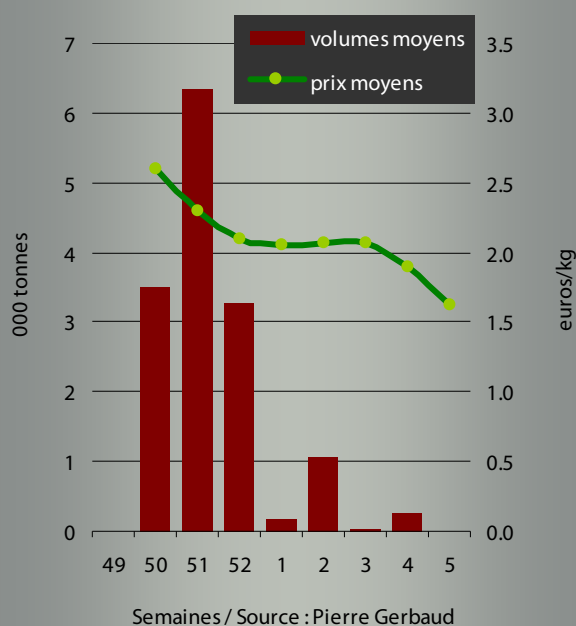
Campagne 2013-14 : une production précoce et importante

Pourquoi changer une stratégie qui fonctionne et qui a été plusieurs fois saluée par les autorités européennes pour le partenariat étroit entre exportateurs et importateurs et les résultats économiques obtenus ? L'organisation mise en place depuis deux ans a effectivement été reconduite à l'unanimité des opérateurs concernés au lendemain de la dernière campagne.

Le Centre Technique Horticole de Tamatave (CTHT), qui suit l'évolution de la production de litchi dans les différentes zones autour de Tamatave, confirme cette année la bonne répartition des précipitations au cours des derniers mois et



Litchi bateau - Madagascar
Arrivages hebdomadaires et prix moyens
sur le marché français de 2011-12 à 2012-13



l'élévation des températures propice à la fructification. En conséquence, la campagne 2013-14 devrait être aussi précoce que la précédente, phénomène assez rarement observé. La fructification devrait être importante, facilitant la disponibilité des fruits destinés à l'exportation. Se basant sur ces indications, les opérateurs de la filière confirment que l'organisation sera similaire à celle de 2012-13. La campagne par avion devrait débuter en semaine 45 pour s'achever juste avant les premières livraisons par bateau. Les volumes devraient être peu ou prou du même niveau que l'année dernière, à savoir autour de 500 tonnes. Ils pourraient être légèrement supérieurs compte tenu de la plus faible production de l'île Maurice attendue cette année.

Concernant la campagne bateau, le même scénario que l'année dernière serait reconduit, avec deux navires conventionnels de 7 000 tonnes chacun dont l'arrivée en Europe interviendrait en fin de semaine 49 et début de semaine 51. Ces prévisions restent actuellement théoriques puisqu'elles dépendent de l'ouverture officielle de la campagne par les autorités de Madagascar. Les volumes prévus permettront d'approvisionner les marchés européens pour les fêtes de fin d'année. La campagne par conteneurs prendrait logiquement la suite en janvier, avec des quantités de l'ordre d'une centaine de conteneurs (40").

Parallèlement à cette organisation, les opérateurs ont décidé de renforcer les actions visant à garantir l'innocuité des fruits par une surveillance des résidus de soufre. Au-delà de cette vigilance, un accompagnement des entreprises d'exportation devrait être de nouveau mis en place pour les appuyer techniquement dans la recherche permanente de l'amélioration de la qualité des litchis. Nombre d'entreprises ayant déjà obtenu la certification GlobalGap poursuivent leurs démarches pour accéder à la certification Grasp (GlobalGap Risk Assessment on Social Practice) qui vise à prendre en considération l'environnement social des employés de la filière litchi.

Il n'est pas rare que des événements extérieurs viennent perturber la campagne de commercialisation du litchi de Madagascar. L'histoire de la filière malgache est parsemée de facteurs inattendus (conditions météorologiques défavorables à Madagascar ou en Europe, grève de transporteurs, etc.) venant troubler l'organisation prévue, mais toujours surmontés. Les élections présidentielles à Madagascar, plusieurs fois reportées, se dérouleront durant cette campagne (premier tour le 25 octobre et second tour le 20 décembre). Espérons qu'elles n'interféreront pas avec l'exportation des litchis qui s'effectuera entre les deux scrutins ■

Pierre Gerbaud, consultant
 pierregerberaud@hotmail.com



Comme le dit VICTOR,
Responsable Soins aux Fruits
en Côte d'Ivoire,

*« Je protège mes
ananas, sinon ils
attrapent des coups
de soleil. »*



Victor, comme tous les collaborateurs de la Compagnie Fruitière, prend grand soin de ses ananas car il sait combien ils sont délicats. Juste avant la récolte, il les couvre avec un paillage pendant plusieurs jours pour les protéger des brûlures du soleil d'Afrique. Grâce à cela, il leur garantit une meilleure maturité et une extraordinaire saveur. Nous cultivons ainsi, avec le plus grand soin, 50 000 tonnes d'ananas chaque année en Côte d'Ivoire, au Cameroun et au Gana.

Content published by the Market News Service of CMAA - All Rights Reserved
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 Victor, les fruits, on les aime.



**COMPAGNIE
FRUITIÈRE**

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

Un dossier préparé par
Denis Loeillet
et Thierry Paqui

Ananas

Sommaire

- p. 32 **Marché mondial de l'ananas — Jusqu'à quand ?**
- p. 41 **Marché mondial de l'ananas transformé — Une lueur d'espoir**
- p. 45 **Fiche pays producteur — Ananas du Costa Rica**
- p. 49 **Campagne ananas par avion en 2012-2013 — De la stabilité, sauf sur la qualité**
- p. 53 **Campagne ananas Victoria en 2012-2013 — Une campagne tranquille**
- p. 56 **Campagne ananas par bateau en 2012-2013 — Des volumes sans excès pour des résultats positifs**
- p. 60 **Correspondance des calibres**
- p. 62 **Panorama statistique mondial**
- p. 64 **La culture de l'ananas**
- p. 67 **Les principales variétés d'ananas**
- p. 68 **Défauts de qualité**

Le marché de l'ananas est à l'image de la conjoncture économique mondiale : très moyen. Et dans cette ambiance étrange où une hirondelle malingre et déplumée fait à elle seule le printemps, efforçons-nous de trouver des sujets de satisfaction. Thierry Paqui, dans la suite de ce dossier, nous montre la voie grâce à son analyse quelque peu rassurante sur les prix au stade importation. Il évoque une conjoncture en Europe qui s'est améliorée au fil des mois. Mais lui aussi n'est pas très optimiste. En résumé, c'est davantage une absence de crise majeure qu'une embellie durable que nous pointons du doigt dans ce dossier.



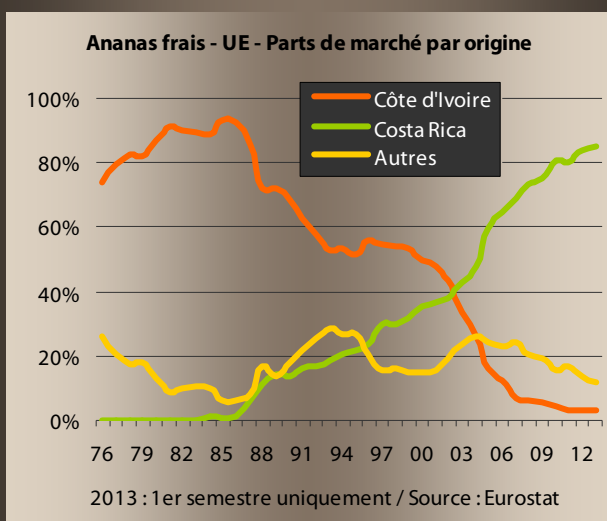
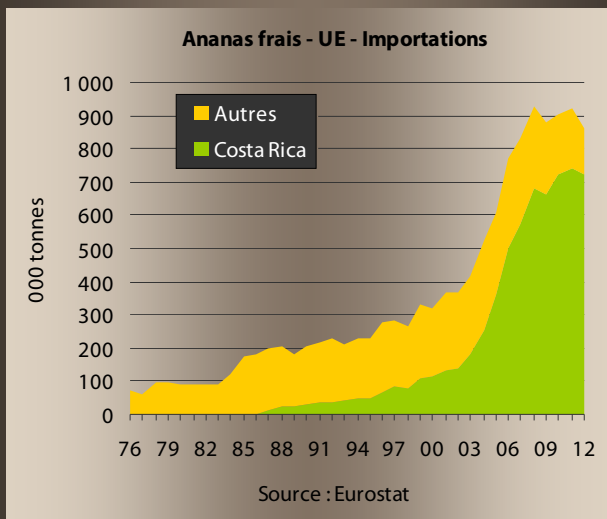
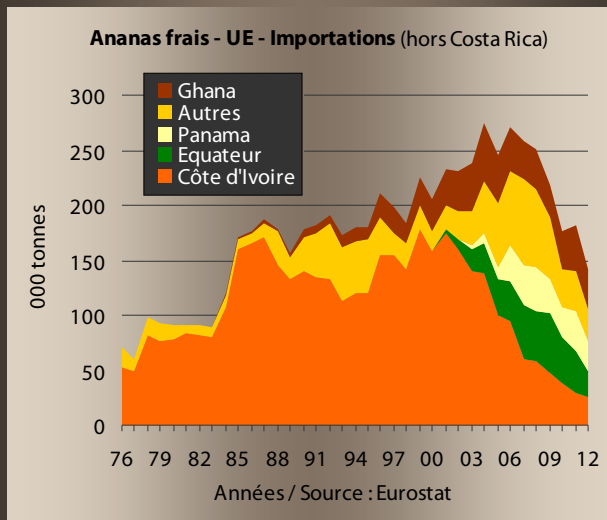


Marché mondial de l'ananas

Jusqu'à quand ?



Ne boudons pas notre petit plaisir. Le marché de l'ananas, notamment en Europe, va mieux... un peu mieux. Les prix import ont cessé de diminuer et l'extrême volatilité et la nervosité des marchés se sont calmées. La satisfaction doit être pourtant dosée. Car cette très fragile et heureuse accalmie sur le marché européen de l'ananas semble n'être que la résultante d'une simple baisse conjoncturelle des mises en marché.



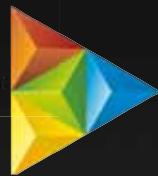
A n'en point douter, le marché de l'ananas est encore et toujours aux portes de l'enfer. La faute originelle est malheureusement toujours la même : une offre mondiale structurellement excédentaire. L'équation est pourtant simple à résoudre, mais il n'y a que les aléas climatiques ou les problèmes agronomiques qui semblent en avoir la clé. Le strict parallèle avec la banane est d'ailleurs intéressant, les mêmes causes produisant toujours les mêmes effets. Plus généralement, ces deux produits posent la problématique de la gestion des marchés agricoles. L'absence de coordination de marché ou de régulation est, pour les produits agricoles, un handicap majeur au développement sans heurt d'un marché et à une bonne et juste valorisation d'un produit. Pensée hérétique dans un monde où la dérégulation comme mère de tous les progrès est une religion.

Que nous disent les statistiques mondiales ? Malheureusement, il faudra pour l'instant se contenter des données de 2011. Elles montrent une forte augmentation de la production mondiale : + 8 % par rapport à 2010 et + 11 % sur la moyenne triennale 2009-10-11. La production s'approche des 22 millions de tonnes, deux fois plus qu'en 1987. Les importations mondiales d'ananas frais suivent parfaitement la tendance haussière constatée en production. La barre des 3 millions de tonnes a été frôlée en 2011, un doublement en seulement huit ans ! Le commerce mondial de l'ananas transformé (jus et conserve) participe aussi à l'internationalisation de ce fruit. Quatre ananas produits sur dix se retrouvent sur le marché mondial, dont 68 % en frais (cf. encadré). La référence à 2011 n'est pourtant pas la meilleure dans le contexte de marché où nous nous trouvons. En effet, ce fut encore une année de croissance des importations. Mais ce n'est plus le cas en Europe, contrairement aux Etats-Unis (cf. encadré), puits sans fond de l'ananas. On devrait donc voir apparaître, dans les prochains chiffres de la FAO, une rupture de tendance tant pour la production mondiale que pour l'exportation.



