Mars 2009 - n° 165

FRuiTROP

Version française

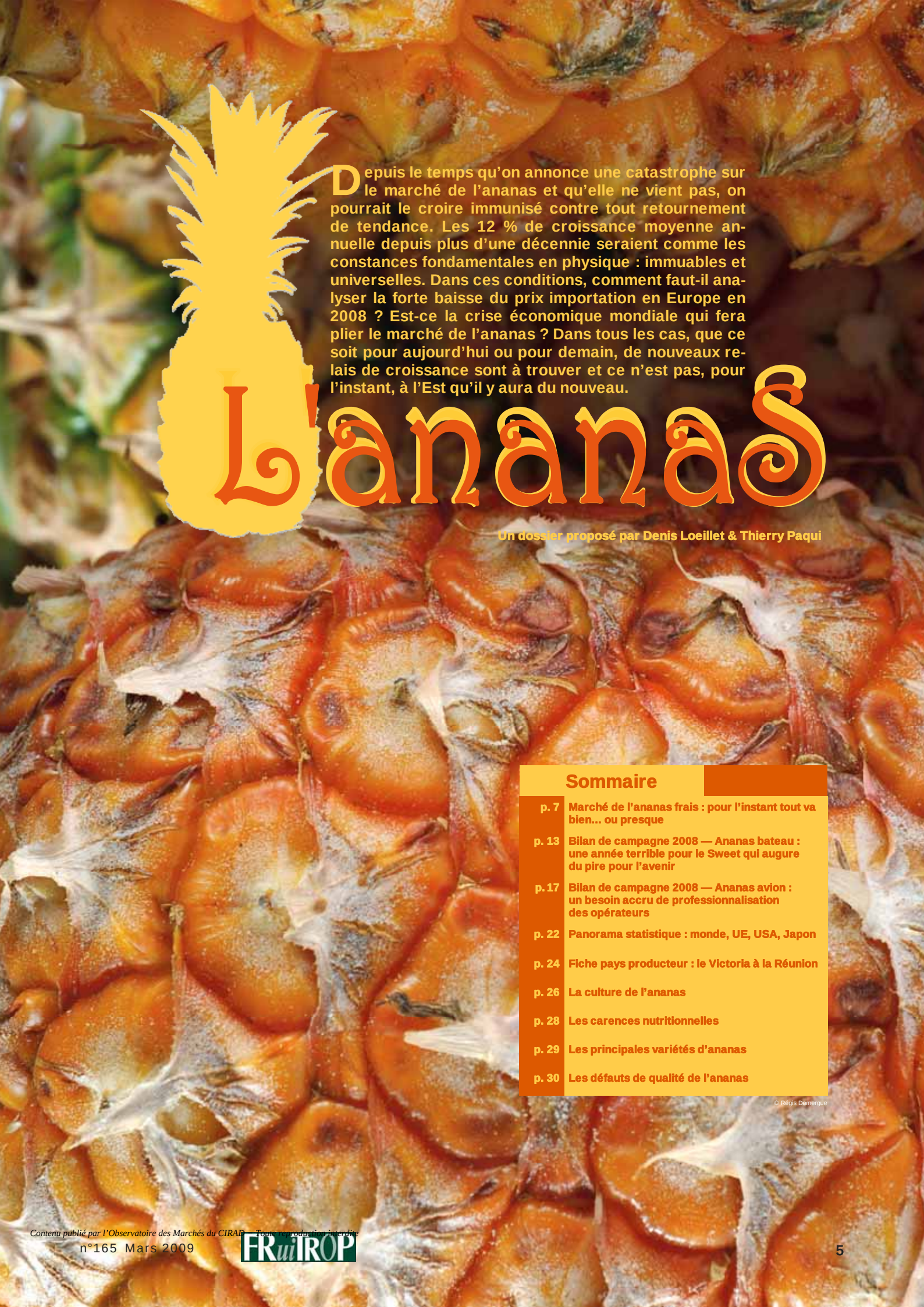
DOSSIER DU MOIS : ANANAS

OMC & banane : le compromis à tout prix

Agrumes et exotiques Bilan mensuel

http://passionfruit.cirad.fr

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



L'ananas

Depuis le temps qu'on annonce une catastrophe sur le marché de l'ananas et qu'elle ne vient pas, on pourrait le croire immunisé contre tout retournement de tendance. Les 12 % de croissance moyenne annuelle depuis plus d'une décennie seraient comme les constances fondamentales en physique : immuables et universelles. Dans ces conditions, comment faut-il analyser la forte baisse du prix importation en Europe en 2008 ? Est-ce la crise économique mondiale qui fera plier le marché de l'ananas ? Dans tous les cas, que ce soit pour aujourd'hui ou pour demain, de nouveaux relais de croissance sont à trouver et ce n'est pas, pour l'instant, à l'Est qu'il y aura du nouveau.

Un dossier proposé par Denis Loeillet & Thierry Paqui

Sommaire

p. 7 Marché de l'ananas frais : pour l'instant tout va bien... ou presque

p. 13 Bilan de campagne 2008 — Ananas bateau : une année terrible pour le Sweet qui augure du pire pour l'avenir

p. 17 Bilan de campagne 2008 — Ananas avion : un besoin accru de professionnalisation des opérateurs

p. 22 Panorama statistique : monde, UE, USA, Japon

p. 24 Fiche pays producteur : le Victoria à la Réunion

p. 26 La culture de l'ananas

p. 28 Les carences nutritionnelles

p. 29 Les principales variétés d'ananas

p. 30 Les défauts de qualité de l'ananas

© Régis Domergue

Marché de l'ananas frais

Pour l'instant tout va bien... ou presque

La saga ananas n'a plus de secret pour les lecteurs de ***FruiTrop***. Les ressorts du succès qui ont amené le marché mondial de l'ananas frais à quadrupler en moins de quinze ans sont connus. La *success story* tient en peu de mots : une organisation sans faille de la production jusqu'à la distribution, celle de Del Monte au Costa Rica, destinée à servir une innovation variétale majeure, le MD-2 ou Sweet. Pour compléter le tableau, on y ajoutera un leader en pleine difficulté, la Côte d'Ivoire, et un marché en forte attente de nouveauté.

© Régis Domergue

Malheureusement pour eux, les fournisseurs africains ne sont pas responsables de la croissance folle des importations européennes (cf. encadré). Ils n'ont pas participé à cette étonnante période de huit années de croissance ininterrompue de 2001 à 2008. Il faut évidemment chercher de l'autre côté de l'Atlantique les pays fournisseurs qui animent les marchés européen et mondial depuis plus d'une décennie et il faudrait plutôt employer le singulier tant le Costa Rica est hégémonique. Cette origine, que les théoriciens du marketing considèrent comme un « market maker », personnifie à elle seule le marché mondial de l'ananas. Au cours de la dernière décennie 1998-2008 (cf. encadré), le Costa Rica a multiplié par 5.5 ses exportations pour les porter en 2008 à 1.44 million de tonnes. Sa poussée sur la seule Union européenne est encore plus forte avec des importations multipliées par 8 sur la période, passant de 79 000 tonnes en 1998 à 668 000 tonnes en 2008. Depuis 1987 et sans aucune interruption, le Costa Rica gagne chaque année des parts de marché dans l'UE. Trois ananas sur quatre consommés dans cette zone économique proviennent de ce pays.

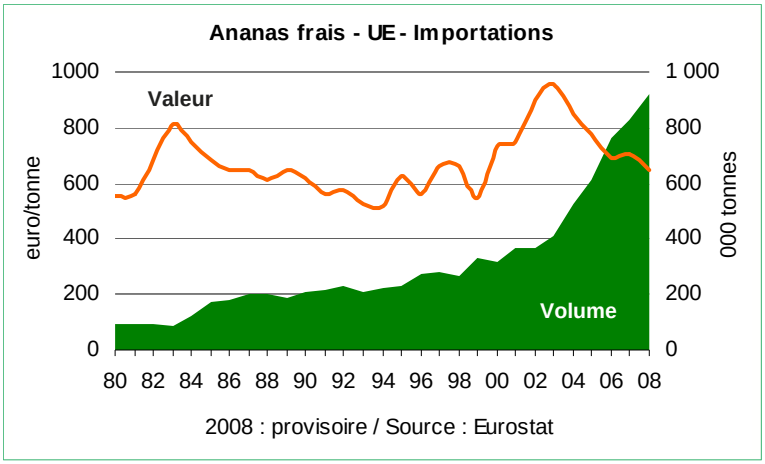
Depuis le début de ce conte de fées moderne, au milieu des années 1990, le nombre d'opérateurs et d'origines engagés dans la production et le commerce de l'ananas s'est considérablement élargi. Del Monte, précurseur et inventeur du modèle de développement du marché mondial de l'ananas basé sur ce qu'il considérait être son innovation variétale, le MD-2, n'est plus tout seul. Cette variété a été largement diffusée, multipliant par là-même l'offre. En dehors des effets positifs sur la création de valeur pour le pays et ses producteurs, mentionnons un des effets négatifs de cet emballement à savoir une plus grande hétérogénéité des fruits commercialisés, entraînant une baisse générale du niveau qualitatif moyen. La dynamique du secteur et les retours financiers, dont Del Monte ne se cachait pas, donnaient des perspectives alléchantes à un secteur fruitier en quête de meilleures marges et de marché en progression. Nombre de fournisseurs, notamment latino-américains, en bons « market takers » ou suiveurs, ont cru pouvoir participer au banquet. Plusieurs pays, à l'image du Panama qui a déclaré l'ananas grande cause nationale, ont lancé des projets de développement. L'Équateur, le Brésil, le Honduras, la Colombie, le Guatemala, la République dominicaine, etc. ont ainsi pris pied sur le marché mondial. Toute la question est de savoir si cette stratégie restera gagnante encore longtemps. Alors que Del Monte a construit ce marché en exploitant son innovation technologique et en maximisant ses profits pendant des années, ses concurrents, eux, le subissent.

Ananas — Production et importations mondiales — En tonnes

	Production mondiale	Importations - En équivalent fruits frais				
		Jus concentré	Jus simple	Conserves d'ananas	Ananas frais	Total import
Moy. 1969-71	5 462 915	2	145 681	738 506	160 356	1 044 545
Moy. 1979-81	9 775 626	3 042	342 479	982 024	365 659	1 693 204
Moy. 1989-91	11 498 232	2 338 905	286 742	1 477 613	586 539	4 689 800
2000	15 097 558	1 850 544	485 560	1 693 091	1 051 523	5 080 718
2001	15 680 270	1 972 783	627 080	1 648 209	1 152 605	5 400 677
2002	15 800 617	3 037 896	423 297	1 663 795	1 315 833	6 440 821
2003	16 139 193	3 476 396	435 638	1 820 324	1 462 466	7 194 824
2004	16 713 553	3 347 365	445 556	1 887 859	1 708 114	7 388 894
2005	17 851 735	3 172 969	491 587	2 043 347	1 962 354	7 670 257
2006	19 038 106	3 484 438	525 283	2 211 427	2 293 695	8 514 844

Source : FAO, Cirad

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



Car contrairement au « market maker », le « market taker » achète et vend en fonction des prix indiqués par le marché. Del Monte ainsi que quelques autres grandes signatures du secteur comme Dole ont su conserver une bonne image auprès de leurs clients. Pour les autres, l'effet « on préfère l'original à la copie » est handicapant, une réduction du prix restant alors le dernier et seul argument de vente.

