LES DOSSIERS DE FRuiTROP

Un dossier proposé par Denis Loeillet

L'ananas

Les analystes du marché international de l'ananas ont épuisé la longue liste des qualificatifs et expressions à leur disposition. Il est vrai qu'il montre un dynamisme qui ne se dément pas et une résistance à la morosité du marché des fruits et légumes qu'on pourrait croire sans bornes. Année après année, Fruitrop fait état de résultats qui surpassent les précédents. Les volumes produits, les pays engagés dans la production, les niveaux d'importation, la consommation, etc., sont tous plus importants, plus nombreux, plus forts et plus élevés qu'un an auparavant. L'ananas frais est le succès de ces vingt dernières années. La consommation aux Etats-Unis est passée de 0.86 kg par habitant en 1996 à près de 2.4 kg en 2007. Les Européens suivent les mêmes tendances avec 0.7 kg en 1996 et 1.7 kg en 2007.

Côté marché européen, la campagne ananas 2007 aura été dans l'ensemble assez moyenne, surtout comparée à la précédente. L'équilibre en matière de volumes a été fragile et n'a été maintenu que grâce à des éléments sur lesquels les opérateurs des marchés européens n'ont que très peu de maîtrise. Il s'agit principalement de l'offre en Sweet d'Amérique latine qui a continué de croître et a donné le rythme de la campagne. Cette variété s'impose encore davantage comme la référence sur le marché de l'ananas. Les volumes de Cayenne ont, eux, continué à décroître, au point de ne représenter qu'une offre confidentielle. En effet, cet ananas souffre d'une désaffection croissante et n'est plus consommé que sur quelques marchés en Europe, principalement en France et dans les pays de l'Est.

Sommaire

p. 8	Marché européen : un remède à la morosité
p. 15	Bilan de campagne 2007 par marché européen
p. 21	Marché européen de l'ananas avion : un marché en péril ?
p. 22	Panorama statistique : monde, UE, USA, Japon
p. 25	Fiche pays producteur : le Costa Rica
p. 27	La culture de l'ananas
p. 30	Les principales variétés d'ananas

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

Marché européen de l'ananas

Un remède à la morosité

Sur un marché des fruits et légumes qu'on dit en berne, concurrencé par l'inventivité sans limites et les techniques de plus en plus élaborées de l'agroalimentaire, l'ananas fait figure de rescapé, voire de miraculé. Ce succès sans précédent dans l'histoire des fruits tropicaux tient à diverses raisons. L'innovation « produit » en est une. En effet, la saga ananas ne peut être comprise sans aborder le renouvellement de la gamme variétale qu'a osé tenter Del Monte à partir du milieu des années 1990, alors que le marché était depuis toujours organisé autour de l'inamovible Cayenne lisse.

© Régis Domergue

Gérer l'innovation

Au début des années 1990, Del Monte a vite effacé le demi-échec de son ananas « vert » par la mise en marché du Sweet sous la marque Del Monte Gold™ Extra Sweet Pineapple. Outre sa couleur, coloration naturelle de vert tournant au jaune doré selon les saisons, les itinéraires techniques et les lieux de production, cette variété montre des qualités de conservation intéressantes. Les agronomes parlent de robustesse. Son caractère sucré est lui aussi mis en avant par les consommateurs. Cette sucrosité n'est en fait qu'apparente. En effet, le taux de brix, ou teneur en sucre, du Sweet est inférieur d'environ 2 point à celui du Cayenne lisse. Alors d'où provient cette perception ? Probablement de son acidité qui peut être moitié moins intense que celle du Cayenne lisse.

Un sans faute

Le remplacement de la référence qu'était le Cayenne lisse est aussi le résultat de la formidable machine que Del Monte a mise en place au Costa Rica dans la région de Buenos Aires (sud-ouest). Cinq mille hectares, presque d'un seul tenant, une station d'emballage fonctionnant 24 heures sur 24, des moyens humains importants notamment en gestion de la qualité, une pré-réfrigération et une logistique terrestre et maritime dédiées ont permis au Sweet, et surtout à la marque Del Monte, de devenir la référence absolue en matière de qualité. Protégeant de manière exemplaire son innovation contre la dissémination, cette société a géré sa ressource durant de très longues années. A la fin des années 1990 et au début des années 2000, on parlait davantage d'un marché de répartition que d'une véritable distribution. En effet, la demande croissante pour cette marque d'ananas surpassait les capacités de production. L'organisation du géant des fruits renforçait cette efficacité commerciale, l'Europe étant partagée en zones de chalandise empêchant toute cannibalisation.

Cette logique industrielle a été d'autant plus efficace qu'en face de Del Monte la Côte d'Ivoire montrait des signes de grande faiblesse, à la fois sur la qualité du produit (dérive qualitative importante) et sur la mise en marché. La cannibalisation était ainsi une règle, tout le monde vendant à tout le monde le même produit

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	11 391 306	2 338 905	286 742	1 477 612	586 539	4 689 799
1999	14 440 248	2 106 842	467 136	1 647 811	1 034 398	5 256 187
2000	14 384 134	1 850 697	485 403	1 693 352	1 051 524	5 080 976
2001	14 963 795	1 972 783	626 166	1 648 093	1 153 723	5 400 765
2002	15 838 240	3 036 701	423 299	1 663 852	1 315 832	6 439 684
2003	16 183 509	3 471 660	434 286	1 821 083	1 460 629	7 187 657
2004	16 963 218	3 304 070	450 360	1 888 479	1 705 946	7 348 855
2005	17 686 339	3 055 633	455 620	2 067 020	1 955 997	7 534 271

Source : FAO, Cirad

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

mais à des prix différents. Les efforts de l'organisation ivoirienne, OCAB, en vue d'une meilleure coordination de l'offre, d'un contrôle plus strict de la qualité exportée, d'une reconquête du marché avec plan marketing à l'appui, n'ont pu enrayer sa perte d'influence sur le marché européen. L'évolution des parts de marché sont sans appel : 7 % en 2007 contre 93 % en 1986.

Après cette phase de basculement d'une origine, la Côte d'Ivoire, 100 % Cayenne et hégémonie sur le marché européen, vers une société, Del Monte, une marque, Extra Sweet, une origine, le Costa Rica, et une variété, le MD-2, le marché de l'ananas s'est emballé. Et pas seulement en Europe. Les Etats-Unis ont devancé le marché européen. Les taux de croissance y sont stupéfiants : + 242 % sur la dernière décennie. L'Europe a suivi à un rythme certes plus faible (+ 193 %), mais qui fait pâlir d'envie les autres secteurs. Deux raisons à cela : une offre qui gonfle rapidement et une demande avide d'enrichir ses rayons d'un nouveau poids lourd. Rongeant leur frein et jalousant la réussite commerciale exceptionnelle de Del Monte, les opérateurs costariciens grands et petits, les transnationales puis toutes les autres origines capables de produire de l'ananas se sont jetés sur la variété à partir du moment où il est apparu que celle-ci était en fait libre de droits. Après d'interminables procès aux Etats-Unis portant tantôt sur la variété, tantôt sur le nom, le verrou sur la propriété de l'innovation a été levé et l'offre a augmenté graduellement.

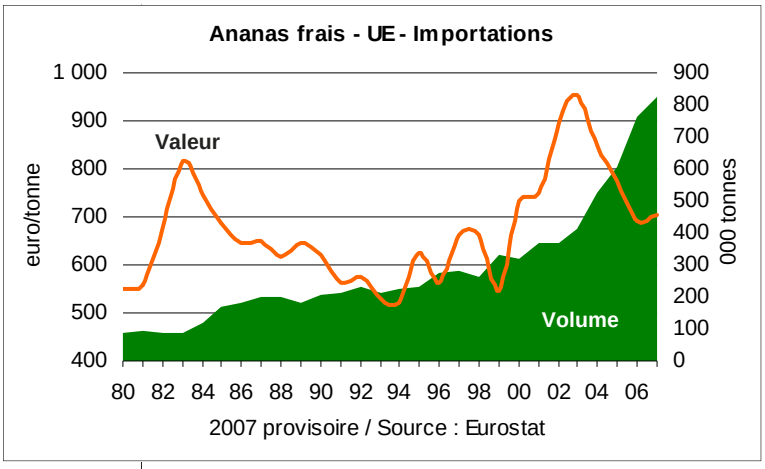
L'Amérique centrale et l'Amérique du Sud, les Caraïbes, l'Afrique de l'Ouest, etc., se sont lancées dans l'aventure. Le développement tous azimuts du Sweet a scellé la fin du Cayenne lisse, y

Un plaidoyer pour l'ananas Cayenne lisse

Le Sweet a détrôné le Cayenne lisse pour devenir la norme. Pourtant, certains opérateurs, comme Jean-luc Burquier installé en Guinée, défendent l'exception culturelle. Ecoutons ses arguments : « *L'avènement du Sweet dans les années 1990 a donné un coup de fouet à la consommation d'ananas : le marché européen stagnait en deçà de 300 000 tonnes par an et est passé à 824 000 tonnes en 2007. Sa couleur jaune-vert, sa belle couronne, la douceur de son goût, son prix raisonnable..., mais un goût insipide, sans caractère, une pulpe blanche et translucide. Il est devenu un incontournable des rayons des grandes surfaces, parfait dans ces périodes de difficultés du pouvoir d'achat. Mais où sont donc passés cette couleur du soleil d'Afrique, ce jus délicieux, cet arôme incomparable, ce subtil équilibre entre acide et sucré ? Apprenons à redécouvrir le goût authentique de l'ananas que seul le Cayenne lisse peut offrir...* ».

