Décembre 2014 - n°228

FRuiTROP

Version française

Dossier du mois

Ananas

Asperge du Pérou

En vert et contre tout

www.fruitrop.com

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

cirad
LA RECHERCHE AGRONOMIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT

LE LITCHI

LE FRUIT DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE

ACTEUR INCONTOURNABLE SUR LE MARCHÉ, LA COMPAGNIE FRUITIÈRE DISTRIBUE CHAQUE ANNÉE **PLUS DE 8 000 TONNES DE LITCHIS DE MADAGASCAR.**

✓ Commercialisation de novembre à février

✓ Prestations personnalisées : girsac, filets, plateaux.

Grand jeu web en partenariat avec le film :

DreamWorks
LES PINGOUINS de MADAGASCAR

LE 17 DÉCEMBRE AU CINÉMA

↘ Une équipe commerciale à votre écoute :
Marseille : 04 91 10 17 65 - Rungis : 01 56 34 26 26

PENGUINS OF MADAGASCAR © 2014 DreamWorks Animation L.L.C. All rights reserved.

www.compagniefruitiere.com

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

FRUIT LOGISTICA
4|5|6 FEVRIER 2015, BERLIN

Hall 5.2 – D 08

COMPAGNIE FRUITIERE

COMPAGNIE FRUITIERE IMPORT, S.A.S au capital de 183.000 euros, 33 boulevard Ferdinand de Lesseps 13014 MARSEILLE. RCS MARSEILLE N° 057.818.759

Les accords commerciaux négociés par la Commission européenne

ne peuvent entrer en vigueur qu'après une ratification individuelle par chacun des Etats membres de l'UE. Par exemple, en France c'est le parlement qui est saisi des textes d'accord, notamment celui sur la banane (accord UE-Amérique centrale). Jusqu'ici tout va bien. La Commission négocie sous mandat des Etats membres et les parlements nationaux décident. Mais le temps de la démocratie n'est plus le temps des affaires. La mondialisation impose son rythme, tant et si bien que les accords commerciaux entrent en vigueur alors que les textes sont encore en cours d'examen par les parlements. C'est avoir une confiance aveugle dans le futur que de décider d'une application avant même l'achèvement de la procédure de ratification. La démocratie est respectée, oui, mais juste pour la façade. Imaginons qu'un parlement ou un gouvernement refuse de signer un texte. Qu'il juge en son âme et conscience que ses effets sont délétères pour le tissu économique du pays ou de l'Europe. Certes, l'UE pourrait revenir sur l'accord intérimaire et redemander l'ouverture de négociations. Tout est toujours possible. Mais la complexité, l'interdépendance et l'interpénétration des accords sont telles qu'un retour en arrière est impossible dans les faits. Est-ce moral ? Le philosophe André Comte-Sponville met en garde une société contre un ordre technico-économico-scientifique qui serait supérieur à l'ordre juridico-politique, à l'ordre de la morale et même à l'ordre de l'éthique. D'après lui, il faut limiter de l'extérieur l'ordre techno-scientifique. Il propose dans un premier temps qu'il soit limité par la loi, d'où l'ordre juridico-politique. Lui-même étant limité par la morale puis par l'éthique. Dans notre cas, l'auteur nomme la tyrannie de l'inférieur cette barbarie qui consiste à soumettre l'ordre juridico-politique à l'ordre techno-scientifique en plaçant les lois du marché au-dessus de l'exercice démocratique de la souveraineté populaire. C'est fou comme la banane reste un grand sujet de conversation… y compris philosophique !

Référence : Le capitalisme est-il moral ? André Comte-Sponville, 2004.

Denis Loeillet

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

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Actimage

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
www.fruitrop.com

Traducteurs
James Brownlee, Simon Barnard

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

ISSN
Français : 1256-544X
Anglais : 1256-5458
Deux versions française et anglaise

© Copyright Cirad

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

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

Sommaire

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

p. 2 **NOVEMBRE 2014**

- **Banane :** Marché européen de la banane : faut-il avoir peur de la pomme ? — Banane d'Équateur : un petit pas pour les producteurs... mais un trop grand pas pour les exportateurs ? — La consommation européenne et américaine de banane a, une nouvelle fois, évolué en terrain positif en octobre 2014
- **Avocat :** Variété d'avocat du mois : le Hass. — Avocat du Mexique : toujours plus ! — Avocat : martingale automnale.
- **Agrumes :** Variété de petits agrumes du mois : la Clemenvilla — Label Rouge pour la clémentine de Corse — Tang Gold, différente du Nadorcott et d'origine californienne — Variété d'orange du mois : la salustiana — Un nouvel investissement massif dans l'agrumiculture floridienne — Huile essentielle de citron : toujours plus haut — Récolte de petits agrumes record en Californie — Pomelo de Floride : bonne nouvelle côté calibrage.
- **Exotiques :** Mangue du Pérou : net recul des volumes d'un secteur maintenant à maturité.
- **Fret maritime et vie de la filière :** « Le bananier : Mon Ami, Mon Maître » et « Le bananier, roi des végétaux » d'André Lassoudière.

E. Imbert, D. Loeillet, C. Dawson, P. Gerbaud, T. Paqui, R. Bright

Le point sur...

p. 12 • **Asperge du Pérou** — En vert et contre tout
Cécilia Céleyrette

Dossier du mois par D. Loeillet, T. Paqui et B. Balmer : ANANAS

p. 18 • **Marché mondial de l'ananas**
Sur un volcan

p. 30 • **Fiche pays producteur**
L'ananas en République dominicaines

p. 38 • **Campagne ananas par bateau en 2013-2014**
Un goût d'inachevé

p. 44 • **Campagne ananas par avion en 2013-2014**
Les marques pour la qualité

p. 48 • **Campagne ananas Victoria en 2013-2014**
Quand calibre rime avec déséquilibre

p. 50 • **Panorama statistique mondial**

p. 52 • **Défauts de qualité de l'ananas**

p. 54 • **La culture de l'ananas**

p. 57 • **Les principales variétés d'ananas**

Prix de gros en Europe

p. 59 **NOVEMBRE 2014**

Photo couverture : © Bettina Balmer

Banane

Novembre 2014

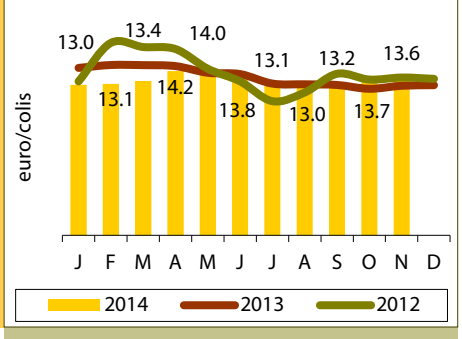
Le marché de la banane, fragilisé courant octobre, a basculé en novembre. Pourtant, les volumes de toutes les origines ont commencé à baisser suite aux pics de production du mois précédent. Ceux des Antilles et d'Afrique ont diminué tout en restant à des niveaux moyens pour la saison. L'offre de banane dollar est, elle, restée légèrement au-dessus de la moyenne (+ 7 %), malgré la fin du pic de production du Costa Rica, le léger recul de l'Équateur et le déficit de Colombie, toujours d'actualité mais moins prononcé. Cependant, la demande a commencé à afficher des signes de faiblesse plus sensibles sur les différents marchés, suite à une moindre intensité promotionnelle en banane et à la présence plus marquée de fruits de saison (clémentine et pomme) à des prix compétitifs. Et, surtout, les marchés d'Europe de l'Est ont commencé à s'essouffler en raison d'une pression grandissante d'offres à des prix compétitifs (stocks d'Europe de l'Ouest et reports de volumes du marché russe). Ainsi, les prix en vert, qui étaient soutenus depuis plusieurs mois, sont revenus à un niveau de saison en semaine 47 et des stocks ont été disponibles sur la plupart des marchés. En Russie, le marché a continué de sombrer dans la crise en raison d'une demande historiquement lente, et cela malgré la baisse des apports de banane. En Espagne, l'offre de Platano des Canaries a encore progressé pour revenir à un niveau de saison vers la fin du mois et les prix ont été stables et soutenus sur la période.

EUROPE DU NORD - PRIX IMPORT

Novembre 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
13.64	- 1 %	+ 2 %

EUROPE

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



■ Marché européen de la banane : faut-il avoir peur de la pomme ?

L'année 2013 avait plus que jamais montré l'importance des phénomènes de transferts de consommation dans l'univers des fruits et légumes. La faiblesse de la récolte européenne de pomme avait conduit à une envolée de ses prix au détail. Cette perte de compétitivité du premier fruit consommé dans l'Hexagone avait profité aux ventes des autres fruits basiques du rayon, comme la banane ou l'orange. Ne doit-on pas craindre un phénomène inverse cette saison ? L'analyse des prix au détail, pratiqués sur le marché français entre octobre et novembre, est plutôt inquiétante et montre que les prix de la pomme sont effectivement beaucoup plus agressifs qu'en 2012 et 2013 (15 centimes au kilo de moins qu'en 2013 et plus de 30 centimes de moins qu'en 2012). Par ailleurs, si le différentiel de compétitivité est resté identique à celui de l'an passé pour l'orange, car ses prix au détail ont eux aussi baissé, ce n'est pas le cas pour la banane dont les prix sont restés stables ou ont même augmenté. La grande distribution jouera-t-elle le jeu de la banane dans les mois à venir, en rognant sur ses marges ? On connaît déjà la réponse. Dans ce contexte, les opérateurs bananiers risquent de devoir choisir entre se couper la jambe ou le bras : voir les ventes probablement baisser ou pratiquer des prix plus agressifs.

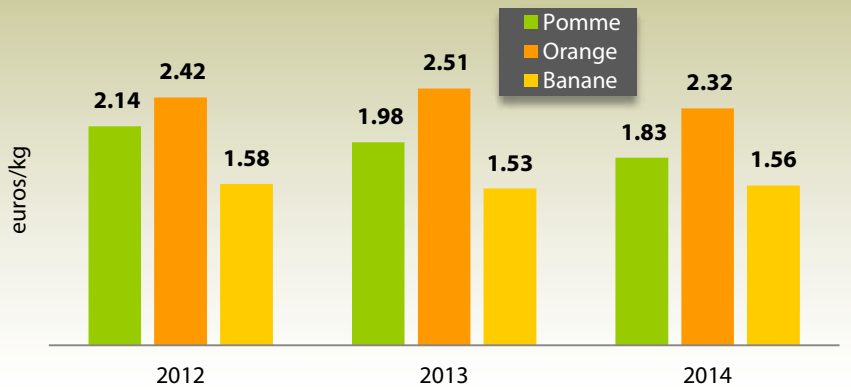
Sources : CIRAD, RNM

■ Banane d'Équateur : un petit pas pour les producteurs... mais un trop grand pas pour les exportateurs ?

La décision du gouvernement équatorien de remonter le prix minimum (6.55 USD/carton) à payer au producteur de 33 cents USD n'est pas du goût des exportateurs. L'AEBE et Acorbanec sont montés au créneau, arguant de la hausse de la production mondiale attendue en 2015, des difficultés du marché russe qui est d'une importance primordiale pour l'Équateur, de la hausse des coûts du transport et des intrants et du besoin de compétitivité accru pour développer la part de marché du pays en Chine. Le ministre de l'Agriculture en charge du dossier a laissé la porte ouverte à la négociation, tout en restant ferme sur ses positions.