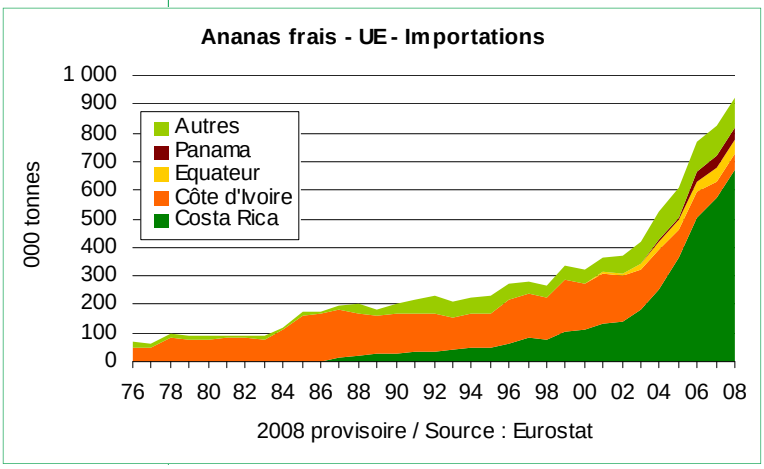
Logique respectée : augmentation des volumes contre baisse des prix

Depuis des années, on prédit une rupture sur le marché de l'ananas frais. La mauvaise campagne 2008 (cf. article suivant) en serait-elle annonciatrice ? En effet, les ventes augmentent en volume mais baissent en valeur unitaire. Depuis le pic de 2003 à 955 euros/tonne, la valeur en douane (CIF hors droits de douane) des importations européennes baisse régulièrement pour atteindre un point bas en 2008 à 646 euros/tonne, soit le plus mauvais chiffre depuis 1999, tout ceci en euros courants. Les prix de marché montrent une même dégringolade. Selon le Cabinet Paqui (voir articles suivants), le carton d'ananas a perdu près de 2 euros en 2008 par rapport à 2007, passant d'une fourchette de 8 à 10 euros/carton à seulement 6 à 8 euros/carton. Autre son de cloche côté producteurs, où les retours semblent encore très convenables et stables par rapport à 2007. Selon Reefer Trends, le prix FOB Costa Rica s'est établi entre 4.75 et 5.25 USD/carton, soit un retour net pour le producteur de 30 cents de USD/kg. Il est vrai que l'évolution des taux de change, notamment entre le colon et l'euro, est très favorable aux exportateurs latino-américains. L'appréciation constante de la monnaie unique face à la monnaie costaricienne n'est pas sans rapport avec la résistance des producteurs et exportateurs locaux à la baisse du prix en Europe. L'augmentation des coûts intermédiaires a ainsi pu être en partie absorbée. Qu'en sera-t-il dans les prochaines années alors qu'on annonce à nouveau un doublement du prix des engrais en 2009 ?

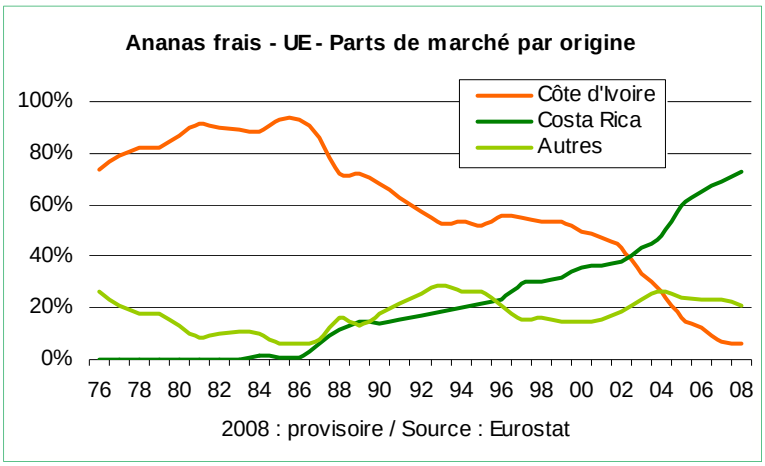
La baisse générale des exportations des autres pays latino-américains est-elle une conséquence de la baisse du prix importation ? L'Équateur, alors même qu'il prédisait en avril 2008 une croissance à deux chiffres de ses exportations, les réduit de 15 % vers les États-Unis et de 1 % vers l'UE. Sur ces deux grands marchés, la baisse atteint au total 5 700 tonnes (- 7 %). Selon des propos rapportés par Reefer Trends, les producteurs équatoriens auraient un coût de revient sortie plantation de l'ordre de 3.8 USD/carton. Dans une moindre proportion, la baisse des exportations touche aussi le Honduras qui affiche un solde négatif en 2008. Il a par ailleurs réorienté ses exportations au profit des États-Unis (+ 12 %) et réduit de 14 % ses envois vers l'UE. Le Guatemala confirme le reflux : - 8 %, soit une baisse de 2 500 tonnes sur les deux marchés cumulés. Enfin, le Brésil, eldorado fruitier par excellence, baisse aussi de 6 %, alors qu'il avait réussi à devenir le cinquième fournisseur du marché européen en étant parti de rien en 2003. Il n'y a guère que le Panama qui affiche des résultats positifs, confirmant ainsi les prévisions du plan de développement. Il annonce un doublement rapide de ses superficies qui pourraient passer à 2 000 ha.

2008, année atypique ou année de transition ?

Le marché aurait-il donc atteint une certaine maturité en 2008 ? Il n'est pas aisé d'établir une relation de cause à effet stricte entre la stagnation



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



voire même la diminution des mises en marché des origines latino-américaines et la baisse du prix international.

Il serait même exagéré de conclure que l'ensemble de ces contre-performances est dû à un moindre intérêt pour l'ananas. En effet, au Brésil, comme dans nombre d'autres pays latino-américains, les conditions météorologiques en 2008 ont été un facteur limitant. Les pluies, accompagnées souvent d'inondations, ont été fortes et récurrentes dans cette partie du globe. La qualité a été très moyenne, avec notamment un calibrage et une coloration inadaptés. Contraintes climatiques ou basculement de tendance ? Au vu du taux de croissance européen et même mondial, il est difficile de croire à la thèse maintes fois avancée de la pause voire de la décroissance du marché de l'ananas. Globalement, il s'est encore accru en 2008 (+ 7.7 %) grâce une nouvelle fois au seul Costa Rica, qui améliore au passage sa part de marché mondial (76 %) et fait plus que combler les défaillances de ses concurrents latino-américains et africains.

Le marché mondial de l'ananas serait-il une sorte de tonneau des Danaïdes ou de puits sans fond ? La phase d'innovation passée, quels sont les facteurs actuels de croissance du marché ? On peut d'ores et déjà affirmer que ce n'est pas la qualité de présentation de l'ananas en rayon qui est son meilleur atout. Nous sommes certes ici sur le terrain du subjectif par manque de données comparables. Reste que tous les observateurs ont le sentiment que le produit, en fait essentiellement le Sweet, a perdu de son lustre. Il a laissé la place dans nos rayons à un fruit peu coloré, virant même au marron, et à l'état de fraîcheur parfois douteux. C'est un des effets de la multiplication des marques, opérateurs, producteurs, qui n'ont pas forcément les moyens, les techniques ou la connaissance pour produire un fruit de qualité et

Ananas — Importations mensuelles de l'UE en 2008 — En tonnes

Origines	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total 2008	Total 2007
Extra-UE, dont	**73 335**	**46 773**	**65 861**	**88 947**	**98 842**	**98 222**	**85 535**	**52 384**	**61 058**	**82 620**	**68 304**	**99 365**	**921 248**	**830 041**
Costa Rica	44 756	33 111	45 381	63 772	76 562	76 810	70 145	39 779	44 726	58 248	48 873	66 394	668 556	570 969
Côte d'Ivoire	9 820	3 237	5 282	5 491	4 274	3 803	2 693	2 353	3 181	3 939	4 093	10 735	58 902	59 253
Equateur	3 473	2 424	3 180	4 566	4 088	3 940	3 355	3 350	4 018	7 613	3 732	4 572	48 309	49 260
Panama	2 405	2 884	3 863	4 052	4 377	2 688	3 103	1 753	2 504	3 821	2 714	4 707	38 870	37 624
Ghana	4 277	1 526	3 059	3 770	2 293	2 152	2 076	1 744	2 462	2 796	2 997	6 431	35 583	35 463
Brésil	3 349	1 083	900	2 931	2 917	1 233	1 113	1 584	1 900	2 088	2 705	2 870	24 673	26 367
Honduras	2 120	452	1 719	1 892	1 949	5 049	1 674	596	915	3 065	2 211	1 452	23 092	26 336
Cameroun	1 913	658	1 063	1 122	1 113	1 171	515	296	472	272	426	904	9 924	9 295
Thaïlande	314	476	396	245	130	304	220	281	218	120	92	164	2 960	3 697
Guatemala	262	294	358	360	280	274	248	367	160	116	0	200	2 918	3 763
Bénin	190	158	175	159	133	148	81	95	184	161	126	241	1 851	1 874
Afrique du Sud	95	105	120	124	109	71	120	62	68	80	67	274	1 294	2 072
Togo	107	72	94	93	79	93	57	14	31	81	56	67	843	1 058
Vietnam	75	56	55	104	263	223	0	0	0	0	0	0	776	79
Chine	55	51	17	0	0	100	55	43	147	142	70	16	696	621
Maurice	40	51	65	44	39	26	30	24	29	33	67	161	607	623
Ouganda	38	37	42	43	34	27	24	20	26	31	22	40	383	404
Rép. dom.	1	35	21	31	58	77	5	0	1	2	1	17	247	252
Guinée	19	40	25	29	48	7	0	0	0	0	11	23	200	133
Sri Lanka	16	19	8	21	40	8	11	17	9	10	17	15	190	123
Philippines	1	0	10	22	25	13	2	5	0	2	0	50	130	153
Colombie	4	0	0	0	0	3	0	0	7	0	0	27	41	76
Intra-UE, dont	**38 744**	**32 466**	**33 932**	**43 551**	**45 874**	**47 530**	**43 166**	**32 200**	**29 264**	**30 774**	**35 463**	**49 009**	**461 974**	**472 461**
Pays-Bas	9 879	10 000	11 341	13 450	15 883	16 395	15 250	12 390	10 887	10 132	13 740	12 306	151 653	130 209
Belgique-Lux.	14 827	9 604	9 049	11 479	12 054	14 212	11 799	8 062	8 148	7 994	8 281	12 336	127 845	160 583
Allemagne	2 627	1 931	3 006	4 027	4 181	3 784	3 123	2 626	3 069	4 276	3 954	4 421	41 027	33 190
France	2 909	3 109	2 588	2 678	3 138	2 337	2 019	1 487	1 788	1 418	2 805	5 955	32 231	36 098

Source : Eurostat

© Photos Régis Domergue

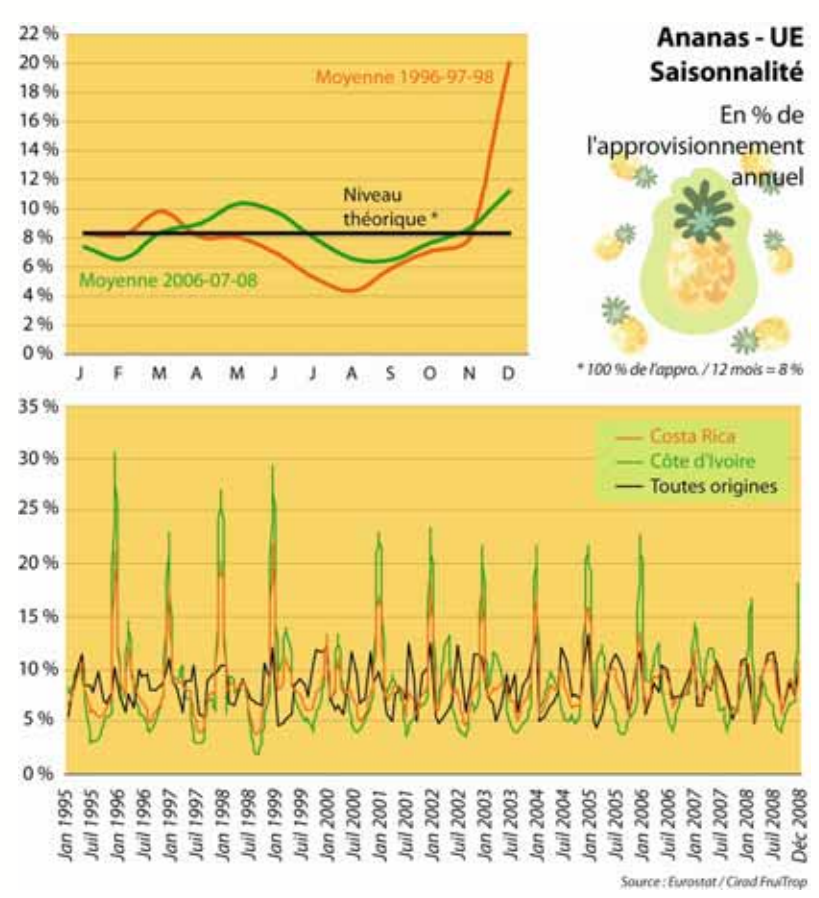
préserver cette qualité tout au long de la chaîne de transport et de distribution. On a l'impression que la formule « plus de quantité = moins de qualité » est la devise attachée à la démocratisation d'un produit et notamment d'un fruit. Car en termes de démocratisation, l'ananas remporte la palme d'or. Le prix de détail a baissé fortement ces dernières années et les campagnes de promotion se multiplient, y compris chez les discounters.

