Le commerce international de l'ananas

Les années folles

Durant la dernière décennie, l'ananas a écrit une des plus belles pages du secteur fruits et légumes. La consommation d'ananas frais a en effet littéralement explosé en Europe et aux États-Unis. Del Monte, avec sa segmentation du marché par la variété Sweet et sa formidable machine productive et commerciale, n'y est pas étranger. Pourtant, l'incongruité économique qui a voulu que pendant dix ans forte augmentation des volumes rime avec revalorisation du produit touche à son terme. Le monde entier s'est précipité vers cet eldorado et partout sont lancés des projets de développement de l'ananas Sweet. Côté transformation, la situation est plus classique. L'Asie anime toujours les débats et le marché reste en quête d'une plus grande stabilité de l'offre afin de développer la consommation de jus et de conserve.

La production mondiale d'ananas s'élève à près de 16 millions de tonnes. C'est la 9ème production fruitière mondiale derrière les poires et devant les pêches et nectarines. Douze pays seulement concentrent 80 % de la production : six sont en Asie (Thaïlande, Philippines, Chine, Inde, Indonésie et Vietnam), quatre en Amérique centrale et du Sud (Brésil, Costa Rica, Mexique et Colombie) et deux en Afrique (Nigeria et Kenya).

Sur le long terme, l'ananas affiche des performances qui en font un des produits phares du secteur fruitier international. En effet, la production d'ananas a crû plus vite que celle des fruits en général : pour un indice de 100 en 1960, l'ananas est en 2005 à 415 contre seulement 291 pour les fruits.

L'étude de la dynamique de production depuis quarante-cinq ans permet de mettre à jour quelques grandes évolutions :

- la production a été multipliée par quatre (de 4 à 16 millions de tonnes) ;
- une première rupture a été constatée au début des années 1980, avec un recul sans précédent de la production (- 17 % à 8.7 millions de tonnes) ;

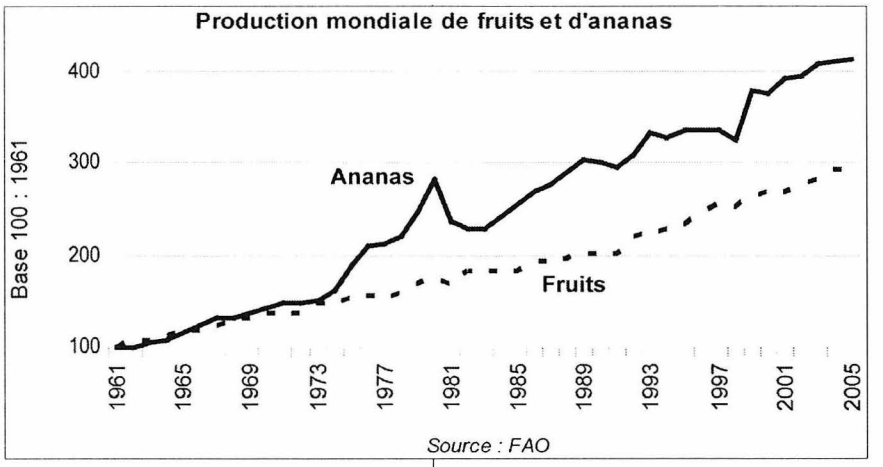
- en 1984, l'offre a rapidement retrouvé les chemins de la croissance, ininterrompue jusqu'en 1993 (12.7 millions de tonnes) ;
- jusqu'en 1998, c'est la stabilité qui a dominé. La deuxième rupture est apparue en 1999, où de manière soudaine l'offre a augmenté de 2 millions de tonnes en l'espace d'une année (+ 16 % à 14.4 millions de tonnes) ;
- depuis, les disponibilités se développent de façon régulière et contrôlée (taux de croissance annuel de 1 à 3 %).

L'augmentation des disponibilités est intimement liée à la croissance de la demande sur les grands marchés d'importation du Nord. Le taux d'internationalisation (ratio import/production) n'a fait qu'augmenter depuis quarante-cinq ans, passant de 16 % en 1960 à 47 % en 2005. Un ananas sur deux dans le monde est produit pour être commercialisé sur les marchés d'exportation.