Source : Reefer Trends

Principaux fruits - France - Prix détail - Semaines 41 à 47 (source : RNM)



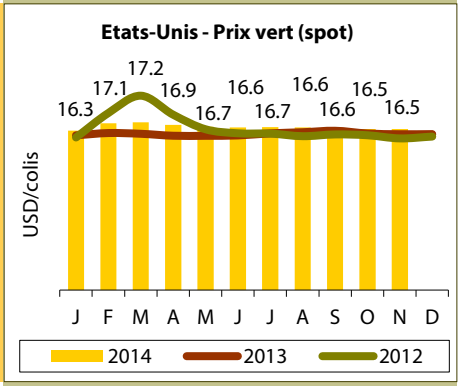
EUROPE - PRIX DETAIL

Pays	Novembre 2014		Comparaison	
	type	euros/kg	octobre 2014	moyenne 3 dernières années
France	normal	1.57	+ 3 %	+ 5 %
	promotion	1.37	+ 10 %	+ 8 %
Allemagne	normal	1.26	- 1 %	+ 3 %
	discount	1.13	0 %	+ 3 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.18	+ 3 %	+ 1 %
	vrac	0.72	- 1 %	+ 8 %
Espagne	platano	2.23	+ 5 %	+ 11 %
	banano	1.27	- 1 %	- 4 %

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

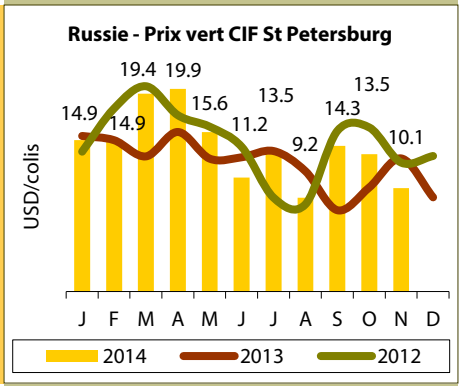
Banane

ETATS-UNIS



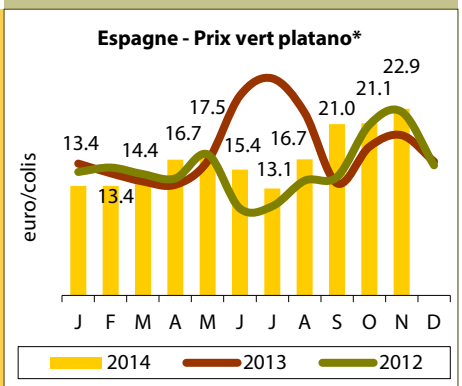
ÉTATS-UNIS - PRIX IMPORT		
Novembre 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.50	0 %	+ 5 %

RUSSIE



RUSSIE - PRIX IMPORT		
Novembre 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
10.10	- 25 %	- 21 %

CANARIES



CANARIES - PRIX IMPORT*		
Novembre 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
22.90	+ 8 %	+ 9 %

* équivalent colis 18.5 kg

■ **La consommation européenne et américaine de banane a, une nouvelle fois, évolué en terrain positif en octobre 2014.** Dans l'Union européenne, la consommation a légèrement dépassé les 500 000 tonnes, ce qui constitue un record pour un mois d'octobre. C'est en tout cas 8 % de plus qu'en octobre 2013 et 15 % de mieux qu'en octobre 2012. Depuis le début de l'année (dix mois), la consommation a augmenté de 5 % pour atteindre 4.7 millions de tonnes. Toutes les grandes origines ont progressé en 2014, sauf la Colombie, le Surinam et le Brésil qui réduisent leurs apports. Les trois plus grandes origines dollar affichent une croissance à deux chiffres, de 11 % chacune ! La progression est moindre côté ACP, mais reste forte tant pour la République dominicaine (+ 7 %) que pour la Côte d'Ivoire (+ 5 %) ou le Ghana (+ 35 %). Le Cameroun progresse aussi, mais très légèrement avec + 1 %. La production européenne est également très bien orientée, avec une progression forte de la Martinique et de la Guadeloupe (14 à 15 %) et des Canaries (+ 3 %). Sur les douze derniers mois (novembre 2013 à octobre 2014), le marché est estimé à 5.6 millions de tonnes, soit 300 000 t de mieux que sur les douze mois précédents.

La très forte poussée des volumes dollar sur l'Europe n'est pas synonyme de reflux vers le marché US. En effet, la progression, même moins rapide que sur l'UE, est encore et toujours de mise. La demande augmente de 1 %, à près de 3.7 millions de tonnes depuis janvier 2014. Seuls le Honduras et la Colombie réduisent leurs apports. Pour la Colombie, c'est la traduction dans les chiffres des graves dégâts climatiques de l'été (tornade).

Source : CIRAD

Banane - Janvier à octobre 2014 (provisoire)				
000 tonnes	2012	2013	2014	Ecart 2014/2013
UE-27 - Approvisionnement	**4 283**	**4 473**	**4 719**	**+ 5 %**
Total import, dont	3 766	3 996	4 202	+ 5 %
NPF	2 955	3 126	3 303	+ 6 %
ACP Afrique	392	446	464	+ 4 %
ACP autres	419	424	435	+ 3 %
Total UE, dont	517	477	517	+ 8 %
Martinique	157	138	158	+ 15 %
Guadeloupe	53	55	62	+ 14 %
Canaries	289	273	280	+ 3 %
USA - Import	**3 895**	**4 079**	**4 140**	**+ 1 %**
Réexportations	420	447	460	+ 3 %
Approvisionnement net	3 474	3 631	3 680	+ 1 %

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

EUROPE - VOLUMES IMPORTES - NOVEMBRE 2014			
Origine	Comparaison		
	octobre 2014	novembre 2013	cumul 2014 par rapport à 2013
Antilles	↘	+ 49 %	+ 14 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↘	- 3 %	+ 1 %
Surinam	↘	- 28 %	- 10 %
Canaries	↘	- 7 %	+ 2 %
Dollar :			
Équateur	↘	+ 2 %	+ 32 %
Colombie*	↘	- 3 %	- 17 %
Costa Rica	↘	+ 60 %	+ 74 %

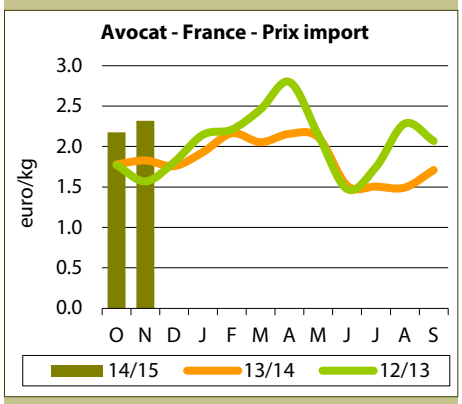
Estimation réalisée grâce à des sources professionnelles / * total toutes destinations

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

Avocat

Novembre 2014

Les prix du Hass ont flambé en novembre ! L'offre, pourtant encore proche du niveau des années passées (- 2 %), a continué à être insuffisante. L'approvisionnement a reculé en raison du déficit du Chili, plus marqué, et ce malgré le démarrage précoce des origines méditerranéennes vers mi-novembre (Israël, Espagne) et le développement du Mexique. Ainsi, les prix ont continué de s'envoler pour atteindre des niveaux historiques pour cette période. Cependant, le marché a commencé à ralentir vers la fin du mois, suite à une consommation freinée par la hausse des cours observée aux stades import et détail. Le développement de la campagne d'Ettinger d'Israël et de Bacon d'Espagne s'est accéléré avec des volumes devenus soutenus. Face à une concurrence croissante entre origines, les prix sont revenus à un niveau de saison.



PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Vertes	5.30	0 %
	Hass	11.10	+ 31 %

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Vertes	↗	+ 21 %
	Hass	↘	- 2 %

■ **Variété d'avocat du mois : le Hass.** Cette variété s'est substituée au Fuerte comme standard de la filière. Elle est actuellement la plus plantée à travers le monde. Elle a été sélectionnée par Rudolph Hass au début des années 1920 en Californie et enregistrée en 1935. L'arbre est vigoureux et hautement productif. Les fruits ont une forme variable dans certaines régions de production, allant de piriforme à ovoïde. Leur taille moyenne est plutôt faible dans les régions au climat chaud. Ils ont une bonne aptitude à la conservation sur l'arbre. Leur épiderme présente la particularité de passer du vert foncé au brun violacé à maturité. Il se détache facilement de la pulpe. Les qualités organoleptiques sont excellentes. La flaveur est riche (goût de noisette) et la pulpe est onctueuse et non fibreuse.

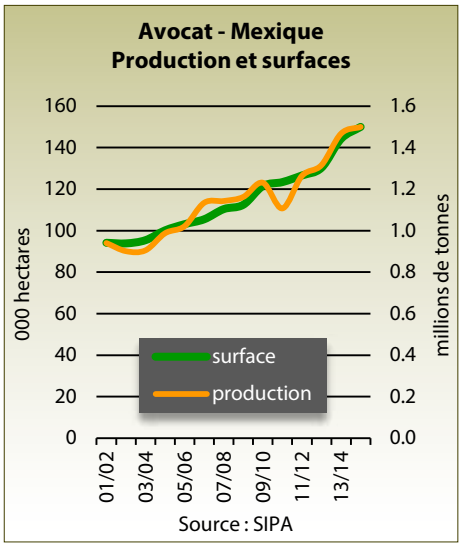
Source : CIRAD

■ **Avocat du Mexique : toujours plus !** Le dernier rapport de l'USDA montre que la ruée vers l'or vert n'est pas terminée au Mexique. Les surfaces auraient de nouveau gagné 7 000 ha entre 2013-14 et 2014-15, soit l'étendue du verger israélien. Elles culmineraient aujourd'hui à 175 000 ha. Malgré des coûts de production relativement élevés (de 3 700 USD/ha à 5 150 USD/ha selon le niveau technologique), la culture reste très rentable grâce à un appétit toujours croissant du marché international, au point d'assécher le marché local, où la consommation tend à reculer. La production mexicaine, qui devrait atteindre cette saison un niveau comparable à celui de la saison passée, soit 1.5 million de tonnes, n'a donc pas fini de progresser. Les surfaces se sont accrues de plus de 40 000 hectares en quatre ans !

Source : USDA

■ **Avocat : martingale automnale.** L'automne 2014 restera dans les mémoires des professionnels européens de l'avocat. Les prix du Hass ont caracolé au-delà de la barre des 10 euros/colis durant 8 semaines consécutives, de mi-octobre à début décembre à l'heure où nous écrivons ces lignes. Une performance seulement égalée une fois par le passé, début 2013, et dans le contexte d'approvisionnement particulier d'une transition entre saison d'hiver et saison d'été.

Source : CIRAD



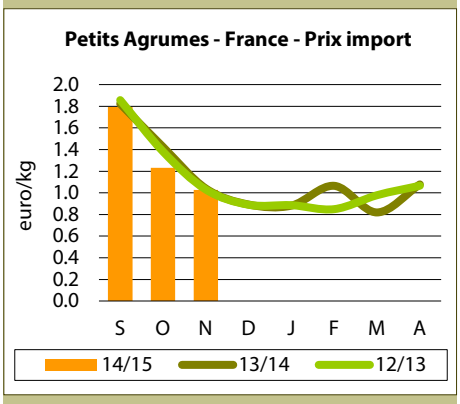
VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Chili	↘	- 16 %	Apports de Hass toujours irréguliers, en baisse et inférieurs à la normale.	- 12 %
	Israël	↗	+ 52 %	Progression des volumes d'Ettinger à des niveaux soutenus. Démarrage précoce de la saison de Hass mi-novembre avec des volumes supérieurs à ceux des années précédentes, mais offre encore modérée.	+ 17 %
	Mexique	↗	+ 190 %	Apports de Hass en fort développement par rapport aux années passées.	+ 74 %
	Espagne	↘	- 2 %	Tassement des envois de Bacon d'Espagne suite à un marché un peu plus difficile. Démarrage précoce de la campagne de Hass (mi-novembre), volumes limités.	+ 18 %

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

Petits agrumes

Novembre 2014

Après un démarrage de campagne correct pour la Clemenruby, le marché est devenu difficile. Pourtant, la Nules d'Espagne a démarré avec dix jours de retard et les volumes sont restés inférieurs à la normale en raison d'écarts de triage (problèmes de coloration, petits calibres, maturité avancée et pluies en fin de mois). Malgré cette offre moindre, des stocks se sont constitués du fait d'une demande très lente (températures douces, concurrence d'autres fruits, qualité hétérogène de l'offre d'Espagne). La campagne du Maroc a également affiché un léger retard en raison de problèmes de coloration. Les prix ont été sous pression, en particulier pour les petits calibres. Ainsi, les ventes de Clemenvilla ont été d'un meilleur niveau grâce à l'amélioration du calibrage et de la coloration et les volumes de Corse se sont développés rapidement en raison d'une demande active.



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Clémentine	1.03	- 1 %
	Hybrides	1.00	+ 1 %

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Clémentine	↗	- 12 %
	Hybrides	↗	- 2 %

■ **Variété de petits agrumes du mois : la Clemenvilla.** Présent sur les marchés de mi-novembre à janvier, ce fruit de taille moyenne est issu d'un croisement de clémentine commune et de Tangelo. Ses qualités sont intéressantes : coloration prononcée de son épiderme, pulpe d'un orange profond, tendre, juteuse, dépourvue de pépins, à la saveur sucrée et peu acide. Toutefois, le fruit doit être cueilli rapidement pour éviter le gonflement de son épiderme. Il est largement planté en Espagne (Clemenvilla), en Israël (Suntina) et au Maroc.