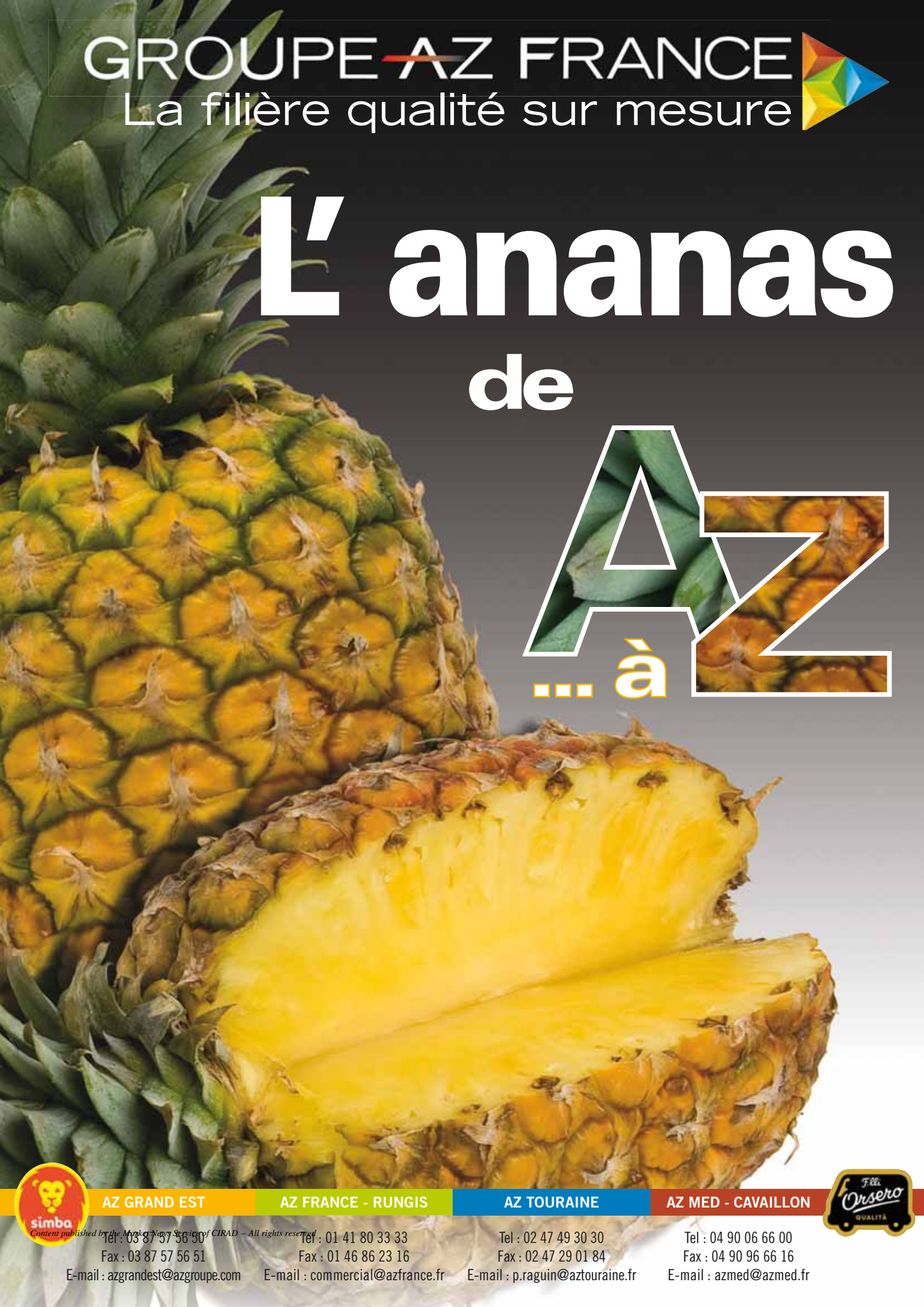
GROUPE AZ FRANCE

La filière qualité sur mesure



L' ananas

de



AZ GRAND EST

AZ FRANCE - RUNGIS

AZ TOURAINE

AZ MED - CAVAILLON



Content published by the Market Agency Services of CIRAD - All rights reserved

Tel : 03 87 57 50 90

Fax : 03 87 57 56 51

E-mail : azgrandest@azgroupe.com

Tel : 01 41 80 33 33

Fax : 01 46 86 23 16

E-mail : commercial@azfrance.fr

Tel : 02 47 49 30 30

Fax : 02 47 29 01 84

E-mail : p.raguin@aztouraine.fr

Tel : 04 90 06 66 00

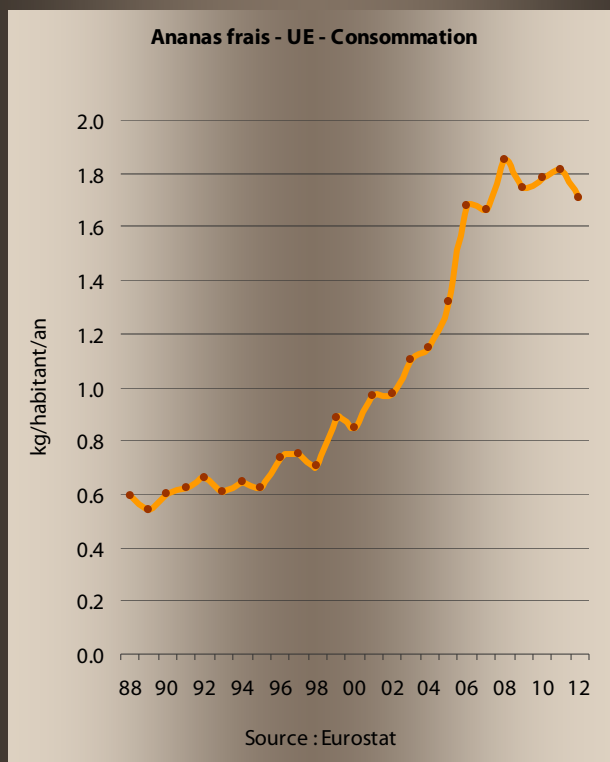
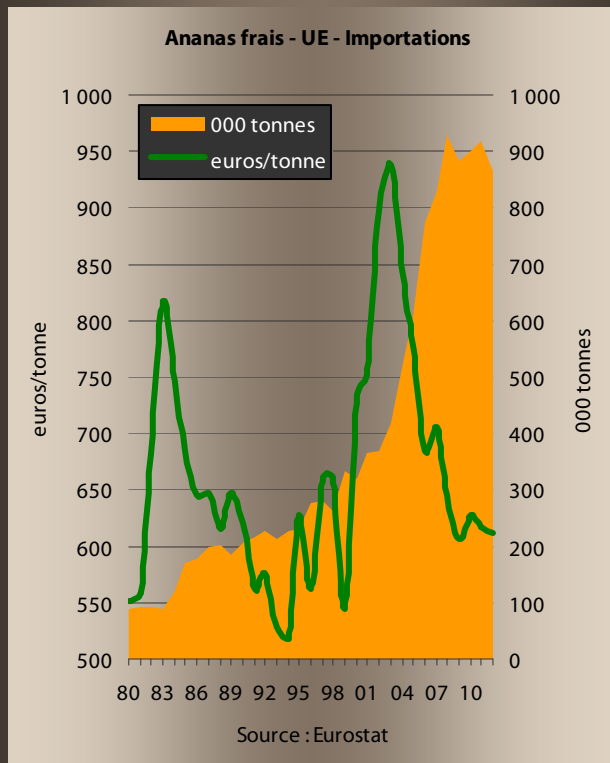
Fax : 04 90 96 66 16

E-mail : azmed@azmed.fr

Le revers de la médaille

Les chiffres de 2011 sont certes à relativiser, mais on ne peut que se féliciter qu'un produit ait tant de succès et en un temps record. Revers de la médaille : au fur et à mesure de sa démocratisation, ce fruit est passé du statut de fruit exotique, dans son acception la plus festive, à celui de *commodity* qui fait partie du fond de rayon de beaucoup de supermarchés européens. Mais comment imaginer une autre fin lorsque le marché de l'ananas représente déjà, rien que pour l'Europe, un cinquième du marché bananier, le nec-plus ultra de l'import ! Il y a bien longtemps que le marché de niche s'est transformé en marché de masse, avec tous les attributs : prix bas et très fluctuants, spectre très (trop) large de qualité, offres spot très perturbatrices, désaisonnalisation (trop présente toute l'année), etc. Cet alanguissement du marché est renforcé par ce qui l'avait boosté : la variété MD-2. Ananas phare de Del Monte du milieu des années 90, et cela pendant plus d'une décennie, il fait désormais figure de cœur de gamme, souvent pas très bon, souvent pas très présentable et trop souvent peu attirant. La triste et très classique histoire d'une segmentation réussie, tellement réussie que l'outsider a tué le maître, l'historique Cayenne lisse, pour devenir l'unique référence du marché.

Le crime fut parfait jusqu'à la diffusion incontrôlée de la variété. Plutôt que de diffusion, on pourrait parler de prolifération, voire même de pullulement. L'imitation étant bien plus répandue dans l'univers que l'innovation, des producteurs de toutes sortes (de très grands comme de très petits) se sont jetés sur la poule aux oeufs d'or. Sauf que, même si le MD-2 n'est pas très complexe à produire, Del Monte avait de longues années d'expérience agronomique et surtout une chaîne de conditionnement, de transport et de distribution qui ne laissait rien au hasard. Sans maîtrise technique, ne serait-ce qu'à minima, la variété a sombré en termes de qualité. L'inflation des volumes évoquée plus haut a, bien entendu, accéléré cette dérive suicidaire.





Costa Rica : en plein déni de surproduction

Cette explosion a conduit à un doublement des mises en marché en moins d'une décennie en Europe et en sept ans pour les Etats-Unis. Ce qui a été gagné en diversité d'acteurs commerciaux sur cette période a été perdu en diversité d'origines. Le géant costaricien a totalement annihilé la concurrence. En 2012, il représentait 85 % de l'offre, tant sur le marché de l'UE-27 que sur celui des Etats-Unis. Une totale hégémonie d'une origine qui cache, nous l'avons dit, une hétérogénéité extrême des situations au Costa Rica même (cf. encadré). Le secteur est polyforme. L'organisation professionnelle nationale, la Canapep, recense plus de 1 300 producteurs, dont seulement 10 % sont grands à moyens. La majorité de la superficie plantée (65 %) est aux mains de producteurs indépendants qui ne maîtrisent pas en propre l'activité d'exportation.

D'autres origines ont bien tenté de prendre pied sur le marché mondial. On ne compte plus les plans de développement, les grandes causes nationales, les projets ambitieux. Résultat des courses : *veni, vidi* mais pas *vici*. L'Equateur, qui avait de très fortes ambitions, a annoncé en mars 2013 que la superficie dédiée à l'ananas avait baissé des trois quarts (source : Reefer Trends). Il ne resterait que 1 500 ha sur les 5 500 que comptait l'Equateur en 2003. Sans exception, toutes les origines qui complétaient l'offre costaricienne ont réduit leurs positions dans l'UE. La situation est un peu différente aux Etats-Unis. Le Mexique, deuxième fournisseur avec seulement 6 % de part de marché en 2012, a réalisé sa meilleure année. Idem pour le Honduras (part de

marché de 4 %) qui continue sa lente progression. Tant aux Etats-Unis que dans l'UE, l'Equateur s'effondre. Le Panama, le Guatemala et tous les autres ont au mieux maintenu leurs exportations. Côté origines africaines sur le marché européen, la situation n'est pas meilleure. Comme attendu, le Cameroun (6^e fournisseur) a plongé en 2012 et la tendance s'est confirmée au 1^{er} semestre 2013. La Côte d'Ivoire semble avoir stoppé sa chute libre. Elle a conservé sa place de 4^e fournisseur et fait un bond au 1^{er} semestre 2013. Le Ghana, deuxième fournisseur devant le Panama, a retrouvé le chemin de la croissance au 1^{er} semestre 2013, après une année 2012 en demi-teinte. Parmi les origines plus confidentielles, le Bénin (moins de 2 500 tonnes/an) est en phase de conquête sur le marché de l'ananas Pain de sucre par avion. Dans les profondeurs du classement, on trouve le Togo qui maintient bon an mal an ses performances à un peu moins de 1 000 tonnes exportées vers l'UE par an.

Les arbres ne montent pas jusqu'au ciel

De manière plus générale, l'année 2012 nous a apporté la preuve que les arbres ne montent pas jusqu'au ciel... sauf peut-être aux Etats-Unis. En effet, alors que le marché de l'UE s'est contracté en 2012 de 55 000 tonnes (- 6 % sur 2011), celui des Etats-Unis a continué son expansion et pas qu'un peu : il a gagné 13 % en volume. C'est farineux ! Au rythme où va la consommation, de l'ordre de 925 000 tonnes, le million de tonnes sera atteint bien avant la fin de l'année 2013. Etant donné la structure de l'offre, c'est le Costa Rica qui donne le la. Il a progressé de plus de 16 % entre 2011 et 2012. Côté UE, la situation est donc toute différente. Après avoir atteint 919 000 tonnes en 2011 dans une situation de marché dégradé, on semble revenir à la raison et à un niveau d'approvisionnement autour de 850 000 tonnes, qui paraît en meilleure adéquation avec le potentiel d'absorption du marché. Par trois fois depuis 2008, la frontière des 900 000 tonnes a été franchie, trois fois de trop pour la rentabilité de cette filière.

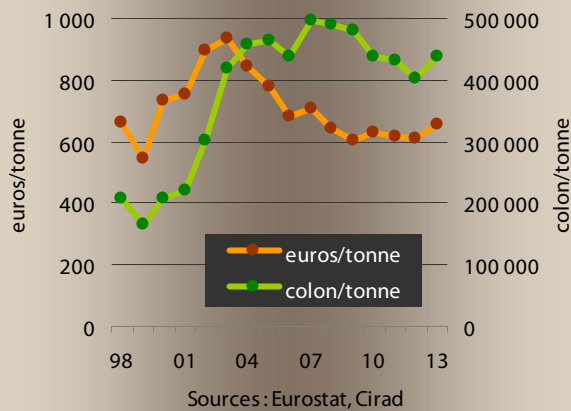
La consommation européenne est de 1.7 kg par habitant et par an, niveau en baisse de 100 g entre 2011 et 2012. Rappelons qu'elle a triplé en moins de quinze ans, mais que la tendance est à la stabilisation depuis 2008. Cette moyenne cache une très forte diversité selon les Etats membres. Dans le précédent dossier ananas de **Fruitrop** (n°204, octobre 2012, page 41), nous avions montré qu'il ne fallait pas attendre de miracle du côté des nouveaux Etats membres d'Europe de l'Est. Leur consommation se développe certes, mais ils partent de très loin et leur progression est très lente. La plupart de ces pays ne consomment que 300 à 400 g (au mieux) par an, à peine un tiers d'ananas par habitant et par an.

Forte pression sur les marges

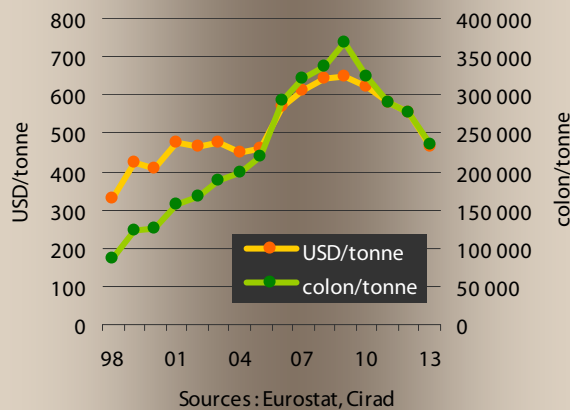
Dans la suite du dossier, Thierry Paqui revient sur le déroulement de campagne et montre comment la baisse de l'offre s'est traduite dans la valorisation de l'ananas en Europe. Globalement, en moyenne annuelle, on constate effectivement un frémissement au stade importation. Le prix moyen du carton s'est maintenu à 7 euros en 2012 et gagne même 0.50 euro sur les neuf premiers mois de 2013. Mais la nouveauté se trouve dans le resserrement de la fourchette des prix. Ils n'évoluent plus depuis 2012 que dans une bande allant de 6 à 8 euros/carton. Comme le montre le graphique d'évolution des prix en Allemagne, on est loin de la fourchette de 5 à près de 11 euros/carton de la terrible année 2011. La volatilité du marché semble repartir un peu à la hausse en 2013, mais à partir d'un prix moyen plus élevé (7.5 euros/carton).

Il ne faut tout de même pas crier victoire. La cicatrice saigne encore. On voit bien que la situation est fragile et tient à une réduction salutaire mais involontaire de l'offre, notamment celle du Costa Rica, et à un marché américain qui tire, voire même porte la dynamique mondiale. On peut d'ailleurs se demander si, là-bas aussi, trop c'est trop. La valeur en douane aux Etats-Unis a fléchi pour la troisième année consécutive alors qu'elle s'est stabilisée en Europe. Depuis 2009, la valeur de l'ananas aux frontières américaines a perdu plus de 100 USD/tonne, soit une baisse de 16 % ! Et ce n'est pas l'effet du taux de change qui a donné de l'air aux exportateurs car depuis 2009, en monnaie locale, le revenu des opérateurs a chuté d'un quart. Le prix

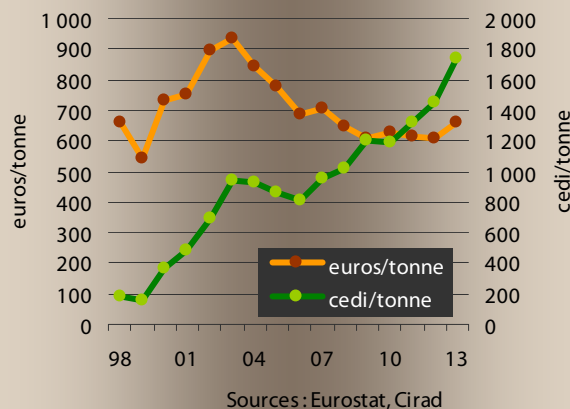
Ananas du Costa Rica - Valeur des importations UE en euro et en colon



Ananas du Costa Rica - Valeur des importations des USA en dollar et en colon



Ananas du Ghana - Valeur des importations UE en euro et en cedi

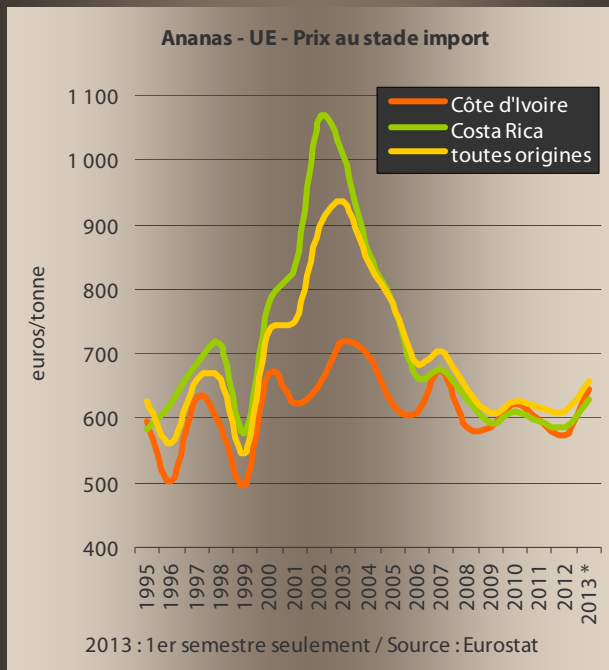




© Guy Bréhiner

des facteurs de production n'a pas baissé pour autant. Bien au contraire ! Par exemple, les engrais sont passés d'un indice 204 en 2009 (indice 100 en 2005) à 259 en 2012, soit une inflation de 26 % aussi importante que la déflation sur le prix importé de l'ananas aux Etats-Unis. L'effet de ciseau entre coût et prix de vente est inquiétant. Il en va de même pour l'énergie qui passe sur la période d'un indice 114 à 187 (source : Banque mondiale). Le glissement des coûts de production au Panama illustrent parfaitement la pression sur les marges. Entre 2011 et 2012, le coût de production d'un hectare d'ananas a augmenté de près de 30 %, passant de 22 000 à 28 000 USD/hectare (source : La Prensa). Il n'y a guère que la République dominicaine pour y croire encore. Elle vient d'annoncer des plans de développement et a planté des millions de plants, on parle de 10 millions, ce qui fait entre 200 et 250 hectares (source : Reefer Trends).