Il est difficile d'aller plus loin dans l'étude générale de ce marché sans aborder les différents secteurs qui le composent. En effet, il regroupe des univers qui n'ont que très peu de choses en commun : celui du fruit frais et celui du fruit transformé. Sur les 7.4 millions de tonnes (équivalent fruit frais) qui sont échangées dans le monde, les trois quarts le sont sous forme de conserve ou de jus. En 2005, le marché du frais représentait un quart du marché total de l'ananas, contre seulement un huitième au début des années 1960.

Ananas transformé : entre info et intox

Mis à part un passage à vide pendant la deuxième moitié des années 1990, l'ananas sous forme de jus et de conserve est responsable du formidable dynamisme de ce produit. Le commerce mondial a été multiplié par quatre depuis 1984, passant de 1.3 à 5.6 millions de tonnes (équivalent fruit frais). En 2004, les deux tiers des exportations concernaient les jus (simples ou concentrés) et le tiers restant les conserves (tranches ou morceaux).



Une caractéristique majeure du marché de l'ananas est sa spécialisation régionale. Dans le cas de l'ananas transformé, c'est l'Asie qui domine. La Thaïlande, les Philippines, l'Indonésie et plus récemment le Vietnam détiennent la grande majorité des capacités de transformation d'ananas. Les rapides relocalisations ou plutôt délocalisations de la production d'ananas pour la transformation sont une constante du secteur. C'est la compétitivité relative de chaque pays de production qui façonne le paysage mondial de l'ananas transformé. Le Vietnam semble être le dernier pays touché par cette fièvre et les projets y sont nombreux.

Plus généralement, le marché du transformé est sensible à deux facteurs : les annonces de prévisions de production, notamment en Thaïlande qui est le leader mondial, et la demande internationale. Le secteur se caractérise par une forte cyclicité de l'offre, essentiellement due à des aléas climatiques récurrents (inondations ou sécheresses marquées), et une propension des producteurs de conserve ou de jus à spéculer en déformant les informations sur le niveau des disponibilités. Cette spéculation rend complexes les politiques d'achat des agroindustriels, utilisateurs finals des tranches ou du concentré d'ananas. L'instabilité structurelle de ce marché le rend moins attractif, d'autant plus que, pour le jus d'ananas, la demande est fonction de l'offre en qualité mais surtout en prix des autres jus de fruits. La fluctuation permanente du marché du jus d'ananas pousse les industriels américains et européens à en incorporer moins dans leurs recettes de jus multifruits et à s'orienter vers d'autres spécialités (pomme, orange, etc.).

La relative et récente stabilité de la production des origines asiatiques permet au marché de reprendre son souffle après des années de très forte variation de l'offre. La modération actuelle du prix du concentré d'ananas devrait pousser les industriels à revenir vers ce produit, d'autant que le cours international du concentré d'orange, principal concurrent, bat des records. En effet, ce dernier s'échangeait à environ 1 700 USD/tonne c&f Europe début 2006, alors que celui de l'ananas reculait à 1 100 USD/tonne. Rappelons que celui-ci a connu des pointes à 1 700 USD à la mi-2005 (source MNS).

La situation pour la conserve d'ananas est toute différente. Le marché s'est stabilisé depuis quelques mois. Début 2006, les prix étaient quasiment identiques à ceux pratiqués il y a un an. Le carton de 24 boîtes de 20 oz se commercialisait entre 6.50 et 6.80 USD

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	5 467 282	2	145 681	738 506	160 356	1 044 545
Moy. 1979-81	9 780 756	3 042	342 479	982 024	365 659	1 693 204
Moy. 1989-91	11 224 674	2 338 905	286 742	1 477 612	586 539	4 689 799
1998	12 174 673	1 657 535	419 266	1 382 769	860 619	4 320 190
1999	13 651 158	2 108 821	465 277	1 641 889	1 031 629	5 247 617
2000	13 706 726	1 850 634	485 930	1 695 251	1 051 819	5 083 634
2001	14 940 509	1 972 422	624 767	1 648 255	1 153 726	5 399 170
2002	15 101 948	3 036 701	423 299	1 663 852	1 315 832	6 439 684
2003	15 562 421	3 471 660	434 286	1 821 083	1 460 629	7 187 657
2004	15 698 667	3 304 070	450 360	1 888 479	1 705 946	7 348 855

Source : FAO, Cirad

pour les morceaux d'ananas en sirop léger et entre 8.00 et 8.50 USD pour les tranches d'ananas en sirop léger (source FoodNews).