© Régis Domergue

compris en Côte d'Ivoire. A l'autre bout de la filière, d'autres opérateurs, avides de capter une part de ce qui est apparu pour certains comme une rente de situation, souhaitaient développer des volumes de Sweet. Les distributeurs ont vu d'un oeil intéressé cette offre en forte progression. Cela leur permettait de renouveler l'intérêt des consommateurs pour le rayon fruits et légumes avec un fruit portant haut les couleurs de l'exotisme (aspect original et saveur pas trop marquée) et à des prix relativement bas.



L'avenir est à une offre renouvelée

Quel est l'avenir de ce marché ? La réponse est à la fois simple et complexe. Simple, car étant donné les volumes commercialisés et les alertes données par le marché en 2007 (cf. article « Bilan de campagne ananas 2007 par marché européen »), il est évident que nous sommes sur un fil de plus en plus ténu. La crise guette. Le plus difficile est de savoir quand elle éclatera, tant les opérateurs sont inégaux devant ces difficultés à venir. Comment comparer un opérateur comme Del Monte qui a capitalisé sur son nom, qui exporte aux Etats-Unis, en Europe et dans une multitude d'autres pays, qui offre une gamme complète de fruits et légumes, etc., avec la masse des autres opérateurs. Dans tous les cas, nous ne passerons pas à côté de la crise ou au moins de la réduction a minima des marges qui entraînera la remise en cause des politiques de développement dans les pays producteurs, alors même que ceux-ci continuent de décréter l'ananas grande cause nationale. L'agronomie de la plante ne plaide pas pour un ajustement rapide de l'offre à la demande. En effet, le temps entre la décision de se lancer dans la culture et la récolte du premier fruit s'exprime en années tant la production de matériel végétal pour la plantation est longue.

Ananas — Importations mensuelles de l'UE en 2007 — En tonnes

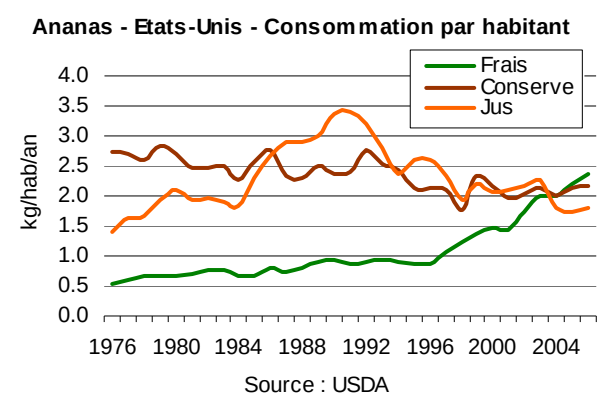
Origines	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total 2007	Total 2006
Extra-UE, dont	**62 624**	**55 718**	**73 617**	**68 835**	**87 134**	**79 382**	**66 547**	**57 928**	**47 312**	**55 877**	**79 238**	**89 629**	**823 840**	**772 663**
Costa Rica	37 145	36 760	47 888	45 904	61 896	57 272	49 416	42 761	30 200	37 785	56 451	61 881	565 359	501 043
Côte d'Ivoire	7 950	4 862	5 984	7 172	5 771	3 589	3 687	2 361	3 790	3 516	4 471	6 099	59 251	94 760
Equateur	5 022	3 743	4 348	4 744	3 657	3 802	2 898	3 968	3 654	4 096	4 046	5 264	49 243	36 702
Panama	2 889	2 501	3 560	3 177	3 204	3 454	2 689	3 211	2 995	2 675	2 748	4 066	37 168	31 476
Ghana	3 560	2 959	3 959	2 873	3 078	2 552	2 493	1 347	2 157	2 704	3 715	4 066	35 463	40 237
Brésil	1 260	1 966	2 474	1 887	3 198	2 285	2 183	2 531	2 391	1 773	2 231	2 188	26 367	16 400
Honduras	3 055	1 139	3 076	1 112	4 258	4 469	1 305	465	529	844	3 376	2 707	26 336	26 644
Cameroun	573	815	966	879	666	609	759	318	488	880	986	1 352	9 291	8 493
Guatemala	174	313	345	209	401	576	275	133	352	566	175	196	3 715	4 688
Thaïlande	282	177	255	238	333	221	303	395	243	342	454	454	3 698	3 391
Afrique du Sud	192	158	213	140	200	131	120	121	115	121	137	402	2 050	3 419
Bénin	150	122	154	136	140	97	97	93	193	210	199	284	1 874	1 333
Togo	79	84	153	85	120	131	108	11	16	93	84	94	1 058	976
Chine	132	3	53	56	17		18	106	73	82	2	79	621	649
Maurice	38	31	58	41	55	17	22	15	29	47	72	193	617	278
Ouganda	25	51	42	38	25	35	31	31	32	27	30	37	403	262
Rép. dom.	34	16	36	54	24	6	1					82	252	174
Malaisie	2		1		1	50	22	22		38	21	24	180	0
Philippines			0	13	36	13	25	13	16	1	13	24	153	133
Guinée	33	8		19	19					8	12	34	133	426
Sri Lanka	21	7	15	13	2	18	4	14	2	5	5	17	123	97
Vietnam		1		0		3	0		18	42		19	83	3
Intra-UE, dont	**43 652**	**30 032**	**31 287**	**36 567**	**45 455**	**41 581**	**33 940**	**34 225**	**25 981**	**29 926**	**35 035**	**60 452**	**448 133**	**434 189**
Belgique-Lux.	17 425	6 289	9 303	13 332	18 652	14 642	13 383	12 481	8 300	10 785	13 301	18 022	155 916	117 123
Pays-Bas	12 780	9 518	9 094	11 309	12 427	12 579	9 339	11 158	8 159	7 352	8 728	13 872	126 314	139 592
France	3 545	2 783	3 031	2 907	2 917	2 669	1 515	1 539	1 796	3 483	3 094	5 066	34 344	55 745
Allemagne	3 205	3 282	2 985	2 609	2 922	2 933	2 254	1 871	1 893	2 097	2 152	3 498	31 701	47 021

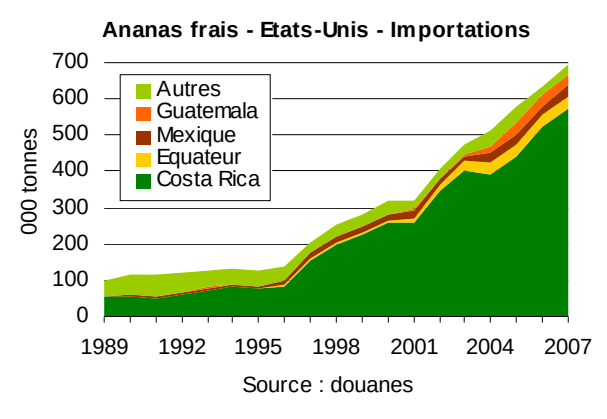
Source : Eurostat

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

L'ananas aux Etats-Unis : le fresh-cut à l'honneur

Pour une fois, ce sont les produits transformés qui sont à la peine. Aux Etats-Unis, la consommation d'ananas frais a dépassé celle de jus et de conserves en 2004 et la tendance est nettement à la hausse. La consommation annuelle par habitant a été pratiquement multipliée par trois pendant la dernière décennie, pour atteindre 2.4 kg. Depuis ses plus hauts niveaux à 3.4 kg (équivalent fruits frais) en 1991, la consommation de jus a été divisée par deux. Cette croissance propre au secteur de l'ananas frais, mais aussi cette concurrence du frais sur le transformé ont été permises par le mode de consommation des fruits et légumes aux Etats-Unis. En effet, le prêt à consommer est la règle et l'ananas n'y déroge pas. Les ventes de fruits en VIe gamme (fresh-cut) ont doublé entre 2004 et 2008, pour passer de 450 millions à 1 milliard de USD. L'ananas, avec 15 % des ventes, arrive en troisième position derrière le melon (41 %) et les salades de fruits (30 %).



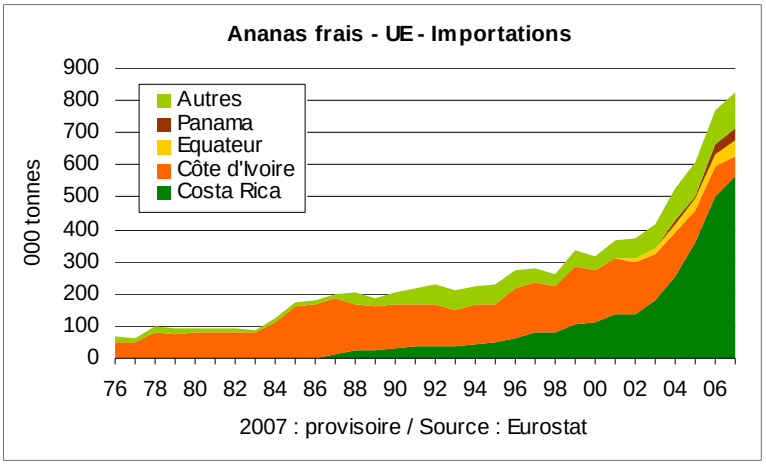


Fruits frais — Etats-Unis
Evolution de la consommation en kg par habitant et par an

	1996	2006
Banane	12.50	11.34
Pomme	8.46	8.03
Orange	6.41	5.38
Raisin	3.05	3.47
Fraise	1.96	2.78
Autres hors agrumes	1.94	2.62
Ananas	**0.86**	**2.36**
Autres agrumes	1.49	2.21
Pêche	1.98	2.07
Citron	1.30	1.87
Avocat	0.72	1.53
Poire	1.38	1.44
Pomelo	2.65	1.04
Cerise	0.18	0.50

Source : USDA

Dans ce contexte à haut risque, les opérateurs envisagent leur avenir de différentes manières. Certains s'orientent vers la qualité, d'autres estiment avoir des réserves en termes de compétitivité, d'autres encore souhaitent sortir de ce cercle vicieux. Ils ont en tête l'innovation réussie avec le Sweet et espèrent renouveler l'exploit avec un nouvel ananas. Le « Honey Gold » de Del Monte est sur les rangs. Pour de moindres quantités, d'autres misent sur la segmentation par mode de transport (avion ou bateau), reviennent sur le Cayenne lisse de qualité ou espèrent le boom toujours annoncé, mais qui ne se traduit pas dans les chiffres, de l'ananas de type Victoria. Enfin, il faut noter, comme c'est le cas pour d'autres fruits, le développement de l'offre en ananas biologique ou encore des initiatives du mouvement équitable avec des offres provenant d'Afrique de l'Ouest, notamment du Ghana, mais aussi d'Amérique latine.