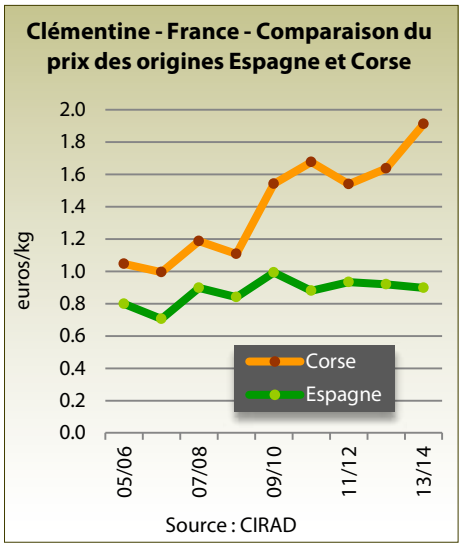
Source : CIRAD

■ **Label Rouge pour la clémentine de Corse.** Dans un contexte de marché toujours plus compétitif, il faut se démarquer pour survivre. Les producteurs corses viennent de pousser plus loin leur avantage. Après l'IGP obtenue en 2007, la clémentine de l'île de Beauté a obtenu le Label Rouge. Ce sont 15 à 20 % de la production de Fine qui devraient pouvoir bénéficier de ce signe de qualité, qui exige un taux de sélection plus élevé et une attention particulière, notamment en termes de conditionnement. De quoi renforcer plus encore une filière qui a su trouver une niche de marché originale et rentable. Reste maintenant à se confronter à un nouveau challenge : les jeunes désirant s'investir dans l'agrumiculture sont rares, notamment en raison d'un foncier très onéreux (de 20 000 à 30 000 euros l'hectare de verger), alors qu'un chef d'exploitation sur deux a plus de 50 ans.

Source : France 3

■ **Tang Gold, différente du Nadorcott et d'origine californienne.** Après le ministère de l'Agriculture espagnol, l'OCVV (Office Communautaire des Variétés Végétales) a inscrit la variété Tang Gold dans son catalogue et concédé sa protection à l'université californienne de Riverside qui l'a développée sous le nom de Tango. Avec cette décision, la variété est officiellement reconnue comme différente du Nadorcott en raison de son absence naturelle de pépins. La justice espagnole doit encore trancher un point de litige, en reconnaissant ou non si la Tango dérive essentiellement du Nadorcott. Dans tous les cas de figure, les plantations de Tang Gold devraient rapidement décoller en Europe.

Sources : OCVV, Nadorcott Protection, Eurosemillas



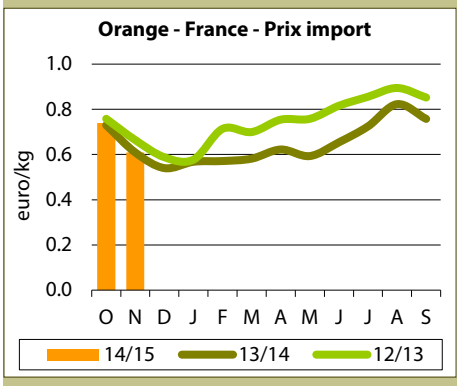
VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Clémentine d'Espagne	↗	- 18 %	Développement tardif des volumes de Nules d'un niveau inférieur à la moyenne suite à des écarts de triage (coloration insuffisante, petits calibres, fruits mûrs et pluies retardant la cueillette).	- 4 %
	Clemenvilla d'Espagne	↗	- 2 %	Développement normal de l'offre de Clemenvilla. Commercialisation facilitée par de meilleurs calibrage et coloration que la Nules.	- 2 %
	Clémentine de Corse	↗	+ 22 %	Volumes très soutenus et en développement rapide du fait d'un bon potentiel et d'une très bonne demande.	+ 25 %
	Clémentine du Maroc	↗	0 %	Démarrage de campagne tardif en raison d'une coloration insuffisante.	0 %

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

Orange

Novembre 2014

Le marché de l'orange est resté lent. Malgré le basculement des lignes vers la Naveline d'Espagne et une progression rapide des volumes lors de la première quinzaine du mois, les ventes sont restées poussives. En cause des températures encore douces pour la saison et la présence d'autres fruits vendus à des prix compétitifs (clémentine, pomme). De plus, des stocks d'Afrique du Sud à des prix très bas ont été présents jusqu'à mi-novembre et ont contribué à rendre le marché concurrentiel. Enfin, des problèmes de qualité (coloration) ont encore affecté l'offre d'Espagne suite à des températures toujours élevées en production. Ainsi, les prix de la Naveline ont continué à décroître en suivant les niveaux des années passées. Un ralentissement des apports a été noté vers fin novembre en raison de l'accumulation de stocks.



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Orange de table	9.15	+ 1 %
	Orange à jus	7.95	-

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Orange de table	↗	+ 10 %
	Orange à jus	↘	-

■ **Variété d'orange du mois : la salustiana.** Très populaire en Espagne, cette orange blonde à jus est de calibre moyen à gros. Son écorce, moyennement épaisse, comporte de fines granulations. Sa chair est tendre, douce et d'un goût très agréable. En outre, elle ne recèle aucun pépin.

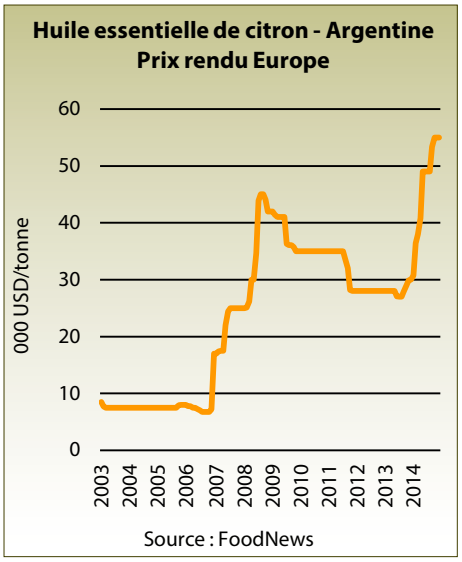
Source : CIRAD

■ **Un nouvel investissement massif dans l'agrumiculture floridienne.** Non, il ne faut pas enterrer trop vite l'agrumiculture floridienne, confrontée depuis 2005 à sa pire crise avec l'irruption du mortel greening. Après Coca Cola (cf. **FruiTrop** 227), c'est au tour d'Alico Incorporated d'investir massivement dans le secteur citricole du Sunshine State. Le groupe, qui possédait déjà près de 50 000 ha de terres agricoles dédiées aux agrumes, à la canne à sucre et à l'élevage, a déboursé plus de 360 millions USD pour acquérir trois grands producteurs de l'état (Orange Co LP, Citrus Holding LCC et Gator Grove), soit plus de 11 000 ha de plantations citricoles. Avec cette acquisition, Alico Inc. devient le premier producteur de Floride en contrôlant environ 10 % de la production d'orange de l'état. C'est un signal positif fort, qui montre que de grands investisseurs croient encore au futur de l'agrumiculture floridienne.

Source : Ultimate Citrus

■ **Huile essentielle de citron : toujours plus haut.** Du jamais vu ! Les cours de l'huile essentielle de citron culminent depuis mi-septembre à 55 000 USD la tonne. Un niveau record correspondant à plus du double de celui pratiqué l'an passé à la même époque. La faute au déficit de production du premier transformateur mondial, à savoir l'Argentine. La récolte du principal pôle de production du pays, la région de Tucuman, a été divisée par deux en 2014 suite à un coup de gel. Les prix devraient rester à ces niveaux jusqu'au printemps prochain, date du démarrage de la nouvelle saison argentine.

Source : FoodNews



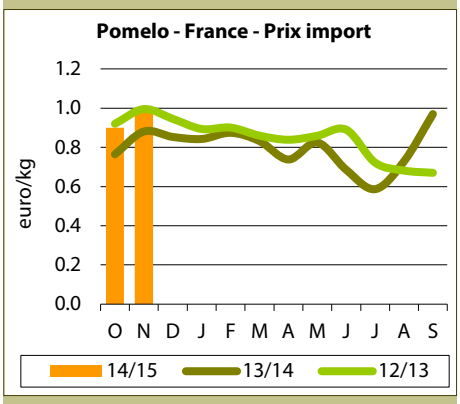
VOLUMES	Variétés par origine	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Navel d'Espagne	↗	+ 10 %	Développement des volumes à des niveaux supérieurs à ceux des autres années. Problèmes de coloration persistants, marché concurrentiel.	+ 8 %
	Valencia d'Afrique du Sud	↘	- 15 %	Stocks disponibles en France jusqu'à mi-novembre et en Europe du Nord (fin du mois) à des prix très compétitifs.	- 15 %

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

Pomelo

Novembre 2014

Le marché du pomelo est resté équilibré et satisfaisant, malgré la baisse saisonnière de la demande constatée en particulier en seconde quinzaine du mois. En effet, pour le pomelo tropical, un sous-approvisionnement a été noté à partir de mi-novembre, les derniers stocks du Mexique se terminant et les apports de Floride étant toujours déficitaires (- 41 %) alors que l'ensemble des lignes a rapidement basculé vers cette origine. Grâce à cela, les prix sont restés à des niveaux soutenus. En revanche, les ventes de pomelo méditerranéen sont restées lentes. L'offre d'Espagne a continué de se développer. Les volumes de Turquie sont restés stables et supérieurs à ceux des années passées. Toutefois, les arrivages d'Israël ont rapidement diminué, évitant ainsi l'accumulation de stocks et contribuant à maintenir les prix à des niveaux supérieurs à ceux des années précédentes.

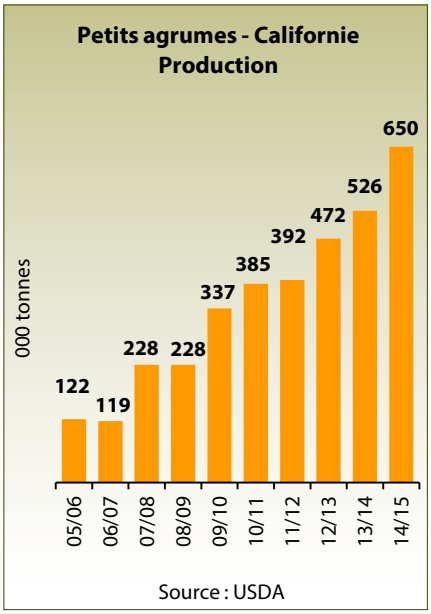


PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis éq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Tropical	20.74	+ 11 %
	Méditerranéen	11.90	+ 9 %

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Tropical	↗	- 41 %
	Méditerranéen	↘	- 3 %

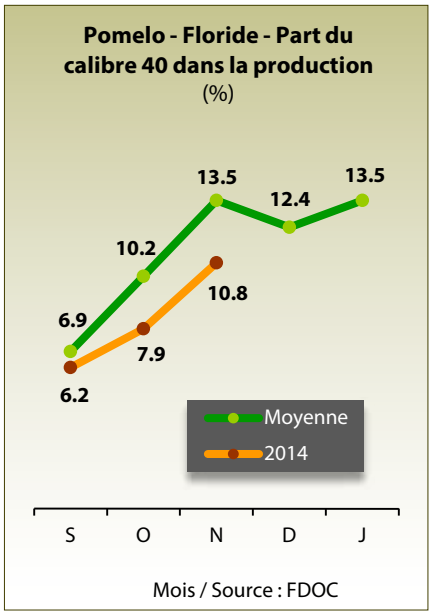
■ **Récolte de petits agrumes record en Californie.** Les plantations massives de petits agrumes réalisées ces dernières années portent leurs fruits. La production californienne de petits agrumes devrait dépasser pour la première fois 650 000 tonnes en 2014-15, soit le double du niveau atteint cinq ans plus tôt ! Clémentines et autres petits agrumes ont une popularité croissante aux États-Unis, grâce aux budgets de promotion massifs investis. Paramount, principal producteur californien, mettra sur le tapis 20 millions USD pour promouvoir ses « Halos » en 2014-15 ! Un pari qui s'avère gagnant d'avance, la marge de progression de la consommation restant énorme. Les volumes absorbés annuellement par habitant dépassent à peine les 2.0 kg, contre 4.7 kg en Europe occidentale et 6.0 kg en Russie. Un potentiel de croissance qui ne profite pas aux producteurs méditerranéens : les importations de petits agrumes continuent de plafonner de 60 000 à 70 000 t par an durant la saison d'hiver.

Sources : The Packer, USDA, CIRAD



■ **Pomelo de Floride : bonne nouvelle côté calibrage.** L'actualisation de la prévision de production livrée début décembre par l'USDA montre une amélioration sensible de la taille des fruits, qui se rapproche de la moyenne. C'est une bonne nouvelle pour toute la filière. Le cumul des volumes importés en Europe à la fin novembre affichait son plus bas niveau jamais enregistré, avec moins de 500 000 colis, une bonne part des producteurs préférant laisser les fruits sur les arbres pour qu'ils grossissent. Le rythme d'envoi durant la deuxième partie de saison devrait donc revenir à un niveau plus soutenu. En revanche, les volumes produits restent à 15 millions de caisses culture, leur plus bas niveau jamais enregistré.