Et ce n'est pas du côté européen que les producteurs costariciens trouveront leur rédemption. Certes les prix en monnaie nationale (colon) ont cessé de baisser et ont même amorcé une légère remontée en 2013, mais la situation reste très précaire. Dans une note parue en 2012, les analystes de la banque costaricienne BCR faisaient un parallèle entre l'appréciation du colon face au dollar et la perte de rentabilité et de compétitivité du secteur de l'ananas. L'étude évoquait même une probable relation entre la chute importante du nombre d'exportateurs et cette appréciation du colon. En effet, leur nombre est passé de 144 en 2007 à 116 en 2011. En juin 2013, un rapport du ministère de l'Agriculture a enfoncé le clou. Selon le site Reefer Trends, sur les 350 entreprises inspectées par les autorités, 150 sont en grande difficulté pour payer leurs dettes.



© Denis Suenflic

La situation du Ghana est aussi un bon exemple de l'influence du taux de change sur la valorisation des produits d'exportation. Ici c'est l'effet bénéfique d'une dépréciation de la monnaie nationale face à l'euro que l'on constate. Depuis le début des années 2000, le nouveau cedi ghanéen perd régulièrement du terrain face à l'euro. Entre 2010 et 2013, il a perdu 28 % de sa valeur. La traduction en cedi des prix import UE libellés en euros a bondi mécaniquement de 46 %. C'est évidemment une des raisons du maintien de cette origine à la deuxième place du podium européen.

Et puis on ne peut pas parler ananas sans évoquer la problématique de ses impacts environnementaux et notamment ceux liés à l'usage des pesticides. On citera par exemple la décision de deux municipalités situées sur la côte Caraïbe (mai 2012) d'interdire l'extension des superficies d'ananas sur leur territoire ou encore les accusations portées par les riverains de plantations (près de Limon) sur la pollution des eaux et l'augmentation de la mortalité des poissons (juillet 2013). Les mauvaises conditions de travail des ouvriers sont aussi pointées régulièrement du doigt par les ONG, comme en 2010 par Consumers International. Le secteur est sous haute surveillance et se doit de fournir à ses clients, distributeurs ou consommateurs, des garanties sur la grande qualité sociale et environnementale des produits exportés. C'est une évidence du point de vue des marchés de consommation, mais qui est loin d'être parta-

gée par tous en zones de production. Attention donc aux effets dévastateurs de quelques inconscients qui font peser de lourdes menaces sur un secteur porteur de développement économique et social.

Hasta la muerte sans passer par la case victoria

Globalement, le tableau est en demi-teinte. Le marché n'a plus de pilote et évolue au gré de la pression de l'offre, et donc des aléas climatiques et agronomiques, et de la rentabilité comparée des opérateurs, pour laquelle le taux de change joue un rôle non négligeable. Il semble que le marché européen soit calibré pour absorber 800 000 à 850 000 tonnes par an. Le marché américain semble avoir atteint aussi une limite autour de 900 000 tonnes. C'est la théorie. Dans la pratique, personne n'est là pour tenir les comptes et surtout pour fermer les robinets en cas d'inondation. Il faudra donc être fataliste et subir les déferlantes. Une sorte de condamnation à vie ou au moins jusqu'à ce que mort commerciale des plus faibles s'en suive ! ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

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 mûrissement 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. Spécialiste des fruits exotiques, UNIVEG Katopé France vous propose tout au long de l'année des ananas d'excellence.



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 | www.univeg.fr

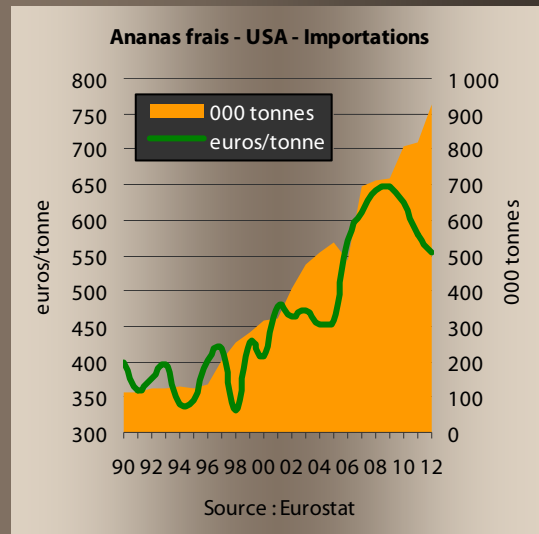


UNIVEG KATOPÉ FRANCE IS A MEMBER OF THE UNIVEG GROUP | www.univeg.com

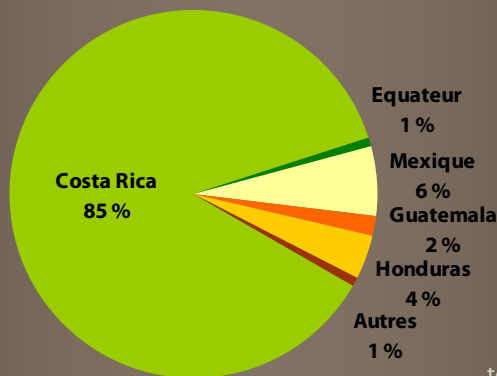
L'ananas aux Etats-Unis : rien à signaler... ou presque !

Le marché américain de l'ananas est d'une normalité, voire d'une banalité à toute épreuve. Les importations ont une nouvelle fois augmenté dans des proportions étonnantes : + 13 % entre 2011 et 2012. C'est la 6^e hausse consécutive et même la 17^e si l'on exclut l'unique baisse en 2006 ! Les Etats-Unis ont importé 925 000 tonnes d'ananas en 2012 et, si le taux moyen de croissance reste le même, on peut même penser que le million de tonnes sera largement franchi en 2013.

Il n'y a donc aucune originalité à décrire ce marché qui semble être un puits sans fond. Sa structure est toujours la même, le Costa Rica confirmant son emprise avec 85 % de parts de marché. Cela ne laisse pas beaucoup de place aux concurrents qui, dans tous les cas, sortent ou sont en train de sortir du marché à l'image de l'Equateur. Il n'y a guère que le Mexique qui montre un appétit, profitant de sa proximité avec les Etats-Unis. Le Honduras tente aussi de résister. Pour la petite histoire, la Thaïlande, championne du monde de l'ananas transformé (jus et conserve), est désormais en 7^e

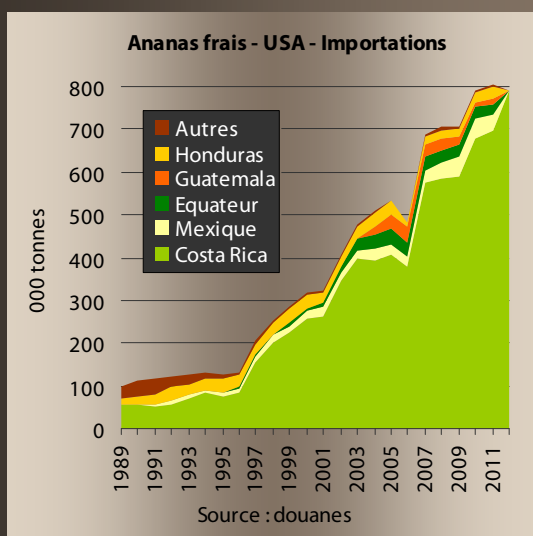


Ananas frais - USA Importations 2012



position sur la liste des fournisseurs avec seulement 4 500 tonnes d'ananas expédiées vers les Etats-Unis par an.

On cherche donc la faille dans cette machine qui semble bien huilée. L'analyse de l'évolution du prix importation pourrait peut-être nous faire reconsidérer les choses sous un angle moins optimiste. En effet, la valeur en douane a baissé une nouvelle fois en 2012 à 555 USD/tonne, soit - 4 %. Depuis le point haut de 2009, la baisse est inquiétante : près de 100 USD/tonne en trois ans, un repli de 14 %.



La fête serait-elle finie ? Rien n'est moins sûr lorsqu'on constate l'augmentation régulière des exportations costariciennes. A contrario, on annonce aussi des producteurs en difficulté. Quelle direction va prendre le Costa Rica ? Deux de choses l'une, soit il reste encore des marges de compétitivité et de productivité aux producteurs, soit il faut s'attendre dans les années à venir à une violente purge.





Marché mondial de l'ananas transformé

Une lueur d'espoir

Alors que le marché de l'ananas frais et celui du transformé n'ont, normalement, pas grand-chose en commun, ils ont subi en 2012 la même mauvaise conjoncture. Côté transformé, c'est l'afflux de fruits vers les usines de transformation et l'atonie de la demande mondiale qui ont pesé sur la tendance. Côté frais, c'est l'augmentation immodérée de l'offre qui va de pair avec la banalisation du produit qui détruit peu à peu de la valeur ajoutée. L'année 2013 semble être cependant plus favorable aux deux marchés.



© Denis Loeffler



© Guy Bréhiner

La production mondiale d'ananas est de l'ordre de 22 millions de tonnes et a doublé en moins de trente ans. On échange environ 9 millions de tonnes d'ananas (équivalent fruit frais). Deux marchés coexistent en fait. Les deux tiers des échanges concernent l'ananas transformé (conserves et jus) et l'autre tiers l'ananas frais. Ces deux marchés ne partagent pas beaucoup de caractéristiques. La spécialisation des filières est très forte et joue sur le type de produit ainsi que sur les zones géographiques qui alimentent la demande mondiale. Pour ce qui concerne l'ananas transformé, c'est l'Asie qui règne sur le secteur et cela depuis des décennies. La Thaïlande est l'origine historique et centrale. Elle domine le marché de la conserve d'ananas et, par voie de conséquence, celui du jus d'ananas concentré. Les Philippines, l'Indonésie et la Chine complètent l'offre mondiale. Hors Asie, il faut noter une production modeste de conserves au Kenya et une production de jus au Costa Rica.

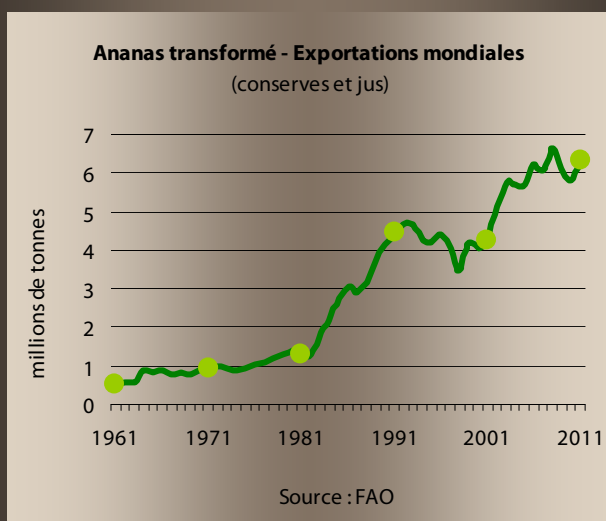
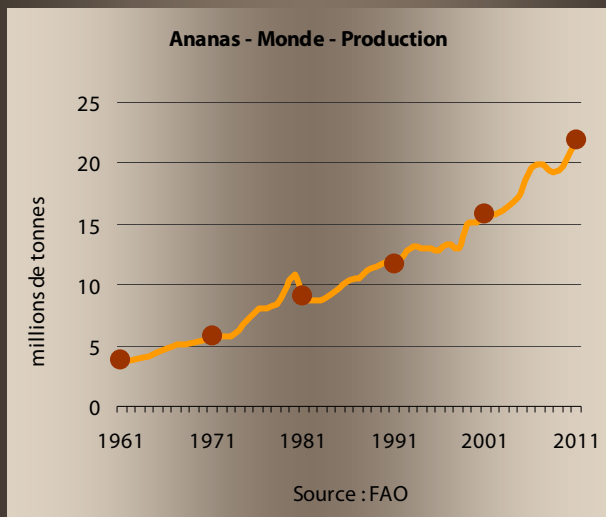
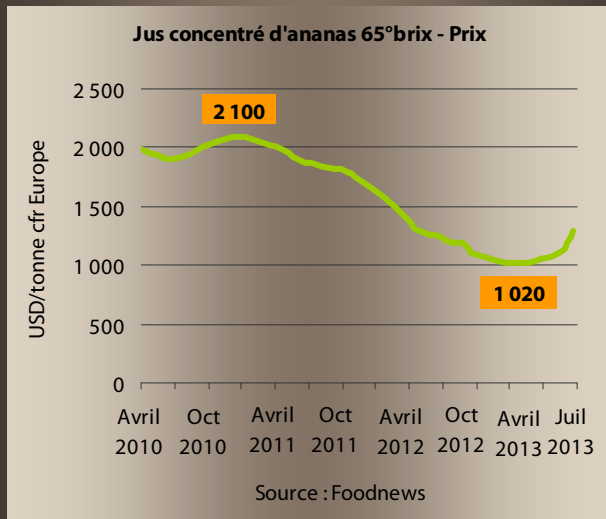
La spéculation décide des surfaces plantées

Le marché de l'ananas transformé est très spéculatif. Il est ultra sensible aux conditions climatiques qui règnent sur les zones de production asiatiques. Mais pas seulement. En effet, l'offre, notamment thaïlandaise, dépend fortement des superficies que les producteurs allouent à l'ananas. Et celles-ci varient particulièrement d'une saison à l'autre au gré du prix auquel les usines ont acheté les fruits l'année précédente. En effet, le prix d'achat monte en flèche lorsque l'offre est réduite ce qui, naturellement, pousse les producteurs à mettre en culture davantage de surfaces. Et le cercle

Ananas — Production et importations mondiales

en tonnes	Production mondiale	Importations (équivalent fruit frais)				
		Jus concentré	Jus simple	Ananas frais	Conserves	Total import
Moyenne 1969-71	5 462 915	2	145 681	160 356	738 502	1 044 540
Moyenne 1979-81	9 775 626	3 042	342 317	365 493	982 024	1 692 877
Moyenne 1989-91	11 689 890	2 339 951	285 578	586 423	1 477 140	4 689 092
2004	16 797 344	3 343 733	446 632	1 708 440	1 887 802	7 386 607
2005	17 669 013	3 172 337	491 517	1 962 746	2 043 130	7 669 731
2006	19 640 457	3 475 653	528 528	2 291 837	2 220 693	8 516 711
2007	19 896 781	3 382 326	565 334	2 523 201	2 144 925	8 615 786
2008	19 485 024	3 709 206	660 873	2 634 601	2 257 449	9 262 130
2009	19 488 256	3 679 461	663 814	2 557 583	1 790 225	8 691 084
2010	20 334 422	3 407 460	615 571	2 714 371	1 790 263	8 527 666
2011	21 865 383	3 588 030	630 292	2 918 151	2 104 146	9 240 620

Sources : FAO, Cirad



infernale est enclenché. Enfin, le marché est fortement influencé, côté demande, par la conjoncture économique mondiale et, côté coût de production, par les prix de l'énergie et du métal pour les boîtes de conserve. C'est par ailleurs aussi un marché très dépendant de l'évolution des taux de change.