L'ouverture de nouveaux marchés pourrait permettre à la filière une sortie par le haut. L'augmentation du pouvoir d'achat, notamment en Europe de l'Est ou en Russie, pourrait favoriser la consommation de produits considérés pour l'instant comme superflus. Reste à savoir si la crise économique annoncée ne ralentira pas leur développement et si ces nouveaux eldorados ne se transformeront pas en fin de compte en miroirs aux alouettes.

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

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

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

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

GLOBALG.A.P.

Et l'agroalimentaire pendant ce temps-là

On le sait, le marché de l'ananas transformé (conserve ou jus) et celui du fruit frais ont depuis toujours été deux mondes hermétiques, chacun ayant ses propres zones de production, contraintes agronomiques et dynamiques de marché. Voulant mélanger les deux mondes, la filière ananas frais de Côte d'Ivoire en a payé le prix fort dans les années 1970 quand, à la suite de la fermeture des conserveries, elle a tenté d'évacuer vers le marché du frais les volumes de fruits destinés à la transformation. Cette indépendance entre marchés est remarquable si on la compare à la guerre de parts de marché entre oranges fraîches et jus d'orange, ou plus généralement sur le marché des légumes. L'ananas semblait s'être sorti définitivement de cette chausse-trape. La frontière paraît pourtant se lézarder. Les agroindustriels sont désormais capables de proposer une offre alternative de qualité, loin des conserves au sirop lourd ou léger qui n'ont d'ananas que le nom. Les barres de chez « Coeur de fruits » (Compagnie fruitière), les coupelles IVe gamme de Del Monte ou de Dole, etc., se développent lentement. Reste à trouver le bon positionnement en termes de prix au détail car le choix en produits industriels se fait encore, pour la grande masse des consommateurs, entre conserves bas de gamme ou barquettes hors de prix.

Force est de constater que l'ananas est un exemple parfait de ce qu'un marché peut tirer d'un produit : en frais, en semi-frais, en jus, en conserve, labellisé bio ou équitable, de variété Cayenne lisse, Sweet, Victoria, « Pain de sucre », etc. D'autres marchés pourraient s'inspirer de ce foisonnement qui doit conduire à soutenir la très bonne tendance et à conserver ou retrouver une haute valeur ajoutée à tous les stades de la filière ■

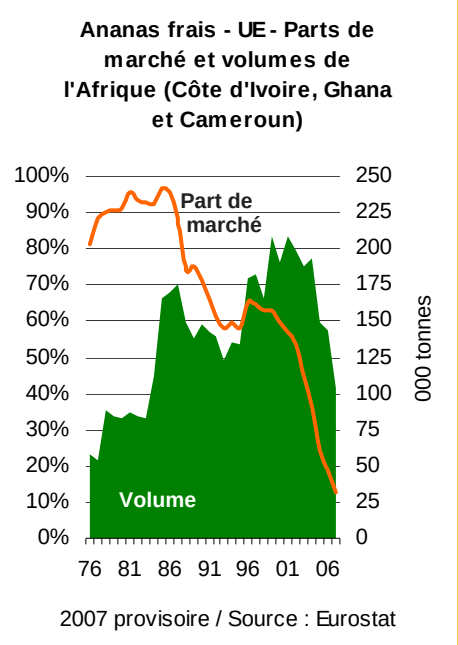
Denis Loeillet, Cirad
denis.loeillet@cirad.fr

© Photos Régis Domergue

Approvisionnement de l'UE : l'Afrique à la peine

Décidemment, l'Afrique ne retrouvera pas de si tôt sa place sur le marché européen et mondial de l'ananas. L'offre internationale se concentre de l'autre côté de l'Atlantique. En effet, l'Equateur rejoint le Costa Rica aux avant-postes des principaux fournisseurs du marché européen, avec près de 50 000 tonnes exportées en 2007. C'est d'ailleurs la plus forte progression du marché. L'Equateur n'est pas la seule origine à prendre position. Le Panama (+ 18 %, avec 37 000 tonnes) et le Brésil (+ 61 %, avec 26 000 tonnes) suivent la même tendance. Le Honduras est la seule origine du continent qui stagne (- 1 %, avec 26 000 tonnes).

La part de marché des trois premiers fournisseurs africains (Côte d'Ivoire, Ghana et Cameroun) tombe à 13 % en 2007, contre 19 % en 2006 et 60 % en 2000 ! Le recul de la Côte d'Ivoire (- 37 %, avec 59 000 tonnes) et du Ghana (- 13 %, avec 35 000 tonnes) atteint 40 000 tonnes sur un an. L'augmentation des volumes camerounais (+ 9 %, avec 9 300 tonnes) n'y change rien. L'Afrique c'est aussi quelques origines qui tentent de faire entendre leur différence via l'exportation par avion, en mettant en avant d'autres variétés comme le « Pain de sucre » ou en conservant comme cheval de bataille le Cayenne lisse. Le Bénin, le Togo, l'Ouganda et la Guinée ont exporté 3 525 tonnes vers l'UE en 2007.



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

Bilan de campagne ananas 2007

Par marché européen

Tout au long de la campagne, les ventes d'ananas sur les quatre principaux marchés suivis (Allemagne, Belgique, France et Pays-Bas) ont surtout concerné des volumes de Sweet. La France est le seul pays où on observe encore de véritables flux de consommation pour le Cayenne, les autres marchés cités se contentant d'approvisionner la clientèle des pays de l'Est toujours intéressée par cette variété. Toutefois, l'offre en Cayenne, très réduite en volume, a néanmoins été beaucoup plus régulière en qualité, même si elle a souffert d'un défaut de coloration à une certaine période. Des faiblesses ont été constatées pour l'offre en Sweet, surtout celle provenant du Costa Rica. Avec la multiplication des marques, une irrégularité des procédures de production s'est fait sentir pour aboutir à un fruit d'une tenue délicate en étalage ou en stockage, ce qui n'était pas le cas auparavant. Cette situation a permis de mettre en avant les autres origines latino-américaines et plus particulièrement le Panama dont les fruits ont bénéficié, sur l'ensemble de la campagne, d'une image de qualité plus fiable.

© Régis Domergue

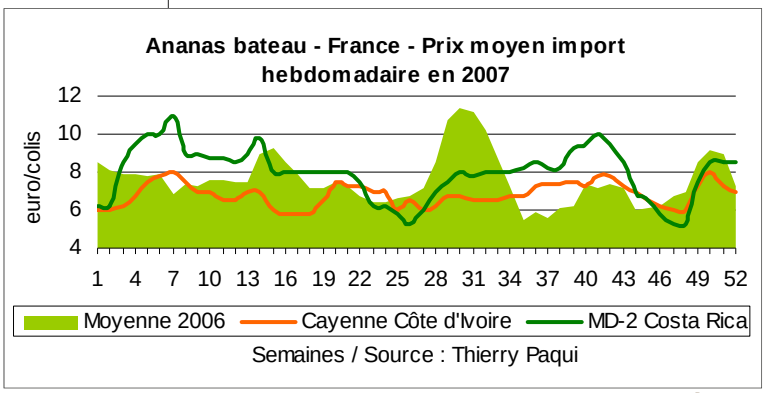
Il n'y a pas eu, comme ce fut le cas en 2006, d'envolée spectaculaire des cours à certains moments de la campagne, mais plutôt un écoulement régulier, avec des prix qui se sont maintenus dans des fourchettes assez stables, à quelques exceptions près. Encore une fois, ce sont les surplus de Sweet en provenance d'Amérique latine qui ont causé les deux principales baisses de prix au cours de la campagne écoulée.

France

Le décrochage qui s'est accentué entre les prix du Cayenne et ceux du Sweet est frappant, surtout si on compare les cours réalisés sur ce marché en 2007 à ceux de la campagne précédente. Le Sweet n'a pas connu, comme ce fut le cas précédemment, de hausses de prix vraiment spectaculaires. Il s'est écoulé de manière plus fluide et surtout à des prix plus réguliers, à deux exceptions près. S'il existe aussi bien un marché pour le Sweet que pour le Cayenne en France, il ne faut toutefois pas négliger les réexportations qui ont joué un rôle important dans la régulation des flux, surtout lorsque la demande sur le marché intérieur était au plus bas. De par la faiblesse de son offre, le Cayenne a été assez rapidement cantonné à un marché de plus en plus marginal, à l'exception des quantités trop importantes réceptionnées lors de la dernière quinzaine de l'année.