Source : USDA



VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Floride	↗	- 41 %	Progression de l'offre, mais avec des volumes très limités et inférieurs à ceux des années passées	- 37 %
	Mexique	↘↘	nd	Derniers stocks disponibles pendant la première quinzaine du mois.	nd
	Israël	↘	- 7 %	Baisse sensible des apports après un démarrage de campagne à des niveaux normaux, arrivages devenus déficitaires.	+ 2 %
	Turquie	=	+ 37 %	Volumes stables et supérieurs à ceux des autres années sur l'UE.	+ 56 %

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

Ananas

Novembre 2014

En novembre, l'offre globale de Sweet a encore été déséquilibrée par la présence de trop nombreux gros calibres, de plus en plus difficiles à vendre. L'absence de demande pour ces fruits a entraîné la constitution de stocks, dont la qualité s'est progressivement dégradée. Si les cours des petits fruits, moins disponibles, sont restés fermes pendant la première quinzaine, ils se sont par la suite tassés, plusieurs opérateurs ayant du mal à accepter de payer plus cher pour ces petits fruits. Les ventes de réexport ont été compliquées tout au long du mois. La demande en provenance des marchés du Sud et de l'Est a été basse, la dévaluation du rouble freinant les exportations de plusieurs opérateurs vers la Russie.

L'offre de Cayenne, bien que confidentielle, a également subi le contrecoup d'une demande peu intéressée par le fruit.

La situation a été assez compliquée sur le marché de l'ananas avion au cours de la première quinzaine. Malgré le retour des congés de la Toussaint des opérateurs, la demande ne parvenait pas à absorber les volumes mis en marché. Les soucis de qualité sur certaines marques du Bénin et du Cameroun n'ont pas non plus facilité les ventes. On a donc assisté à plusieurs ventes en PAV (prix après vente), sans pour autant que l'on ressente une réelle amélioration des conditions de marché. Au cours de la deuxième quinzaine, le choix fait par certains opérateurs de réduire leur approvisionnement a finalement porté ses fruits. Demande et cours ont alors été plus soutenus.

L'offre de Pain de sucre de bonne qualité s'est plutôt bien vendue entre 1.80 et 2.00 euros/kg selon les volumes disponibles.

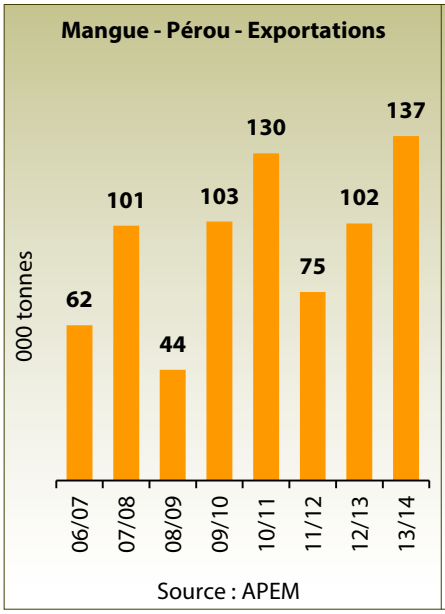
Tout au long du mois, l'offre de Victoria réunionnaise a été déséquilibrée par trop de calibres 9 et 10, alors que la demande recherchait surtout des fruits de calibre 6. La fourchette des cours a donc été large pour cette origine, variant selon les calibres.

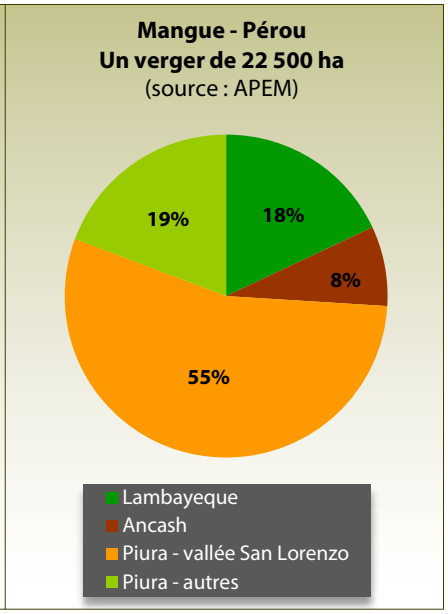
EUROPE

ANANAS — PRIX IMPORT		
Semaines 45 to 48	**Min**	**Max**
Par avion (euros/kg)		
Cayenne lisse	1.70	2.00
Victoria	2.50	3.80
Par bateau (euros/colis)		
Sweet	6.00	8.00

■ **Mangue du Pérou : net recul des volumes d'un secteur maintenant à maturité.** 2013-14 a été une saison record pour la filière export péruvienne. Les 145 exportateurs du pays ont expédié plus de 137 000 tonnes de mangue, un niveau jamais atteint jusqu'alors. La donne apparaît bien différente pour la prochaine saison. Les exportateurs tablent sur un recul des volumes d'environ 30 à 40 %, ce que les premières semaines de campagne semblent confirmer. Les volumes expédiés par bateau fin novembre accusaient un retard de près d'un mois par rapport à la saison passée. Une baisse liée à des facteurs conjoncturels, comme le froid dû au phénomène El Niño et l'alternance de production. Toutefois, il semble aussi que le mouvement de croissance des surfaces soit beaucoup moins fort que par le passé. Les producteurs semblent maintenant se concentrer davantage sur la qualité et la certification que sur le développement du verger.

Source : APEM





ANANAS - PRIX IMPORT EN FRANCE - PRINCIPALES ORIGINES					
Semaines 2014		**45**	**46**	**47**	**48**
Par avion (euros/kg)					
Cayenne lisse	Bénin	1.70-1.90	1.70-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90
	Cameroun	1.70-1.90	1.70-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90
	Ghana	1.85-2.00	1.85-2.00	1.85-2.00	1.85-2.00
Victoria	Réunion	2.50-3.80	2.50-3.80	2.50-3.80	2.50-3.80
	Maurice	3.30-3.40	3.10-3.40	3.10-3.40	3.10-3.40
Par bateau (euros/colis)					
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	6.00-7.00	7.00-8.00	6.00-7.50	-
Sweet	Côte d'Ivoire	7.00-9.00	7.00-9.00	7.00-9.00	7.00-9.00
	Ghana	7.00-9.00	7.00-9.00	7.00-9.00	7.00-9.00
	Costa Rica	6.00-8.00	6.00-7.50	6.00-7.50	6.00-7.00

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

Isla Bonita élargit sa gamme de produits « mûrs à point »

Isla Bonita s'engage plus encore dans le développement de sa gamme de fruits mûris sur l'arbre et mûrs à point avec quatre nouveaux produits : le raisin, l'ananas avion, le melón du Brésil et la cerise du Chili.

Cette nouvelle offre vient s'ajouter au lancement de la mangue Isla Bonita « tout juste cueillie », qui propose un fruit récolté à parfaite maturité, savoureux, parfumé à souhait et « mûr à point ».

Les mangues Isla Bonita « tout juste cueillies » sont disponibles dans différents conditionnements, comme le colis de couleur noire de mangues Austin Premium et le « paquet cadeau » de 2,5 kg au design attractif idéal à offrir.

Pour le raisin, nouveau produit de sa gamme, Isla Bonita a choisi trois excellentes varieties pour assurer un approvisionnement régulier tout au long de l'année. De même, le melón brésilien permet d'allonger la campagne de melon espagnol Isla Bonita. Mûri sur pied jusqu'à son point optimal de consommation, le melon brésilien a un goût et un arôme inimitables.

Pour satisfaire les consommateurs d'ananas les plus exigeants, Isla Bonita a fait le choix du transport par avion. L'ananas Isla Bonita se distingue par sa couleur plus orangée et par son goût sucré et délicieux, si caractéristiques des meilleurs ananas. La cerise du Chili est le dernier produit entré dans la gamme Isla Bonita. Avec sa texture particulière, son goût légèrement acidulé et sa forme parfaite, cette cerise conquiert les plus fins gourmets grâce à son équilibre subtil entre douceur et acidité.

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

www.islabonita.com.es

Mangue

Novembre 2014

Après un mois d'octobre sous-approvisionné en mangue du fait du démarrage tardif de la campagne brésilienne, novembre s'est illustré par un renversement de tendance marqué et rapide. Les livraisons du Brésil ont, en effet, fortement augmenté et l'accumulation des volumes a orienté le marché dans un mouvement de baisse continu. Le cours des Tommy Atkins, moins appréciées sur les marchés européens, a chuté plus rapidement que celui des autres variétés. Leur proportion dans les expéditions brésiliennes s'est également amenuisée, passant de 40 % à seulement 15 %. La dégradation du cours des Keitt et Kent a été plus lente et moins intense car elles ont fait l'objet d'une meilleure demande. D'importants écarts de prix ont été enregistrés selon les calibres disponibles. Les calibres extrêmes (gros et petits fruits) se sont valorisés plus difficilement que les calibres médians, plus recherchés. En marge des volumes du Brésil, l'Espagne a poursuivi sa campagne d'exportation avec des Keitt. Leur prix, relativement stable, fléchissait néanmoins en fin de période. L'offre espagnole, dominante en octobre, devenait marginale en novembre. La pression des volumes brésiliens rendait les ventes de ces produits plus difficiles, la grande majorité des acheteurs ayant basculé leurs commandes vers les fruits brésiliens.

Le marché de la mangue avion est resté assez soutenu en novembre, compte tenu des volumes modérés disponibles. Le Brésil a augmenté le rythme de ses envois en seconde quinzaine du mois, sans que cela ne provoque de baisse de prix. Néanmoins, certaines ventes se sont effectuées à prix inférieurs pour les lots de maturité avancée et de coloration insuffisante. Quelques lots d'Edward du Pérou complétaient l'approvisionnement, mais restaient marginaux. Les envois de cette variété cessaient en milieu de mois pour faire place aux premières Kent. De belle qualité, elles se négociaient à prix élevés jusqu'en fin de mois, mais pour des quantités limitées.

EUROPE

MANGUE - ARRIVAGES (estimations en tonnes)

Semaines 2014	45	46	47	48
Par avion				
Brésil	40	40	100	100
Pérou	5	10	20	20
Par bateau				
Brésil	4 200	5 000	5 400	5 850
Equateur	-	20	60	110

Litchi

Novembre 2014

La campagne litchi 2014-15 est assez similaire à la précédente en termes de calendrier d'exportation. Les conditions climatiques ont été assez favorables pour les pays de l'océan Indien, avec une production légèrement moins importante qu'en 2013. C'est Madagascar qui a ouvert la campagne avec des livraisons déjà conséquentes en semaine 45. Quelques lots du Mozambique complétaient l'approvisionnement de ce début de saison. L'offre s'est rapidement amplifiée dès la semaine 46 avec l'entrée en campagne de Maurice, de la Réunion et de l'Afrique du Sud, pour des volumes encore modérés. En seconde quinzaine du mois, les flux s'intensifiaient avec la progression des livraisons de l'ensemble des origines de l'océan Indien, pour près de 200 tonnes par semaine. Dominatrice durant les trois premières semaines de novembre, l'offre malgache se rétractait fortement en dernière semaine du mois du fait de la forte concurrence des autres origines, dont les fruits s'avéraient plus compétitifs sur les marchés européens.

Après avoir été élevés en début de campagne, les prix des litchis des différentes origines se sont dégradés au fur et à mesure de la progression des volumes réceptionnés. Le mouvement général de baisse s'est toutefois différencié selon le type de produit. Les fruits égrenés soufrés ont vu leur prix s'éroder de façon continue et progressive. Les fruits frais branchés ou présentés en bouquet ont subi une chute de prix plus marquée, partant de cotations plus élevées pour des quantités très limitées. La tendance à la baisse a eu pour conséquence le repli de l'offre malgache en fin de mois, à cause d'un taux de fret aérien nettement plus élevés que ceux appliqués aux autres origines. Après le succès d'estime du début de campagne, distributeurs et consommateurs sont devenus plus frileux envers ce produit vendu à prix élevés au stade de détail. La baisse des cours a permis toutefois d'amorcer la campagne de commercialisation qui trouvera son développement à l'approche des fêtes de fin d'année. Une nouvelle origine offrant des fruits de qualité satisfaisante fait, cette année, son apparition : le Mozambique.