La Thaïlande souffre

On peut dire qu'actuellement le secteur est dans une phase délicate. La campagne 2012 a été très mauvaise. La récolte entre avril et juin a été particulièrement fournie. En Thaïlande, le gouvernement a été contraint de mettre en place un fonds de secours pour venir en aide aux milliers de producteurs touchés par la baisse du prix d'achat (4 THB/kg dans la limite de 8 tonnes par planteur). On est loin des 5 à 6 THB, niveau atteint en 2010 et 2011. Cette situation dramatique a coïncidé avec un marché international atone et des exportations thaïlandaises en chute. La situation s'est stabilisée en 2013 à la fois en production et sur le marché international. Selon Foodnews, l'année 2013 vient confirmer un retour à la normale avec des prix d'achat aux producteurs thaïlandais qui repassent au-dessus de 5 THB/kg à la faveur d'une offre réduite à 1.7 million de tonnes, contre plus de 2.2 millions en 2012. Les analystes sont encore plus pessimistes pour 2014 et annoncent une production de seulement 1.5 million de tonnes. Les prix sur le marché international sont, enfin, orientés à la hausse. Le carton de 24 conserves 20 oz cote 10.5 USD fob Bangkok. Nous sommes encore loin des 14 à 15 USD/carton de la fin 2011. Le cours international du jus concentré 65° brix reprend aussi des couleurs avec une pointe en juillet 2013 à 1 300 USD/tonne cfr Europe. Là aussi, nous sommes loin des 2 000 USD atteint début 2011 ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr



*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*

Content published by the Market News Service of CIRAD – All rights reserved





Fiche pays producteur

Ananas du Costa Rica

Sources : Canapep, Eurostat, Procomer



2 millions de tonnes exportées par an ! La barre mythique est à portée du Costa Rica. Si l'on prolonge la tendance actuelle, elle sera atteinte d'ici décembre 2013. Cela fait des années que nous avons épuisé la liste des superlatifs pour décrire le développement du secteur costaricien de l'ananas. A titre de comparaison, avec ces 2 millions de tonnes, l'ananas atteindrait le niveau du secteur de la banane à l'exportation (2.1 millions de tonnes en 2012), en volume mais aussi en valeur : environ 800 millions USD par an pour chacun de ces secteurs.

Ananas du Costa Rica

Localisation

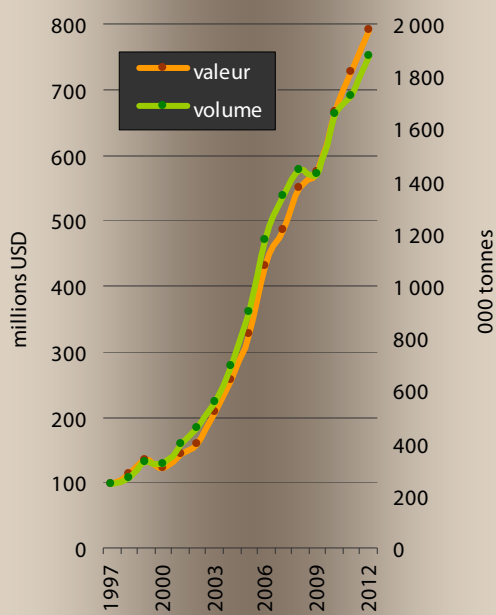
Les plantations, qui couvrent environ 42 000 ha contre 11 000 ha au début des années 2000, sont principalement concentrées dans trois grandes zones de production, réparties dans 16 cantons :

- la zone Nord : 21 575 ha, soit 51 % du total ;
- la zone Atlantique : 11 675 ha, soit 28 % du total ;
- la zone Pacifique : 8 750 ha, soit 21 % du total.

La zone Atlantique est la zone historique de développement de la culture, située au sud dans la province de Puntarenas. Del Monte y a développé la culture du MD-2 sur sa vaste plantation industrielle Pindeco, située près de la ville de Buenos Aires. Le secteur de l'ananas emploie plus de 25 000 personnes en direct et près de 100 000 personnes au total.



Ananas - Costa Rica - Exportations



Années / Source : douanes USA

La production

L'émergence de l'industrie costaricienne de l'ananas est relativement récente et étroitement liée au nom de Del Monte. La première étape de son développement fut la mise en place en 1978 de Pindeco, plantation industrielle de pointe dédiée à l'exportation de la variété Champaka. La production a atteint 450 000 t à la fin des années 80, puis a plafonné par la suite car cette variété, dont l'épiderme reste vert à maturité, n'a pas percé sur certains marchés majeurs. L'introduction dans cette même plantation de l'ananas MD-2 ou Sweet, peu acide et bien adapté au transport par bateau, alliée à la puissance d'une multinationale en matière de structure de production et de marketing, ont marqué le début d'une *success story* exemplaire qui a radicalement changé le marché mondial. La production a amorcé un développement rapide à partir de 1996 pour répondre au vif succès commercial rencontré tant aux Etats-Unis qu'en Europe, approchant un million de tonnes au début des années 2000. L'entrée officielle de cette variété dans le domaine public en 2003 a provoqué une explosion des surfaces cultivées et du nombre d'exportateurs, tant au Costa Rica (1 220 producteurs en 2008) que dans d'autres pays d'Amérique latine, d'Afrique ou d'Asie. On compte aujourd'hui quelque 1 300 producteurs. La Canapep dénombre environ 35 grands producteurs, une centaine de taille moyenne, le reste étant constitué de petits producteurs, 65 % sont indépendants des structures d'exportation et 35 % sont détenus par des exportateurs. Les producteurs indépendants sont organisés sous la forme de coopératives et d'associations.

Ananas du Costa Rica

Exportations

Les volumes exportés, qui s'étaient développés progressivement jusqu'à 550 000 t en 2003, ont explosé pour atteindre 1.4 million de tonnes en 2008 et 1.9 million en 2012. Mis à part la petite chute de 2009, les exportations n'ont fait que progresser, battant chaque année un record absolu. Les deux millions de tonnes en rythme annuel seront sans doute atteintes d'ici la fin 2013.

La valeur unitaire à l'exportation était de 420 USD/tonne en 2012, chiffre identique à celui de 2011. La contrepartie en monnaie locale (colon) a baissé entre 2009 et 2012, passant de 240 000 à 210 000 colons, alors que sur la même période la valeur en douane évoluait de 402 à 422 USD/tonne. Résultat des courses : une augmentation de 5 % en USD et une chute de 11 % en colon !

Sur la très longue période, la répartition entre flux vers les Etats-Unis et vers l'Europe est stable. Les Etats-Unis absorbent 51 % des volumes (sur les douze dernières années), 48 % vont à l'UE et 1 % vers le reste du monde. Notons que cette dernière catégorie, au sein de laquelle se trouvent la Russie, le Canada et la Turquie, tend à augmenter de manière importante ces dernières années. Sur les douze mois allant de septembre 2012 à août 2013, elle a absorbé 4 % des exportations costariciennes. On dénombre 170 exportateurs d'ananas et 72 grandes structures d'emballage.

Ananas — Costa Rica — Prix Fairtrade

USD/kg	EXW (Ex Works)		FOB (Free on board)	
	Conventionnel	Bio	Conventionnel	Bio
Prix minimum	0.60	0.77	0.66	0.83
Prime	0.05	0.05	0.05	0.05

Source : FLO octobre 2013

Logistique

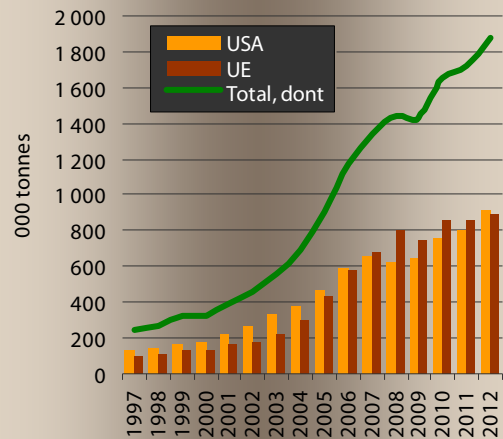
En majorité (92 % en 2012), les fruits sont acheminés par voie terrestre jusqu'au port de Limon (côte Caraïbe), d'où ils sont exportés par navires dédiés ou conteneurs vers deux marchés principaux, les Etats-Unis et l'Union européenne (environ 10 à 14 jours vers l'UE pour de la logistique dédiée). Le port de Caldera (à l'ouest sur la côte Pacifique) a vu transiter 8 % du total exporté en 2012. De très modestes quantités passent par les ports de Paso Canoas (frontière entre Costa Rica et Panama au sud-est du pays) et Peñas Blancas (frontière entre Costa Rica et Nicaragua au nord-ouest du pays) ainsi que par Santa-maria (aéroport de la capitale San José).



Débouchés

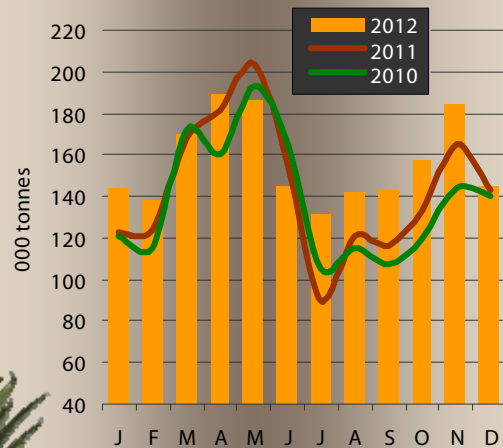
L'immense majorité des exportations est constituée d'ananas frais (99.9 %). L'ananas en conserve, séché ou sous une autre forme ne totalisait qu'à peine 1 000 tonnes en 2012, soit 0.1 % de l'ensemble.

Ananas - Costa Rica - Exportations annuelles



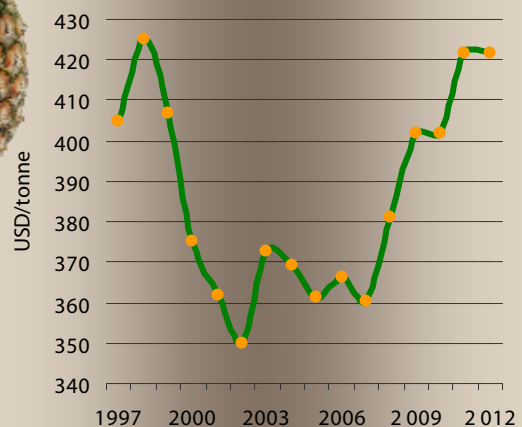
Source : douanes Costa Rica

Ananas - Costa Rica - Exportations mensuelles



Source : douanes Costa Rica

Ananas - Costa Rica - Valeur à l'exportation



Sources professionnelles



Agropolis International est une association créée en 1986, par les établissements français de recherche et d'enseignement supérieur de Montpellier et de la région Languedoc-Roussillon, impliqués, en totalité ou en partie, dans les champs thématiques de l'**agriculture**, de l'**alimentation**, de la **biodiversité** et de l'**environnement**.

Outre son caractère de plate-forme scientifique internationale tournée vers la Méditerranée et les pays du Sud, Agropolis International est également un espace multi-acteurs ouvert à tous les partenaires du développement économique et rural.

Agropolis International constitue ainsi un lieu original et unique d'échange et de construction collective. Agropolis en 4 points :

Un portail d'accès facilité

- aux compétences de la communauté scientifique régionale
- aux ressources documentaires

Un espace de construction de partenariats nationaux et internationaux

- Accueil de laboratoires extérieurs d'organismes de recherche étrangers
- Organisation de visites de délégations, de conférences et colloques internationaux

Un rôle d'interface et d'appui aux projets collectifs

- Animation, coordination et gestion de projets inter-institutionnels à dimension nationale et internationale
- Interface avec les acteurs du développement économique et agricole
- Appui à l'animation scientifique de la communauté régionale

Un outil de gestion de services

- Accueil de chercheurs et professeurs invités (Centre Euraxess Languedoc-Roussillon)
- Organisation de réunions et d'événements scientifiques *in situ* ou *ex situ*

ensemble. Avec 47 membres—28 établissements scientifiques, 5 collectivités territoriales et de nombreux acteurs du développement économique et rural—Agropolis International constitue un lieu original et unique d'échanges et de construction collective.





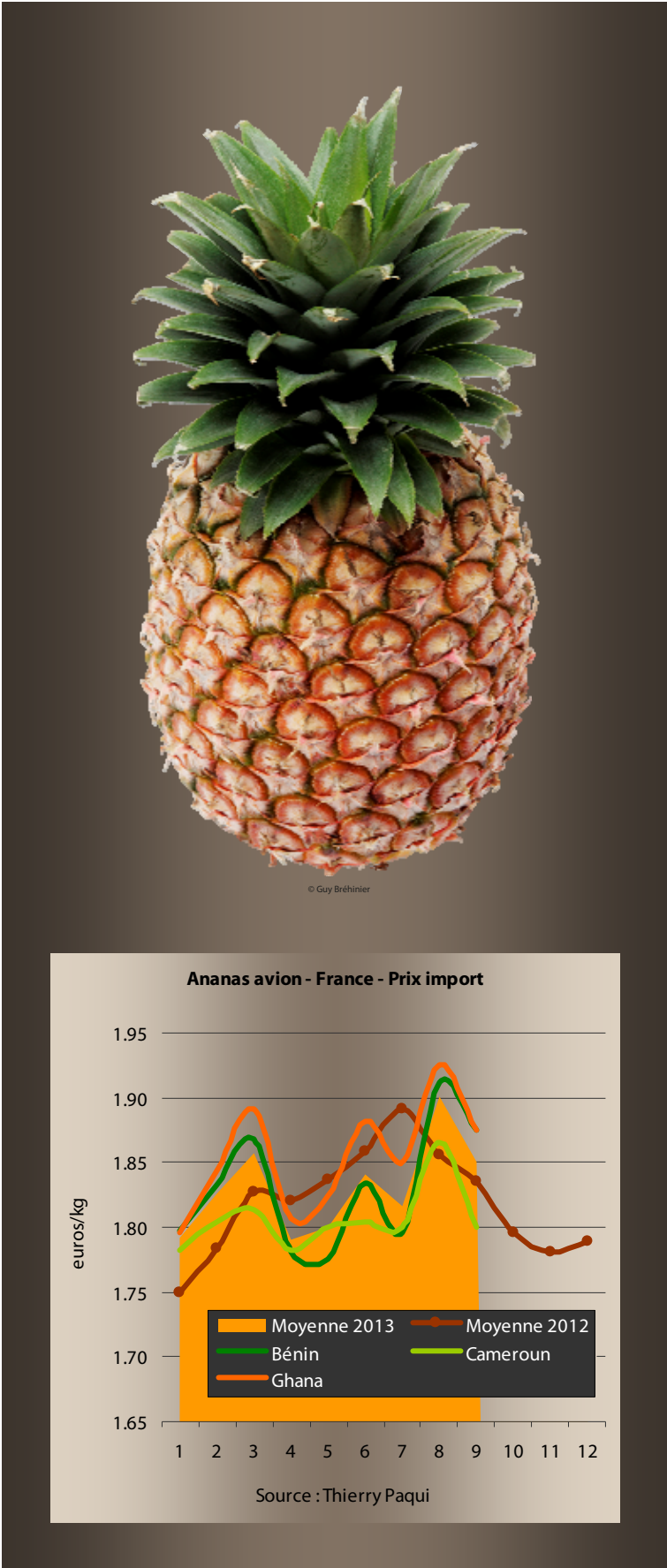
Campagne ananas par avion en 2012-2013

De la stabilité, sauf sur la qualité



© Régis Domergue

Si le marché de l'ananas avion reste un marché de niche plutôt rémunérateur, c'est principalement grâce à la forte exigence en termes de qualité et de coloration des opérateurs et des acheteurs. Cependant, au cours de la campagne écoulée, la qualité n'a pas toujours été au rendez-vous.



La campagne ananas avion ici étudiée concerne surtout l'évolution de l'offre du Cayenne lisse en provenance du Bénin, du Cameroun et du Ghana.

Encore une fois, les fruits du Bénin et du Cameroun sont ceux qui ont le plus souvent été pris en défaut au niveau de la qualité. Ceci contribue à expliquer la fourchette de prix parfois large observée pour une même origine à un moment donné de la campagne, la qualité des fruits pouvant être d'une grande hétérogénéité d'un opérateur à l'autre.

Cette dernière campagne n'a pas été marquée par des événements particuliers. Elle a plutôt été calme avec des cours assez stables. En dehors de ces périodes de stabilité, ce sont les augmentations ou baisses de volumes qui ont contribué à la fluctuation des cours. Les fruits du Bénin, lorsqu'ils étaient de qualité homogène, sont néanmoins restés les plus recherchés.