Dans l'ensemble, la campagne s'est plutôt bien déroulée sur le marché français, principalement en fonction de l'importance de l'offre en Sweet. Elle a connu deux périodes creuses, en juin et novembre, lorsque des volumes trop importants ont surchargé le marché et entraîné une chute des cours.

Les quantités de Sweet ont continué de croître durant cette campagne, sans toutefois être aussi importantes qu'au début 2006. Cela a eu un effet notable sur les cours qui ont pu afficher une différence plus nette par rapport à ceux du Cayenne, ce qui n'avait pas vraiment été le cas en 2006. Durant la première partie de la campagne, de janvier à Pâques, l'offre en Sweet a été moins large que prévu. La demande a connu une forte progression, surtout en février, permettant aux opérateurs de réaliser de bonnes ventes. Toutefois, bien que l'offre n'ait pas été trop importante, un léger fléchissement de la demande a été ressenti. Anticipant l'impact que pourrait avoir cette



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

Sworld®

Importateur de fruits et légumes exotiques et de contre-saison

www.sworld.com

Siège social :
57, rue de la Réunion
BP119 - 94538 Rungis – France
Tél. : +33 (0)1 56 34 05 05
Fax : +33 (0)1 56 34 00 10
e-mail : paris@sworld.com

London Office :
140 New Cavendish Street
London W1W 6YE – England
Tél. : +44 (0)20 7436 2646
Fax : +44 (0)20 7580 4744
e-mail : london@sworld.com

SYSTEM CERTIFICATION ISO 9001:2000 SGS

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

© Denis Loeillet

baisse sur les cours à la veille des fêtes de Pâques, de grandes marques comme Del Monte ont adopté des politiques assez agressives, proposant leurs produits aux mêmes prix que ceux des autres origines latino-américaines, soit deux voire trois euros de moins qu'à l'accoutumée. Cela a eu pour effet d'accentuer la pression sur les ventes des autres marques latino-américaines dans la mesure où, à prix égaux, les clients préféraient les marques reconnues. Pendant cette première partie de la campagne, les ventes de Cayenne ont été assez stables bien que légèrement inférieures à celles de 2006. La principale raison de ce tassement des cours tient à la mise en marché plus régulière des volumes de Sweet. A cela il faut ajouter les soucis de qualité (manque de coloration), rencontrés par la plupart des exportations ivoiriennes de Cayenne à la suite du renforcement des contrôles au départ concernant l'application d'Ethrel.

Après les fêtes de Pâques, la demande a connu son repli habituel, alors que les volumes de Sweet, eux, continuaient de progresser. La baisse des cours amorcée en mai a duré jusqu'au mois de juillet. Les niveaux étaient au plus bas en juin au moment où l'offre était la plus élevée et où la demande s'orientait vers les fruits de saison. De grandes marques comme Del Monte accentuaient la pression sur le marché en baissant leurs prix. Alors que l'offre en Sweet continuait de progresser, celle en Cayenne ne cessait de décroître.

En juillet et août, les opérateurs ont essentiellement géré leurs stocks. C'est alors que les premiers soucis de qualité sont apparus sur certains fruits du Costa Rica évoluant mal.

La nette remontée des cours amorcée à partir du mois d'août est la résultante de plusieurs facteurs. Dans un premier temps, à partir de juillet, l'offre latino-américaine a considérablement chuté, au point d'être largement inférieure à la demande qui n'était pourtant pas élevée. Cette importante baisse de l'offre a été accentuée par le fait que les opérateurs latino-américains préféraient approvisionner le marché nord-américain plus actif et plus dynamique, mais surtout plus rémunérateur que le marché européen. La faiblesse de l'offre, alliée à une demande qui continuait d'augmenter, a permis aux cours de progresser jusqu'en octobre, malgré des soucis de qualité croissants sur certaines marques de Sweet. Pendant cette période, l'offre en Cayenne est restée très faible, à un niveau confidentiel.

© Régis Domergue

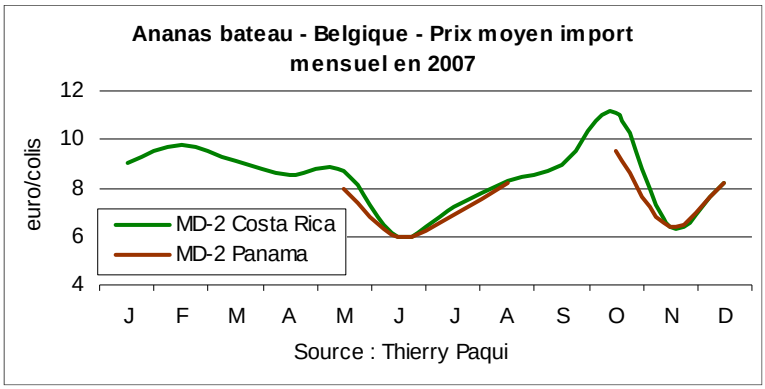
En novembre, l'arrivée de volumes très importants de Sweet a fait craindre le pire aux opérateurs. Le marché a été vite saturé et, dès la deuxième quinzaine, il a fallu procéder à des ventes de dégagements à des prix aussi bas que 4.50 euros/colis. Encore une fois, la faiblesse de l'offre en Cayenne a permis à ses cours de ne pas plonger à la suite de ceux du Sweet. Certes ils étaient bas mais ils se sont maintenus légèrement au dessus de ceux du Sweet pendant un mois.

Les ventes de dégagement se sont poursuivies jusqu'à la deuxième quinzaine de décembre. La baisse des volumes de Sweet a alors permis une légère remontée des cours. En revanche, l'offre en Cayenne a été très importante tout au long de décembre, avec en milieu de mois plus de 10 000 palettes réceptionnées sur une quinzaine de jours ! Si début décembre les ventes de Cayenne se sont bien déroulées, les lots proposés étant de bonne qualité, par la suite l'arrivée de volumes trop importants de fruits matures et plusieurs soucis logistiques (tempêtes ayant affecté l'arrivée des navires et mise à disposition tardive des fruits) ont empêché les opérateurs de profiter des bonnes conditions du marché. Les fruits, presque entièrement destinés aux marchés de l'Est et plus particulièrement à la Russie, n'ont pu être embarqués et livrés à temps, ce qui a donné lieu à de multiples annulations de vente. Les cours utilisés ici comme référence pour le calcul des moyennes se basent sur une partie des ventes faites en France et ne concernent, par conséquent, qu'une partie des volumes dans la mesure où le marché français n'était pas leur principal débouché à cette période de l'année. Selon les opérateurs de la filière, les litiges découlant des annulations de vente de décembre restent toujours à trancher et ne manqueront pas d'affecter à la baisse l'estimation donnée ici.

Belgique

La campagne ananas s'évalue au regard des ventes de Sweet en provenance d'Amérique latine et en particulier du Costa Rica, car le marché belge ne consomme que cette variété. Certes quelques palettes de Cayenne sont réceptionnées sur une base régulière, mais elles sont destinées aux marchés de l'Est. La campagne qui s'est achevée n'a pas dérogé à la règle et s'est bien déroulée dans l'ensemble, les réexportations ayant joué également un rôle important.

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



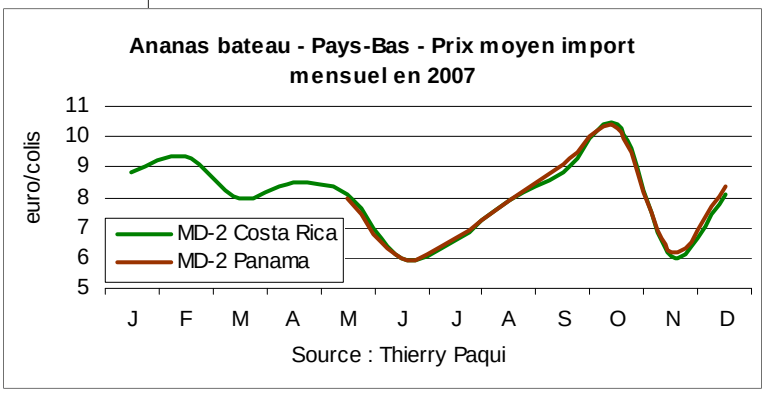
La relative bonne situation des cours sur ce marché tient principalement à un faible approvisionnement sur l'ensemble de la campagne. L'offre n'a jamais été véritablement supérieure à la demande, ce qui a permis de maintenir des niveaux de prix corrects et supérieurs en moyenne à ceux pratiqués en France par exemple. Toutefois, comme les autres marchés européens suivis, le marché belge a connu une forte chute des cours en juin et en novembre. Il a semblé moins touché par l'accroissement des volumes d'Amérique latine observé dès le mois de mai. Certes la demande connaissait un léger repli, mais ce sont surtout les problèmes de qualité de l'offre du Costa Rica, principale origine présente sur le marché, alliés à une diminution de la demande qui ont amorcé la baisse des prix. L'arrivée en juin de volumes de plus en plus importants alors que la demande était presque inexistante a fini par plonger le marché dans un état de dépression. Afin de faire face à cette situation, les opérateurs ont tous pratiqué des ventes de dégagement à des cours aussi bas que 4 euros/colis. Malheureusement, la faiblesse de la demande ainsi que des soucis de qualité récurrents sur les fruits du Costa Rica n'ont pas permis une embellie rapide du marché. Fin août, à la suite de la baisse significative des arrivages en provenance d'Amérique latine, on a assisté à une remontée progressive des cours qui ont atteint leur niveau le plus élevé courant octobre. En novembre, l'arrivée de volumes trop importants, de même que la baisse de la demande, ont fait encore plonger les cours. Pour faire face aux lots de resserre qui se constituaient, les opérateurs ont procédé à de nombreuses ventes de dégagement à des cours très bas afin de se débarrasser de ces fruits avant la période de Noël, qui est habituellement la plus rentable sur le marché de l'ananas. L'embellie est arrivée au cours de la deuxième semaine de décembre et a duré jusqu'à la veille de Noël, avant que la dynamique ne soit interrompue par la succession de longs weekends qui a provoqué une baisse de la demande.