Les facteurs clés de développement du marché de l'ananas seraient donc un accès plus facile, une distribution élargie, une désaisonnalisation et une augmentation de la consommation par habitant dans les Etats membres européens traditionnellement consommateurs.

L'étalement de la consommation est effectif. L'époque où l'on consommait sur le seul mois de décembre jusqu'à plus de 30 % des importations annuelles est révolue. Il y a toujours un pic sur le dernier mois de l'année, mais son intensité a été divisée par trois à moins de 11 % (décembre 2007 ou 2008). L'année 2008 est, à cet égard, très particulière puisque c'est d'un cheveu que décembre reste le mois le plus approvisionné de l'année. En effet, mai et juin ont absorbé chacun 10.7 % du total annuel. On comprend alors mieux pourquoi les prix import ont chuté à leur plus bas niveau à ce moment de l'année. L'analyse de la saisonnalité révèle d'autres aspects intéressants, comme un profil d'approvisionnement très différent entre le Costa Rica et la Côte d'Ivoire. Ainsi, l'origine centraméricaine a toujours réparti de façon relative-

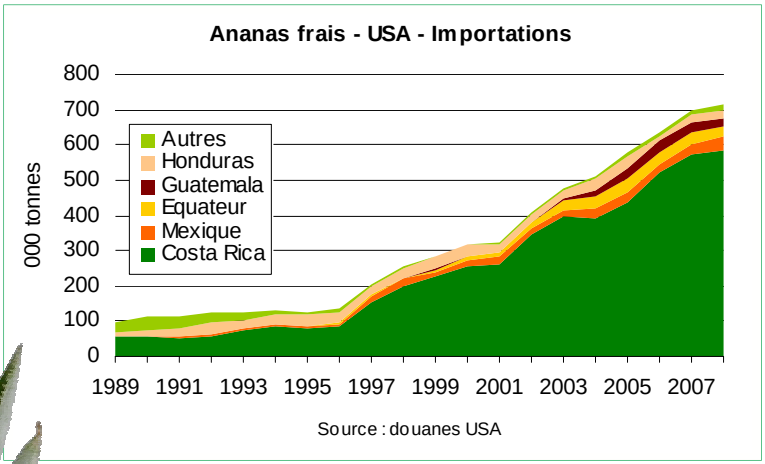
Le Costa Rica au premier plan

Costa Rica-ananas, ananas-Costa Rica... impossible de parler de l'un sans évoquer l'autre. L'hégémonie de cette origine centraméricaine sur le marché mondial de l'ananas frais ne faiblit pas. Elle s'est même renforcée en 2008. Le Costa Rica, fournisseur de trois ananas sur quatre exportés dans le monde, a encore gagné des parts de marché en Europe et aux Etats-Unis, deux marchés par ailleurs en forte croissance. Avec près de 1.5 million de tonnes exportées en 2008, le secteur de l'ananas au Costa Rica fait désormais jeu égal en volume avec le secteur bananier et le dépasse même en valeur ! Selon Reefer Trends, 45 000 ha d'ananas sont en production contre 12 500 hectares en 2000. Environ 52 % de la superficie est située au nord du pays et 48 % au sud. On insiste depuis longtemps déjà sur la croissance sans fin du secteur dans ce pays. La courbe des exportations est un modèle de réussite. Mis à part un accident en 2000, la croissance est ininterrompue depuis 1997 et le taux de croissance a été à deux chiffres à huit reprises sur les onze dernières années. Difficile de trouver une faille dans la cuirasse. On pourra juste relever que la croissance en 2008 (+ 7 %) a été la plus basse depuis 1997. L'étude de la structure des exportations montre un changement profond du secteur. L'UE est désormais majoritaire dans les pays ciblés alors que les Etats-Unis avaient été jusque-là le principal débouché de l'ananas du Costa Rica. Il faut dire que le marché américain n'affiche plus des taux de croissance aussi élevés qu'auparavant et que l'UE est par contre très active. Par ailleurs, on peut penser que l'Union européenne sert *in fine* de marché de dégagement, absorbant tant bien que mal les pics de production comme ceux du printemps 2008.



Enfin, l'année 2008 a vu le Costa Rica, qui se veut à la pointe du combat environnemental, s'activer dans le domaine des résidus de pesticides. Une enquête diligentée par les autorités nationales début 2008 a conduit à fermer en avril une grande plantation pour cause de pollution de son environnement par les pesticides. Début 2009, la plus grande région de production du pays était contrainte de suspendre l'extension de ses plantations. Toujours dans l'environnement mais sur un autre plan, Dole faisait en juin la promotion de son projet Carbon Neutral pour ses productions d'ananas et de banane au Costa Rica. Enfin, l'année 2008 a été animée par le rachat de Caribana par Del Monte, qui renforce ainsi sa place de leader au Costa Rica avec 11 millions de cartons d'ananas supplémentaires.

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



ment régulière au fil des mois ses exportations vers l'UE. A l'inverse, la Côte d'Ivoire a conservé une saisonnalité très marquée visant la fin de l'année. En 2006 et 2007, cette poussée ivoirienne de décembre s'est plutôt résorbée pour retrouver des niveaux moyens, mais la tendance s'est totalement inversée en 2008.

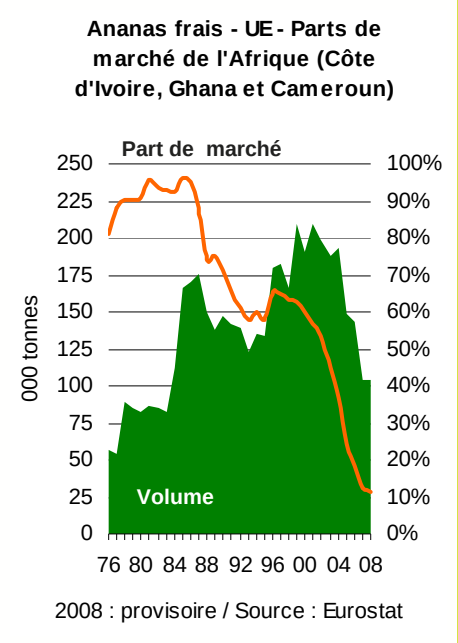
Overdose à l'Ouest

Nous avons affirmé que l'augmentation de la consommation dans l'UE était due essentiellement, voire même complètement, à un renforcement du positionnement de ce fruit sur les marchés traditionnellement consommateurs. L'analyse des données fournies par les douanes européennes est assez convaincante. Pour ne prendre qu'un seul exemple, l'approvisionnement net du Royaume-Uni est passé de 31 000 à 117 000 tonnes entre 1999 et 2008. Allemagne, Espagne, Portugal, Autriche, etc. sont sur des tendances fortement haussières. Les données douanières françaises confirment cette poussée. Entre 2005 et 2008, la consommation apparente s'est accrue de plus de 40 %, soit 25 000 tonnes de plus en trois ans. Les nouveaux Etats membres, sur lesquels on pensait pouvoir compter, semblent insensibles au charme exotique de ce fruit. On peut s'inquiéter de cette divergence de comportement. En effet, la consommation à l'Ouest n'est pas extensible. L'élasticité du prix a d'ores et déjà joué à fond au fur et à mesure de la baisse des prix de détail. Sauf à continuer de détruire de la valeur et à paupériser le produit et ses opérateurs, il faut trouver de nouvelles poches de croissance et notamment à l'Est. C'est un enjeu majeur si l'offre mondiale continue de s'accroître aussi fortement.

La crise économique mondiale et ses effets négatifs, qui semblent démultipliés en Europe de l'Est et en Russie, ne permettent pas d'imaginer que ces pays vont prendre le relais de la croissance. Il y a sans doute encore plus urgent. En effet, la crise économique actuelle pousse les consommateurs est-européens comme ceux de la vieille Europe, mais aussi un peu partout sur la planète, à réduire leurs dépenses et à les concentrer sur les produits considérés comme indispensables. Contrairement à la banane, que tous considèrent comme le fruit anti-crise par excellence du fait de son prix détail très bas, l'ananas n'a pas encore atteint ce statut. Et c'est tant mieux, car tout le monde sera perdant lorsque trop de valeur sera détruite et que l'on vendra de l'ananas comme on vendait hier des patates. Encore que parfois, c'est à s'y tromper en rayon… ■

L'Afrique en arrière-plan

Pour ce qui est de la position de la Côte d'Ivoire et plus généralement de l'Afrique, la situation n'a fait qu'empirer depuis le décrochage de la fin des années 1990. La part des trois principales origines africaines (Côte d'Ivoire, Ghana et Cameroun) dans l'approvisionnement de l'UE est passée de 65 % en 1996 — et même de 96 % en 1985 — à un petit 11 % en 2008. Et ce ne sont pas les quelques quantités du Bénin, du Togo ou encore de la Guinée qui vont venir changer la donne. Rares sont les signes d'optimisme. Il faut aller les chercher dans les chiffres d'importation de l'UE pour 2008. La Côte d'Ivoire stabilise son offre un peu en deçà de 60 000 tonnes, stoppant ainsi la longue tendance baissière ininterrompue depuis 2001. Le Cameroun (ananas avion principalement) continue sa croissance, même s'il fait moins bien que le marché : + 6 % contre + 11 % toutes origines confondues. Le Ghana (cinquième fournisseur du marché européen) continue sa lente chute, passant de 52 000 tonnes en 2004 à 35 500 tonnes en 2008.



Denis Loeillet, Cirad
denis.loeillet@cirad.fr

© Régis Domergue

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

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

Bilan de campagne 2008 Ananas bateau

Une année terrible pour le Sweet qui augure du pire pour l'avenir

En 2008, sur les quatre marchés étudiés (France, Belgique, Pays-Bas et Allemagne), les cours pratiqués au stade import sont restés relativement faibles, avec un prix moyen compris entre 6.00 et 8.00 euros/carton pour le Sweet et 6.00 à 7.00 voire 7.50 euros/carton pour le Cayenne lisse.

© Régis Domergue

Le marché a été assez chahuté. Même si certaines ventes de Sweet et de Cayenne se sont situées au-delà des moyennes mentionnées, on retiendra surtout que la campagne a été marquée par une hétérogénéité de la qualité (Sweet) et par une demande assez faible.

A titre de comparaison, 2 euros par colis ont été perdus sur le marché du Sweet par rapport aux deux dernières campagnes (2006 et 2007), où les cours se situaient entre 8.00 et 10.00 euros/colis.

Compte tenu de l'importance des volumes de Sweet commercialisés, apprécier la campagne ananas sur les marchés européens revient en fait à s'intéresser à cette seule variété. A l'exception du marché français où existe encore une véritable consommation de Cayenne, seuls les marchés de l'Est restent demandeurs de cet ananas.

Tout au long de la campagne, l'offre en Sweet a été irrégulière tant en qualité qu'en disponibilité. De plus, elle a souvent été déséquilibrée, avec une proportion élevée de petits calibres pour lesquels il n'y avait pas de demande.