EUROPE

LITCHI - ARRIVAGES (estimations en tonnes)

Semaines 2014	45	46	47	48
Par avion				
Madagascar	75	80	90	10
Maurice	-	25	40	40
Réunion	-	10	20	40
Afr. du Sud	-	10	20	80
Mozambique	5	5	10	20

LITCHI - PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANCAIS

Semaines 2014	45	46	47	48	Moyenne nov. 2014	Moyenne nov. 2013
Par avion (euros/kg)						
Madagascar s	7.50-8.00	7.00-7.50	6.00-6.50	5.00-5.80	6.35-6.95	6.10-6.85
Madagascar br	-	-	9.00-10	8.00	8.50-9.00	7.00-9.30
Maurice s	-	-	6.50-7.00	5.50-6.00	6.00-6.50	5.65-5.80
Maurice br	-	10-13.50	7.00-9.00	6.00-8.00	7.65-10.15	-
Réunion	-	12-15	12-13	8.00-10	10.65-12.65	8.60-9.60
Afrique du Sud	-	7.00-10	6.00-6.50	5.00-7.00	6.00-7.80	6.20-6.70
Mozambique	-	7.00-8.00	6.00-6.50	5.50	6.15-6.65	-

s : soufrés / br : branchés

MANGUE - PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANCAIS

Semaines 2014		45	46	47	48	Moyenne nov. 2014	Moyenne nov. 2013
Par avion (euros/kg)							
Brésil	Kent	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-5.00	3.85-4.50
Pérou	Edward	5.00	5.00			5.00	4.65-4.75
Pérou	Kent		5.00-5.50	5.00-6.00	5.00-5.50	5.00-5.65	4.75-5.50
Par bateau (euros/colis)							
Brésil	T. Atkins	7.50-8.00		5.00	4.00-5.00	5.50-6.00	4.00-4.60
Brésil	Keitt	9.00-11	7.50-9.00	5.00-8.00	5.00-7.00	6.60-8.75	5.10-6.50
Brésil	Kent	9.00-11	7.50-9.00	5.00-8.00	5.00-7.00	6.60-8.75	5.25-6.75
Par camion (euros/colis)							
Espagne	Keitt	9.50-12	9.50-12	9.50-12	8.00	9.10-11	9.00-10

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

Fret maritime

Novembre 2014

Entre la fin du mois d'octobre et le début décembre, le marché de l'affrètement s'est fortement contracté avec le positionnement des navires à destination du Chili et une demande plus importante en affrètement prompt en Équateur. Des demandes tardives sont également arrivées d'un certain nombre de zones, dont le Nigeria où le gouvernement est revenu sur sa décision du mois d'avril visant à réduire les importations de poisson, révisant le quota à 750 000 t jusqu'à la fin de l'année.

L'essentiel de l'actualité reposait cependant sur le carburant, dont le prix a perdu près de 20 % de sa valeur en un mois, rendant le coût des reefers spécialisés brusquement concurrentiel face aux porte-conteneurs. Le recul des prix du fuel a mis sous pression les lignes qui vendaient leurs services à perte. Si le prix du carburant devait se maintenir à ce faible niveau, le transfert modal annoncé dans le dernier rapport Drewry concernant les reefers devrait être revu.

Seul l'un des trois facteurs déterminant actuellement le prix du pétrole est en lien avec la loi de l'offre et de la demande : l'économie mondiale. Les deux autres sont d'ordre politique : en effet, la pression maintenue sur la Russie et l'Iran par un prix du pétrole faible est précisément dans l'intérêt des Américains et des Saoudiens, respectivement. La flotte reefer étant désormais débarrassée des unités vétustes et peu performantes, on pourrait presque oser envisager que l'avenir à court terme des armateurs et des opérateurs s'éclaircisse.

■ **« Le bananier : Mon Ami, Mon Maître » d'André Lassoudière.** Le bananier a participé à la vie quotidienne de nombreux peuples tropicaux sur tous les continents. Il a donné de nombreuses expressions et proverbes utilisés dans le monde entier. Les cosmologies et les religions y font référence. Les arts, la littérature, la poésie s'en sont inspirés. D'où son nom de Roi des végétaux.

Collection Développons
272 pages
ISBN 9782954812304
www.thebookedition.com

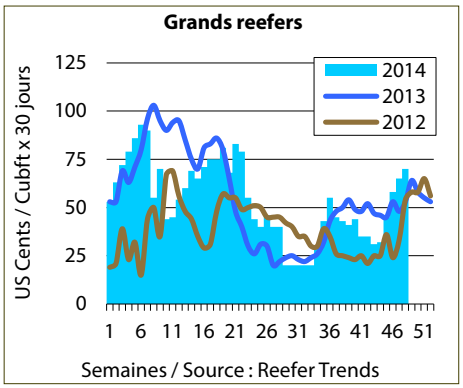
■ **« Le bananier, roi des végétaux » d'André Lassoudière.** Cet ouvrage est un complément photographique au livre « Le Bananier : Mon Ami, Mon Maître » publié en février 2014, avec diverses citations anciennes. Il illustre les multiples facettes de notre cher bananier : sa beauté, sa sagesse, son compagnonnage avec les sociétés humaines depuis au moins six mille années.

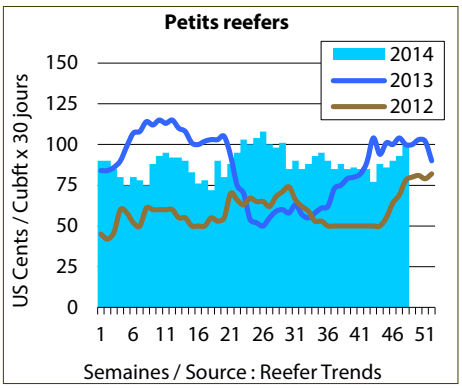
Collection Développons
57 pages
ISBN 978-2-9548123-1-1
www.thebookedition.com

Web : www.reefertrends.com
Tel : +44 (0) 1494 875550
Email : info@reefertrends.com
reefertrends
Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer

EUROPE

MARCHES SPOT Moyennes mensuelles		
USD cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Novembre 2014	58	89
Novembre 2013	49	97
Novembre 2012	32	68





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

Asperge du Pérou

En vert et contre tout

© Régis Domergue

Après avoir régulièrement progressé, la conversion des surfaces d'asperge au Pérou, au profit d'autres cultures plus rémunératrices, entraîne désormais une réduction des envois. Néanmoins, si certains abandonnent cette production, d'autres reprennent le flambeau, inspirés par les perspectives d'exportation vers de nouvelles destinations.

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

Asperges blanches

PREMIUM

L'asperge, une passion

Pour vous offrir la meilleure qualité

CAMPOSOL vous garantit :

LA QUALITE : en production, conditionnement et commercialisation

L'ENGAGEMENT : dans le respect des délais, la traçabilité et l'approvisionnement

Fraîches – en conserve – surgelées

Avocats Myrtilles Asperges Raisins Mangues Artichauts Poivrons Quinoa Mandarines Grenades

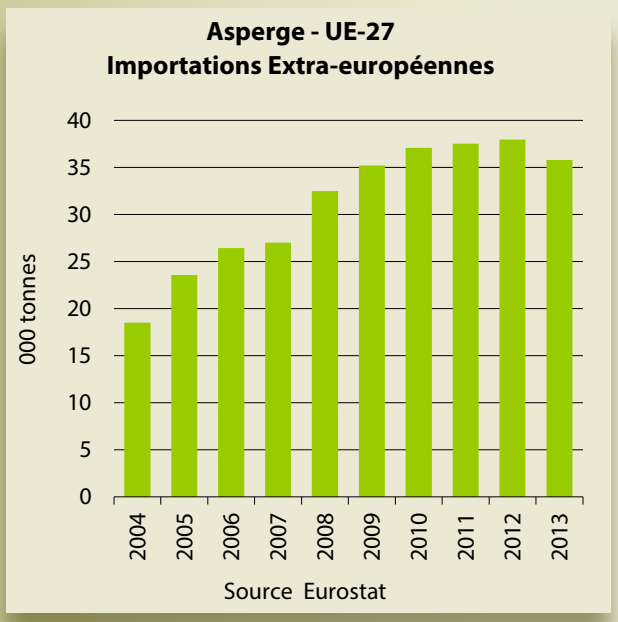
Retrouvons-nous à... FRUIT LOGISTICA

Hall 25 / C-20
Stand Camposol

Distribué par Camposol EU
Honderland 94| 2676 LS
Maasdijk | Pays Bas
T: + 31 174 523 332
E: storres@camposol.eu

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

www.camposol.com.pe



Dans le creux de la vague

Le plafonnement des importations extra-communautaires d'asperge, entrevu ces dernières années, ne cesse de se confirmer. Une tendance baissière semblerait même se dessiner. Ainsi, après avoir cumulé autour de 37 000 à 38 000 tonnes entre 2010 et 2012, les envois ont fléchi l'an dernier. Les volumes exportés sont redescendus à 35 800 t. Cette évolution, de seulement - 6 % par rapport à 2013, pourrait paraître minime, mais elle préfigure un ajustement sans doute un peu plus sensible dans les années à venir, qui touchera la plupart des acteurs majeurs du marché.

Ainsi, si pour le Pérou la baisse n'est encore que de 6 % sur 2013, la reconversion des parcelles vers d'autres cultures plus rémunératrices s'est confirmée. Et si d'autres origines comme le Mexique prennent la place, elles sont encore loin des volumes exportés par le Pérou. L'Europe importe, en effet, 30 000 t d'asperge du Pérou pour 4 300 t du Mexique. De même, d'autres pays producteurs, comme notamment le Maroc, perdent chaque année des parts de marché, n'ayant pu s'insérer entre les productions de l'hémisphère Sud, présentes assez tard en saison (mars-avril), et celles d'Europe (Grèce, Espagne ou France) dans un marché globalement plutôt en décroissance. Les origines complémentaires comme les États-Unis ou la Thaïlande réduisent également chaque année leurs envois (120 t et 245 t respectivement).

Petite marée verte au Pérou

Le Pérou demeure le principal pays exportateur mondial d'asperge avec 40 % des volumes échangés en 2013, devant le Mexique qui atteint désormais 28 % de parts de marché. Toutefois, la production est en baisse, avec une réduction de 16 % des surfaces, alors qu'elles progressaient encore jusqu'en 2012. La culture n'atteignait plus que 26 000 ha au dernier recensement, contre 32 000 ha en 2012 d'après les chiffres de l'IPEH (Institut péruvien de l'asperge et des légumes). Cette baisse pourrait se poursuivre au moins jusqu'en 2015, voire 2016, mais la production devrait ensuite se stabiliser et même de nouveau augmenter. Car si les vieilles aspergeraies ont disparu ces dernières années au profit d'autres cultures comme le raisin ou les myrtilles, plus rémunératrices pour de petites exploitations dont les sols s'épuisent, certains misent encore sur l'asperge et le déploiement de leur portefeuille d'exportation.

Ainsi, les nouvelles plantations (0 à 2 ans) représentent actuellement 11 % des surfaces et les aspergeraies les plus anciennes (plus de 9 ans) seulement 32 % du total. Ces évolutions concernent surtout les asperges vertes, tandis que les surfaces baissent pour les blanches, essentiellement les parcelles destinées à la conserve, le frais étant moins impacté. De nouvelles aspergeraies ont notamment été plantées dans les provinces Ica, Ancash et Lambayeque. Mais ce sont toujours les provinces la Libertad (10 900 ha) et Ica (10 500 ha) qui concentrent l'essentiel de la production. Cette culture s'étale néanmoins sur 2 400 ha à Ancash, 1 400 ha à Lima et 871 ha à Lambayeque. La production d'asperge verte reste largement majoritaire dans le pays, avec 77 % des surfaces plantées.