© Régis Domergue

Pays-Bas

C'est le marché de réexportation par excellence. Les ventes sur le marché intérieur se font à des cours légèrement supérieurs à ceux présentés dans le graphique. Tout au long de la campagne, les Pays-Bas ont également reçu des arrivages de Cayenne, mais il ne s'agissait souvent que de lots rachetés auprès d'opérateurs français ou allemands en vue de réexportation vers les pays de l'Est. La consommation sur le marché intérieur et les principales ventes effectuées vers les autres marchés européens du Nord et du Sud concernaient presque exclusivement le Sweet. Les opérateurs néerlandais, habitués à traiter d'importants volumes de fruits, ont souvent noté une dépréciation de la qualité de l'offre du Costa Rica, surtout la tenue au stockage des fruits des petites marques. Cette irrégularité de qualité a poussé les opérateurs à diversifier davantage leurs sources d'approvisionnement, permettant ainsi à une origine comme le Panama de mieux se positionner.

En début de campagne, l'offre était assez basse. En février, les cours étaient intéressants car la demande était largement supérieure à l'offre. Pour autant, il n'y a pas eu d'envolée des prix comme l'espéraient certains opérateurs. La demande en provenance des marchés du Sud (Espagne et Italie) et du Nord (Allemagne principalement) permettait surtout de maintenir un certain dynamisme du marché. Les opérateurs furent donc assez inquiets quand, dès le mois de mars, les volumes d'Améri-



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

que latine commencèrent leur progression lente mais régulière avant Pâques, alors que la demande n'était pas exceptionnelle. Tous craignaient que l'arrivée de volumes trop importants fasse chuter les cours. C'est donc avec une certaine satisfaction qu'ils ont constaté la fluidité des ventes entre mars et mai. La situation s'est compliquée début juin. En effet, avec l'arrivée rapide du beau temps les fruits de saison ont pris une place importante dans les linéaires alors même que l'offre en Sweet d'Amérique latine continuait de progresser. Sous la pression de volumes trop importants et d'un désintérêt pour l'ananas, les cours ont connu une chute qui a été d'autant plus durement ressentie qu'elle a commencé juste avant le début des vacances et s'est poursuivie tout au long du mois de juillet. Les ventes de dégagement ainsi que la baisse de l'offre latino-américaine ont permis une remontée des cours à partir d'août qui a duré jusqu'en octobre, meilleur mois de la campagne. Il faut toutefois préciser que ces bonnes ventes n'ont été possibles que par la faiblesse des volumes disponibles et qu'elles n'ont donc pas porté sur de grosses quantités. Novembre aura pris bon nombre d'opérateurs par surprise. En moins d'une semaine, sous la pression de larges volumes, la demande a flanché. Pour limiter la dégradation des conditions de marché et éviter la constitution de stocks trop importants pour la période de Noël, les opérateurs ont donc procédé à plusieurs ventes de dégagement qui ont permis de réduire la pression et de revenir à des cours corrects.

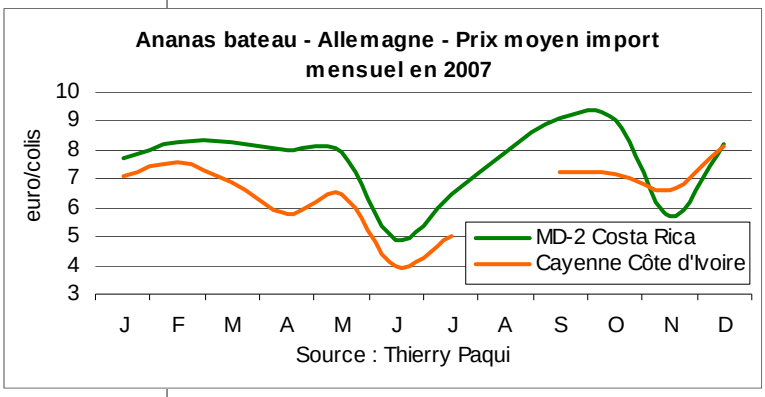
Allemagne

Avec la France, le marché allemand est un des rares où se retrouvent lots de Cayenne et de Sweet. Si ces derniers ont leur clientèle bien implantée, il en va autrement pour ceux de Cayenne qui, en fait, ne font que transiter dans ce pays. Deux raisons à cet état de fait. La première tient au désintéressement de la clientèle pour un fruit dont la qualité a trop souvent été sujette à caution. La deuxième est liée à l'importance du rôle que jouent sur ce marché la grande distribution et les hard discounters, qui exigent de plus en plus des certifications privées de type Globalgap. Ces critères ont contribué à exclure progressivement les lots de Cayenne, certifiés tardivement. Ceux vendus dans ce pays ont, dans la quasi-totalité, été réexportés vers les pays de l'Est.

© Régis Domergue

A l'exception des deux périodes de baisse connues par tous les marchés européens, les cours auront été dans l'ensemble assez réguliers, avec toutefois des niveaux de prix légèrement inférieurs à ceux des autres marchés. Ceci s'explique principalement par le rôle joué par les hard discounters dans l'écoulement des marchandises et la fluidité des ventes.

En début de campagne, le marché était faiblement approvisionné en fruits. La demande pour le Sweet était bonne mais sans pour autant permettre une nette remontée des cours. De janvier à février, les lots de Cayenne disponibles eux aussi en très faibles volumes faisaient à peu près jeu égal avec ceux de Sweet, à tel point que des opérateurs regrettaient l'absence de certification de certaines marques de Cayenne qui les empêchait de mettre ces fruits sur le marché allemand. Avec l'augmentation des volumes de Sweet sur les marchés européens à partir de mars, les cours du Cayenne ont progressivement décroché par rapport à ceux du Sweet. L'arrivée de volumes importants de Sweet en juin, alors que la demande était orientée vers les fruits de saison, a mis les ventes de Cayenne sous pression. On a vu alors des lots partir à des prix aussi bas que 3 euros/colis, tandis que la situation n'était guère meilleure sur le marché du Sweet avec des ventes avoisinant 4 euros/colis. L'évacuation des lots de resserre en juillet, facilitée par la réduction des apports de Sweet, n'a pas eu les effets escomptés sur la demande en Cayenne. Les opérateurs ont donc volontairement interrompu leur approvisionnement dès les premières semaines de juillet pour ne les reprendre qu'en septembre. Le retour sur le marché des lots de Cayenne a coïncidé avec une réduction de l'offre latino-américaine. La remontée des cours qui s'en est suivie au profit du Sweet n'a pas vraiment profité aux exportations de Cayenne qui sont restées assez stables. Il faut noter que, tout au long de la campagne, l'offre en Cayenne a quand même été très limitée sur ce marché. Lors de la deuxième période de chute des cours en novembre, les lots de Cayenne en petit nombre ont moins souffert, réussissant même à se maintenir légèrement au dessus de ceux du Sweet pendant un moment. Grâce aux opérations de promotion, les hard discounters ont permis d'assainir le marché en écoulant les stocks. Cela a permis d'observer en fin d'année une légère remontée des cours du Sweet et de ceux du Cayenne destiné aux marchés de l'Europe de l'Est ■



Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

www.acp-export.biz

Pour trouver ou mieux connaître vos fournisseurs, producteurs-exportateurs d'Afrique, des Caraïbes et de la zone Pacifique.

Ce réseau (« webring ») a été mis en place dans le cadre du programme PIP du COLEACP qui est financé par le FED. La volonté du PIP et plus généralement du COLEACP est, par la mise en place de ce nouveau système d'informations, de promouvoir les opérateurs ACP qui se sont engagés dans une démarche de gestion complète de la qualité sanitaire.

ANANAS, ANANAS BIO, LITCHIS, HARICOTS VERTS, MANGUES, PAPAYES, BABY CORNS, POIS, AUBERGINES...

COLEACP

Pour un commerce horticole durable

Programme PIP
COLEACP - UGPIP
Rue du Trône, 98 bte 3
B-1050 Brussels - Belgium
Tel.: +32 (0)2 508 10 90
Fax: +32 (0)2 514 06 32

Design: www.inextremis.be

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

Marché européen de l'ananas avion

Un marché en péril ?

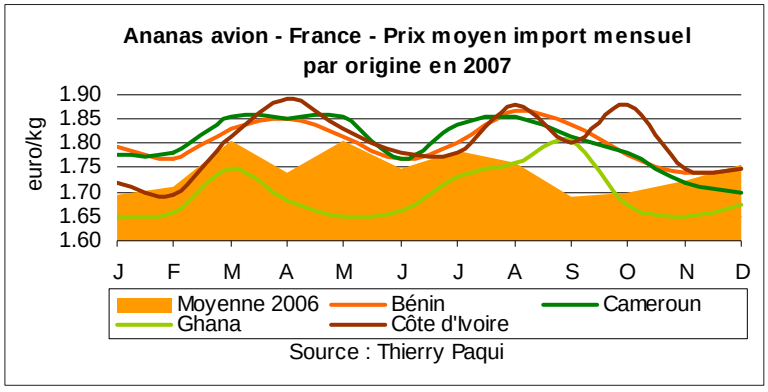
Même si on trouve des flux d'ananas expédiés par avion en Belgique et en Suisse, rares sont les marchés aussi développés que celui de la France. Les opérateurs spécialisés sur ce mode de transport ont davantage d'exigences de qualité que les autres. Les produits avion s'écoulent vers des marchés de niche et, par conséquent, doivent présenter certaines garanties de qualité et de fraîcheur supérieures à celles des fruits acheminés par bateau.