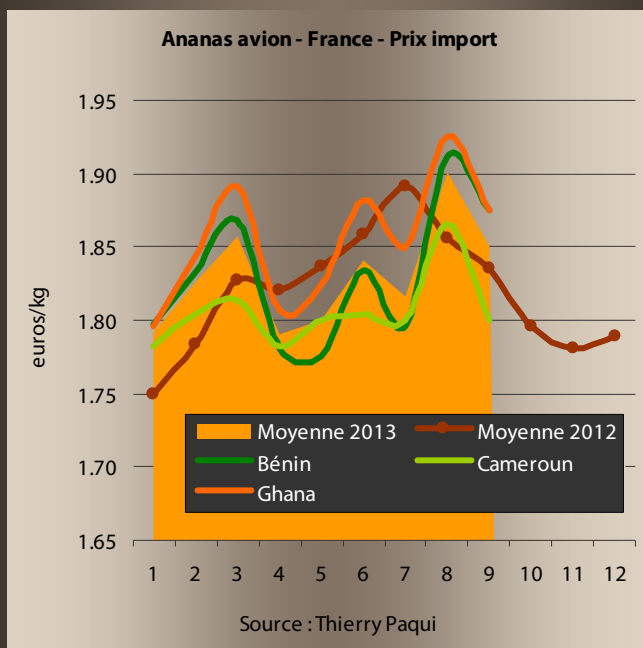
Semaines 40 à 50 (2012)

Au début de la campagne, la relative faiblesse de l'offre en ananas a permis de maintenir un bon niveau des cours. La demande, sans être trop soutenue, parvenait sans mal à absorber les volumes mis en marché. Toutefois, l'équilibre restait fragile. En effet, l'augmentation ponctuelle de l'offre en provenance du Cameroun, avec des fruits de qualité assez moyenne, a rapidement entraîné un tassement de la demande.

Le fléchissement de la demande amorcé en semaine 45 s'est poursuivi jusqu'en semaine 50, soit deux semaines avant Noël. Bien qu'elle n'ait pas été importante au cours de cette période, l'offre restait très hétérogène que ce soit celle du Bénin ou du Cameroun. La fourchette des prix pratiqués était très large et variait d'un exportateur à l'autre en fonction de la qualité des fruits proposés. Tandis qu'en novembre (semaines 45 à 48) les ventes étaient mitigées avec une mauvaise tenue des fruits, on observait, à l'approche des fêtes de fin d'année, un léger mieux tant au niveau de la demande que de la qualité.

Semaines 51 (2012) à 14 (2013)

La semaine 51 a été marquée par une reprise des ventes et des cours plus fermes qui se sont maintenus jusqu'à la fin de la première semaine d'avril 2013. Alors que l'on approchait des fêtes de fin d'année, la qualité des fruits réceptionnés s'améliorait et, parallèlement, l'offre était moins soutenue. On notait encore ici et là quelques soucis de coloration et des problèmes de tenue des fruits du Bénin et du Cameroun. Toutefois, la faiblesse globale de l'offre, qui ne suffisait pas à couvrir toute la demande, contribuait au raffermissement des prix.



En début d'année, l'offre, habituellement moins importante après les fêtes, n'a cessé de décroître jusqu'à fin mars. Malgré une qualité toujours un peu hésitante, les cours sont restés fermes car l'offre disponible ne permettait pas de satisfaire tous les acheteurs. C'est donc davantage la faiblesse de l'offre qu'une réelle tonicité de la demande qui a contribué à maintenir le niveau des prix au cours du premier trimestre 2013.

Semaines 15 à 22

Les opérateurs qui espéraient faire de bonnes ventes à l'occasion de Pâques en ont été pour leur frais. L'augmentation de l'offre en prévision des fêtes n'a pas donné lieu à de bonnes ventes. Le mauvais temps (froid et neige) n'a pas favorisé les sorties en supermarchés ou dans les magasins spécialisés. Après Pâques, les opérateurs se sont trouvés avec des volumes de fruits qui évoluaient vite et dont personne ne voulait. On a donc assisté à un tassement de la demande et à un fléchissement des prix entre les semaines 15 et 23. Afin de fluidifier leurs stocks, les opérateurs n'ont pas hésité à mettre plusieurs lots en PAV (prix après vente) ou même à pratiquer des prix de dégagement, tout cela afin d'assainir un peu la situation sur les marchés. Il faut dire que les problèmes de qualité en raison des pluies dans les zones de production ne facilitaient pas non plus la mise en marché de lots dont la coloration et la tenue laissaient à désirer.

Semaines 23 à 26

En juin, plusieurs facteurs ont contribué à faire du marché avion un marché porteur. D'abord, il y a eu la baisse des envois d'ananas en prévision du début de la campagne des fruits de saison, puis le



démarrage tardif de la campagne de fruits à noyau dont les prix, du moins au début, étaient assez élevés. Les ventes en ont été redynamisées ainsi que les cours et ce malgré les problèmes de qualité qui continuaient d'affecter les envois du Cameroun et du Bénin.

Semaines 27 à 35

En juillet et août, la disponibilité des fruits de saison à des prix plus abordables a obligé les opérateurs à adapter leurs volumes d'ananas avion. L'offre s'est vendue avec d'autant moins de difficultés que les arrivages mis en marché étaient confidentiels et de relative bonne qualité.

Semaines 36 à 39

Le dernier mois de la campagne (septembre) coïncidait avec la reprise des arrivages, sans pour autant que la demande ne se soit vraiment repositionnée sur l'ananas. La qualité des fruits mis en marché était correcte, mais sans plus. En effet, la pluie dans certaines zones de production affectait les fruits qui parfois manquaient de coloration. Plusieurs opérateurs ont dû réduire leurs arrivages. En fin de campagne, le marché de l'ananas avion souffrait, comme la plupart des marchés, d'un manque de tonicité de la demande ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr



© Denis Loeillet

Quel avenir pour le Pain de sucre ?

Les récents déboires, chute des cours et désintérêt des opérateurs, pour un fruit qui jusque-là se vendait bien nous interpellent par leur durée et leur impact sur l'image du produit.

Le marché de l'ananas avion reste dominé par les exportations de Cayenne lisse, qui représentent plus de 80 % des volumes échangés. Toutefois, depuis quelques années se développent des exportations de Pain de sucre. Le Pain de sucre ou ananas bouteille est reconnaissable par sa forme conique très spécifique. Le fruit a la particularité, selon les origines et les lieux de production, de rester vert même lorsqu'il est mature. Très apprécié de certains consommateurs pour ses qualités organoleptiques, on le retrouve le plus souvent chez les revendeurs spécialisés de fruits exotiques. Les importateurs ont réussi à positionner le Pain de sucre sur un petit créneau du marché de l'ananas avion, qui leur permet de bien le valoriser. Or, depuis fin juin, on assiste à une nette dégradation de ses conditions de marché.

Presque toutes les origines approvisionnant le marché avion se sont essayées avec plus ou moins de succès à l'exportation de Pain de sucre. Parmi celles-ci, on peut citer le Bénin, le Cameroun, le Ghana, la Guinée et le Togo. A l'exception des envois du Bénin qui ont connu une progression régulière, ceux des autres origines sont restés assez confidentiels. Le développement des volumes du Bénin s'explique par une qualité plus suivie et surtout par le fait que ses fruits sont colorés, à la différence de ceux Ghana, qui exporte également de manière régulière. Cela fait une différence sur un marché aussi sélectif que celui de l'ananas avion où les consommateurs s'attendent à trouver des fruits colorés et mûrs à point. Toutefois, un marché de niche par définition reste un marché assez étroit avec une marge de développement limitée.

Jusqu'à présent, l'offre modérée de Pain de sucre du Bénin permettait une meilleure valorisation que le Cayenne lisse. La forte augmentation de cette offre au début de l'été 2013, alors que la demande habituellement intéressée par les petits exotiques se tournait vers les fruits de saison, a causé beaucoup de tort à l'image du fruit. Malgré une demande en baisse, les opérateurs ne sont pas parvenus à stopper les envois conséquents de Pain de sucre. Le marché s'est donc retrouvé submergé de fruits dont la qualité ne cessait de se dégrader. Les opérateurs ont alors dû recourir à des baisses de prix très importantes, voire à la mise en vente en PAV (prix après vente) dans l'espoir de fluidifier leurs stocks. Le fruit, qui habituellement se vend sur des bases comprises entre 1.85 et 2.00 euros/kg, a alors été proposé à des prix aussi bas que 1.60 voire 1.50 euro/kg.

De nombreux consommateurs déçus par la qualité des fruits proposés se sont détournés du Pain de sucre, alors que la demande reprenait timidement sur le marché avion. Le manque d'intérêt s'est poursuivi jusqu'à la fin de la campagne car non seulement l'offre restait trop importante par rapport à la demande, mais la qualité n'était plus homogène. Une bonne qualité des fruits (absence de défauts internes, bonne tenue en étalage), leur aspect frais ainsi qu'une juste adéquation entre offre et demande restent nécessaires pour développer un marché de niche et maintenir un bon niveau de rémunération. Espérons simplement que les opérateurs en prendront conscience à temps pour sauver un créneau qui jusque-là était porteur.



photos © Guy Bréhini



Campagne ananas Victoria en 2012-2013

Une campagne tranquille



© Guy Bréhinier

La campagne 2012-13 de l'ananas Victoria a été relativement tranquille. Ce fruit, qui est toujours considéré par les opérateurs et les acheteurs comme essentiellement festif, s'est donc mieux vendu durant les fêtes de fin d'année. C'est un marché relativement limité qui peine à atteindre les 3 000 tonnes.

Au cours de la campagne écoulée, la demande pour le Victoria n'a pas connu de réelles périodes d'engouement. Elle est restée en adéquation avec l'offre et a permis de maintenir une certaine fluidité des ventes et des cours. Cependant, plusieurs opérateurs ont déploré le retard ou les difficultés rencontrées dans la mise en avant du Victoria pour les périodes festives. Ces problèmes seraient liés à la demande qui, depuis la crise de 2008, semble attendre les derniers moments pour faire ses achats lors des fêtes.

L'offre, qui n'a pas connu de périodes de très gros approvisionnement ou de déficit, a donc contribué au maintien d'une certaine stabilité des prix sur l'ensemble de la campagne.

L'île Maurice et la Réunion sont les principales origines qui ont approvisionné les marchés. Les prix payés au stade import pour ces deux origines sont restés bons, même si la campagne écoulée a permis de confirmer une certaine supériorité de l'offre réunionnaise. Bien que moins importante en volume, elle est souvent jugée de meilleure qualité que celle de Maurice, sa relative faiblesse lui permettant également de mieux se valoriser.

Les marchés de gros et les primeurs spécialisés sont restés les principaux débouchés du Victoria. La demande a continué de rechercher les calibres 6, 7 et 8, moins disponibles et mieux valorisés. Sur l'ensemble de la campagne, les cours moyens au stade import ont fluctué entre 2.85 et 3.50 euros/kg pour les fruits mauriciens et entre 3.30 et 3.85 euros/kg pour les fruits réunionnais.



Semaines 40 à 48 (2012)

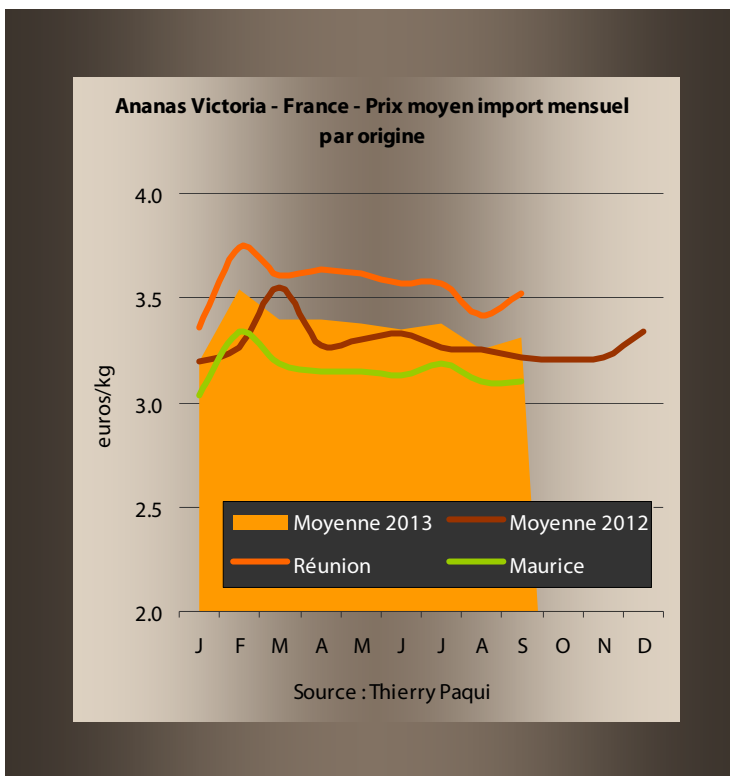
Les semaines 40 à 48 ont marqué le début de la campagne. Bien que cette période coïncide avec la fin de campagne des fruits à noyau, la demande tardait toujours à se repositionner sur les petits exotiques. L'offre, qui jusque-là avait été limitée, était de plus en plus conséquente, surtout celle de la Réunion. Les calibres 6 et 7, peu disponibles, étaient particulièrement recherchés. Pour autant, malgré la faiblesse relative des ventes, les cours restaient stables.

Semaines 49 à 52

En décembre, la demande tardait encore à se mettre en place. Les opérateurs manifestaient une certaine inquiétude car ils avaient du mal à écouler la totalité de leur stock d'une semaine sur l'autre alors que les cours restaient stables. Les ventes se faisaient comme à l'accoutumée, sans réel désir de mise en avant du fruit pour les fêtes de fin d'année. Les opérateurs craignaient que les volumes attendus en prévision des festivités ne finissent bradés à bas prix pour éviter un engorgement du marché. Cela n'a heureusement pas été le cas. En effet, une fois passée la première quinzaine de décembre, on a assisté à un réveil du marché et de la demande qui, jusque-là atone, se redynamisait. Les cours ont progressé pour culminer la dernière semaine de l'année.

Semaines 1 à 12 (2013)

Dès le début de l'année, demande et offre se sont tassées. Comme c'est souvent le cas après les fêtes, les opérateurs ont délaissé le Victoria. Les cours n'ont pas pour autant chuté et sont restés stables car l'offre était en adéquation avec la faible demande.



La période des congés d'hiver, qui se traduit généralement par un léger repli de la demande, a été marquée par une baisse de l'offre qui s'est poursuivie de la semaine 6 à la semaine 12, certains opérateurs ayant même eu du mal à se réapprovisionner. Pour autant, la demande n'était pas très soutenue et parvenait tout juste à absorber la totalité des faibles volumes mis en marché semaine après semaine.

Semaines 13 à 22

Les ventes de Pâques n'ont pas été très dynamiques. Les opérateurs ont fait le constat du faible intérêt des acheteurs pour le fruit. Toutefois, les prix sont restés d'un assez bon niveau durant les semaines 13 et 14.

Au cours de la période qui a suivi Pâques, les prix ont été très soutenus et la demande a sensiblement baissé. On peut également mentionner les soucis de qualité (taches brunes internes) qui ont affecté les fruits réunionnais, obligeant les opérateurs à réduire leur offre en attendant des envois de meilleure qualité. Cette réduction des arrivages, qui ne parvenaient plus à satisfaire la demande, explique en partie les prix soutenus pratiqués en avril. Ce sont surtout les Victoria de la Réunion, plus recherchés mais moins disponibles, qui ont le mieux profité de la situation pour obtenir les meilleurs prix du marché.

La baisse de l'offre s'est poursuivie en mai. En effet, en prévision du démarrage de la campagne de fruits d'été, les opérateurs ont commencé à réduire encore plus leurs arrivages. Cependant, à cause d'une de-

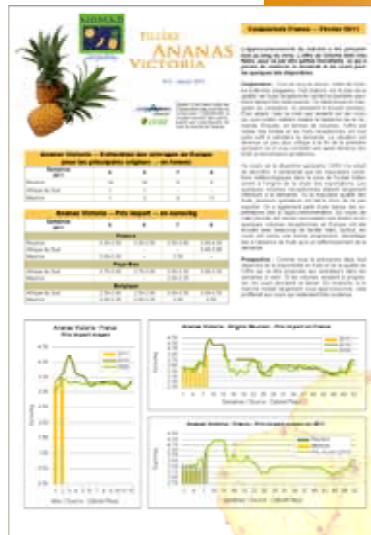


Nouvel Observatoire des Marchés Agricoles D'outremer

NOMAD Ananas Victoria

Un bulletin d'information sur le marché du Victoria disponible sur le site de l'ODEADOM :

http://www.odeadom.fr/?page_id=741



Document préparé par le CIRAD pour le compte de l'ODEADOM



mande atone, ils ont eu des difficultés à écouler leurs stocks d'une semaine sur l'autre. Malgré le caractère atone de la demande, les cours n'ont pas baissé, du fait de la faiblesse globale de l'offre.