Une des principales nouveautés du marché du transformé, notamment du jus, est l'apparition d'une certaine dose de segmentation. Construit jusqu'à présent autour de la sacro-sainte variété Cayenne lisse, ce marché voit poindre aujourd'hui certaines offres de jus d'ananas Sweet. C'est bien entendu la conséquence directe de l'augmentation fulgurante des disponibilités mondiales en ananas de cette variété pour le marché du fruit frais. Le Costa Rica est le principal fournisseur de ce type de jus.

L'ananas frais : un vent de folie

Difficile de ne pas être enthousiaste lorsqu'on aborde l'étude du marché international de l'ananas frais. Deux chiffres prouvent combien les superlatifs sont employés à bon escient : les importations d'ananas frais ont été multipliées par deux depuis 1999, à la fois aux États-Unis et en Europe. En 2005, ces deux zones géographiques ont absorbé près de 600 000 tonnes d'ananas chacune ! Le succès est complet puisque, contrairement à la théorie, cette forte augmentation des disponibilités mondiales, et donc des importations d'ananas, n'a pas conduit à une dévalorisation de la valeur du produit. Nous avons même assisté à une augmentation de sa valeur unitaire. Sur le premier marché d'importation, les États-Unis, elle est passée de moins de 400 USD/tonne en 1994 à 580 en 2002, à son apogée. Dans le même temps, les importations sont passées de 131 000 t à plus de 400 000 t.

Les résultats exemplaires relevés ci-dessus concernent bien évidemment l'ananas de type Sweet qui a bouleversé la donne sur le marché mondial.

Le marché européen est lui, depuis dix ans, polymorphe. Dès le milieu des années 1990, il a perdu son profil monolithique qui était une variété, le Cayenne lisse, et une origine, la Côte d'Ivoire. En effet, aux côtés de l'offre classique, le marché a vu se développer une nouvelle variété, le MD-2 ou Extra sweet pineapple, et une nouvelle origine, le Costa Rica, qui est maintenant leader du marché.

Il serait abusif de réduire un tel succès à un simple couple origine/variété. Certes le Sweet, sans être aisé à produire, semble faire preuve, au champ comme dans la chaîne de distribution, de solides aptitudes. Pourtant, rien n'aurait été aussi rapide et efficace sans une logistique et une stratégie commerciale portées par une transnationale, Del Monte. En effet, après un essai de mise en marché en demi-teinte (variété à peau verte de type Champaka), cette société a mis en production au Costa Rica un hybride, le MD-2, issu d'un travail d'hybridation réalisé par l'ancien Pineapple Research Institute (PRI) de Hawaï dans les années 1960 (cf. ***FruiTrop*** n°122 page 11). Rationalisation de la production (quelques milliers d'hectares d'un seul tenant, une station d'emballage ultramoderne, un encadrement agronomique de haut niveau), logistique export sûre et rapide, organisation commerciale efficace et plan marketing puissant ont fait le reste. Résultat : le MD-2, placé sur le segment haut de gamme, s'installe peu à peu sur le marché. En quelques années, la Côte d'Ivoire est supplantée sur son propre marché, l'Europe, par la machine à succès costaricienne qui s'adjuge aussi le quasi-monopole du marché américain.

Del Monte voit pourtant cette lune de miel toucher à sa fin. Avec un tel bilan économique, il est en effet difficile de ne pas attirer les convoitises. De litiges en poursuites judiciaires (cf. ***FruiTrop*** n°122 page 11), Del Monte a dû laisser filer l'exclusivité sur cette variété. Peu importaient d'ailleurs les décisions des tribunaux américains, les concurrents, grands et petits, s'engouffraient dans la brèche. Dole, Chiquita, Fyffes mais aussi de parfaits inconnus ont développé leur propre offre au Costa Rica dans un premier temps, puis rapidement en Amérique latine et en Afrique. Le Sweet s'impose désormais comme la norme, prenant l'ascendant de manière définitive sur le Cayenne lisse.