Des défauts qui s'additionnent

Les défauts reprochés aux origines qui exportent des ananas par avion vers le marché français restent globalement les mêmes : qualité trop irrégulière, marchandise livrée non représentative d'une qualité avion. On note aussi plus spécifiquement des fruits d'aspect souvent terne, la présence de cochenilles, mais surtout des fruits de coloration verte, alors que la présentation et la couleur font partie des éléments essentiels de la commercialisation des ananas.

Variables selon les pays fournisseurs, les défauts peuvent se regrouper en problèmes découlant des systèmes de production (rachat de fruits bord champs, absence de réelles structures de production parfois) et des infrastructures de conditionnement (absence de réelles infrastructures permettant le traitement, mais surtout le tri des fruits). A cela, il faut ajouter toute la question de l'emballage et de la présentation, car les colis manquent souvent de résistance et ne permettent pas une meilleure valorisation des productions.

La campagne 2007 n'a pas vraiment dérogé à la règle et ces petits problèmes, mis bout à bout, finissent par sérieusement handicaper le développement du marché avion. On ne peut que regretter ce qui semble être surtout dû à un manque de formation du personnel chargé du tri des fruits.



Source : Thierry Paqui

Les ventes en PAV se multiplient

Les opérateurs font état d'un nombre croissant de ventes en PAV (prix après vente) qui semblent maintenant être devenues la règle sur ce marché, les importateurs y ayant de plus en plus recours afin d'écouler leurs stocks.

Tous les ananas présents sur le marché ont été vendus pratiquement sur les mêmes bases de prix, à l'exception de ceux du Ghana dont les coûts de fret sont plus faibles.

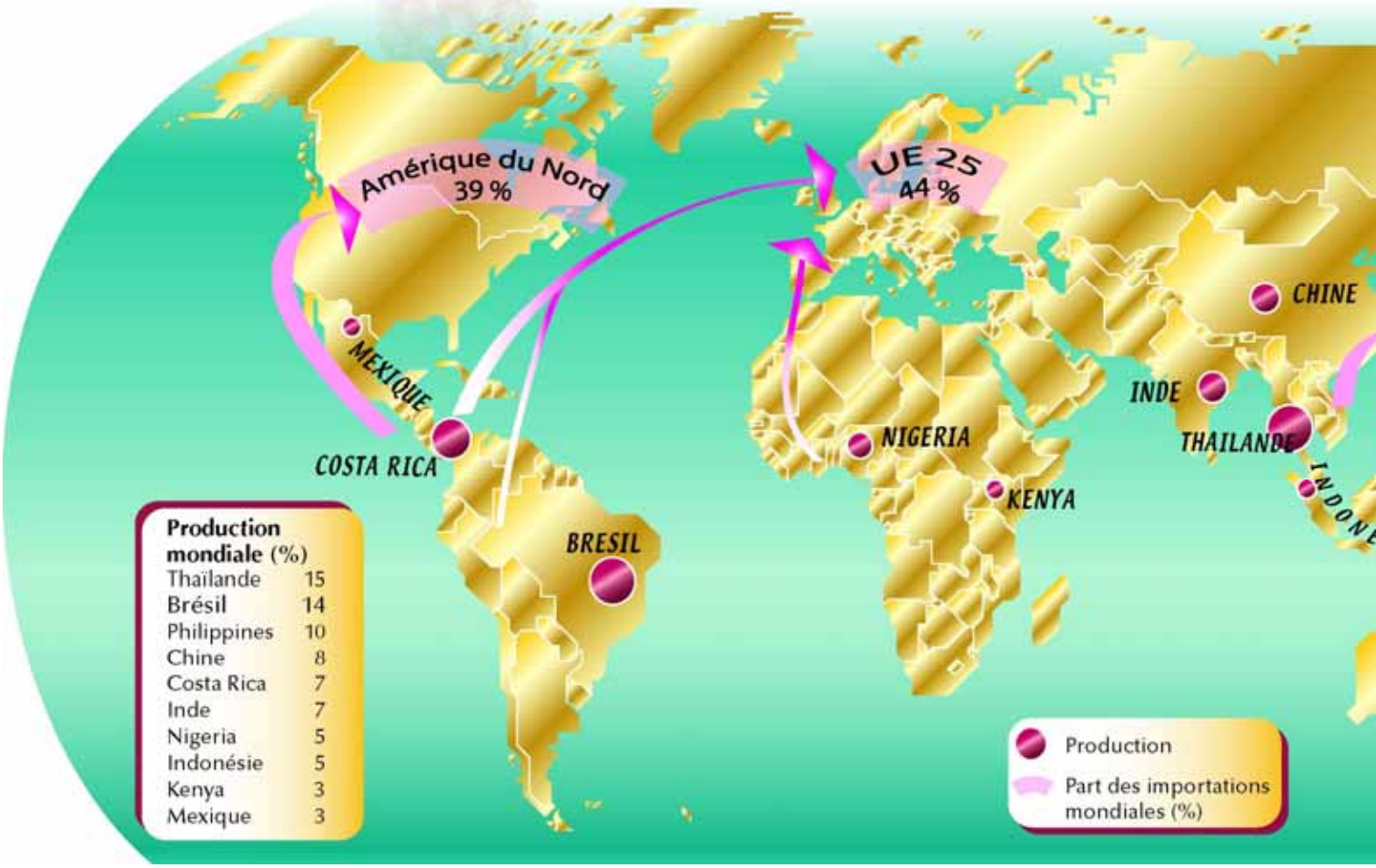
Avec des Cayenne et des « Pains de sucre », la campagne du Bénin a été assez correcte. Si on admet volontiers que les fruits de cette origine ont une bonne qualité gustative, il faut également reconnaître que la filière n'exploite pas tout son potentiel. Sur l'ensemble de la campagne, les ananas ont été très irréguliers, surtout au niveau de la coloration. Les meilleures ventes ont été réalisées en mars-avril et août-septembre. Ces deux périodes correspondent à des moments où l'offre en ananas avion était particulièrement faible, ce qui a permis aux opérateurs de maintenir un bon niveau de prix. Cependant, on peut regretter que malgré une offre très faible les prix n'aient réussi à franchir le seuil de 1.90 euro/kilo qu'à de rares occasions. La commercialisation des fruits du Bénin a également été perturbée par la présence sur le marché d'autres ananas de cette origine, de qualité moyenne et proposés à des prix très bas. Dans certains cas, on trouvait des fruits à environ 1.50 euro/kilo, alors que les cours avoisinaient 1.70-1.80 euro/kilo. Les lots de « Pains de sucre », qui avaient donné l'impression en 2006 de vouloir supplanter les expéditions de Cayenne, ont connu un tassement des volumes. Leurs cours ont été aussi moins réguliers, avec des ventes situées entre 1.90 et 2.00 euros/kilo, contre 2.00 à 2.10 euros/kilo en 2006.

© Régis Domergue

suite page 24

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

Ananas... une production de 18 200 000 t et un commerce mondial d'environ 2 000 000 t



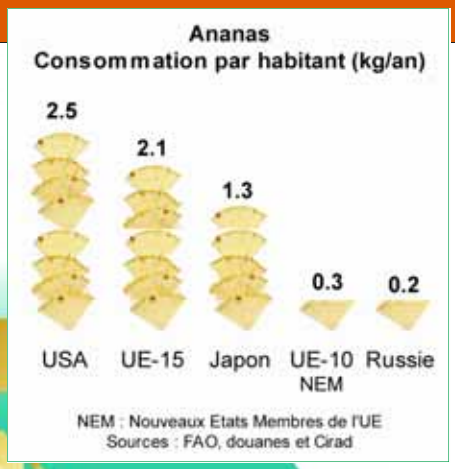
Ananas — Importations des Etats-Unis												
tonnes	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Total	**135 255**	**203 993**	**252 848**	**283 097**	**318 837**	**321 299**	**405 714**	**476 660**	**511 050**	**577 792**	**634 069**	**696 820**
Costa Rica	84 695	154 183	200 899	226 029	257 783	261 199	344 731	399 826	392 323	438 954	522 520	574 954
Equateur	3 943	4 193	2 289	5 163	6 505	8 443	17 780	28 578	33 608	37 199	35 830	33 411
Mexique	7 987	15 414	17 597	14 491	17 200	24 527	18 041	14 974	27 033	27 339	22 073	29 018
Guatemala	398	100	266	1 718	633	2 531	733	2 918	17 563	32 491	33 069	27 474
Honduras	27 099	24 680	26 950	33 555	32 841	20 122	20 629	24 728	34 419	32 988	12 685	20 160
Panama	2 553	256	136	0	125	255	422	482	1 762	3 774	3 373	7 754
Thaïlande	2 803	2 404	2 951	2 093	2 837	3 605	3 095	4 191	3 996	4 548	3 488	3 264
Autres	5 778	2 763	1 760	48	913	617	284	962	347	458	1 032	786