Semaines 23 à 39

Le retard des fruits de saison n'a pas eu d'effet sur la demande qui est restée assez basse tout au long de l'été. Au cours des semaines 23 à 35, l'offre de Victoria n'a cessé de décroître. Plusieurs opérateurs spécialistes de la Réunion ont commencé leur campagne de melon de la même origine. En juillet, malgré la faiblesse de la demande, les prix étaient très fermes, surtout pour les produits réunionnais, mais ces ventes n'ont concerné qu'un nombre limité de fruits.

En fin de campagne (semaines 36 à 39), malgré le retour de vacances des opérateurs, la demande est restée limitée sans que cela se ressente sur les prix. En fait, ils ont même connu une légère progression en toute fin de campagne, davantage liée à la faiblesse de l'offre globale plutôt qu'à une bonne tonicité de la demande ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr



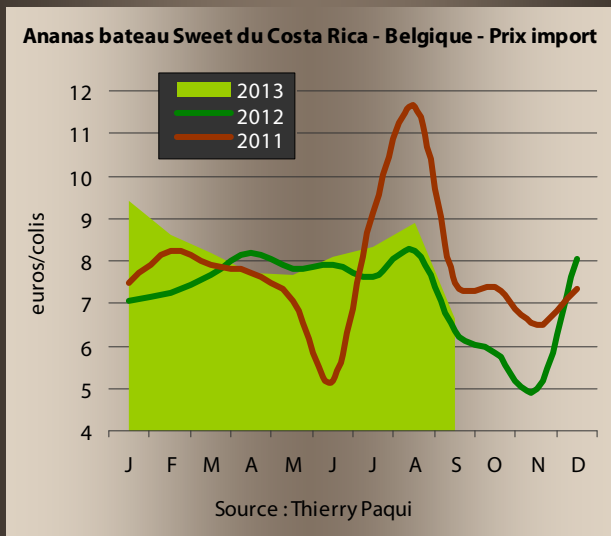
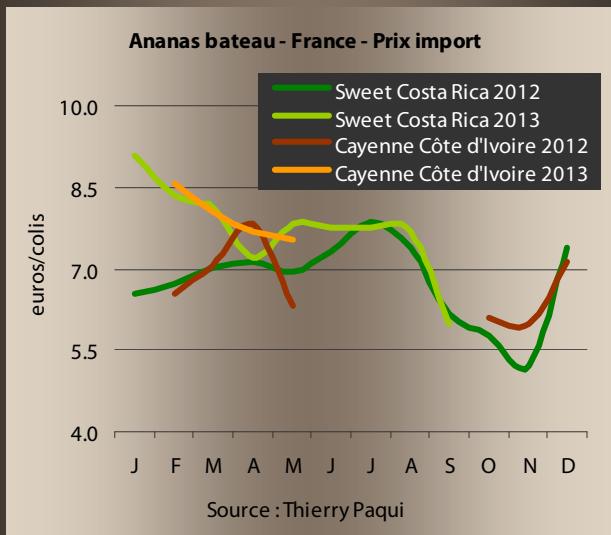
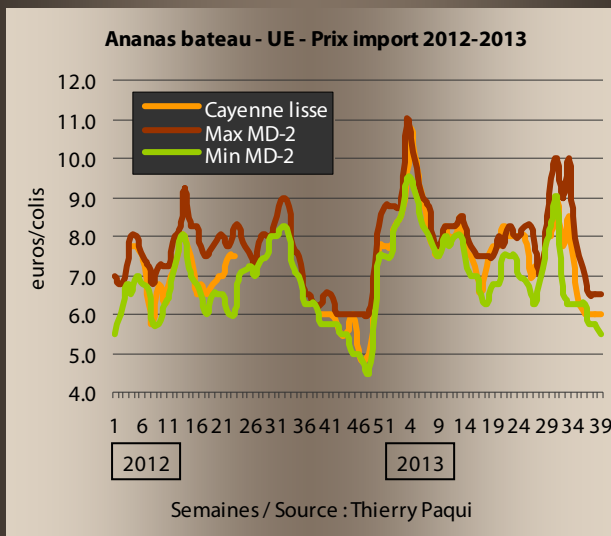


Campagne ananas par bateau en 2012-2013

Des volumes sans excès pour des résultats positifs



Malgré un démarrage très difficile, la campagne d'ananas bateau des douze derniers mois (octobre 2012 à septembre 2013) a donné des résultats plutôt positifs. Les fluctuations de prix ont été moins importantes qu'au cours des campagnes précédentes. La campagne écoulee confirme un avis largement partagé entre opérateurs : le marché européen de l'ananas n'est pas extensible à l'infini. Ainsi, quand les volumes mis en marché ne sont pas excessifs, les opérateurs parviennent-ils encore à maintenir une certaine stabilité des cours.



Encore une fois, ce sont les apports de Sweet en provenance d'Amérique latine qui ont rythmé la campagne ananas par bateau sur les différents marchés européens. Les périodes où l'offre était trop importante, pour ne pas dire excessive, ont donné lieu à de fortes chutes de prix, comme au cours des campagnes précédentes.

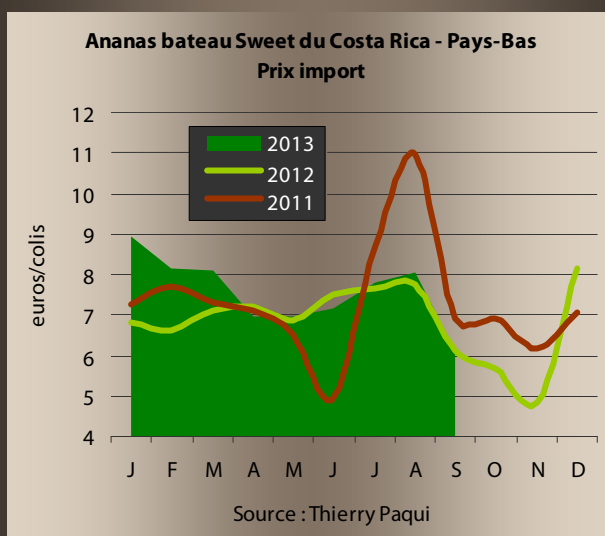
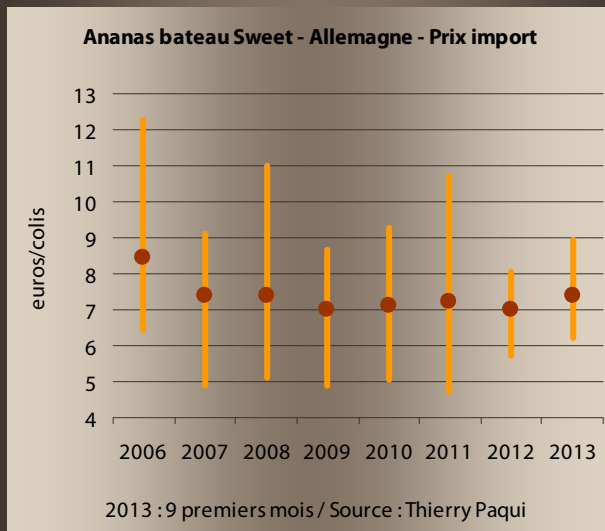
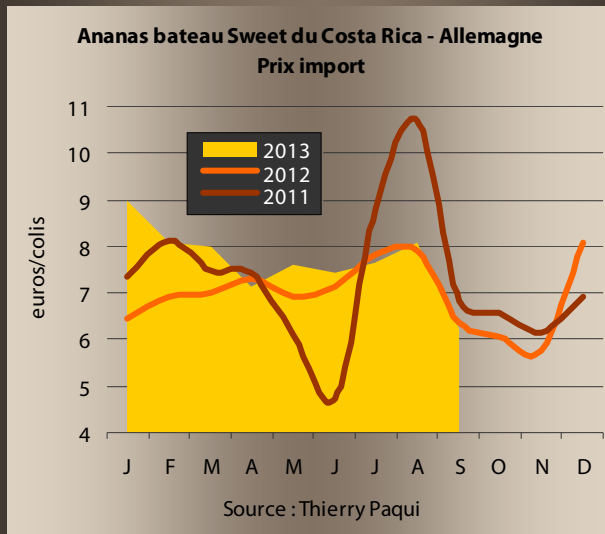
A grands volumes, grands distributeurs

La campagne écoulée a également confirmé, et ce à plusieurs reprises, le rôle de moins en moins important joué par les marchés de gros dans la vente du Sweet. Depuis quelques années, ce sont les supermarchés et le hard discount qui permettent d'écouler les volumes de plus en plus conséquents mis en marché en Europe. Ne pas disposer du concours du réseau de distributeurs de ces grandes enseignes, même pour les marques les mieux considérées, complique énormément la commercialisation de volumes importants, comme on a pu le constater à plusieurs reprises à la fin de l'année 2012.

Les opérations de promotion organisées par la grande distribution permettent de gérer et d'absorber l'offre très importante de Sweet, particulièrement celle du Costa Rica. Participer à ces opérations oblige les opérateurs à gérer au mieux les volumes à mettre en marché à certains moments de la campagne, sachant qu'en dehors de ces opérations la marge de manoeuvre pour écouler des volumes n'est pas si étendue que cela. En effet, lorsque la demande se contracte, comme cela a été le cas au cours de la dernière campagne, les opérateurs dont les fournisseurs respectent les volumes prévus, dans le cadre des programmes préétablis, sont ceux qui ont le moins de mal à écouler leurs stocks. Ceci est encore plus vrai pour ceux qui commercialisent les petites marques car, quand les conditions de marché sont plus difficiles, ils sont très vite obligés de lâcher leurs prix, ne disposant pas toujours de réseaux pour écouler leur trop-plein de fruits.

La floraison naturelle régule le marché

Si la campagne 2012-13 a été relativement bonne dans l'ensemble, c'est surtout grâce à une offre de Sweet d'Amérique latine globalement moins importante que prévu pendant plusieurs semaines consécutives. En effet, la floraison naturelle au Costa Rica, qui avait été très importante au cours du dernier trimestre 2012, a entraîné une nette diminution de l'offre sur les marchés européens au premier semestre 2013. La récolte des fruits issus de la floraison naturelle ne peut pas être programmée, comme c'est le cas avec le forçage qui permet d'induire artificiellement une floraison uniforme et immédiate des plants grâce à l'usage de produits tels que l'éthylène ou l'éthrel. Cependant,



une fois que la plante a donné son fruit (floraison naturelle ou induite), il faut attendre le prochain cycle avant de pouvoir à nouveau récolter. C'est ce qui explique les baisses de production qui suivent les périodes de floraison naturelle importante. A cela, il faut ajouter la bonne tonicité du marché nord-américain qui a absorbé plus de fruits que prévu. Les exportateurs latino-américains n'ont donc pas eu, comme ils le faisaient habituellement, à déverser sur les marchés européens des volumes trop importants inadaptés à la demande.

La conjugaison de ces différents facteurs a permis à l'offre d'être davantage en adéquation avec la demande que lors des campagnes précédentes. Ainsi, les prix moyens du MD-2 au stade import sont restés stables, entre 6.30 et 8.00 euros/colis. Il y a certes eu une période très difficile avec des prix plus bas, mais également des périodes relativement longues où les cours moyens se sont maintenus entre 8.00 et 9.00 euros/colis, avec des pointes au-delà de 9.00 euros.

Quelle place pour l'Afrique ?

L'offre en provenance d'Afrique a également connu quelques ajustements. Le premier groupe exportateur de Sweet d'Afrique a mis fin en cours de campagne à ses exportations au départ du Cameroun. En effet, malgré ses efforts, il n'a pas réussi à vaincre les problèmes agropédologiques qui l'empêchaient d'atteindre le niveau qualitatif de ses productions de Côte d'Ivoire et du Ghana. Ainsi mécaniquement, l'offre camerounaise de Sweet va baisser et plus globalement l'offre africaine dans la mesure où les exportations du Cameroun seront à l'avenir principalement constituées de Cayenne lisse acheminé par avion.

L'offre de Cayenne par bateau en provenance de Côte d'Ivoire est restée très confidentielle. C'est d'ailleurs parce que ces exportations sont destinées à un marché de niche très réduit qu'elles ont pu se poursuivre tout au long de la campagne. La réduction de l'offre de Cayenne a également permis de mieux uniformiser la qualité des lots.

Semaines 40 à 48 (2012)

Début octobre 2012, différentes opérations de promotion ont permis d'assurer une certaine fluidité des ventes. Malheureusement, dès la semaine 42, la forte augmentation de l'offre a entraîné un tassement de la demande et les cours dans une spirale baissière. En effet, la demande marquait le pas aux Etats-Unis, occupés par les élections présidentielles puis frappés par l'ouragan Sandy, et ce jusqu'à la fin du mois de novembre. C'est donc tout naturellement que les opérateurs latino-américains se sont tournés vers les marchés européens. L'afflux de volumes si importants, bien au-delà des programmes pré-établis, a gêné tous les opérateurs qui ne parvenaient plus à écouler les



© Régis Domergue

fruits en leur possession. Malgré une chute des cours prononcée, les stocks restaient importants et les ventes en PAV (prix après vente) se sont multipliées. Au cours de cette période critique (semaines 42 à 48), les lots des grandes marques étaient logés à la même enseigne que ceux des petites marques, qui subissaient de ce fait une pression encore plus forte. Les prix ont oscillé de 4.00 à 7.00 euros/colis. De son côté, l'offre de Cayenne, toujours confidentielle, parvenait à se stabiliser entre 5.00 et 7.00 euros/colis.

Semaines 49 à 7 (2013)

La baisse sensible de l'offre entre les semaines 49 et 52 a permis d'assainir le marché et également de stabiliser les prix. C'est surtout la forte baisse de l'offre plutôt qu'une meilleure demande qui a permis une remontée des cours pour Noël (de 6.50 à 9.00 euros/colis).

Au début de l'année 2013 (semaines 1 à 7), la baisse des volumes s'est poursuivie. Dès fin février, les opérateurs savaient qu'ils n'auraient pas assez de fruits pour respecter les engagements de promotion des fêtes de Pâques. L'offre était non seulement limitée, mais également déséquilibrée avec peu de gros calibres. La demande, sans être exceptionnelle, était cependant supérieure à l'offre, permettant aux opérateurs de bien remonter leurs prix, entre 7.00 et 12.00 euros/colis selon les calibres ! La remontée des cours a également profité aux quelques lots de Cayenne mis en marché, qui se sont vendus entre 8.00 et 10.00 euros/colis. L'offre de Cayenne était tellement confidentielle qu'elle n'a pu être disponible que durant trois semaines tout au plus.

Semaines 8 à 28

Vers fin février, confirmation a été reçue que l'offre de Sweet serait basse pendant les mois suivants. Cette période (semaines 8 à 28) a été marquée par une relative stabilité des prix sur les marchés européens. Moins de fruits que prévu ont été reçus pour Pâques sans que cela se ressente sur la demande. Les consommateurs, freinés par les intempéries (froid et neige) qui se sont abattues sur l'Europe, se sont peu déplacés dans les supermarchés. L'offre a été ponctuellement plus élevée après les fêtes pascales à cause du mauvais temps qui a retardé les navires. Grâce aux opérations de promotion, la situation ne s'est pas détériorée. Les opérateurs qui n'avaient pas de programmes de promotion ont dû baisser un peu leurs prix pour éviter d'avoir à gérer des volumes importants. La confirmation par les producteurs latino-américains d'une quasi-absence de fruits de la floraison naturelle a achevé de stabiliser les cours et la demande. Le retard des fruits de saison et leurs prix élevés ont permis aux opérations de promotion de continuer à mettre l'ananas en avant dans les supermarchés.

Les lots de Sweet se sont vendus entre 6.00 et 9.00 euros/colis selon les calibres et leur disponibilité, tandis que ceux de Cayenne, toujours très limités, se négociaient entre 5.00 et 9.00 euros/colis.