La fin d'une époque

Mais les choses ont bien changé. L'offre est pléthorique, les opérateurs nombreux et parfois peu professionnels, et le niveau qualitatif hétérogène. Ce n'est plus le fournisseur de Sweet qui fixe les prix (*market maker*), il subit désormais le marché (*market taker*). Dans l'article suivant, Thierry Paqui montre cependant une meilleure résistance du Sweet à la dégradation des marchés par rapport au Cayenne lisse. On peut toutefois s'inquiéter de l'augmentation

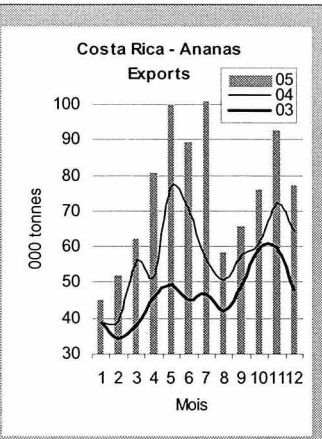
Ananas — Importations de l'Union européenne — En tonnes

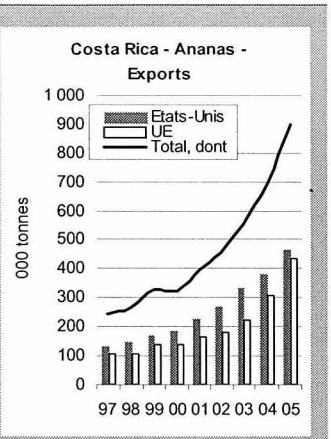
Années	Extra-UE dont	Costa Rica	Côte d'Ivoire	Ghana	Équateur	Honduras	Brésil	Autres
1976	70 884	10	52 272	63	2	8 283	31	10 223
1977	60 826	22	48 257	12	81	1 655	348	10 451
1978	98 487	12	81 163	135	11	4 561	49	12 556
1979	93 573	19	76 640	75	9	3 052	252	13 526
1980	90 300	26	78 275	105	0	1	122	11 771
1981	90 801	25	83 028	539	0	0	4	7 205
1982	90 605	30	81 727	440	0	338	33	8 037
1983	89 055	16	79 663	435	0	110	252	8 579
1984	121 555	1 717	107 875	1 173	8	13	857	9 912
1985	171 760	1 077	159 798	1 554	8	0	48	9 275
1986	178 251	1 877	165 158	1 956	153	0	462	8 645
1987	199 265	12 107	171 202	2 709	0	60	1 176	12 011
1988	201 835	23 115	145 425	3 264	0	3 286	1 758	24 987
1989	183 707	26 642	132 262	4 604	30	7 169	1 191	11 809
1990	206 176	28 413	140 797	6 060	5	19 447	348	11 106
1991	215 243	34 149	134 795	6 766	12	18 747	29	20 745
1992	228 633	38 271	132 033	7 126	31	13 920	521	36 732
1993	211 989	39 410	111 917	10 917	40	3 231	6 011	40 463
1994	226 172	45 832	120 311	13 746	73	325	9 747	36 139
1995	230 587	49 735	119 565	11 917	66	28	1 674	47 602
1996	274 955	64 314	153 947	22 199	133	10 288	114	23 959
1997	281 457	83 401	154 296	23 911	16	10 005	18	9 810
1998	263 214	79 024	141 580	18 917	521	9 601	107	13 464
1999	332 589	106 226	177 775	25 660	1 233	6 371	54	15 270
2000	318 298	112 741	158 164	29 322	348	5 175	52	12 496
2001	366 948	135 024	174 505	32 590	3 564	9 111	220	11 935
2002	369 951	139 172	160 537	36 214	7 823	13 385	230	12 590
2003	412 234	179 154	135 719	44 379	19 575	13 329	802	19 276
2004	526 451	252 105	137 328	51 684	27 541	17 670	10 237	29 886
2005*	606 784	361 250	98 984	44 970	32 585	25 275	12 654	31 066

Source : Eurostat / * : données provisoires

Le Costa Rica : sans faiblir !