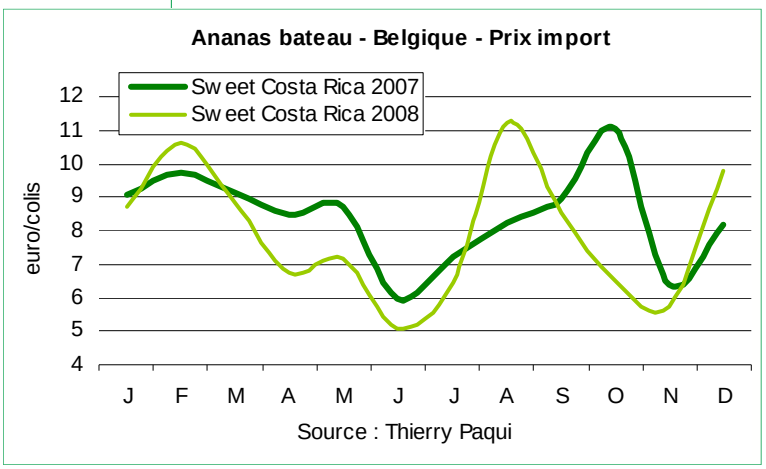
Les moments forts de la campagne

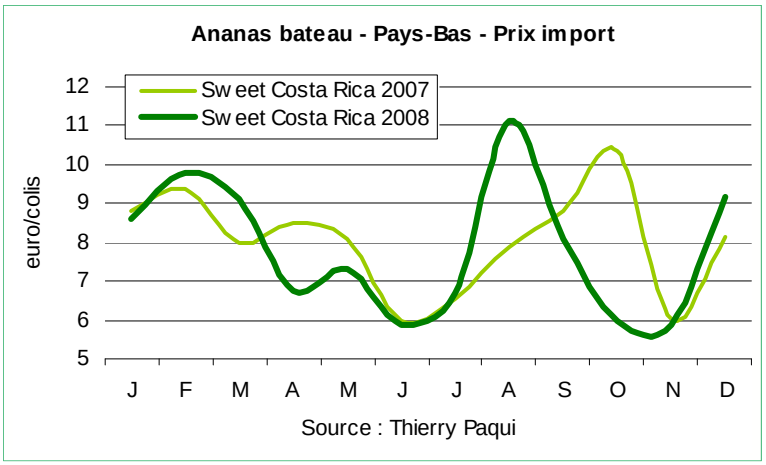
Entre les semaines 4 et 12, la situation a été bonne sur les marchés européens. La moyenne des cours pour le Sweet se situait au dessus de 8.00 euros/colis. L'offre était plus faible que ne l'avaient escompté les opérateurs, à telle enseigne qu'ils avaient parfois du mal à s'approvisionner pour répondre aux différentes opérations de promotion mises en place. Pour autant, on n'a pas assisté à une envolée spectaculaire des cours. Les moyennes avaient du mal à atteindre le niveau des 10 euros/colis et à s'y maintenir, mais les ventes étaient fluides. La demande n'était pas très dynamique et c'est grâce à la faiblesse de l'offre latino-américaine que les ventes ont été bonnes pendant les neuf semaines précédant Pâques.

Sur le marché français, cette période de hausse a également profité, dans une certaine mesure, aux ventes de Cayenne. Elles ont été fluides, mais atteindre des moyennes de 8.50 euros/colis sur la période a été difficile.

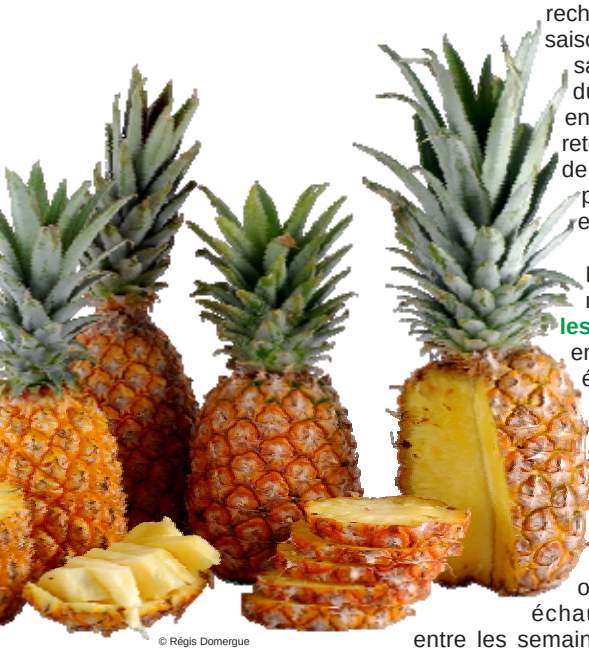
En revanche, la situation a été catastrophique **de la semaine 21 à la semaine 29**. Les beaux jours sont arrivés assez tôt et la demande s'est très vite tournée vers les fruits de saison, disponibles à bas prix. C'est à ce moment que l'offre en provenance du Costa Rica a connu une forte progression, les volumes disponibles dépassant de beaucoup la demande. Les problèmes de qualité sur les fruits costariciens se sont également intensifiés. Les prix pratiqués pour des fruits d'arrivage tombaient à 4.00 euros/colis. Les marchés étaient engorgés et très vite des ventes de dégagement ont été mises en place à des prix encore plus bas ! Si l'offre du Costa Rica a commencé à baisser à partir de la semaine 26, ce n'est qu'à la fin de la semaine 29 que les effets se sont fait sentir sur les cours et la demande.

Sur le marché français, la situation n'a guère été meilleure pour les ventes de Cayenne, alors que

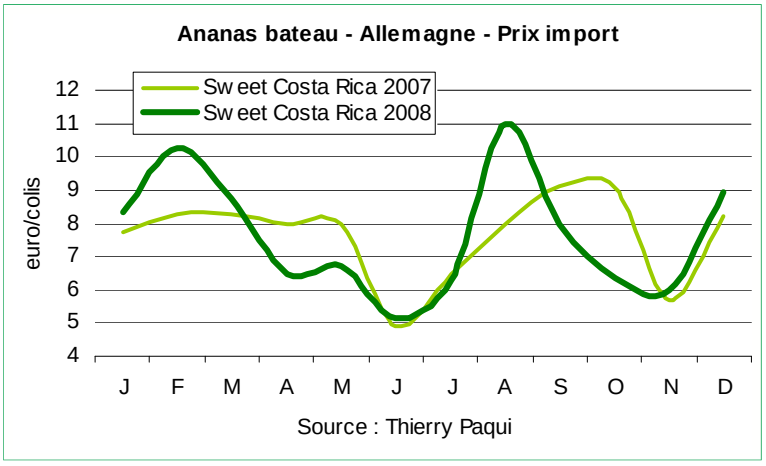




l'offre restait relativement faible. La disponibilité de lots de Sweet, même de moins bonne qualité, a sérieusement affecté les ventes de Cayenne. Parallèlement, il n'y avait pratiquement pas de demande en provenance des marchés de l'Est, à la recherche eux aussi de fruits de saison. Les opérateurs qui disposaient de lots de Cayenne ont dû se résoudre à des ventes en PAV (prix après vente). Les retours faits sur ces PAV à partir de la semaine 26 font état de prix parfois inférieurs à 3.00 euros/colis.


© Régis Domergue

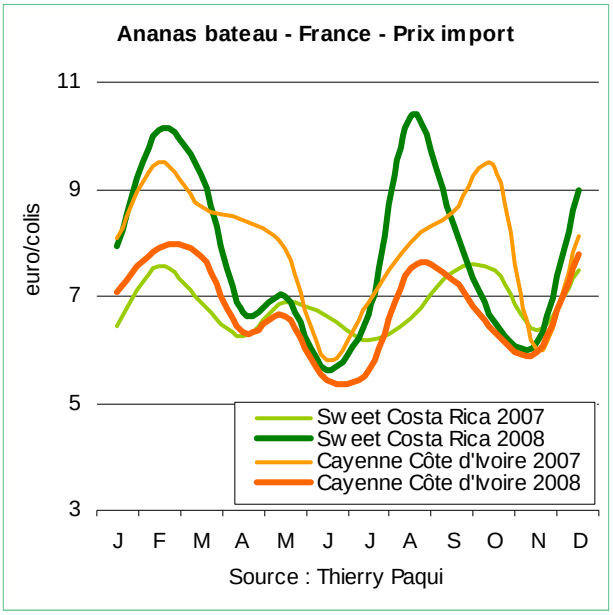
Les cours ont connu une nouvelle progression **entre les semaines 32 et 37**. L'offre en provenance du Costa Rica était faible et les opérateurs qui avaient pris des engagements pour des opérations de promotion manquaient souvent de fruits. Cette période correspondait à un regain de vigueur du dollar et il semble, a priori, que les opérateurs latino-américains, échaudés par les prix obtenus entre les semaines 23 et 27 (4 euros/colis), aient décidé de se refaire en exportant vers un marché des Etats-Unis apparemment plus demandeur et rémunérateur. On a pu voir les moyennes dépasser les 10.00 euros/colis et osciller entre 12.00 et parfois 13.00 euros/colis. A partir de la semaine 35, la demande et les cours ont commencé à se tasser à nouveau.



Sur le marché français, la hausse des cours a également profité aux ventes de Cayenne, qui n'ont pas pour autant réussi à franchir des moyennes de 8.5 euros/colis.

Entre les semaines 43 et 48, on a assisté à une nouvelle baisse des cours. L'offre du Costa Rica était toujours faible, mais la demande sur les marchés européens l'était encore plus et ne parvenait pas à absorber le peu de volumes mis en marché. A partir de la semaine 47, des ventes de dégagement permettaient d'assainir la situation.

Sur le marché français, la situation a été moins pénible pour les ventes de Cayenne, l'offre étant très réduite et, par conséquent, un peu moins affectée. Les ventes ont été lentes sur la période, mais c'est en semaines 46 et 47 que l'impact sur les prix a été ressenti.



Les quatre dernières semaines de l'année ont été plutôt bonnes sur le marché de l'ananas. L'offre latino-américaine a été moins importante que prévu et la demande, sans être exceptionnelle, a permis un bon écoulement des fruits, du moins pendant les deux premières semaines de décembre. Par la suite, la demande a accusé un repli sans que cela se traduise par une réelle baisse des cours.

Les ventes de Cayenne ont été bien meilleures que l'année précédente à la même période. Les marchés de l'Est ont été bien présents ce qui a permis des ventes fluides, au moins pendant les trois premières semaines du mois. Malgré quelques soucis ici et là, les fruits ont été plutôt bien accueillis, avec des niveaux de prix qui n'étaient pas exceptionnels mais corrects, et surtout sans trop de soucis de qualité liés à la tenue des fruits ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

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

Le Sweet commencerait-il à montrer des signes de fatigue ?

Avant l'introduction de l'hybride MD-2 (Extra Sweet Pineapple ou Sweet) par la marque Del Monte en 1996, le marché européen de l'ananas était principalement occupé par deux variétés, le Cayenne lisse et le Champaka. Le rapport de force était largement en faveur du Cayenne. La principale origine exportatrice de cette variété était la Côte d'Ivoire, dont les envois vers l'Europe en 1995 représentaient plus de 52 % des volumes d'ananas importés, alors que les exportations du Costa Rica, principal producteur de Champaka ne représentaient que 22 % du marché. La consommation d'ananas semblait figée en deçà de 300 000 tonnes, seuil que les opérateurs espéraient voir franchi un jour. La question se résumait alors à savoir comment maintenir ou accroître ses parts de marché par rapport à ce fameux seuil.

L'arrivée du Sweet a complètement bouleversé la donne. Le marché a connu un véritable essor, tant au niveau de la consommation qu'au niveau des prix pratiqués pour le Sweet. Ainsi en 2008, plus de 920 000 tonnes d'ananas ont été importées en Europe. Avec près de 670 000 tonnes importées par l'UE, le Costa Rica détient maintenant plus de 72 % des parts de ce marché. De nombreux pays latino-américains se sont également lancés dans la production de Sweet. Le Cayenne est maintenant complètement marginalisé et relégué à un marché de niche représentant à peine moins de 5 % du marché.

Plus que les volumes absorbés par le marché européen, ce sont les niveaux de prix beaucoup plus élevés atteints par le Sweet qui ont été intéressants. Le Cayenne avait toujours eu du mal à se vendre à des cours élevés de manière régulière. Le Sweet de Del Monte, seul fournisseur de cette variété pendant les premières années, en est le produit phare tant par les volumes produits que par le niveau élevé des prix pratiqués. A son lancement, il s'est même vendu sur les marchés européens à un prix deux fois supérieur à celui du Cayenne. Actuellement, les écarts se sont considérablement réduits au stade import. Les Sweet de la marque Del Monte sont toutefois toujours plus chers de 1.50 à 2.00 euros/colis que ceux des autres marques. En effet, ils ont toujours pu réaliser de bons niveaux de prix grâce à un système de commercialisation qui les valorise et une qualité plus régulière.

La force et l'intérêt du Sweet pour les importateurs réside dans la qualité standardisée des fruits, qui a cependant été souvent prise en défaut au cours des dernières campagnes. En effet, on a pu observer avec l'augmentation de la production une différence de qualité en fonction des origines latino-américaines et africaines et des marques présentes sur le marché. Compte tenu de l'hétérogénéité des processus de production d'un pays ou d'un producteur à l'autre, les fruits sont de plus en plus hétérogènes, avec pour conséquence une réduction des prix pratiqués.

La grande surprise au cours de la campagne écoulée est venue du nombre élevé de fois où on a relevé des problèmes de qualité sur les produits d'une des marques leaders. L'offre en provenance du Costa Rica a été très irrégulière en volume et en qualité, ce qui a eu un impact direct sur la commercialisation des ananas et sur le niveau de prix des autres marques au stade import, vu son importance et son poids sur le marché.