Source : douanes USA

Ananas — Importations du Japon												
tonnes	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Total, dont	**96 618**	**96 087**	**84 710**	**89 866**	**100 092**	**118 344**	**122 871**	**122 690**	**142 281**	**155 426**	**152 479**	**165 794**
Philippines	96 274	95 648	84 016	88 329	98 378	115 818	120 164	120 482	139 165	152 577	151 567	165 118
Taïwan	343	378	635	1 000	832	938	368	861	1 025	841	421	459
Etats-Unis	1	1	12	-	-	533	1 138	579	1 786	1 751	385	16
Chine	-	28	30	261	416	533	730	596	263	252	106	167
Malaisie	-	-	-	-	274	255	197	-	19	-	-	-
Equateur	-	-	-	-	-	26	3	-	-	-	-	-
Thaïlande	-	32	17	274	192	240	270	66	23	5	-	-

Source : douanes japonaises (code 080430010)

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

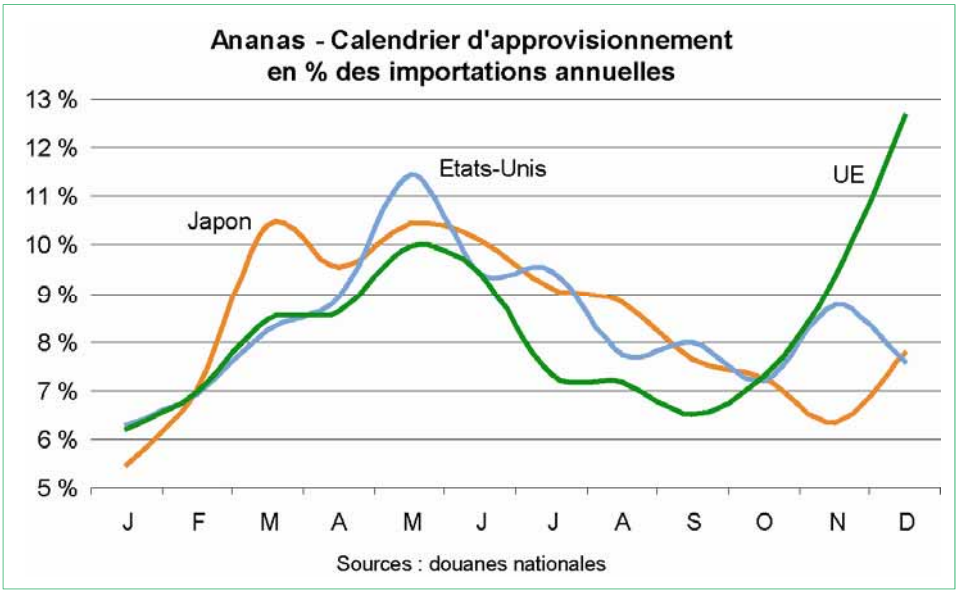


Ananas Production mondiale	
2006	tonnes
Monde	**18 201 076**
Thaïlande	2 705 179
Brésil	2 487 116
Philippines	1 833 910
Chine	1 400 000
Inde	1 229 400
Costa Rica	1 200 000
Indonésie	925 082
Nigeria	895 000
Mexique	627 831
Kenya	600 000
Vietnam	470 000
Colombie	419 647
Venezuela	356 879

Ananas Exportations mondiales	
2007	tonnes
Monde	**2 000 000**
Costa Rica	1 346 326
Philippines	214 914
Equateur	82 600
Honduras	61 069
Côte d'Ivoire	60 000
Ghana	49 196
Panama	45 000
Guatemala	40 359
Mexique	33 075
Brésil	26 000
Malaisie	19 445
Etats-Unis	15 000
Chine	12 000

Ananas Importations mondiales	
2007	tonnes
Monde	**2 000 000**
UE 15*, dont	823 900
Belgique	281 093
Pays-Bas	158 463
Royaume-Uni	106 568
Italie	85 450
Espagne	68 681
France	46 912
Etats-Unis	697 000
Japon	165 800
Canada	83 929
NEM**	49 000
Corée du Sud	48 763
Russie	22 870

* origines extra-communautaires, ** 12 nouveaux états membres de l'UE / 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**
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**	**823 883**
Costa Rica	64 312	83 400	79 024	106 225	112 740	135 024	139 172	179 154	250 425	363 169	500 128	565 737
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	59 272
Ghana	22 191	23 912	18 968	25 659	29 321	32 590	35 745	43 093	51 421	44 984	40 109	35 182
Equateur	133	16	521	1 233	348	3 564	7 823	19 575	27 521	32 598	36 570	49 243
Panama	0	18	214	16	17	35	0	3 649	9 627	12 111	31 394	37 150
Honduras	10 289	10 005	9 602	6 370	5 176	9 111	13 385	13 329	17 571	25 275	26 581	26 336
Brésil	114	18	107	54	52	220	230	802	10 233	12 675	16 382	26 367
Cameroun	3 156	3 604	5 747	5 710	2 975	2 098	2 005	3 484	3 963	4 411	8 493	9 291
Guatemala	74	8	12	9	31	73	471	570	3 476	3 255	4 678	3 715
Afrique du Sud	2 389	2 502	3 043	3 543	4 641	5 030	5 326	4 855	4 560	4 604	3 404	2 043
Thaïlande	565	556	747	1 404	1 154	844	1 625	2 158	1 772	1 985	3 359	3 692
Bénin	861	320	341	357	591	676	898	936	1 206	1 155	1 333	1 874
Autres	16 744	2 794	3 307	4 226	3 080	3 246	2 267	3 596	4 150	3 579	4 069	3 981
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**	**418 164**
Pays-Bas	11 189	11 387	11 174	22 137	14 011	24 081	26 145	34 814	56 760	81 661	139 341	122 071
Belgique	35 450	30 466	26 890	43 945	38 885	31 545	48 285	50 398	75 128	102 314	117 123	149 027
France	78 775	74 588	67 316	90 343	78 639	86 301	106 340	84 325	75 830	59 748	55 745	32 701
Allemagne	9 564	8 221	8 891	11 987	12 023	8 915	11 586	25 209	32 052	44 511	47 020	29 535
Espagne	5 211	6 810	3 318	4 762	5 795	16 216	13 836	7 812	8 309	12 835	18 211	27 828
Portugal	36	1 050	437	796	2 014	3 786	17 597	27 692	24 965	20 151	14 546	9 648
Italie	4 690	4 707	6 967	11 085	5 452	8 323	7 030	13 801	10 592	7 285	14 486	24 091

Source : Eurostat

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

Pourtant d'une qualité plus régulière, les ananas du Cameroun n'ont pas réussi à mieux se vendre que ceux du Bénin. La faute en revient à la difficulté de vraiment comprendre l'offre camerounaise. Elle a été très variable, avec des fruits de très bonne qualité proposés à des prix élevés (entre 1.75 et 1.90 euro/kilo) et d'autres plus irréguliers, qui ont affecté l'image générale de l'origine et se sont négociés dans des fourchettes de prix souvent assez basses, avoisinant 1.60 voire 1.50 euro/kilo.

Les expéditions du Ghana ont été les plus régulières en volume. En dehors du fait qu'ils se vendent moins chers grâce à des coûts de fret moins élevés, les fruits de cette origine souffrent d'une image déplorable, ce qui cependant ne les a pas empêchés d'être écoulés en grande quantité.

L'offre en provenance de Côte d'Ivoire est restée assez réduite, quand on considère le potentiel de production de l'origine. Très limités en volume, ces fruits ont connu des soucis de qualité en début de campagne, qui ont poussé les opérateurs à réduire leur offre en attendant une amélioration. Une fois la qualité stabilisée, ils étaient proposés sur les mêmes bases de prix que ceux des autres origines, même s'ils se négociaient mieux lorsque l'offre était plus faible.

La Guinée a refait une incursion brève mais remarquée sur le marché de l'ananas avion. Son offre était très réduite et limitée en volume. Bien travaillée et se positionnant sur un créneau de niche, elle était mise en marché par une entreprise qui essaie d'assurer un certain contrôle sur la commercialisation de ses produits. Malheureusement, la faiblesse des volumes et des soucis de qualité ont obligé l'origine à interrompre ses envois assez rapidement ■

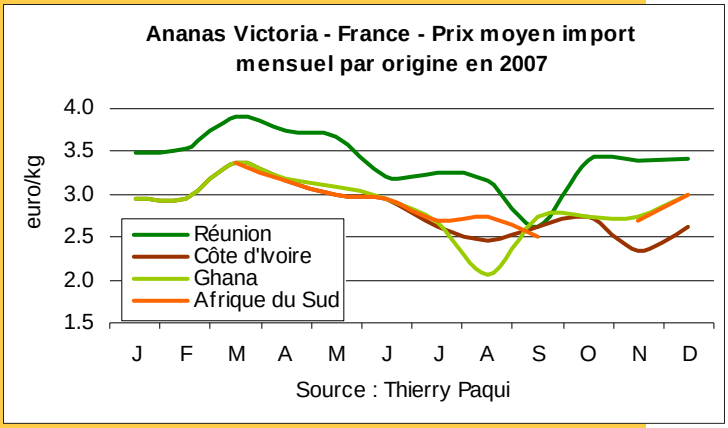
Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