Le million de tonnes exportées sera-t-il atteint et dépassé en 2006 ? Il y a à peine deux ans, cette interrogation aurait donné à sourire. Elle est désormais d'actualité, tant les performances à l'export du 7ème producteur mondial sont hors normes. On se demande désormais si cette barre symbolique sera franchie dès le 1er semestre 2006 ou au cours du 3ème trimestre. Il faut dire que le Costa Rica ne ménage pas sa peine. Le taux de croissance annuel entre 2004 et 2005 s'élève à 30 %, après un chiffre déjà hallucinant de 25 % l'année précédente. Entre 1997 et 2005, les exportations ont été multipliées par 3.7 ! Les États-Unis ont absorbé 52 % des exportations annuelles, contre 60 % en 2003. Si la tendance continue, l'UE pourrait devenir le premier marché d'exportation du Costa Rica dès 2006.





Ananas frais — Exportations du Costa Rica — En tonnes

	2003				2004				2005			
	Total dont	**USA**	**UE-15**	**Autres**	**Total** dont	**USA**	**UE-15**	**Autres**	**Total** dont	**USA**	**UE-15**	**Autres**
Janvier	38 467	21 911	16 374	183	38 630	21 426	17 096	108	45 103	26 173	18 847	83
Février	34 094	21 503	12 504	88	38 982	20 433	18 168	381	52 005	30 079	21 751	175
Mars	38 117	23 999	14 001	117	56 299	32 317	23 595	387	62 375	35 381	26 767	227
Avril	45 836	28 058	17 634	144	51 644	30 333	20 855	456	80 843	42 944	37 702	197
Mai	49 445	29 863	19 433	149	76 544	44 354	31 414	777	99 876	54 262	45 284	331
Juin	45 114	29 103	15 851	160	70 573	37 314	33 175	84	89 214	43 742	45 177	296
Juillet	46 682	28 397	18 142	143	56 641	27 397	29 105	140	101 538	49 871	51 491	175
Août	42 053	25 887	15 878	288	50 495	32 422	17 984	88	58 449	32 415	26 030	5
Septembre	48 879	30 944	17 675	259	57 561	33 669	23 559	333	65 513	38 571	26 890	52
Octobre	59 272	34 554	24 507	211	60 355	33 511	26 502	342	76 065	35 027	40 951	87
Novembre	59 513	29 273	29 983	257	72 155	37 441	34 451	263	92 586	43 737	48 836	14
Décembre	47 934	28 109	19 565	260	64 259	32 903	31 237	120	77 396	34 556	42 790	50
Total annuel	**555 407**	**331 601**	**221 548**	**2 259**	**694 140**	**383 519**	**307 142**	**3 479**	**900 963**	**466 755**	**432 517**	**1 691**

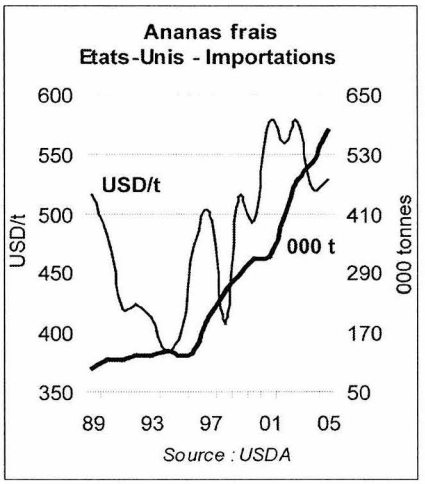
Source : données douanières

à court terme de l'offre. En effet, le Costa Rica et de nombreuses autres origines (Équateur, Honduras, Panama, Ghana, etc.) développent leurs capacités de production. Le miroir aux alouettes fonctionne à merveille, mais cela risque d'être au détriment des producteurs qui auront investi dans le secteur.

Et l'Afrique dans tout cela ?

Fournisseur historique et détenteur du monopole en Europe pendant des années, la Côte d'Ivoire a perdu en 2003 le leadership du marché européen, au profit du Costa Rica. Cette perte d'influence (moins de 20 % de parts de marché en 2005, contre 50 % en 2000) ne signifie pourtant pas que la Côte d'Ivoire se résigne à son sort car elle exporte encore quelque 150 000 tonnes d'ananas par an. Elle a reconverti une partie de ses surfaces en variété Sweet, tout en conservant une base productive importante en Cayenne lisse. L'élévation du niveau de la qualité, sa stabilité et son homogénéité restent la clé du succès.