Semaines 29 à 39

Dès fin juin, l'offre de Sweet était déséquilibrée par la présence de nombreux petits calibres alors que la demande se positionnait sur les gros. Les volumes ont encore baissé pendant l'été pour s'adapter à la faiblesse habituelle de la demande pendant cette période. Avec le départ en vacances de bon nombre d'opérateurs, la demande s'est encore contractée. Si cela n'a pas eu de réelles conséquences sur le marché et les prix entre les semaines 29 et 35, il en a été autrement de la semaine 30 à la semaine 39. L'offre, toujours déséquilibrée, a commencé à progresser en prévision de la rentrée scolaire. Malheureusement, la demande n'a pas suivi et les marchés ont eu du mal à absorber ces afflux de volumes, malgré la mise en place de quelques opérations de promotion. En fin de campagne, les marchés étaient engorgés de fruits dont personne ne voulait. Les problèmes de qualité (lots qui évoluaient mal) ont alors accentué les méventes. Il faut aussi signaler l'absence de Cayenne en fin de campagne. Les opérateurs semblent avoir fait le choix d'interrompre leurs importations en attendant de meilleures conditions de marché.

En fin de campagne, les lots d'arrivage de Sweet se sont vendus entre 4.50 et 7.00 euros/colis. Ce qui n'a pas empêché la multiplication des ventes en PAV ainsi que de nombreuses ventes de dégagement, à des prix inférieurs à 4.50 euros/colis ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

Correspondance des calibres pour les envois par bateau

Ananas Sweet par bateau Calibres et colisages		
Calibres	Correspondance poids (g)	Nombre de fruits par colis
A5	2 101 - 2 500	5
A6	1 776 - 2 100	6
A7	1 576 - 1 775	7
A8	1 351 - 1 575	8
B9	1 151 - 1 350	9
B10	1 001 - 1 150	10
C12	860 - 1 000	12

Ananas Cayenne lisse par bateau Calibres et colisages		
Calibres	Correspondance poids (g)	Nombre de fruits par colis
A6	1 801 - 2 100	6
A8	1 501 - 1 800	8
B9	1 301 - 1 500	9
B10	1 101 - 1 300	10
C12	900 - 1 100	12



Sweet — A7



Sweet — B9



Cayenne — A8



Sweet — B10



Cayenne — B10



Cayenne — C12

Correspondance des calibres pour les envois par avion

Ananas Cayenne lisse par avion Calibres et colisages

Calibres	Correspondance poids (g)	Nombre de fruits par colis
A1	1 801 - 2 000	6 (Bénin, Ghana, Cameroun)
A2	1 501 - 1 800	6 (Bénin, Ghana, Cameroun)
B3	1 301 - 1 500	6 (Bénin, Ghana) 12 (Cameroun)
B4	1 100 - 1 300	6 (Bénin, Ghana) 12 (Cameroun)



Cayenne lisse



Pain de sucre



Pas de calibrage spécifique pour le pain de sucre,
on parle de petits ou de gros fruits sur une base de 6 fruits par colis.

Ananas Victoria par avion Estimation des calibres et des colisages

Calibres	Poids estimé des fruits (variant selon le poids du colis)	Nombre de fruits par colis
6	580 - 916	6
7	500 - 786	7
8	435 - 688	8
9	390 - 611	9
10	350 - 550	10
12	290 - 460	12



Victoria — 8

Pas de détermination poids-calibre pré-établie pour le Victoria.
Le poids des fruits est fonction du nombre de fruits par colis (3.5 kg, 4 kg ou 5.5 kg)

UE-27 — Importations — Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Extra UE, dont	830 041	930 506	881 610	901 645	919 309	864 198
Costa Rica	570 969	680 161	663 472	725 406	738 259	723 050
Ghana	35 463	35 632	28 723	34 497	40 920	35 359
Panama	37 624	39 686	30 082	26 485	36 097	27 506
Côte d'Ivoire	59 253	58 902	47 488	38 184	28 304	24 968
Equateur	49 260	45 011	54 865	42 714	39 100	24 516
Cameroun	9 295	9 924	12 530	13 119	12 556	9 781
Honduras	26 336	23 127	21 514	11 307	10 901	6 842
Brésil	16 400	24 688	15 389	663	3	4
Autres	25 441	13 376	7 548	9 272	13 171	12 173

Source : EUROSTAT

Autres pays d'Europe de l'Ouest — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	24 995	27 655	28 423	29 620	28 958	27 671
Suisse	16 986	19 170	21 420	22 716	21 980	20 617
Norvège	7 355	7 862	6 544	6 392	6 520	6 585
Islande	655	623	458	511	459	469

Source : COMTRADE

Russie — Importations — Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total, dont	33 431	36 829	34 622	48 334	45 622	49 377
Costa Rica	12 270	17 340	15 526	27 698	32 567	35 068
Equateur	2 747	3 558	5 126	8 747	4 638	4 720
Panama	1 197	1 472	1 860	1 843	1 803	2 703
Côte d'Ivoire	11 325	8 485	5 764	5 137	2 675	1 790
Chine	1 488	1 303	1 868	1 998	1 635	1 728
Ghana	1 265	1 090	1 364	1 066	892	1 348
Cameroun	208	377	751	383	121	62
Brésil	1 764	1 606	1 131	107	17	30
Autres	1 168	1 597	1 232	1 355	1 274	1 928

Source : COMTRADE

Autres pays d'Europe de l'Est — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	10 785	11 256	9 271	11 171	12 521	15 040
Ukraine	7 134	7 297	5 293	6 184	7 565	8 862
Croatie	1 633	1 857	1 948	2 137	2 188	2 510
Biélorussie	1 249	1 137	1 215	1 765	1 502	1 899
Géorgie	124	294	247	358	526	1 021
Serbie	645	671	568	727	739	748
Bosnie	486	508	526	610	539	528

Source : COMTRADE

Japon — Importations — Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	165 794	144 408	143 982	142 582	155 752	174 025
Philippines	165 118	143 745	143 120	141 561	154 294	172 627
Taïwan	459	660	824	971	949	713
Etats-Unis	16	0	-	33	466	629
Chine	167	0	-	-	-	-
Autres	34	3	38	17	43	56

Source : douanes nationales

Autres pays d'Asie — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	113 593	104 637	93 699	110 878	149 317	141 674
Corée du Sud	77 275	67 032	54 526	60 565	73 010	73 131
Chine	17 865	19 211	21 120	32 857	58 163	47 762
Singapour	18 099	16 595	16 144	15 430	16 163	17 995
Kazakhstan	355	1 799	1 908	2 026	1 981	2 786
Malaisie	942	1 252	840	1 388	1 994	2 455
Azerbaïdjan	129	233	1 322	2 602	2 394	1 447

Source : COMTRADE

Océanie — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	12 216	11 061	8 406	8 478	9 391	9 880
N ^{elle} Zélande	9 488	8 567	6 119	6 004	6 778	7 195
Maldives	1 967	2 072	1 909	2 138	2 165	2 318
Australie	761	422	378	336	448	367

Source : COMTRADE

Golfe persique — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	24 326	23 629	30 867	42 104	51 366	68 328
Qatar	1 249	1 823	1 800	1 842	1 800	16 625
Arab. saoudite	4 351	2 613	3 505	11 072	14 921	15 000
Em. Arabes Unis	8 500	6 500	11 000	12 800	14 000	14 000
Iran	3 500	5 500	7 000	8 890	9 409	10 000
Yémen	163	758	1 772	1 311	2 835	4 849
Koweït	4 021	3 815	4 000	4 000	4 000	4 000
Oman	2 153	2 205	1 240	1 695	3 047	2 354
Bahreïn	390	415	550	493	1 354	1 500

Source : COMTRADE

Proche Orient — Principaux marchés						
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	3 395	5 311	6 371	10 042	18 781	16 578
Turquie	2 408	4 461	5 153	7 769	15 366	13 103
Liban	311	296	670	1 443	2 155	1 975
Jordanie	676	554	548	830	1 260	1 500
Israël	74	360	214	461	686	302

Source : COMTRADE



© Régis Domergue



La culture de l'ananas

Cet article est tiré de trois sources principales :

- « Itinéraire technique ananas », PIP, 52 p., www.coleacp.org
- « L'ananas », Alain Guyot, cours ISTOM
- « L'ananas, sa culture, ses produits », Claude Py & Claude Teisson, 568 p., éd. Maisonneuve et Larose

L'ananas, *Ananas comosus*, est originaire d'Amérique du Sud et appartient à la famille des Broméliacées. De cette parenté, l'ananas cultivé a conservé plusieurs traits caractéristiques :

- son système racinaire est extrêmement fragile et il préfère des sols légers et bien travaillés ;
- il tolère, en réduisant fortement sa croissance mais sans périr, des périodes très sèches ;
- la base de ses feuilles est la zone la plus efficace pour l'absorption des éléments nutritifs et il apprécie les engrais foliaires ;
- la floraison, induite par les températures fraîches et les jours courts, est erratique en conditions naturelles. Il en découle la caractéristique la plus remarquable de la culture : sa floraison est induite artificiellement par une intervention culturale.

De ce fait, le producteur peut, plus ou moins à son gré, contrôler la date de récolte et le rendement puisque le poids des fruits dépend de la taille du plant au moment où est provoquée artificiellement la floraison. La qualité du fruit, déterminée essentiellement par sa teneur en sucres et son acidité, est très variable selon les conditions climatiques et la fertilisation reçue. Schématiquement, la nutrition azotée détermine le poids et la nutrition potassique la qualité. Le fruit est en fait un fruit composé, très hétérogène, sa base étant toujours à un stade d'évolution plus avancé que sa partie haute. L'ananas n'est pas climactérique, après sa récolte son évolution ne correspond pour l'essentiel qu'à une perte progressive de ses qualités. Lorsqu'il est commercialisé en frais, la chaîne de conditionnement et de transport devra donc limiter au maximum cette dégradation : transport et commercialisation rapide, sans rupture de froid. Lorsqu'il est traité en usine, cette transformation doit être la plus rapide possible.



Le cycle de la plante

On distingue trois phases principales dans la vie de l'ananas :

- **la phase végétative** qui va de la plantation à la différenciation de l'inflorescence (floraison) ;
- **la phase de fructification** qui s'étale de la différenciation à la récolte du fruit ;
- **la phase de production de rejets** : de la récolte de fruits à la destruction du plant.

Les organes qui constituent la plante adulte sont :

- **la tige** : organe court en forme de massue qui contient des réserves en amidon et un ensemble de fibres très résistantes qui rendent difficile sa destruction mécanique ;
- **les feuilles** : au nombre maximum de 70 à 80, leur longueur peut dépasser 1 mètre et leur largeur 7 cm. Leur aspect permet de juger de l'état de santé de la plante et de la vigueur de la croissance ;
- **le fruit** : fruit composé équivalant à une grappe soudée et compressée. Son poids est fonction de la taille du plant à l'induction florale et du niveau nutritif de la plante à ce stade. Il est déterminé en premier lieu par le nombre d'yeux ;
- **la couronne** : un organe feuillu qui surmonte le fruit ;
- **les racines** : souterraines et aériennes. Les racines souterraines sont fragiles et la moindre discontinuité dans le profil du sol perturbe fortement leur croissance. Ces racines sont émises dans le premier mois qui suit la plantation. Par la suite, elles ne font que s'allonger et il faut attendre le 4ème ou 5ème mois pour une nouvelle émission de racines ;
- **les rejets** : ils sont de deux types. Les bulbilles, qui se développent sur le pédoncule sous le fruit, et les rejets proprement dits, qui démarrent sur la tige au point d'insertion des feuilles.

Ethéphon

L'éthéphon est d'un usage très répandu dans le monde, tant sur les cultures florales que céréalières ou encore fruitières. En France seulement, on dénombre pas moins de 24 usages homologués sur les processus de croissance, de floraison et de maturation des fruits.

En culture d'ananas, l'éthéphon est homologué pour deux usages bien précis : le déclenchement du processus de floraison (le traitement d'induction florale) et la régulation de la maturation des fruits (le déverdissement). Dans les deux cas, c'est l'éthylène dégagé par le produit qui agit sur les mécanismes physiologiques.

L'ananas présente la particularité de pouvoir fleurir à la demande et, le plus souvent, le traitement d'induction florale est réalisé à l'aide d'éthylène gazeux dissous dans l'eau. Compte tenu de la lourdeur du dispositif d'application, ce procédé est réservé aux plantations mécanisées. Une autre possibilité est l'emploi de carbure de calcium dans le cadre de petites exploitations non mécanisées. Mais cette technique n'est pas sans danger puisque l'acétylène dégagé est inflammable, voire explosif s'il est mis en contact avec le cuivre.

Le produit le plus facile d'emploi reste l'éthéphon, malgré une efficacité moindre sur des variétés telles que le Cayenne lisse et le MD-2, plus connu sous le nom de Sweet.



© Agnès Delefortrie

La culture

- **Sols** : alluvionnaires ou volcaniques à une altitude en dessous de 600 mètres. Sols profonds. Drainage important. Pentés douces inférieures à 4 %. Le Sweet étant sensible au *Phytophthora* (maladie cryptogamique), le pH du sol doit être idéalement compris entre 5.0 et 6.5.
- **Plants** : de 50 000 à 70 000 plants par hectare. La qualité du matériel de plantation est fondamentale : variété Sweet génétiquement pure, sans défauts (épineux, malades, etc.), de taille uniforme (calibrés en classes de 100 grammes), le plus lourd possible afin de réduire la période de culture, mais pas trop afin d'éviter les floraisons naturelles, traités chimiquement en fonction des produits homologués afin d'éviter la propagation des ravageurs et maladies.
- **Post-récolte** : le Sweet est sensible aux meurtrissures.
- **Nutrition** : l'engrais est appliqué par pulvérisation tous les quinze jours. Le programme de fertilisation commence après la récolte.
- **Mauvaises herbes** : elles peuvent réduire le rendement et abriter des ravageurs et maladies attaquant les champs plantés si elles ne sont pas éradiquées à temps.



© Thierry Lescot

Contrôle de la floraison

Lorsque le plant atteint un développement adéquat, il devient sensible aux facteurs climatiques et météorologique (longueur du jour, abaissement de la température minimale et nébulosité) qui président à la différenciation de l'inflorescence. On assiste alors à des floraisons naturelles incompatibles avec une gestion industrielle de la plantation. Le traitement d'induction florale (TIF) consiste à modifier le cycle naturel de la plante pour :

- homogénéiser la floraison ;
- orienter la production ;
- contrôler le poids moyen des fruits ;
- planifier les récoltes.

Pour déterminer la date du TIF, il est tenu compte de :

- la date de récolte souhaitée ;
- l'écart TIF/date de récolte de la période (historique ou calculé à partir des sommes de températures) ;
- le poids du plant (dont un bon indicateur est le poids de la feuille « D ») qui conditionne celui du fruit.

Trois produits florigènes sont utilisés :

- acétylène sous forme de carbure de calcium : granulé mis au centre de la rosette foliaire ou mélangé à l'eau pour donner une solution d'acétylène ;
- gaz éthylène : moins dangereux que l'acétylène, le traitement avec une solution d'éthylène peut être mécanisé ;
- éthéphon (nom commercial Ethrel) : c'est un générateur d'éthylène. Il est beaucoup plus aisé à utiliser que les deux précédents, mais les résultats sont souvent médiocres, particulièrement en climat très chaud.

Traitement de déverdisage

Pratiqué par application d'Ethrel, il a pour but d'homogénéiser la coloration et de réduire le nombre de passages de récolte. L'Ethrel agit en dégageant de l'éthylène au cours de sa dégradation. Son action ne porte pas sur tous les phénomènes de la maturation, mais essentiellement sur la coloration de l'épiderme. Pour être efficace sans présenter d'inconvénients majeurs, il doit être appliqué assez près de la maturation naturelle des fruits. Les fruits « éthrelés » se reconnaissent facilement car la progression de leur coloration ne se fait pas de bas en haut, mais de façon uniforme sur l'ensemble de l'épiderme.

Protection contre les coups de soleil

Ce phénomène saisonnier apparaît surtout aux périodes de fort ensoleillement. Les fruits ayant versé ou ceux portés par un pédoncule trop long ou par des plants au système foliaire déficient sont plus exposés aux coups de soleil. Plusieurs méthodes peuvent être utilisées : lier les feuilles en faisceau au-dessus du fruit ou sur tout le billon, pailler avec de l'herbe, relever les fruits versés.