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

© Denis Loeillet

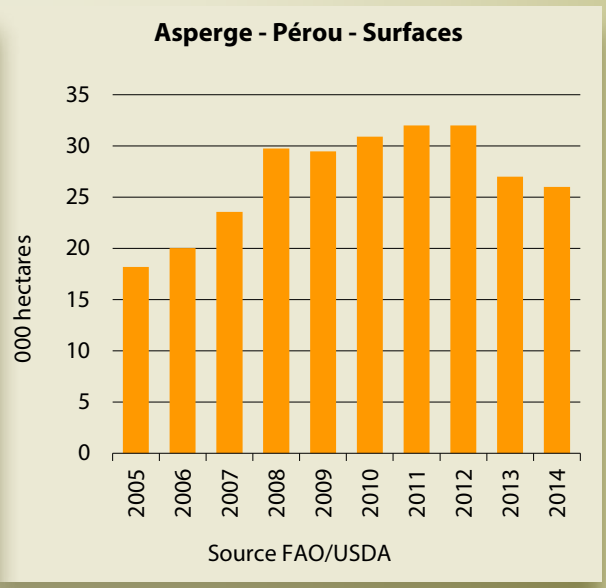
De nouveaux marchés à surfer

Le redéploiement de cette culture n'est pas totalement exclu, mais il faudra encore gagner en rentabilité. Or une partie de celle-ci est entravée par les surcoûts de production exigés par le protocole américain (fumigation), que la SENASA a bon espoir de voir assoupli dans les années à venir. Par ailleurs, l'ouverture du marché chinois, suite à la signature en 2013 de l'accord d'exportation, devrait offrir de nouvelles perspectives, sachant qu'actuellement 51 % des volumes exportés sont destinés au marché américain. Les exportations devraient même sensiblement s'y développer pour devenir dans les prochaines années le 2e débouché export. Les premiers envois débuteront en cette fin d'année, une fois le protocole finalisé. Mais d'autres destinations comme la Nouvelle-Zélande, l'Australie ou le Japon sont également en demande.

La rentabilité demeurera toutefois fortement tributaire du coût de la main d'œuvre, qui représente jusqu'à 50 % du coût de production. De plus, si les exportations ont été limitées l'an dernier en raison des conditions climatiques et des niveaux de prix (- 17 % par rapport à 2012), les perspectives pour cette campagne s'annonce assez souriantes. Les conditions climatiques ont, en effet, été jusqu'à présent plutôt douces et devraient permettre d'atteindre, en cette fin d'année 2014, des rendements supérieurs à ceux de 2013. Aussi, la baisse des exportations pourrait ne pas dépasser 2 à 5 %. Les exportateurs devront toutefois arbitrer leurs ventes en fonction des marchés ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr

© Régis Domergue



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

Ananas

Un dossier préparé par
Denis Loeillet
Thierry Paqui
Bettina Balmer

Sommaire

p. 18 Marché mondial de l'ananas — Sur un volcan

p. 30 Fiche pays producteur — L'ananas en République dominicaine

p. 38 Campagne ananas par bateau en 2013-2014 — Un goût d'inachevé

p. 44 Campagne ananas par avion en 2013-2014 — Les marques pour la qualité

p. 48 Campagne ananas Victoria en 2013-2014 — Quand calibre rime avec déséquilibre

p. 50 Panorama statistique mondial

p. 52 Défauts de qualité de l'ananas

p. 54 La culture de l'ananas

p. 57 Les principales variétés d'ananas

© Guy Bréhinier

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

www.cnredtexpo.com

expo

EDT

Online Ticket

/cnredtexpo

3rd Foodservice Suppliers Expo Turkey

25-28 March 2015

CNREXPO
YEŞİLKÖY-İSTANBUL

'Let's meet where Foodservice World meets'

ETÜDER Foodservice Suppliers Association in cooperation with

General Secretariat of Istanbul Exporters' Associations
Istanbul Cereals Pulses Oil Seeds and Products Exporters' Association

KOSGEB

ITF ISTANBUL TRADE FAIRS

ufi Member

ISTANBUL CONVENTION & VISITORS BUREAU

CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul, TURKEY +90 212 465 74 74 +90 212 465 74 76-77 **www.cnrexpo.com**

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

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY, IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174.

CNR HOLDING

IAEE

Marché mondial de l'ananas

Sur un volcan

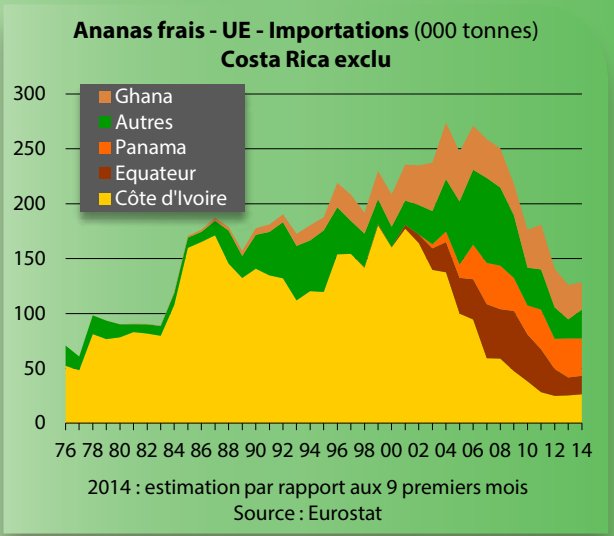
Si les volumes commercialisés d'ananas sont repartis à la hausse en 2014, côté prix rien n'a semblé bouger sur ce marché qui est au bord de la crise sans jamais y tomber tout à fait. Le Costa Rica tangente les 2 millions de tonnes export sur un commerce mondial estimé à 2.8 millions de tonnes. Son emprise est totale sur le marché européen (estimé à 1 million de tonnes) et le marché américain (1.1 million de tonnes), où sa part de marché se situe entre 85 et 90 %. Faute d'innovation ou de politique qualité généralisée et croulant sous les volumes, le secteur reste embourbé dans la banalité.

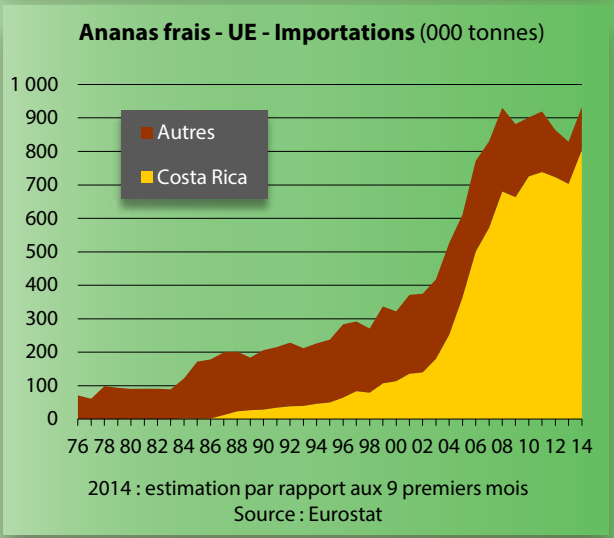
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

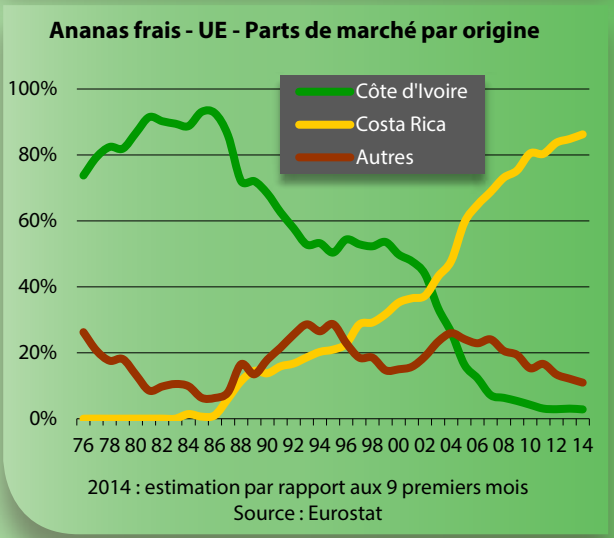
ANANGO®
The king of fruit.*
CAYENNE
Cueilli mûr à point
PAR AVION
ANANGO
Tél : 04 91 43 44 45
www.canavese.fr
*Le roi des fruits

Après plusieurs années de vaches maigres, le marché mondial de l'ananas frais semble repartir à la hausse, au moins côté volumes. En effet, les États-Unis comme l'Union européenne battent ou égalent leurs niveaux historiques. Les États-Unis dépassent pour la première fois la barre du million de tonnes à 1 073 000 tonnes. L'UE frôle les 930 000 tonnes importées, niveau déjà atteint en 2008. Ces chiffres seront amenés à être révisés dans les mois qui viennent. En effet, les services douaniers publieront leurs premières estimations pour l'année complète en février ou mars 2015. Toutefois, on peut raisonnablement gager que l'ordre de grandeur sera respecté. Car, si côté production l'ananas se plie parfaitement à une gestion industrielle donc programmée (déclenchement des floraisons, gestion des populations de rejets et donc de replantation plusieurs années à l'avance, homogénéisation des stades de récolte, etc.), c'est aussi du papier à musique côté commerce… en tout cas en ce qui concerne les volumes mis en marché.

La preuve par neuf : si l'on prend les importations des deux grands marchés cités (États-Unis et UE) sur les neuf premiers mois de l'année rapportées au bilan annuel et si l'on répète l'exercice sur les six dernières années, le résultat est sans appel. Les importations sur les neuf premiers mois de l'année représentent entre 73 et 76 % du total annuel. La moyenne est à 75 % avec un écart-type de seulement 1.4 %. Il est donc facile de prédire l'avenir, tout au moins pour ce qui est des volumes mis en marché.







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

www.siim.net

Société Internationale d'Importation

Le meilleur de **l'ananas**

- Ananas Extra Sweet et Cayenne
- Ananas avion
- Ananas sans couronne

- **Cameroun**
- **Ghana**
- **Bénin**
- **Côte d'Ivoire**
- **Equateur**
- **Costa Rica**

Variétés:
- Cayenne Lisse
- Pain de Sucre
- Extra Sweet

Ananas Avion:
- Mûris sur pied, sélectionnés avec soin et transportés par avion.

PRODUCTEUR - IMPORTATEUR - MÛRISSEUR - DISTRIBUTEUR

OMER-DECUGIS ET FILS O.D FONDÉS EN 1850

MIN Rungis - Bat C3/D2/E2 - 2-16 rue de Perpignan
Fruileg CP 60431, 94642 Rungis Cedex, France
Tél. : +33 1 45 12 29 60 - Fax : +33 1 45 60 01 29
E-mail : info@siim.net

BRATIGNY

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

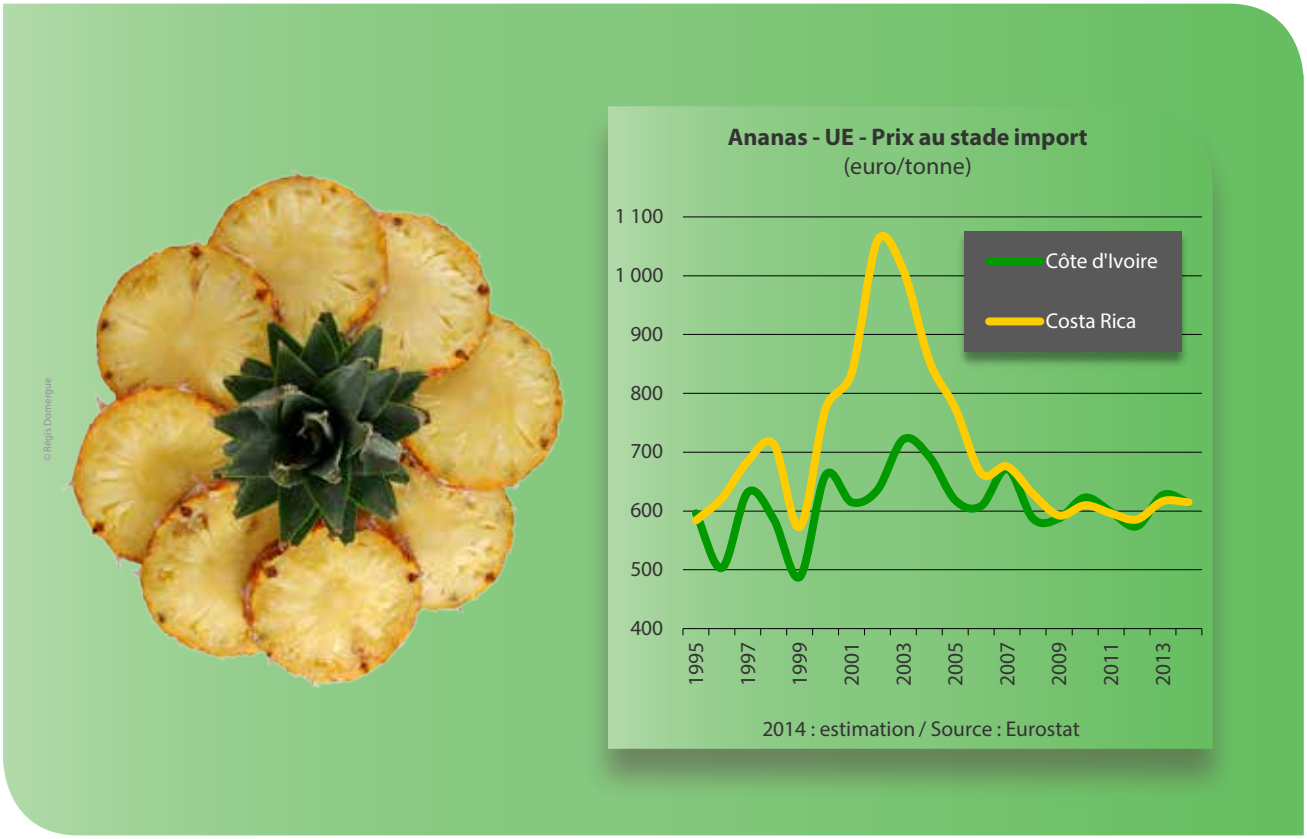
De « grande cause nationale » à « grande impasse nationale »

L'euphorie est moins grande — c'est un doux euphémisme — côté valorisation. Il est loin le temps où l'ananas faisait rêver les investisseurs. Il y a de cela quelques années seulement, on n'avait pas peur de parler de grande cause nationale dans certains pays d'Amérique centrale. Difficile désormais de trouver une origine qui ose revendiquer quelques développements que ce soit sur ce produit. La liste des fournisseurs qui abandonnent ce marché ou, tout au moins, qui réduisent la voilure est longue.