L'irrégularité de la qualité de l'offre latino-américaine n'a pas facilité la relance du marché à certaines périodes. Les principaux problèmes de qualité rencontrés par les Sweet au cours de la campagne écoulée concernaient leur manque de coloration et leur mauvaise tenue à l'étalage. Certes des conditions météorologiques difficiles (fortes pluies en zones de production) ont affecté les récoltes. Néanmoins, les ananas étaient plus fragiles et évoluaient vite, poussant les opérateurs à lâcher les prix afin d'éviter de gérer des stocks de mauvais fruits.

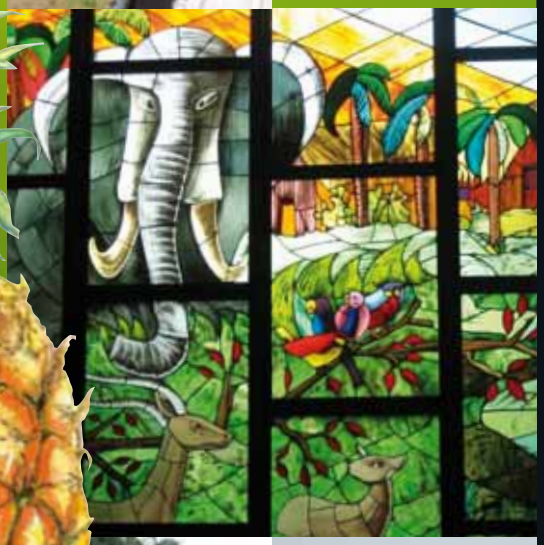
Pour certains, ces problèmes témoigneraient d'un affaiblissement du matériel végétal latino-américain qui, s'il était confirmé, pourrait avoir des conséquences importantes sur la consommation et les prix à long terme. Sachant qu'il faut compter environ quatorze mois entre la plantation et la récolte et que les problèmes de qualité ont été signalés tout au long de l'année, il reste à espérer que des solutions aient été trouvées en production et les ajustements faits. Sinon, on risque de vivre à nouveau une campagne très difficile en 2009.

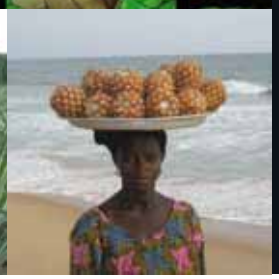
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Tel. +33 1 45 12 29 60
Fax. +33 1 45 60 01 29
info@siim.net
www.siim.net

ANANAS DE CÔTE D'IVOIRE

Votre partenaire pour les ananas et les mangues d'Afrique de l'Ouest





- Côte d'Ivoire
- Ghana
- Cameroun
- Mali
- Sénégal

dibra Fruit of the world

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

GLOBALG.A.P.

Bilan de campagne 2008 Ananas avion

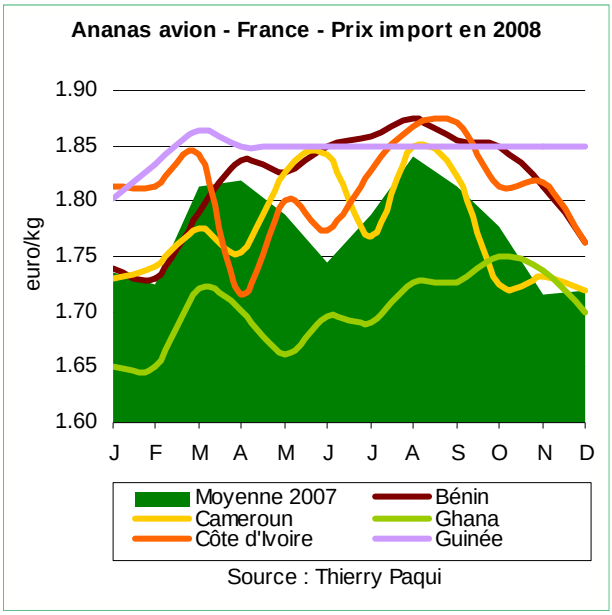
Un besoin accru de professionnalisation des opérateurs

Le marché français de l'ananas avion a été approvisionné par cinq origines. Le Bénin, le Cameroun et la Côte d'ivoire se tiennent dans les mêmes fourchettes de prix, avec bien entendu quelques différences en fonction de l'importance de l'offre et de la qualité des fruits. Le Ghana et la Guinée occupent des créneaux de prix assez différents.

© Régis Domergue

Comme au cours de la campagne précédente, l'offre en provenance du Bénin a été partagée entre Cayenne et Pain de sucre. D'une manière générale, les fruits proposés sont appréciés pour leur qualité gustative, mais ils ne sont pas toujours très réguliers en qualité et en présentation. Ils ont souvent manqué de coloration et de brillant, sans compter le sempiternel problème de l'emballage qui est peu attractif mais aussi de moins bonne qualité et qui ne protège pas convenablement les fruits.

Dans l'ensemble, les ananas Cayenne du Bénin se sont écoulés à des moyennes de prix comprises entre 1.70 et 1.85 euro/kilo, parfois même 1.90 euro/kilo. La campagne du Bénin a été plutôt régulière à l'exception de deux périodes. Au cours des semaines 9 et 10, les fortes chaleurs qui ont prévalu au Bénin ont affecté les fruits, les rendant ternes et manquant de brillant. Les lots réceptionnés ont eu du mal à se vendre et les prix se sont fortement tassés pendant deux semaines. Au cours des semaines 49 et 50, c'est plutôt à cause d'une baisse générale de la demande que les cours se sont repliés. La décision prise par certains importateurs de réduire, pour ne pas dire interrompre, leurs importations du Bénin dans le but de « rattraper » les ventes de fin d'année n'a pas eu les effets escomptées sur la demande ni sur les cours. En effet, les exportateurs ont continué à livrer leurs fruits à d'autres importateurs, ce qui n'a pas facilité le désengorgement du marché à une période (fêtes de fin d'année) où tous les opérateurs espèrent faire leurs meilleures ventes. Les plus fortes moyennes de prix ont été réalisées à des moments où l'offre en provenance du Bénin était assez basse, c'est-à-dire à Pâques quand la demande est souvent très soutenue et, étrangement, en août alors qu'on pouvait s'attendre à un net repli de la demande à cause des départs en vacances d'une partie des opérateurs.



Malgré quelques soucis de qualité ici et là, les lots de Pains de sucre se sont écoulés entre 1.90 et 2.00 euros/kilo sur l'ensemble de la campagne. Les acheteurs du fruit restent des inconditionnels prêts à payer plus cher, mais qui se détournent assez rapidement dès que la qualité commence à devenir moins régulière.

L'offre en provenance du Cameroun a été la plus importante en volume sur le marché avion. Elle a également connu davantage de soucis de qualité, avec des fruits qui ont longtemps été affectés par les fortes pluies survenues dans les zones de production. Les opérateurs ont souvent fait état de la grande hétérogénéité de qualité de l'offre. Pour autant, la moyenne des cours est restée assez semblable à celle des fruits du Bénin, entre 1.70 et 1.85 euro/kilo. Toutefois, au regard des volumes exportés, on note une plus forte proportion de fruits proposés dans des four-

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

chettes allant de 1.50 à 1.65 euro/kilo, qui ont fortement compliqué la lisibilité de l'offre camerounaise, comme au cours de la campagne précédente. Les coûts pratiqués par DHL au niveau du fret aérien, ainsi que la mise en place d'une nouvelle taxe aéroportuaire de 25 FCFA du kilo ont fait craindre une perte de compétitivité accrue pour l'origine. Les meilleures moyennes de cours ont été réalisées à des moments où l'offre du Cameroun était moins importante. Il s'agit principalement de la période de Pâques, de la deuxième quinzaine de mai à la première semaine de juin, et de la première quinzaine de septembre. Par ailleurs, l'origine a également fait les frais de l'engorgement du marché au début du mois de décembre. L'importance de l'offre et l'irrégularité de la qualité des produits proposés ont poussé certains opérateurs à baisser fortement leurs prix afin d'être « propres » pour Noël.

Les volumes de fruits en provenance de Côte d'Ivoire n'ont pas été très importants sur l'ensemble de la campagne. Les fruits ont connu quelques soucis de tenue et de manque de coloration, souvent à cause de pluies dans les zones de production. La moyenne des cours en a été affectée, mais elle s'est pourtant maintenue entre 1.70 et 1.80 euro/kilo, avec parfois quelques moyennes à 1.90 euro/kilo. A l'opposé de la situation rencontrée au Bénin ou au Cameroun, la plupart des volumes exportés par avion provenaient d'une structure intégrée disposant de stations de conditionnement lui permettant d'assurer un certain travail qualitatif. Cependant, pour des raisons de météorologie, la qualité n'a pas été à la hauteur des investissements et des efforts fournis par la production. Bien souvent, les exportateurs ont fait le choix de réduire considérablement leurs envois ou de les interrompre en attendant d'avoir des fruits de meilleure qualité. Cela a permis aux ananas de l'origine d'être proposés dans des fourchettes de prix assez réduites, selon la qualité des arrivages. Les ventes ont été plus difficiles au cours du mois d'avril et en fin d'année, avec une demande qui s'est tassée alors que l'offre était importante. Toutefois, c'est grâce à la relative faiblesse de l'offre que les cours ont pu se maintenir à un niveau assez élevé de juillet à septembre.

L'offre du Ghana est pour l'essentiel constituée de Cayenne, même si on a pu observer quelques essais de Pain de sucre qui sont, semble-t-il, restés ponctuels. L'origine a longtemps souffert d'un déficit d'image avec des fruits qui, selon certains opérateurs, restaient trop hétérogènes pour vraiment s'imposer sur le marché avion. Le gros avantage du Ghana a toujours été des coûts de fret moins élevés que ceux des autres origines, ce qui a longtemps poussé les opérateurs travaillant avec cette origine à se positionner sur un créneau de prix relativement bas. L'offre ghanéenne est aujourd'hui un peu plus segmentée. On distingue les fruits mis en avant grâce à un colisage de couleurs vives et résistant, qui permet de les proposer à des prix plus élevés qu'ils ne l'étaient jusqu'à présent, et ceux des autres petites marques, moins visibles et qui continuent à occuper la fourchette basse des cours. Sur l'ensemble de la campagne, les ananas de l'origine ont été proposés en moyenne entre 1.65 et 1.70 euro/kilo, sans

Le Victoria en pleine confusion

Quatre origines ont approvisionné le marché de l'ananas Victoria avec une certaine régularité : la Réunion, Maurice, la Côte d'Ivoire et l'Afrique du Sud. La situation sur ce marché est un peu délicate. En effet, la Réunion et Maurice approvisionnent le marché avec des fruits avion. Leur offre a été assez limitée en volume au cours de la campagne écoulée et la fourchette des prix a connu peu de variations. Le Victoria a d'autre part semblé souffrir d'une certaine désaffection de la part des consommateurs. Les ventes ont été fluides mais sans plus, les fruits de la Réunion continuant de rythmer la campagne tant au niveau de la qualité qu'au niveau des prix. La plus grande fluctuation des cours observée pour les produits réunionnais a été consécutive à l'augmentation importante de l'offre en fin d'année alors que la demande restait relativement stable.

Les lots réceptionnés de Côte d'Ivoire et d'Afrique du Sud ont été pour l'essentiel acheminés par bateau, sans pour autant que le consommateur soit systématiquement tenu informé de cette différence. Sur le plan de la qualité, les fruits sud-africains ont toutefois été plus réguliers, quoique moins importants en volume que ceux de la Côte d'Ivoire.

Ainsi, on se retrouve avec une situation qui, bien souvent, entraîne des confusions au détriment des Victoria acheminés par avion, donc plus chers, qui se retrouvent en compétition avec des fruits expédiés par bateau. Difficile dans ces conditions pour le Victoria d'imposer une image de qualité avion quand l'offre globale est mixte.