© Denis Loeillet

© Régis Domergue

Le Victoria déçoit

Le marché du Victoria constitue le deuxième volet de l'offre d'ananas avion. Les origines retenues pour cette analyse sont celles qui ont été présentes sur le marché avec le plus de régularité. Le déroulement de la campagne a été marqué par une très grande irrégularité de l'approvisionnement et de la qualité des lots réceptionnés. Si la Réunion reste toujours la référence en matière de qualité, avec des lots largement au-dessus de ceux des autres origines, on a pu observer une forte augmentation des volumes en provenance de la Côte d'Ivoire et parfois du Ghana qui ont exercé une certaine pression sur les ventes. Dans l'ensemble, l'approvisionnement en Victoria a été faible et mal réparti sur la campagne. La campagne écoulée peut se décomposer en trois mouvements. Durant la première partie, de janvier à mai, l'offre était limitée mais la demande, sans être développée, permettait d'écouler les fruits mis en marché de manière régulière. C'est pendant cette période que les opérateurs ont obtenu les meilleurs prix. Les lots proposés étaient assez irréguliers en qualité, manquant souvent de coloration. A partir de juin, la demande des opérateurs s'est principalement orientée vers les fruits de saison et n'est pas revenue à un niveau plus élevé jusqu'à la fin de la campagne. L'offre en Victoria, toujours irrégulière en qualité avec souvent des fruits grisâtres, a eu du mal à se positionner et on a assisté à un déclin tant de la demande que des prix jugés trop élevés pour des fruits trop hétérogènes. La chute des cours s'est poursuivie de juin à fin septembre. La remontée des prix observée en fin d'année, d'octobre à décembre, a plus été le fait de la faiblesse de l'offre que de la reprise de la demande. La campagne s'est achevée sans que la demande ni les ventes ne progressent vraiment. On n'a pas observé d'augmentation des cours comme c'est le cas habituellement durant la période des fêtes de fin d'année pour un fruit pourtant considéré comme un exotique festif. La campagne de Victoria s'est terminée sur une interrogation des opérateurs, assez perplexes quant à l'avenir du commerce de ce fruit.



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

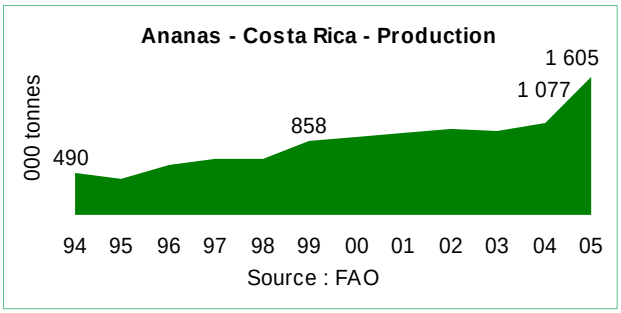
Fiche pays producteur

L'ananas au Costa Rica

Le Costa Rica est devenu, en moins de dix ans, le quatrième producteur et le premier exportateur mondial d'ananas. Ce développement explosif est à mettre à l'actif d'une combinaison gagnante entre une variété bien adaptée au commerce international, le Sweet, et la puissance industrielle et commerciale d'un groupe multinational promoteur historique de la culture d'ananas dans le pays, Del Monte. L'explosion des surfaces et du nombre d'opérateurs depuis 2003, dans un contexte de forte montée de la concurrence internationale, a provoqué une nette baisse de rentabilité de la culture.

Localisation

Les plantations, qui couvrent environ 27 000 ha en 2005, sont principalement concentrées dans deux zones de la vaste plaine alluviale du nord-est du pays. La région située au nord de la province de Limon, autour de la ville de Guacimo, assure environ 23 % de la production nationale. La forte humidité rend les conditions de culture seulement acceptables dans cette zone traditionnelle de culture bananière, mais la présence d'infrastructures et la proximité du port de Limon sont des points forts. La région de San Carlos, située plus à l'est à l'intérieur des terres, a pris en quelques années la place de leader et assure environ 50 % de la production. Les conditions de culture sont excellentes dans cette zone pionnière, traditionnellement dédiée à l'élevage extensif, où les petits producteurs sont très présents. La zone historique de développement de la culture, située au sud du pays dans la province de Puntarenas, assure environ 27 % de la production. Del Monte demeure l'acteur ultra-dominant de cette région, avec sa vaste plantation industrielle PINDECO située près de la ville de Buenos Aires.



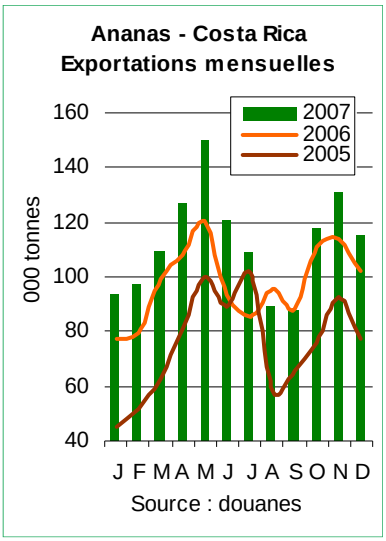
Ananas - Costa Rica - Exportations				
En tonnes	**Total, dont**	**Etats-Unis**	**UE**	**Autres**
1997	**244 880**	134 898	103 271	6 712
1998	**264 563**	149 135	106 678	8 749
1999	**327 187**	170 730	136 224	20 232
2000	**323 064**	183 417	136 161	3 486
2001	**396 645**	227 016	165 963	3 666
2002	**454 672**	271 339	177 784	5 549
2003	**555 407**	331 601	221 548	2 259
2004	**694 140**	383 519	307 142	3 479
2005	**900 963**	466 755	432 517	1 691
2006	**1 175 697**	589 635	577 437	8 624
2007	**1 346 326**	655 095	677 209	14 022

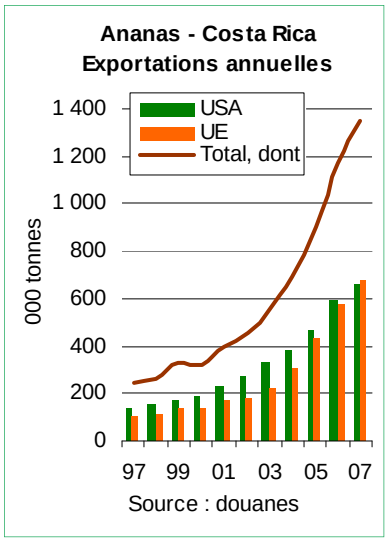
Source : douanes nationales

Production et exportations

L'émergence de l'industrie costaricienne de l'ananas est récente et étroitement liée au nom de Del Monte. La première étape de son développement fut la mise en place en 1978 de PINDECO, plantation industrielle de pointe dédiée à l'exportation de la variété Champaka. La production a atteint 450 000 t à la fin des années 1980, puis a plafonné par la suite car cette variété, dont l'épiderme reste vert à maturité, n'a pas percé sur certains marchés majeurs. L'introduction dans cette même plantation de l'ananas Sweet ou MD-2, peu acide et bien adapté au transport par bateau, alliée à la puissance d'une multinationale en matière de structure de production et de marketing, a marqué le début d'une success story exemplaire qui a radicalement changé le marché mondial. La production a amorcé un développement rapide à partir de 1996 pour répondre au vif succès commercial rencontré tant aux Etats-Unis qu'en Europe, approchant un million de tonnes au début des années 2000. L'entrée officielle de cette variété dans le domaine public en 2003 a provoqué une explosion des surfaces cultivées et du nombre d'exportateurs, tant au Costa Rica que dans d'autres pays d'Amérique latine. Les volumes exportés, qui s'étaient développés progressivement pour atteindre 550 000 t en 2003, ont explosé ces trois dernières années pour frôler les 1.4 million de tonnes en 2007. Les surfaces continuent de se développer dans le nord-est du pays, malgré une baisse de rentabilité de la culture et du niveau qualitatif moyen ces dernières années.

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





Ananas - Costa Rica - Exportations mensuelles en 2007

	Total, dont	**USA**	**UE**	**Autres**
Janvier	93 338	48 114	43 669	1 555
Février	97 354	45 948	50 092	1 314
Mars	109 214	55 646	52 744	824
Avril	127 251	61 139	64 562	1 550
Mai	150 015	68 039	80 197	1 779
Juin	120 291	59 995	59 372	923
Juillet	108 444	58 351	49 023	1 070
Août	88 772	44 683	43 725	365
Sept.	87 642	49 395	37 469	778
Oct.	117 840	59 563	56 945	1 332
Nov.	130 863	51 147	78 215	1 501
Déc.	115 302	53 075	61 197	1 030
Total	**1 346 326**	**655 095**	**677 209**	**14 022**

Logistique

Les fruits sont acheminés par voie terrestre jusqu'au port de Limon, d'où ils sont exportés par navires dédiés ou containers vers deux marchés principaux, les Etats-Unis et l'Union européenne (environ 10 à 14 jours vers l'UE pour de la logistique dédiée).

© Denis Loeillet

La culture de l'ananas

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*

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.

© Claude Teisson

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.

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.

Ethéphon à 0.5 mg/kg : l'échéance se rapproche

La limite maximale de résidus (LMR) de l'éthéphon pour l'importation de l'ananas frais dans l'UE devrait être divisée par quatre et passer de 2 à 0.5 mg/kg. Les producteurs latino-américains comme africains se sont émus auprès de la Commission européenne de l'annonce de cette baisse drastique, critiquant les analyses qui ont conduit à définir ce taux. Appuyés par le PIP (Plan Initiative Pesticides), ils demandent, et auraient semble-t-il obtenu, un réexamen de la situation. La société Bayer, fabricant du produit, devrait pouvoir déposer une demande en ce sens auprès de l'EFSA (Autorité européenne de sécurité des aliments) qui rendra son avis à la Commission européenne. L'harmonisation des LMR au niveau européen doit intervenir au 1er septembre 2008 et pourrait inclure la nouvelle LMR ananas.

Coup de soleil

Carence en potassium

Coup de soleil

Carence en phosphore

© Photos Claude Teisson

Carence en magnésium

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.
Magnésium	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.
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.
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.
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.
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

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