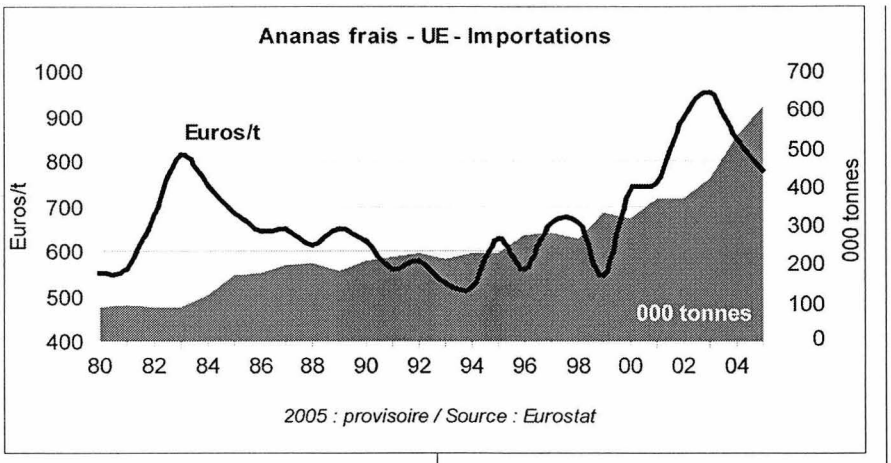
L'Afrique de l'ananas c'est aussi, et de plus en plus, le Ghana. Ses ambitions sont clairement affichées et les résultats à l'export prouvent combien ce pays est en phase de croissance. Ses exportations s'élèvent désormais à 52 000 tonnes (2004) et il s'accroche solidement à la place de troisième fournisseur du marché européen. Le Ghana base son développement sur la variété Sweet.



D'autres pays souhaitent aussi participer à la croissance du marché européen. Le Honduras, traditionnel quatrième fournisseur, perd sa place au profit de l'Équateur, du Brésil ou du Panama, ce dernier pays ayant même déclaré l'ananas grande cause nationale. Même son de cloche pour l'Équateur qui prend des parts de marché aux États-Unis (2ème fournisseur) comme en Europe. Le groupe bananier Noboa vient d'annoncer qu'il souhaite aller plus loin dans la diversification de ses activités avec, entre autres, l'ananas. Dans les Caraïbes, c'est la République dominicaine qui dévoile ses plans. Elle annonce à l'horizon 2010 une capacité de production d'ananas Sweet de 64 000 tonnes.

Reste à espérer que la consommation continue de croître de manière aussi spectaculaire aux États-Unis et en Europe. Il est vrai qu'en Europe, avec quelques centaines de grammes par personne et par an, nous sommes très loin des 20 kg de banane ou d'agrumes consommés en moyenne.

La découverte de nouveaux espaces de croissance est aussi un moyen d'entretenir la flamme. L'Europe de l'Est, dont les dix nouveaux états membres de l'UE (NEM), ainsi que la Russie sont parmi les meilleurs candidats. Les importations des NEM



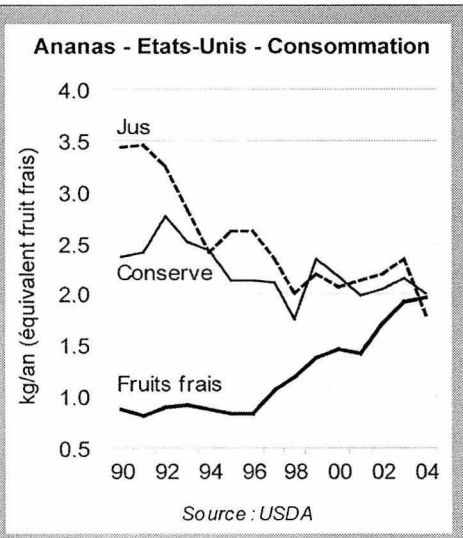
relèvent encore du domaine du symbolique (4 000 à 5 000 tonnes par an), soit quelques grammes par an et par habitant. Dans ces pays à faible revenu par habitant, l'ananas n'est pas à mettre dans le même registre alimentaire que les autres fruits. Il est classé dans les aliments de type festif, consommés occasionnellement et à certaines périodes de l'année.