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

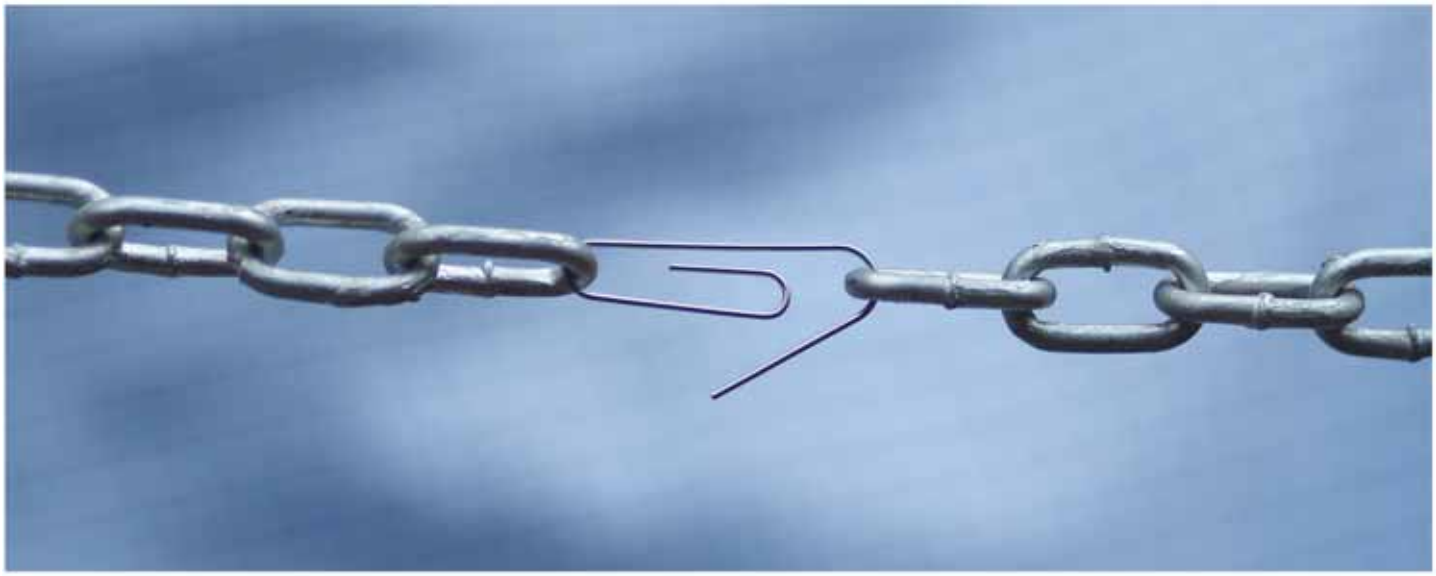
fluctuation en deçà malgré parfois quelques soucis de qualité, principalement un manque de coloration. Le Ghana a même réussi à maintenir une moyenne de pointe à 1.75 euro/kilo de fin juillet à pratiquement fin novembre. Ses coûts de fret bas lui ont permis de ne pas trop souffrir des conditions de marché difficiles en fin d'année. Ainsi sa moyenne de ventes est restée stable à 1.70 euro/kilo tout au long de décembre, alors que celle des autres origines fluctuait pour ne progresser qu'au cours de la dernière semaine du mois.

Le cas de la Guinée reste un peu une exception. En effet, l'essentiel de ses exportations avion est le fait d'une seule entreprise qui vise un marché de niche haut de gamme. Pour ce faire, le travail de cette société porte sur la présentation, la solidité du colisage, une maîtrise assez poussée des coûts de production et enfin sur le système de commercialisation intégrée de sa production. La relative faiblesse de l'offre, qui n'a été disponible qu'à certains moments de la campagne, a permis à cette entreprise de maintenir une moyenne de cours assez élevée, entre 1.80 et 1.85 euro/kilo, mais justifiée au regard de la qualité des produits livrés aux clients ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

© Denis Loeillet

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

reefertrends

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

Quel avenir pour le marché de l'ananas avion ?

Les années se suivent et se ressemblent pour la filière ananas avion. Aux différents problèmes d'irrégularité de la qualité des fruits livrés sur le marché français, il faut ajouter l'augmentation du coût du fret. Déjà en forte progression, celui-ci a augmenté en 2008 à cause de la hausse des prix du carburant, sans suivre pour autant les fluctuations à la baisse. Par ailleurs, la pression des ananas Sweet, disponibles à certaines périodes de la campagne à des prix très intéressants, a eu un impact sur les ventes avion. A long terme, risque de se poser la question de l'intérêt pour les importateurs de continuer à travailler avec certaines origines ou certains opérateurs dont les produits ne se distinguent pas clairement de la qualité des ananas bateau. En effet, certains importateurs ont reconnu avoir perdu des clients au profit du Sweet et non plus d'une autre origine proposant des ananas avion. L'ananas bateau, fut-il Sweet, représente-t-il la prochaine menace du marché avion ?

Toutes les origines, il est vrai, ne sont pas logées à la même enseigne. Mais le problème demeure posé. En Europe, les clients qui recherchent des ananas avion acceptent de payer plus cher à cause du moyen de transport utilisé, car ils en attendent un fruit quasi parfait, d'une qualité organoleptique supérieure, de bonne tenue et de bonne coloration, bien brossé et présenté avec le moins de taches ou de traces de frottement possible. Malheureusement, ce n'est souvent pas le cas. A cela, il faut ajouter également le colisage qui, s'il est sans intérêt visuel direct pour le consommateur final, reste néanmoins déterminant pour le maintien de la qualité des fruits et pour les ventes faites sur les marchés de gros et dans les magasins spécialisés. Des origines comme le Ghana, la Côte d'Ivoire et la Guinée présentent souvent des fruits dans des colis de meilleure tenue que ceux en provenance du Bénin et du Cameroun.

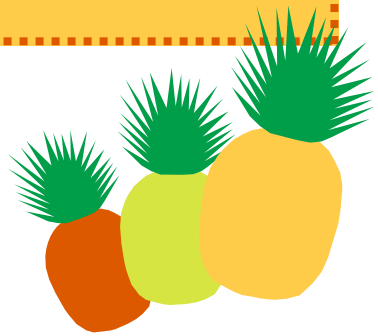
Autre point de divergence : l'état dans lequel les fruits arrivent à destination. Il est difficile d'expliquer à des opérateurs du Bénin et du Cameroun, qui utilisent souvent des colis de piètre qualité, que le fait de ne pas procéder à une palettisation des fruits entraîne des dégâts supplémentaires sur la qualité des marchandises réceptionnées : fruits ayant subi des chocs, écrasés et parfois très marqués au niveau des épidermes. Ceci empêche une meilleure valorisation de ces fruits alors que des origines directement concurrentes, comme la Côte d'Ivoire et le Ghana, palettisent. Certes la palettisation augmente encore un peu plus le prix de revient du produit, mais elle présente un avantage pour des origines ne disposant pas de solides colis. Dans le cas de la Guinée par exemple, il n'y a pas de palettisation au départ, mais en revanche on a beaucoup plus investi dans un colisage résistant qui permet aux fruits d'arriver dans de meilleures conditions chez les clients.

La hausse des coûts de transport en 2008 a affecté tous les opérateurs et particulièrement ceux qui exportent par avion. Toutefois, on assiste à des situations qui, à long terme, peuvent mettre en péril l'économie réelle de la filière ananas avion. Au Cameroun, DHL, qui transporte l'essentiel des fruits, a fortement augmenté ses tarifs en 2008. On observe cependant que les exportateurs ne semblent pas en mesure de s'entendre pour essayer de négocier de meilleures conditions de fret, chacun semblant se contenter de l'accord spécifique qu'il a obtenu et espérant en profiter sur le long terme pour augmenter ses parts de marché.

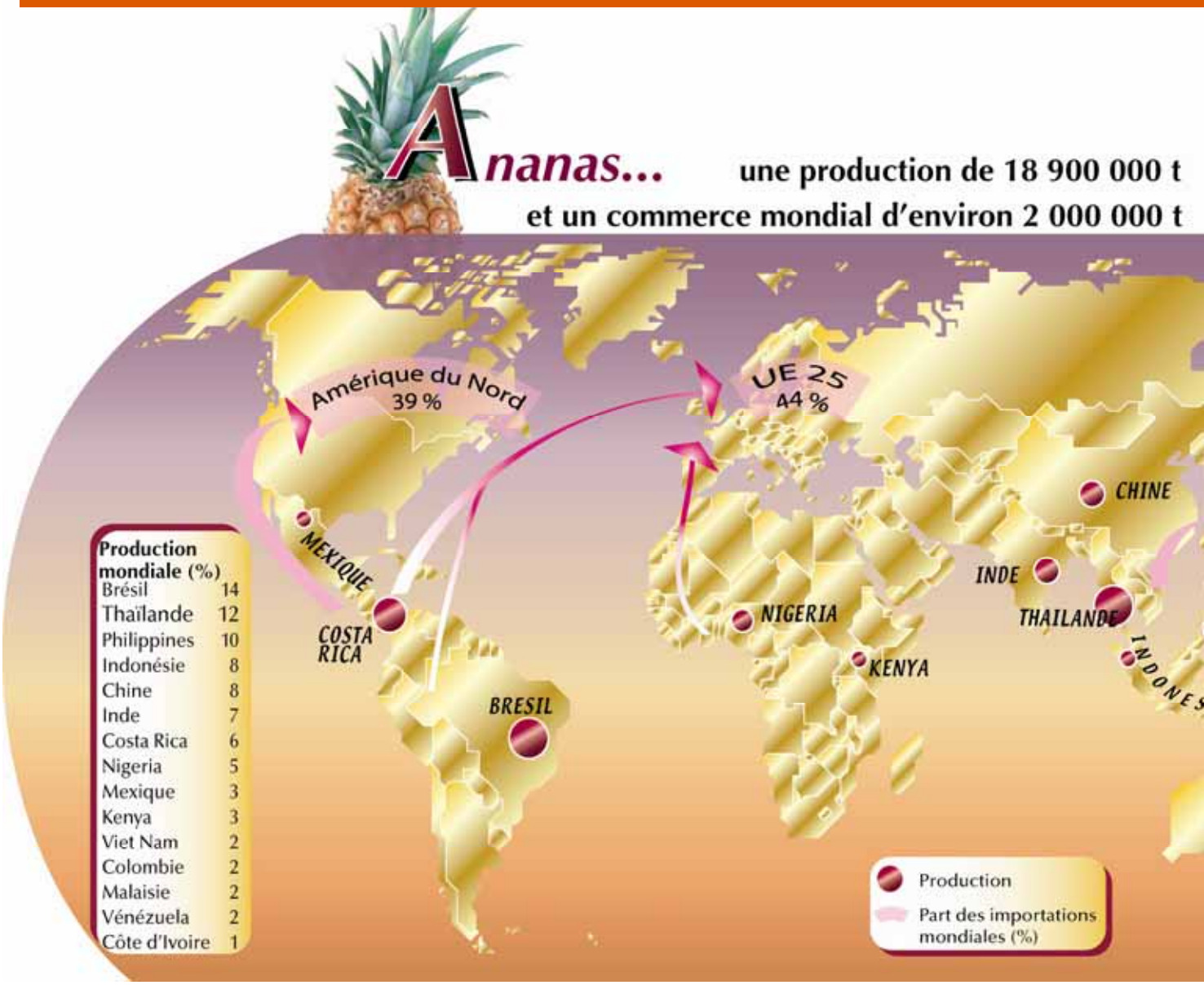
De la même manière, il est difficile de comprendre comment, en dépit de toute logique économique, pour une même origine (Cameroun ou Bénin) et pour des fruits de plutôt bonne qualité, on arrive à trouver au stade import des écarts de prix importants, qui varient parfois entre 0.20 et 0.30 euro le kilo. Il est possible qu'à certaines périodes de pluies par exemple ou qu'avec certaines marchandises, comme des lots de resserre, on soit obligé de lâcher les prix car les lots sont à déclasser. Mais le faire de manière systématique sur la campagne peut à la longue poser un réel problème de survie de la filière et semble relever d'une stratégie commerciale pour le moins étrange.

Avec les ventes en PAV (prix après ventes) qui semblent être devenues maintenant la pratique la plus courante sur le marché avion, et dont les retours sont souvent incertains, la filière semble se fragiliser un peu plus. Avec la crise économique qui a démarré en septembre 2008, on peut craindre des répercussions importantes quant à la survie de certains opérateurs.