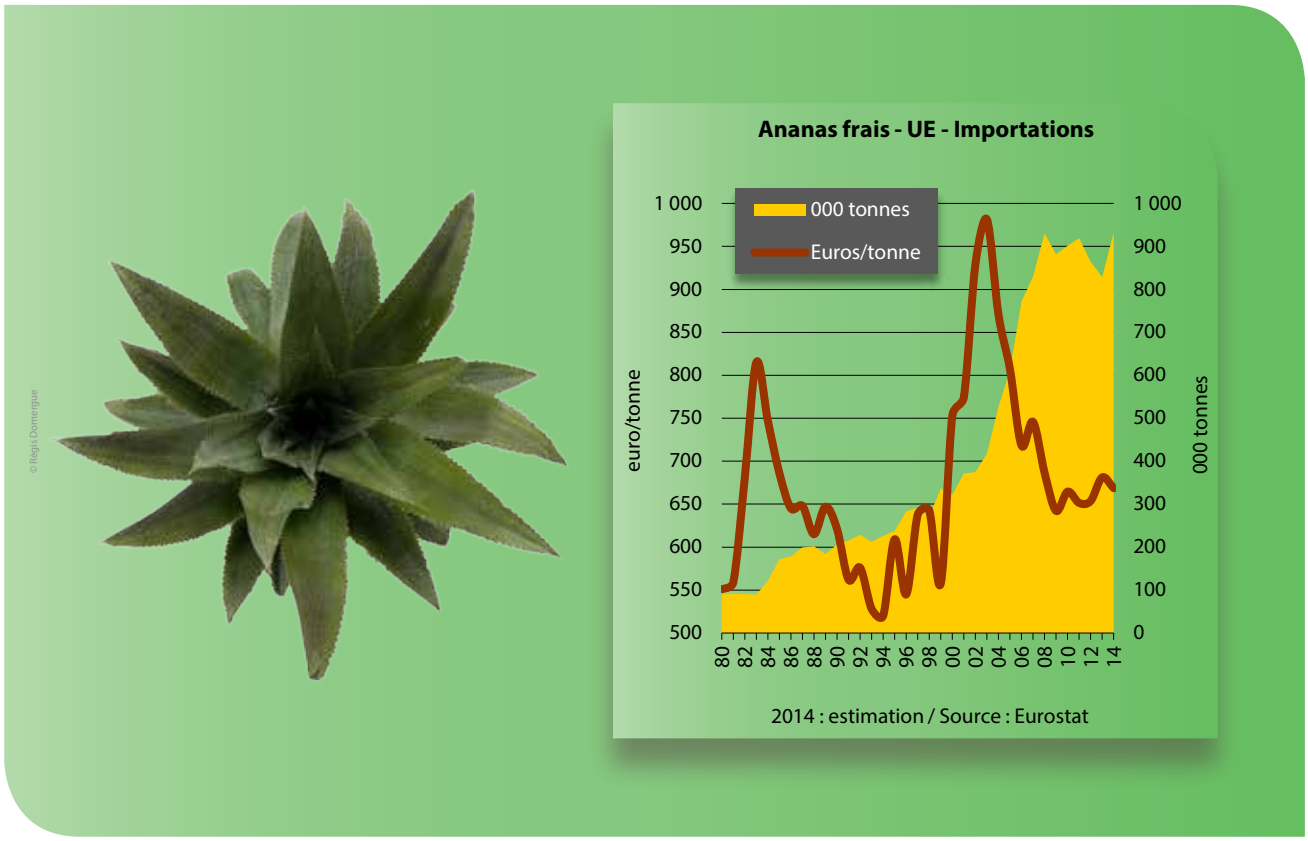
L'Équateur, géant bananier, y a cru au début des années 2000. Depuis 2007, il réduit sa présence aux États-Unis pour ne plus représenter que le dixième de ce qu'il exportait. Même trajectoire pour le Panama qui s'est décidé plus tard, à la fin des années 2000, mais a aussi très vite abandonné le navire. Il n'exporte plus en 2014 que le quart de ce qu'il faisait à son zénith il y a quatre ans. Pour le marché américain, on terminera avec le Guatemala qui, certes, a stabilisé ses volumes exportés à environ 15 000 tonnes, mais les a tout de même divisés par deux en moins d'une décennie. Dans les demi-succès, on peut citer le Mexique, qui depuis six ans exporte de 30 000 à 55 000 tonnes, et le Honduras qui se développe tranquillement en atteignant quasiment 40 000 tonnes en 2013 et 2014.

La situation en Europe est encore plus tranchée avec infiniment plus d'origines qui désertent ou sont en passent de déserter le marché, comme l'Équateur, le Honduras ou le Cameroun, que d'origines qui se développent comme le Bénin. Plaçons la Côte d'Ivoire, le Ghana ou encore le Panama dans la catégorie des résilients, avec juste un brin d'optimisme. Car le continent africain, qui tente de s'imposer sur quelques segments de marché très ciblés comme l'ananas Cayenne lisse, le Pain de sucre et plus généralement le marché de l'ananas avion, ne pèse plus que 6 % de l'approvisionnement de l'UE, soit un peu moins de 60 000 tonnes.

Mais qui assure donc le reste de la consommation ou plutôt l'essentiel de celle-ci ? Le fournisseur qui n'a pas encore été cité et qui écrase de tout son poids le marché mondial de l'ananas frais est bien évidemment le Costa Rica. Ne citer ce fournisseur qu'au bout de deux pages est un vrai exploit rédactionnel tant son emprise sur le marché est forte. On ne reviendra que rapidement sur la *success story* de l'ananas au Costa Rica, qui fut longtemps liée à l'entreprise Del Monte et à une innovation variétale. Ce n'est pas tous les jours qu'un nouveau standard de marché, qui plus est via une nouvelle variété (le MD-2 ou Extra Sweet, son petit nom marketing), s'impose, ringardisant en quelques années l'origine et la variété dominantes de l'époque, c'est-à-dire la Côte d'Ivoire et le Cayenne lisse. Servi par une logistique impeccable, une maî-



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



trise agro-technique exemplaire et une organisation commerciale qui ne laisse toujours rien à l'improvisation, le trio Costa Rica/Del Monte/MD-2 a boosté la demande. Sur les deux plus gros marchés (États-Unis et UE), elle a été multipliée par cinq entre 1996 et 2014 ! Le Costa Rica a exporté 1.9 million de tonnes en 2013 et les 2 millions seront largement dépassés en 2014. Sa part de marché est impressionnante et frise un score soviétique aux élections : 90 % pour les États-Unis et 85 % pour l'UE-27. Mais le Costa Rica ne se limite ni à ces espaces économiques, puisqu'il a exporté son ananas en 2013 dans plus de cinquante pays, ni à l'ananas frais, puisqu'il exporte de plus en plus de jus d'ananas.

A la recherche du MD-2 2.0

La dissémination de la variété MD-2 est un cas d'école qui est désormais enseigné dans les cours sur la gestion d'une innovation. Sauf qu'à part quelques produits industriels où le rythme d'innovation est effréné, il est difficile dans la filière agricole de se réinventer à intervalles réguliers. Car si les secteurs de l'électronique, et notamment la téléphonie, programment l'obsolescence de leurs appareils et nomment « innovation majeure » le moindre changement de couleur ou de forme, la production agricole reste contrainte

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

par ce que les agronomes appellent le complexe pédo-climatique ainsi que par le potentiel variétal des cultivars à disposition. Si Apple a sorti six versions de son Iphone en moins de sept ans, le MD-2 2.0 reste à trouver. Et puis, de quelles innovations parle-t-on ? La couleur, la forme, la texture, l'équilibre sucre-acidité, la tolérance ou la résistance aux maladies, la productivité, etc. ? Certes, il y a beaucoup à faire, mais beaucoup a déjà été fait avec cette variété d'ananas et les améliorations sont longues et coûteuses à obtenir, que ce soit via la création variétale (avec ou sans recours aux OGM) ou les adaptations des itinéraires techniques. On est loin ici de la facilité qu'ont les industriels à changer la couleur du produit par la simple reformulation d'une recette ou la modification d'un process. Nous sommes dans le vivant et celui-ci impose son rythme aux volontés d'évolution de la filière. Quelques annonces fleurissent çà et là concernant une nouvelle variété d'ananas, mais le soufflet retombe aussitôt.

On peut toutefois citer une innovation majeure et à portée de main de la filière. Une vraie innovation qui pourrait changer le statut de ce fruit aux yeux des consommateurs européens. Une innovation qui ferait sortir l'ananas du segment « patate » pour lui faire retrouver celui de roi des fruits et donc sa couronne. Une innovation qui ne demande aucun tube à essai, aucune transgénèse, aucun investissement en production, aucun pesticide supplémentaire. Il s'agit tout simplement d'apporter un minimum d'attention aux fruits en rayon. Car il faut avoir la foi chevillée au corps pour acheter — notez que nous n'avons pas dit consommer — un ananas dans les conditions où certains chefs de rayon l'abandonnent. Mais c'est un mal généralisé. Le rayon fruits et légumes manque de « soigneurs ». C'est une longue et épuisante croisade que de faire revenir de la main d'œuvre en rayon. Ce n'est pourtant qu'à ce prix (ou plutôt coût se défendent les distributeurs) que la consommation de fruits et légumes frais et notamment d'ananas se développera. Et ce n'est pas nous qui le disons, ce sont les patrons de la distribution eux-mêmes. Dans un article de LSA en février 2011, le représentant de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (une association professionnelle regroupant de grandes enseignes françaises) notait que « (…) si le rayon est particulièrement travaillé, les résultats sont très rapidement au rendez-vous ». Et un responsable de Casino d'ajouter « En termes d'image différenciante et de poids de chiffre d'affaires, les fruits et légumes constituent le rayon de tous les enjeux ». Parfait ! Le diagnostic est établi et partagé par tous les acteurs. Les enjeux sont cruciaux et dépassent le simple rayon fruits et légumes. Mais alors pourquoi rien ne bouge ? Question sans doute bête, mais à laquelle nous n'avons jamais trouvé de réponse, outre le fait que cela coûte cher. Certes ! Mais cela rapporte bien davantage, y compris en nombre de tubes de dentifrice vendus.

© Denis Loeillet

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

L'Observatoire des prix et des marges en France montre, il est vrai, que les enseignes font déjà tous les efforts nécessaires en termes de main d'œuvre dans les rayons. En effet, les frais de personnel dédié au rayon, rapporte l'étude publiée en 2013 (page 314 et suivantes), sont relativement importants rapportés au chiffre d'affaires (CA) et à la marge brute. Le rayon fruits et légumes a une marge nette moyenne (6 %) rapportée au CA la plus faible parmi les rayons à marge nette positive, et ce malgré le poids du rayon dans le CA (18 %) et la marge brute (17 %). Si l'on en croit ces chiffres, nous sommes donc dans une impasse.