Photos © Claude Tesson

Coups de soleil





Les principales variétés d'ananas

Photos © Guy Bréhinier

Pendant très longtemps, le Cayenne Lisse a représenté pratiquement la seule variété exportée en frais et mise en conserve. L'hybride d'origine hawaïenne MD-2 lui a ravi son hégémonie dans le marché du frais, essentiellement du fait de son extraordinaire aptitude à bien supporter mise au froid et transport. Cette robustesse du fruit après sa récolte était inconnue et ouvre des perspectives nouvelles dans le domaine de la création variétale par hybridation. Pour les marchés locaux, d'autres variétés aux qualités gustatives intéressantes, mais à très faible aptitude à la conservation, sont préférées : Perola au Brésil et Queen en Asie ou dans l'océan Indien.

Cayenne Lisse

Caractère épineux : épines d'extrémité
Forme du fruit : cylindrique
Couleur externe : vert jaune
Diamètre de l'oeil : moyen
Profil de l'oeil : plat
Couleur de la chair : jaune pale
Fermeté : moyenne
Texture de la chair : fondante
Poids avec couronne : 1 500 g
Hauteur sans couronne : 148 mm
Diamètre : 121 mm
°Brix : entre 14.5 et 16.5
Acidité libre (meq/ml) : entre 13.5 et 15.0
Ratio sucre/acide : entre 1.0 et 1.2
Gradient de maturité de bas en haut : fort
Potentiel agronomique : très bons rendements
Sensibilité : sensible aux taches noires, sensible au *Phytophthora*, sensible aux parasites telluriques
Potentiel de conservation : bon, sensible au brunissement interne



Sweet

Caractère épineux : demi-épineux
Forme du fruit : cylindrique
Couleur externe : vert jaune
Diamètre de l'oeil : moyen
Profil de l'oeil : plat
Couleur de la chair : jaune
Fermeté : moyenne
Texture de la chair : fondante
Poids avec couronne : 1 400 g
Hauteur sans couronne : 143 mm
Diamètre : 116 mm
°Brix : entre 12.8 et 13.7
Acidité libre (meq/ml) : entre 6.15 et 10.10
Ratio sucre/acide : entre 1.31 et 2.11
Gradient de maturité de bas en haut : faible
Potentiel agronomique : très bons rendements.
 Maturation plus rapide que le Cayenne lisse (- 4 à - 5 jours)
Sensibilité : peu sensible aux taches noires, très sensible au *Phytophthora*, moyennement sensible aux parasites telluriques
Potentiel de conservation : bon, insensible au brunissement interne



Victoria

Caractère épineux : épineux
Forme du fruit : trapèze
Couleur externe : jaune d'or
Diamètre de l'oeil : petit
Profil de l'oeil : en relief
Couleur de la chair : jaune
Fermeté : moyenne
Texture de la chair : croquante
Poids avec couronne : 1 300 g
Hauteur sans couronne : 172 mm
Diamètre : 108 mm
°Brix : 14.8
Acidité libre (meq/ml) : 10.9
Ratio sucre/acide : 1.36
Gradient de maturité de bas en haut : moyen
Potentiel agronomique : bons rendements.
 Maturation plus rapide que le Cayenne lisse (- 10 à - 15 jours)



Sensibilité : très sensible aux taches noires, sensible au *Phytophthora*, sensible aux parasites telluriques
Potentiel de conservation : très sensible au brunissement interne

Observations faites à la Réunion en plantations industrielles :

- poids moyen du fruit exporté : 700 à 800 g
- °Brix : moyenne de 13 en juillet-août et de 18 de novembre à avril
- acidité libre (meq/ml) : moyenne de 16 en juillet-août et de 13 de novembre à avril
- ratio sucre/acide : moyenne de 0.8 en juillet-août et de 1.4 de novembre à avril
- poids couronne : 15 % du poids total du fruit d'août à décembre et 30 % de mars à mai

Note : données relevées dans les conditions de production de la Martinique sauf partie « Observations » / Source : Cirad

Défauts de qualité de l'ananas

Photos © Patrick Fournier, Pierre Gerbaud, Horta Gabon



Brunissement interne



Brunissement interne



Thielaviopsis paradoxa
sur choc latéral



Début de *Thielaviopsis paradoxa*
sur pédoncule



Thielaviopsis paradoxa
aspect externe



Coup de soleil sur Victoria



Coup de soleil sur Victoria



Surmaturité



Cochenilles



Attaques d'insectes



Crevasse
malformation ou déformation



Variation de la coloration
au sein d'un même lot



Couronne abimée et brûlée



Couronne trop longue écrasée
par le couvercle de l'emballage



Début de brunissement interne



Début de brunissement interne sur Victoria



Thielaviopsis paradoxa



Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur choc



Symptôme externe de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre



Symptôme interne de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre



Translucidité



Moisissure après transport sur pédoncule (*Penicillium*)



Moisissure après transport (*Penicillium*)



Micro-chocs



Dessèchement des bractées sur Victoria



Irrégularité de la coupe du pédoncule



Taille irrégulière des couronnes



Couronne mal réduite



Double couronne



AnaGmaX © : logiciel d'aide à la gestion des plantations d'ananas

En exploitant les résultats de la recherche sur l'ananas, le Cirad (France) a mis au point un outil de gestion des plantations d'ananas : AnaGmaX.

À partir des températures enregistrées et des caractéristiques de la parcelle (situation géographique, variété, matériel végétal, date de plantation, etc.), AnaGmaX calcule les dates clés du cycle : date probable du traitement d'induction florale, date de floraison et de récolte. Ensuite, en se basant sur un itinéraire technique de référence, AnaGmaX l'adapte au cycle prévisionnel de la parcelle, quelles que soient la zone de production et la longueur du cycle, qui peut varier de 11 à 18 mois selon les zones de culture. Le calendrier des interventions est reprécisé en permanence au fur et à mesure de la saisie de nouvelles données de températures. On est ainsi assurés que les interventions sont réalisées au plus près de l'optimum et, au final, on conserve une parfaite traçabilité de toutes les interventions.

L'autre donnée très importante fournie par AnaGmaX est la prévision des dates de récolte à 1 ou 2 jours près, permettant ainsi :

- de planifier les récoltes tant au niveau individuel qu'au niveau d'un groupement,
- de savoir à tout moment où se trouvent les fruits à récolter et en quelle quantité.

AnaGmaX permet en outre de piloter la production « par l'aval » : c'est-à-dire qu'en indiquant une période de production souhaitée et un tonnage dans une zone donnée, le logiciel indique les surfaces à planter et les dates de plantation souhaitables.

Le logiciel AnaGmaX s'adresse à une très large diversité d'intervenants du secteur de l'ananas : du producteur individuel (de la très petite à la très grosse plantation) au groupement de producteurs, en passant par les sociétés de conseil.

AnaGmaX existe actuellement en version bilingue français-anglais. Il est paramétré pour les cultivars suivants : Queen Victoria, Cayenne lisse, MD-2, Flhoran 41.

D'autres paramètres peuvent être précisés en fonction des besoins de chacun : itinéraires techniques, types de tâches, calibres, défauts, etc.

Renseignements : patrick.fournier@cirad.fr



Prix de gros en Europe

Septembre 2013

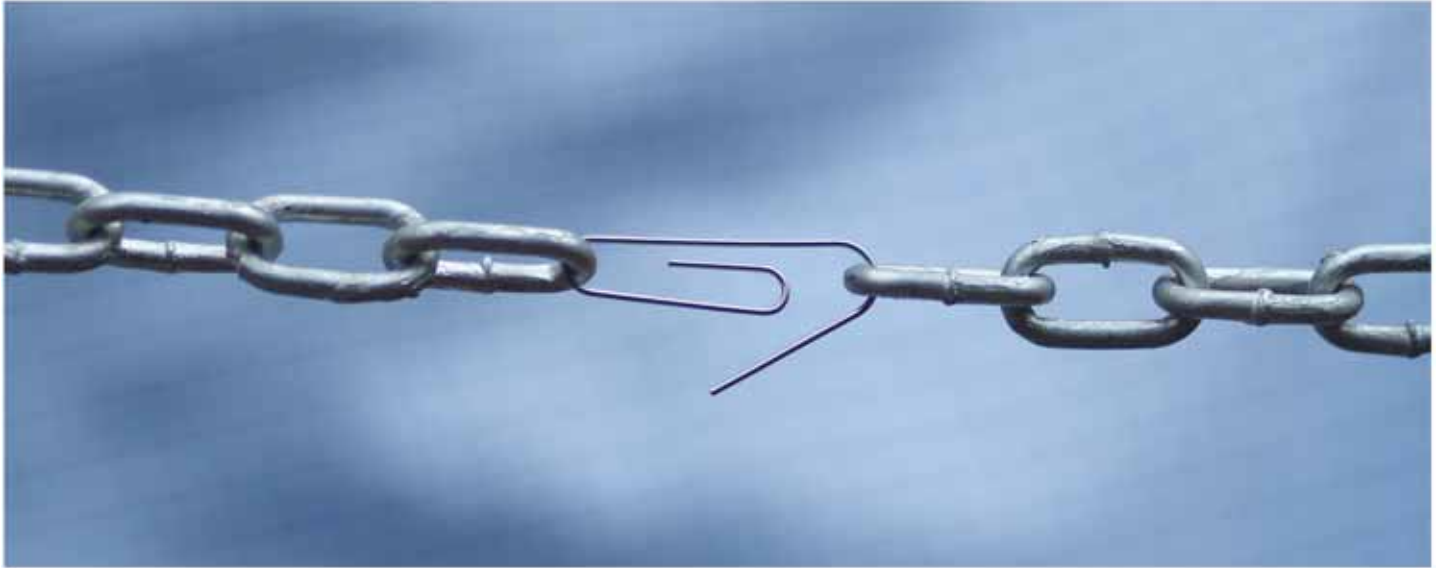
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
ANANAS	Avion	CAYENNE LISSE VICTORIA	BENIN	kg			2.15			
			AFRIQUE DU SUD	Carton				16.00		
			MAURICE	Carton				13.35		
			MAURICE	kg			3.55			
	Bateau	MD-2	REUNION	kg			4.20			
			COSTA RICA	Carton	8.33	7.25	6.67	6.73		
			COSTA RICA	Pièce					0.71	
		COTE D'IVOIRE	kg			0.90				
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton				15.68		
	Bateau	ETTINGER	ISRAEL	Carton	6.50				8.30	
			FUERTE	AFRIQUE DU SUD	Carton				5.25	
		HASS	AFRIQUE DU SUD	Carton		12.00	6.69	9.50	8.42	
			CHILI	Carton	9.25				10.08	
			KENYA	Carton			5.70			
			PEROU	Carton	8.25	12.00	6.69	10.50	8.72	
			NON DETERMINE	AFRIQUE DU SUD	Carton		10.00			
			BRESIL	Carton					7.11	
			PEROU	Carton		10.00				
	PINKERTON RYAN TROPICAL	AFRIQUE DU SUD	Carton					7.50		
		AFRIQUE DU SUD	Carton	5.00				7.13	7.41	
		BRESIL	Carton			13.80				
		REP. DOMINICAINE	Carton			12.00				
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg			6.80	5.17		
			EQUATEUR	kg		5.67				
	Bateau	ROUGE PETITE ROUGE	EQUATEUR	kg				4.88		
			EQUATEUR	kg			1.70	2.65		
			EQUATEUR	kg				2.29		
CARAMBOLE	Avion		BRESIL	kg					3.95	
			COLOMBIE	kg					3.39	
			MALAISIE	kg		4.67	4.80	5.02		
CHAYOTE	Bateau		COSTA RICA	kg				1.32		
DATTE	Bateau	BAHRI MEDJOOL NON DETERMINE	ISRAEL	kg				3.80		
			ISRAEL	kg			8.00	7.65		
			ISRAEL	kg					6.88	
			JORDANIE	kg			3.00			
			TUNISIE	kg				2.00	2.08	
EDDOE	Bateau		COSTA RICA	kg				1.77		
GINGEMBRE	Bateau		BRESIL	kg		1.85	2.50	1.92	1.98	
			CHINE	kg	1.54		1.77	1.79	1.37	
GOYAVE	Avion		BRESIL	kg			6.25	6.34		
GRENADILLE	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg			8.50	8.97		
			EQUATEUR	kg				8.75		
		NON DETERMINE VIOLETTE	COLOMBIE	kg	7.00	4.50	5.75	6.35	4.75	
			AFRIQUE DU SUD	kg			7.00			
			KENYA	kg		4.50		5.25	4.45	
IGNAME	Bateau		BRESIL	kg					1.54	
			GHANA	kg			1.50	1.43		
			OUGANDA	kg				1.47		

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
KUMQUAT	Avion		AFRIQUE DU SUD	kg			4.80			
			ISRAEL	kg					5.93	
LIME	Avion		MEXIQUE	kg			4.15			
			Bateau	BRESIL	kg	0.83	1.22	1.34	0.88	1.28
			MEXIQUE	kg			1.39	0.88	1.09	
LITCHI	Bateau		ISRAEL	kg				6.44		
LONGAN	Bateau		THAILANDE	kg				6.50		
MANGOUSTAN	Avion		THAILANDE	kg			9.50	7.72		
MANGUE	Avion	KENT	BRESIL	kg			4.90			
			THAILANDE	kg				8.20		
	Bateau	PALMER	BRESIL	kg				3.88		
			ATKINS	kg			1.65	2.01	1.72	
			KEITT	kg				2.25		
			ISRAEL	kg			2.10	2.66	2.04	
	Camion	PALMER	PORTO RICO	kg				3.18		
			BRESIL	kg				2.13		
	OSTEEN	ESPAGNE	kg		2.50	2.90		3.12		
MANIOC	Bateau	NON DETERMINE	COSTA RICA	kg			1.10	1.17		
MELON	Bateau	CANTALOUPE	BRESIL	kg				1.75	0.96	
			CHARENTAIS	kg					1.46	
			GALIA	kg				1.55	1.31	
			HONEY DEW	kg					0.73	0.95
			PASTEQUE	kg					0.54	0.56
			SEEDLESS WATER	kg					0.69	0.62
NOIX DE COCO	Bateau		COSTA RICA	Sac		6.00				
			COTE D'IVOIRE	Sac			13.00	11.23	12.75	
			SRI LANKA	Sac				20.10	8.66	
PAPAYE	Avion	FORMOSA	BRESIL	kg			3.30	3.20	3.63	
			BRESIL	kg			3.40	3.71		
	Bateau	NON DETERMINE	EQUATEUR	kg					2.88	
			EQUATEUR	kg			2.29	2.20		
PATATE DOUCE	Bateau		AFRIQUE DU SUD	kg			1.50	1.45	0.83	
			EGYPTE	kg			1.10	1.21		
			HONDURAS	kg				1.27		
			REP. DOMINICAINE	Carton					9.19	
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLÉ	COLOMBIE	kg			9.00	9.40	7.91	
	Bateau		COLOMBIE	kg	6.14	5.83		7.19		
PITAHAYA	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				10.00		
			EQUATEUR	kg				9.00		
		ROUGE	THAILANDE	kg					6.62	
			VIETNAM	kg				8.50	6.68	
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg			1.04	1.00		
			EQUATEUR	kg			0.90			
RAMBOUTAN	Avion		THAILANDE	kg				7.80		
			VIETNAM	kg			9.50	7.50		
TAMARILLO	Avion		COLOMBIE	kg				6.94		
TAMARIN	Avion		THAILANDE	kg			3.08	3.07		

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

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 or visit www.reefertrends.com

reefer trends

UNIVEG, VOTRE CONNEXION DIRECTE VERS LA PRODUCTION



Cette année UNIVEG Katopé France importera le premier litchi Fairtrade. Son objectif est d'assurer le développement durable de ses productions. La filière d'exportation de litchis de Madagascar est essentielle pour la vie de plus de 300 000 familles et joue un rôle primordial dans les exportations malgaches. Conscient de ses responsabilités, UNIVEG Katopé France s'investit pleinement dans la production et la logistique, afin que cette filière reconstruite respecte les normes de qualité attendues par ses clients européens.



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 | www.univeg.fr

Content published by the Market News Service of CMCAD - All rights reserved