© Patrick Fournier



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



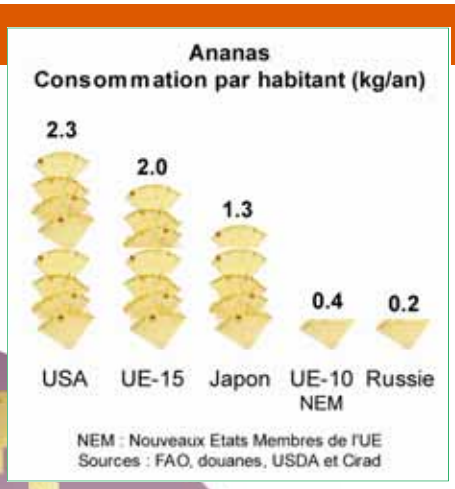
Ananas — Importations des Etats-Unis												
tonnes	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Total	**203 993**	**252 848**	**283 097**	**318 837**	**321 299**	**405 714**	**476 660**	**511 050**	**577 792**	**634 069**	**696 820**	**713 584**
Costa Rica	154 183	200 899	226 029	257 783	261 199	344 731	399 826	392 323	438 954	522 520	574 954	583 916
Mexique	15 414	17 597	14 491	17 200	24 527	18 041	14 974	27 033	27 339	22 073	29 018	38 726
Equateur	4 193	2 289	5 163	6 505	8 443	17 780	28 578	33 608	37 199	35 830	33 411	28 331
Guatemala	100	266	1 718	633	2 531	733	2 918	17 563	32 491	33 069	27 474	25 790
Honduras	24 680	26 950	33 555	32 841	20 122	20 629	24 728	34 419	32 988	12 685	20 160	22 620
Panama	256	136	0	125	255	422	482	1 762	3 774	3 373	7 754	9 254
Thaïlande	2 404	2 951	2 093	2 837	3 605	3 095	4 191	3 996	4 548	3 488	3 264	4 096
Autres	2 763	1 760	48	913	617	284	962	347	458	1 032	786	851

Source : douanes USA

Ananas — Importations du Japon												
tonnes	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Total, dont	**96 087**	**84 710**	**89 866**	**100 092**	**118 344**	**122 871**	**122 690**	**142 281**	**155 426**	**152 479**	**165 794**	**144 408**
Philippines	95 648	84 016	88 329	98 378	115 818	120 164	120 482	139 165	152 577	151 567	165 118	143 745
Taïwan	378	635	1 000	832	938	368	861	1 025	841	421	459	660
Etats-Unis	1	12	0	0	533	1 138	579	1 786	1 751	385	16	0
Chine	28	30	261	416	533	730	596	263	252	106	167	0
Malaisie	0	0	0	274	255	197	0	19	0	0	0	0
Equateur	0	0	0	0	26	3	0	0	0	0	0	0
Thaïlande	32	17	274	192	240	270	66	23	5	0	0	2

Source : douanes japonaises (code 080430010)

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

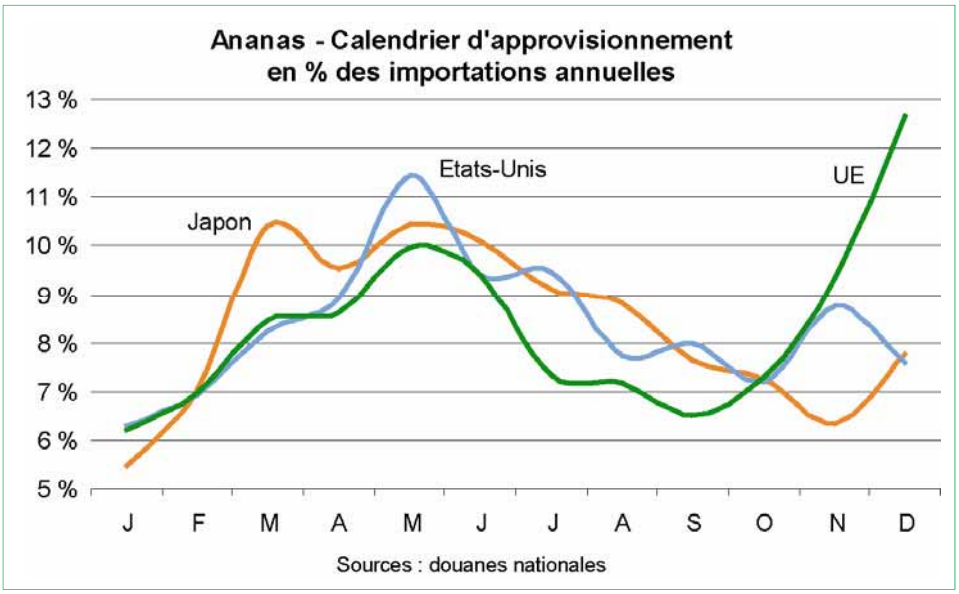


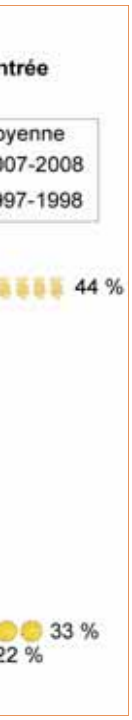
Ananas Production mondiale	
2007	tonnes
Monde	**18 930 000**
Brésil	2 666 358
Thaïlande	2 319 791
Philippines	1 900 000
Indonésie	1 500 000
Chine	1 440 000
Inde	1 308 000
Costa Rica	1 225 000
Nigeria	900 000
Mexique	635 000
Kenya	605 000
Vietnam	470 000
Colombie	410 000
Malaisie	360 000
Venezuela	360 000
Côte d'Ivoire	240 000

Ananas Exportations mondiales*	
2007	tonnes
Monde	**2 000 000**
Costa Rica	1 346 326
Philippines	231 882
Equateur	100 000
Honduras	70 000
Côte d'Ivoire	65 000
Panama	55 000
Ghana	40 000
Mexique	30 000
Guatemala	22 000
Malaisie	24 124
Brésil	22 700
Etats-Unis	9 297
Cameroun	7 700
Thaïlande	6 771
Bolivie	4 717

Ananas Importations mondiales	
2007	tonnes
Monde	**2 000 000**
UE-27, dont	830 041
Belgique	281 042
Pays-Bas	164 679
Royaume-Uni	106 568
Italie	85 450
Espagne	68 678
Etats-Unis	696 820
Japon	165 794
Canada*	100 000
Corée du Sud*	60 000
Russie*	26 000
Singapour*	19 000
Suisse	17 500
Chili	10 500
Argentine	10 000

* Estimations / Sources : FAO, douanes UE, USA, Japon





Ananas — Importations et introductions de l'UE à 25

tonnes	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Total extra-UE, dont	**274 772**	**281 449**	**263 211**	**332 581**	**318 289**	**367 017**	**369 483**	**410 889**	**521 933**	**609 484**	**770 927**	**830 041**	**921 328**
Costa Rica	64 312	83 400	79 024	106 225	112 740	135 024	139 172	179 154	250 425	363 169	500 128	570 969	668 436
Côte d'Ivoire	153 943	154 295	141 580	177 775	158 163	174 505	160 537	135 686	136 009	99 685	94 427	59 253	58 863
Equateur	22 191	23 912	18 968	25 659	29 321	32 590	35 745	43 093	51 421	44 984	36 570	49 260	48 632
Panama	133	16	521	1 233	348	3 564	7 823	19 575	27 521	32 598	31 394	37 624	38 846
Ghana	0	18	214	16	17	35	0	3 649	9 627	12 111	40 109	35 463	35 554
Brésil	10 289	10 005	9 602	6 370	5 176	9 111	13 385	13 329	17 571	25 275	26 578	26 367	24 673
Honduras	114	18	107	54	52	220	230	802	10 233	12 675	26 581	26 336	23 092
Cameroun	3 156	3 604	5 747	5 710	2 975	2 098	2 005	3 484	3 963	4 411	8 493	9 295	9 924
Thaïlande	74	8	12	9	31	73	471	570	3 476	3 255	3 359	3 697	2 965
Guatemala	2 389	2 502	3 043	3 543	4 641	5 030	5 326	4 855	4 560	4 604	4 678	3 763	2 918
Bénin	565	556	747	1 404	1 154	844	1 625	2 158	1 772	1 985	3 037	1 874	1 851
Afrique du Sud	861	320	341	357	591	676	898	936	1 206	1 155	3 404	2 072	1 259
Autres	25 359	12 685	12 890	10 489	8 201	12 305	15 431	16 696	20 919	18 617	6 108	14 035	2 623
Total intra-UE, dont	**145 602**	**139 250**	**127 659**	**189 707**	**160 238**	**182 877**	**234 559**	**247 772**	**287 963**	**344 425**	**433 840**	**472 461**	**414 683**
Pays-Bas	11 189	11 387	11 174	22 137	14 011	24 081	26 145	34 814	56 760	81 661	139 341	130 209	138 995
Belgique	35 450	30 466	26 890	43 945	38 885	31 545	48 285	50 398	75 128	102 314	117 123	160 583	117 471
France	78 775	74 588	67 316	90 343	78 639	86 301	106 340	84 325	75 830	59 748	47 020	33 190	36 402
Allemagne	9 564	8 221	8 891	11 987	12 023	8 915	11 586	25 209	32 052	44 511	55 745	36 098	26 085
Espagne	5 211	6 810	3 318	4 762	5 795	16 216	13 836	7 812	8 309	12 835	18 211	38 233	25 655
Portugal	36	1 050	437	796	2 014	3 786	17 597	27 692	24 965	20 151	14 486	26 786	24 733
Irlande	30	37	9	31	77	15	153	56	106	11 090	12 183	12 003	18 783

Source : Eurostat

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

Fiche pays producteur

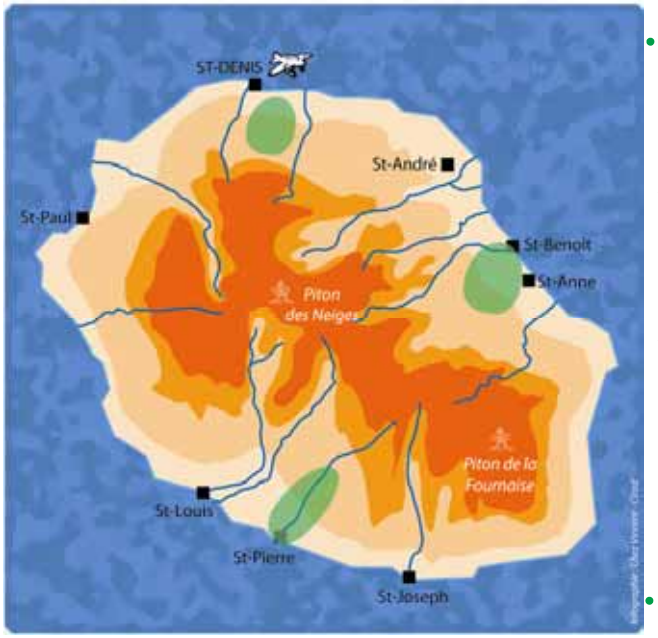
L'ananas Victoria à la Réunion

Culture traditionnelle de l'île, l'ananas Victoria de la Réunion s'est développé à l'export dans les années 1980, dans le cadre d'un programme initié par les autorités visant à diversifier une agriculture très dépendante de la canne à sucre. Cependant, le marché européen est de plus en plus concurrentiel et reste étroit pour ce produit haut de gamme. Des initiatives ont été mises en place afin de différencier le produit réunionnais de ses compétiteurs et de développer localement le secteur de la transformation, alors que les besoins de diversification de l'agriculture pourraient s'accroître en 2013 avec la réforme de l'OCM sucre.

par Eric Imbert

Localisation

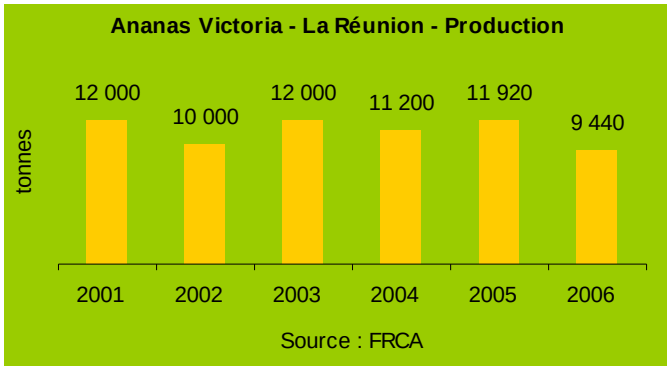
Les plantations se concentrent autour de trois pôles principaux situés sur les contreforts des deux massifs montagneux qui occupent la majeure partie de l'île. L'ananas est une culture de diversification traditionnelle permettant de compléter les revenus des maraîchers du Nord. Les plantations se concentrent entre 300 et 500 mètres sur les hauts de Saint Denis et de Sainte Marie, sur des terrains très pentus et difficiles à travailler mais disposant d'un très bon ensoleillement. Cependant, la zone perd de l'importance en raison de la pression urbaine. La logique de production est plus industrielle à l'Est, dans la



région de Saint Benoît. Certains producteurs de canne ont diversifié leurs activités au profit de l'ananas en reconvertissant, à la fin des années 1980, une partie de leurs bons terrains situés entre 50 et 450 m. Les productions sont plutôt destinées à l'export, dans cette zone où la pluviométrie est forte et l'ensoleillement plus modéré que dans le reste de la Réunion. Les deux systèmes précédents coexistent dans le sud-ouest de l'île. Dans cette zone à pluviométrie plus faible, on rencontre des ananas depuis le niveau de la mer jusqu'à plus de 750 m d'altitude. Cette particularité permet de produire selon un calendrier différent de celui des autres zones et d'assurer une continuité d'approvisionnement sur le marché.