Segmentation : bis repetita

Convaincu que la bataille est en grande partie perdue d'avance, l'offre progressant beaucoup plus rapidement que la consommation, Del Monte souhaite reprendre la main sur un terrain qui lui a porté chance : celui de la segmentation. Il a annoncé, depuis maintenant plus de deux ans, qu'il avait dans ses cartons une nouvelle variété, le MA-2, qui serait commercialisée sous le nom de Honey Gold.

Difficile de dire quand cette nouvelle variété sera mise en marché. Avis aux copieurs, elle est dans tous les cas d'ores et déjà brevetée et donc protégée, tout au moins dans le système américain. On ne connaît pas encore ses caractéristiques organoleptiques ou visuelles, mais il est peu probable que Del Monte réussisse, avec cet ananas, à réécrire pour la seconde fois en dix ans un chapitre aussi fastueux de l'histoire internationale de l'ananas frais. Mais il n'y a pas que cette société qui tente de relancer le marché par la segmentation. Les années qui viennent devraient encore nous réserver quelques surprises ■

Denis Loeillet, Cirad
denis.loeillet@cirad.fr



L'ananas frais aux États-Unis : le Costa Rica à la manoeuvre

L'ananas est le cinquième fruit le plus consommé aux États-Unis derrière l'orange, le raisin, la pomme et la banane. En 2004, pour la première fois, la consommation d'ananas frais par habitant a rattrapé celle de jus ou de conserve, et l'a peut-être même dépassée d'après le prévisionnel 2005. C'est le résultat à la fois d'une tendance lourde à la baisse de la consommation d'ananas transformé, et notamment de jus, et de l'augmentation régulière depuis le milieu des années 1990 de la consommation d'ananas frais. Elle atteindrait 2.2 kg par habitant et par an, contre 640 grammes en 1985. Selon l'USDA, l'augmentation de la consommation d'ananas frais tient :

- au renouvellement de l'offre, notamment grâce à la mise en marché d'ananas de type Sweet, plus en phase avec les attentes des consommateurs ;
- au développement de la IVème gamme (*fresh-cut*) ;
- aux actions promotionnelles ainsi qu'à une consommation ethnique en forte hausse due à l'afflux d'immigrants des zones tropicales d'Asie ou d'Amérique latine.

Le Costa Rica détient 76 % du marché d'importation, contre 85 % en 2002, preuve que d'autres pays comme l'Équateur, le Honduras, le Guatemala ou encore le Mexique participent maintenant à cette formidable dynamique de marché. En effet, les importations américaines ont atteint en 2005 quelque 577 000 t, soit + 13 % par rapport à 2004. Elles ont été multipliées par 5 depuis 1991. La production américaine à Hawaï est, quant à elle, en perdition. Son industrie de transformation ne traite plus que 105 000 t de fruits (2004) contre 550 000 t en 1983. Le secteur du fruit frais commercialise cependant encore quelque 90 000 tonnes d'ananas frais, principalement destinées au marché national continental.

États-Unis — Importations d'ananas frais — En tonnes

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total, dont	**135 255**	**203 993**	**252 848**	**283 097**	**318 837**	**321 299**	**405 714**	**476 660**	**511 050**	**577 605**
Costa Rica	84 695	154 183	200 899	226 029	257 783	261 199	344 731	399 826	392 323	438 767
Équateur	3 943	4 193	2 289	5 163	6 505	8 443	17 780	28 578	33 608	37 199
Honduras	27 099	24 680	26 950	33 555	32 841	20 122	20 629	24 728	34 419	32 988
Guatemala	398	100	266	1 718	633	2 531	733	2 918	17 563	32 491
Mexique	7 987	15 414	17 597	14 491	17 200	24 527	18 041	14 974	27 033	27 339
Thaïlande	2 803	2 404	2 951	2 093	2 837	3 605	3 095	4 191	3 996	4 548
Panama	2 553	256	136	0	125	255	422	482	1 762	3 774

Source : USDA