Production

Introduite dans l'île au XVIIème siècle, la culture de l'ananas Victoria s'est progressivement développée afin d'alimenter les besoins du marché local, pour atteindre environ 150 ha vers la fin des années 1980. Par la suite, les difficultés économiques du secteur sucrier, pilier de l'économie de l'île, et les incitations économiques de l'Etat ont conduit certains producteurs à diversifier leurs activités. Ainsi, les surfaces d'ananas et d'autres productions fruitières et horticoles se sont rapidement accrues afin d'alimenter plus largement le marché local et de développer une filière export vers la métropole et l'UE. Les plantations d'ananas étaient de l'ordre de 400 ha en 2006, pour une production d'environ 16 000 t. La fin en 2013 du régime de prix garanti du sucre risque d'accentuer le besoin de diversification des producteurs canniers et pourrait provoquer un regain d'intérêt pour l'ananas et la fruticulture. Face à un marché local où les perspectives de développement sont limitées, des initiatives ont vu le jour pour développer des débouchés alternatifs, comme l'action de différenciation de l'ananas de la Réunion de ses compétiteurs à l'export et le développement d'une offre de produits transformés haut de gamme. La maladie des taches noires est le principal problème sanitaire rencontré. La Chambre d'Agriculture, le Cirad et la Fédération Régionale des Chambres d'Agriculture assurent un appui technique à la filière.



Logistique

La logistique est exclusivement aérienne. En effet, les temps de transit des navires remontant vers l'Europe dépassent 30 jours et sont donc incompatibles avec le transport des produits frais.

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

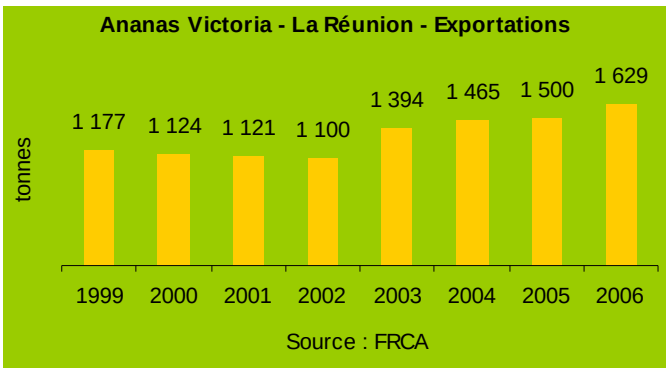
Débouchés

La plupart de la production est écoulée sur le marché local, notamment via les « bazardiers » qui sont des négociants locaux achetant parfois la récolte sur pied et revendant à des distributeurs ou commercialisant sur les bords de route, le tout dans un circuit parfaitement informel. Les volumes destinés à l'export sont modestes. Le secteur de la transformation est en phase de développement, les industriels cherchant à tirer profit des points forts gustatifs du Victoria de la Réunion pour créer des produits innovants haut de gamme. Une unité de fabrication de cubes et de tranches carpaccio a déjà vu le jour et le développement d'une fabrique de jus existante est à l'étude.

© Patrick Fournier

Exportations globales

La filière export, qui s'est mise en place dans les années 1980 à destination de l'UE, représente une voie complémentaire d'écoulement de la production. Les volumes exportés se sont sensiblement développés durant les années 1990, mais tendent à plafonner entre 1 500 et 2 000 t/an. Le coût de revient du produit est élevé, notamment en raison du recours obligatoire au fret aérien. Ainsi, le marché du Victoria reste assez étroit et saisonnier (fêtes de fin d'année). De plus, les parts de marché des fruits réunionnais sont menacées par la concurrence croissante d'origines bénéficiant de coûts de main d'oeuvre inférieurs (Côte d'Ivoire, Ghana et Afrique du Sud). Pour résister, certains producteurs se sont regroupés au sein du Syndicat Qualité Fruits Réunion pour segmenter le marché du Victoria et faire reconnaître les qualités distinctes des fruits produits dans l'île. Cette démarche a été couronnée par l'obtention d'un « Label Rouge » en 2006. Ce segment de marché représente des volumes en croissance, mais encore très limités. Quatre coopératives ou groupements de producteurs et deux exportateurs privés assurent l'approvisionnement du marché européen.



© Patrick Fournier

Cahier des charges de l'ananas Victoria Label Rouge de la Réunion

Homologué en 2006, le cahier des charges du Victoria « Label Rouge » comprend des critères portant sur trois points.

- Le fruit : il doit être d'un poids minimum de 550 g et commercialisé entier et frais. Sa coloration doit être au minimum équivalente au niveau M2 (75 % de la surface jaune). Ses proportions doivent être équilibrées : la couronne doit être droite, verte, fraîche et saine et d'une hauteur proportionnelle au fruit. Enfin, son taux de sucre minimum est garanti.

- Les pratiques culturales : les parcelles en production « Label Rouge » sont identifiées afin de garantir la qualité des fruits et leur traçabilité, et suivies par le technicien du Syndicat Qualité Fruits afin de mettre en place et de veiller aux bonnes pratiques culturales définies par le groupement. Ces dernières ont pour objet le maintien de la structure et de la fertilité du sol, une fertilisation adaptée aux besoins de la plante, la culture sur un seul cycle et une restriction calendaire afin d'interdire la récolte des fruits aux périodes où la pression en taches noires est la plus forte. Enfin, le transport des fruits jusqu'à l'atelier de conditionnement doit être réalisé uniquement en caisse afin d'éviter tout risque de meurtrissure.

- Les prestations offertes : elles comprennent la présence de la date de récolte et d'une DLUO qui permet de garantir, avec le respect d'un délai maximum entre la récolte et l'expédition, la qualité supérieure et la fraîcheur du produit auprès du consommateur. Chaque fruit est étiqueté individuellement avec un numéro de lot permettant de garantir une traçabilité totale. Un contrôle est réalisé et enregistré afin de s'assurer de la qualité supérieure des fruits. Les expéditions doivent se faire uniquement par avion.

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

La culture de l'ananas

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.

Cet article est tiré de trois sources principales :
- *« Itinéraire technique ananas », PIP, 52 pages. www.coleacp.org*
- *« L'ananas », Alain Guyot, cours ISTOM*
- *« L'ananas, sa culture, ses produits », Claude Py & Claude Teisson, 568 pages, éd. Maisonneuve et Larose*

© Patrick Reuther

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.

La culture

- Sols : alluvionnaires ou volcaniques à une altitude en dessous de 600 mètres. Sols profonds. Drainage important. Pentes 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 g), 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.

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

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.

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.

Coups de soleil

Photos © Claude Teisson

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 déverdissage). 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.

Traitement de déverdissage

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.

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

Carences nutritionnelles

	Quantité requise	Symptômes de carence	Seuil critique et analyse
AZOTE	**Grande**	• couleur pâle, jaunissement général des feuilles, • les feuilles plus anciennes présentent en premiers les symptômes, • bords rougeâtres, • feuilles étroites, • croissance limitée et retardée.	Carence détectée par observation visuelle. **Seuil critique :** 0.10 % du poids sec. Prélever la partie centrale de la feuille carencée à fins d'analyse.
POTASSIUM	**Grande**	• les feuilles sont très étroites, • chez les jeunes plants, les feuilles sont de couleur vert foncé, • chez les plants plus vieux, les feuilles sont jaunes, • la croissance de la couronne est excessive, • production de couronnes siamoises, • croissance lente des boutures, • les pointes des vieilles feuilles meurent.	**Seuil critique :** 0.3 % du poids sec. Prélever la base de la feuille carencée à des fins d'analyse chimique.
CALCIUM	**Requis en grande quantité** si utilisé pour amender les terres, mais n'est pas appliqué directement par pulvérisation sur les feuilles du pied, sauf à des fins de production de plants.	• croissance retardée, • feuilles présentant des aspérités, • feuilles courtes, • tiges malformées, • fruit anormal (siamois, multiple, fascié), • le plant a l'aspect d'un yucca.	**Seuil critique :** 0.010 % du poids frais. Prélever la base de la feuille carencée à des fins d'analyse, car la couleur des feuilles n'est pas un bon indice pour détecter les carences. Vérifier régulièrement le pH du sol.
MAGNESIUM	**Moyenne**	• les feuilles plus anciennes sont de couleur jaune vif, • il y a moins de feuilles par plant, • les feuilles sont fragiles et nécrosées, • les tiges des plants sont courtes, • les feuilles ont l'air d'avoir été brûlées par le soleil, • système racinaire déficient, • faible production de fruits.	**Seuil critique :** 0.025 % du poids frais. Prélever la base de la feuille carencée. Les symptômes visuels sont difficiles à observer et des analyses en laboratoire sont nécessaires pour évaluer les carences.
FER	**Faible**	• les feuilles sont jaunâtres et tachetées de vert, • la pointe des feuilles se nécrose, • le fruit est petit, • le fruit a la peau rouge et est dur, • les couronnes ont une couleur jaunâtre, • le fruit est craquelé.	**Seuil critique :** 3 ppm de tissu frais. Prélever la partie centrale de la feuille carencée. Les symptômes visuels sont utilisés pour diagnostiquer les carences et les analyses en laboratoire ne sont pas toujours représentatives de la carence.
PHOSPHORE	**Faible à moyenne**	• feuilles d'un vert très foncé, • mauvaise croissance du système racinaire, • croissance retardée, • les feuilles plus anciennes ont une couleur violette/rouge, • l'extrémité des feuilles est jaune, • faible production de fruits.	Des symptômes visuels sont rarement observés lorsque le programme normal de fertilisation est appliqué. Seuls les symptômes des carences graves peuvent être détectés. Voilà pourquoi une analyse foliaire est requise afin d'établir le diagnostic. **Seuil critique :** 0.020 % du poids frais. Prélever la base de la feuille carencée. L'excès de phosphore peut entraver la croissance du plant.
ZINC	**Faible**	• collet tordu sur les jeunes plants, • le coeur de la feuille est dur et cassant, • des cloques apparaissent sur la face supérieure des feuilles, • les couronnes sont petites et en rosette, • les plants forment des buissons.	**Seuil critique :** seul l'échantillonnage de la pointe de la tige fournira un indice fiable de la teneur en zinc. L'analyse de la feuille n'est pas fiable. Il faut rechercher les symptômes visuels.
BORE	**Faible**	• la peau présente des aspérités, • la peau présente des tâches sur et entre les yeux, • des craquelures se développent sur et entre les baies.	**Seuil critique :** les symptômes sont inconnus. Les plants carencés ne présenteront aucun symptôme sur les feuilles, les tiges ou les racines. Examiner le fruit visuellement pour repérer les symptômes de carence.

Source : PIP

© Photos Claude Teisson

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

Les principales variétés d'ananas

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.

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 sans couronne : 1 300 g

Hauteur sans couronne : 143.4 mm
Diamètre : 115.7 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

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 sans couronne : 1 410 g

Hauteur sans couronne : 148.2 mm
Diamètre : 120.7 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

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 sans couronne : 1 200 g

Hauteur sans couronne : 171.6 mm
Diamètre : 107.6 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

Note : dans les conditions de production de la Martinique, source Cirad

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

Défauts de qualité de l'ananas

Photos © Patrick Fournier, Pierre Gerbaud, Horta Gabon

Brunissement interne

Brunissement interne

Thielaviopsis paradoxa

Thielaviopsis paradoxa sur choc latéral

Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur pédoncule

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 abîmée et brûlée

Couronne trop longue écrasée
par le couvercle de l'emballage

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

Début de brunissement interne

Début de brunissement interne sur Victoria

Thielaviopsis paradoxa

Thielaviopsis paradoxa aspect externe

Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur choc

Altération de la pulpe 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

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