© Denis Loeillet

La 4e gamme : un tout autre produit

Mais revenons à l'ananas. Il y a bien une autre innovation qui change et même qui révolutionne le service rendu. Il s'agit de la 4e gamme proposée très régulièrement en magasin. Elle est soit « artisanale », l'ananas est découpé sous les yeux des clients à grand renfort de musique tropicale, de tissus madras et de couleurs locales, soit industrielle, l'ananas étant cette fois-ci proposé en sachets, étuis, coupelles, etc. C'est ici le segment snacking qui est visé. Mais pas seulement. C'est aussi le segment des catégories

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

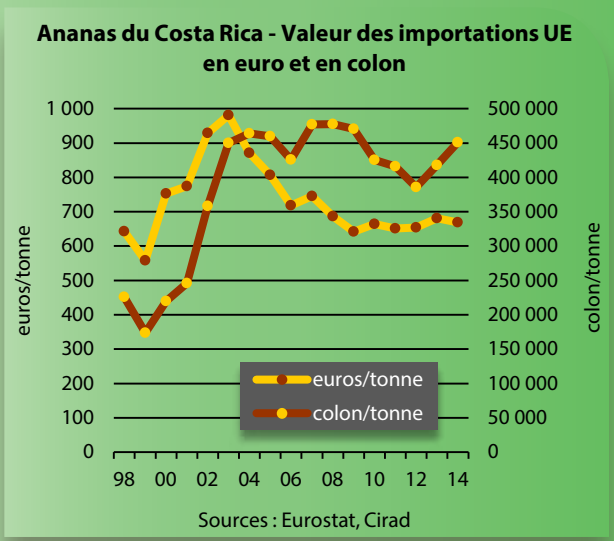
socioprofessionnelles supérieures qui est ciblé. En effet, pour l'offre « industrielle », on atteint régulièrement les 20 euros du kilo d'ananas frais et on dépasse même les 30 euros ! A ce prix astronomique, on se passe de la peau et de la couronne et de la corvée d'épluchage. Encore heureux.

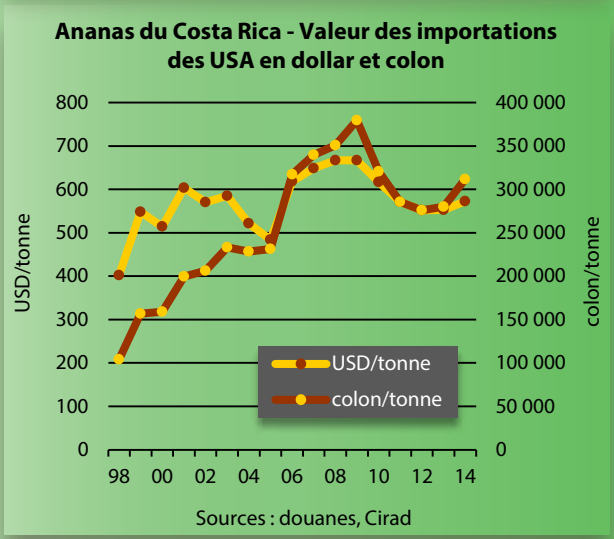
Mais, au fait, sommes-nous toujours sur les mêmes marchés ? Ces deux segments ont beaucoup de choses en commun. L'unité de lieu est quasi commune. Ce sont les rayons des supermarchés étendus à la restauration hors foyer et notamment la restauration rapide dans le cas de la 4e gamme. Plus compliquée est l'unité de temps. La 4e gamme a une durée limite de consommation d'environ huit jours, alors que l'ananas frais peut aller bien au-delà, et même trop loin vu l'état de fraîcheur des produits en rayon. Car si l'ananas paraît robuste, c'est qu'il ne s'effondre pas comme l'avocat, la banane ou la poire. Il flétrit tranquillement, passant d'un vert terne à un marron défraîchi du plus mauvais effet, accompagné de quelques moucherons qui virevoltent gaiement. Enfin, nous avons déjà évoqué le positionnement radicalement différent en termes de prix de détail des deux produits. L'unité de valeur est ainsi totalement différente. Bref, on peut conclure aisément qu'il n'y a pas grand-chose de commun entre ces deux segments. Le marché de l'ananas ne trouvera pas ici son salut.

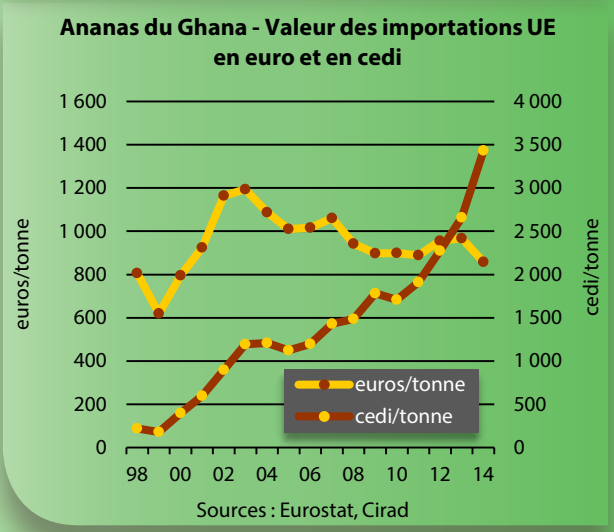
Mais quel est le secret du Costa Rica ?

Ne gâchons pas notre plaisir de constater que le marché mondial croît rapidement. Selon Comtrade, il s'élève en 2013 à un peu plus de 2.8 millions de tonnes, soit un taux annuel moyen de croissance sur les douze dernières années de plus de 10 %. Un chiffre digne des taux de croissance de l'économie chinoise. Il est d'autant plus important que la production mondiale n'a, elle, augmenté que de 3.6 % par an depuis 2001. Désormais, 12 % de la production mondiale se retrouve sur le marché international de l'ananas frais. Si l'on ajoute les volumes d'ananas transformés (conserve et jus) commercialisés, on atteint le chiffre record de 8.4 millions de tonnes (en équivalent fruit frais), soit un doublement du marché mondial en une quinzaine d'années.

Penchons-nous maintenant sur la valeur de l'ananas frais sur les marchés. Thierry Paqui, consultant spécialisé qui édite une lettre hebdomadaire d'analyse du marché européen de l'ananas, et dont vous trouverez dans la suite du

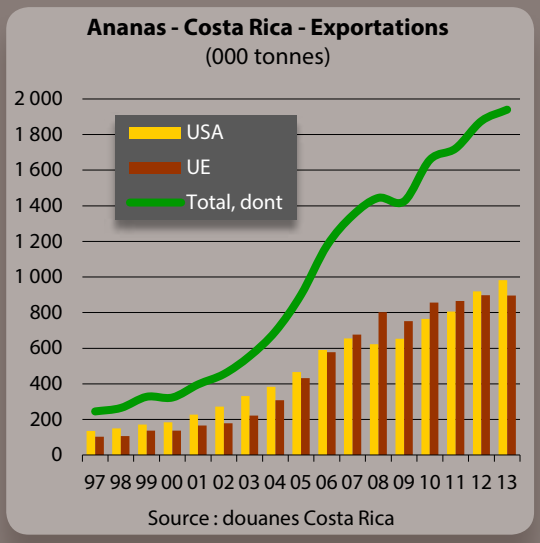


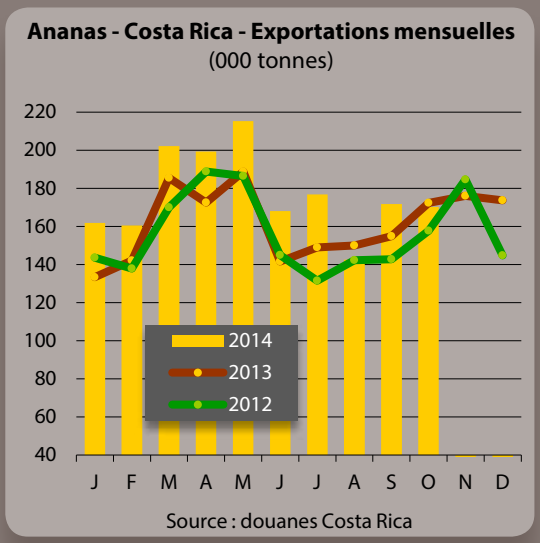


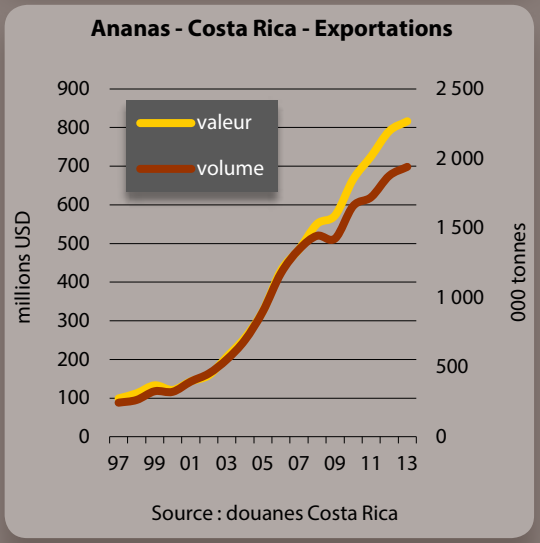


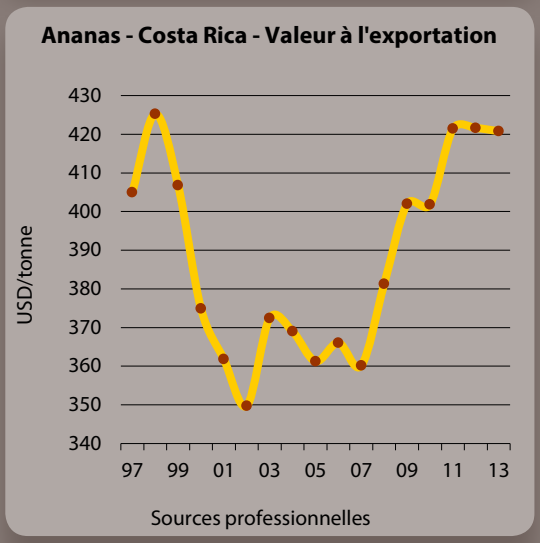
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Ananas – Costa Rica









Ananas frais — Costa Rica — Exportations mensuelles

Mois	2013				2014			
	Total dont	USA	UE-27	Autres	Total dont	USA	UE-27	Autres
Janvier	133 441	60 624	66 420	6 397	161 942	84 383	71 183	6 376
Février	142 055	64 738	71 010	6 307	160 480	77 191	76 735	6 554
Mars	185 436	97 773	82 588	5 075	202 144	104 544	92 550	5 050
Avril	172 461	81 778	86 293	4 390	199 313	108 547	86 319	4 447
Mai	188 916	97 994	87 141	3 781	215 329	113 763	95 937	5 629
Juin	141 661	73 929	65 041	2 690	168 028	91 263	72 752	4 013
Juillet	148 980	78 263	67 070	3 647	176 869	92 746	79 131	4 993
Août	149 955	78 596	68 374	2 984	142 550	77 563	59 817	5 170
Septembre	154 807	86 175	64 670	3 962	171 773	98 096	67 237	6 439
Octobre	172 292	93 557	72 265	6 471	170 206	92 539	69 245	8 422
Novembre	176 030	84 241	79 161	12 629	0	0	0	0
Décembre	173 762	83 676	84 900	5 186	0	0	0	0
Total	1 939 795	981 343	894 932	63 519	1 768 634	940 634	770 907	57 093

Source : douanes

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

dossier une analyse de la campagne de commercialisation écoulée, juge les résultats économiques très décevants. Ce n'est pas la première fois que l'aval de la filière se plaint de prix bas. On a maintes fois rappelé, dans ces colonnes, la détérioration de la valeur du fruit sur les marchés. Suivant une logique économique toute néo-classique, le développement des volumes a entraîné une baisse de la valeur et même une baisse de la valeur ajoutée du fait, par ailleurs, d'une augmentation des coûts de production. Les termes de l'échange sont dont très défavorables au produit. Sauf que, en théorie, l'offre aurait dû s'ajuster à la baisse. Cela a été le cas pour les origines outsiders qui, comme on l'a vu, désertent le marché mondial. Mais cette place laissée libre a été récupérée par les producteurs au Costa Rica. Le géant a encore fait un pas en avant. Sur les douze derniers mois (novembre 2013 à octobre 2014), les exportations costariciennes ont dépassé les 2.1 millions de tonnes. Un record absolu ! Mais quel est le secret des producteurs ? A la même époque l'année dernière, **FruiTrop** (octobre 2013, n°215) avait avancé un certain nombre d'hypothèses. Revenons sur celle du taux de change euro/colon. En Europe, la valeur moyenne annuelle des ananas du Costa Rica s'est stabilisée en 2014 à 615 euros/tonne (chiffre estimé) contre 617 euros en 2013. Traduite en colon, le constat est très différent. En effet, le revenu en monnaie locale a progressé de 8 % grâce à l'effet magique du taux de change. L'impact est franc et massif. C'est aussi le cas pour les fruits exportés vers les États-Unis, avec un effet encore plus marqué, de l'ordre de 11 %. Il est indéniable que le taux de change est un puissant antidépresseur pour les producteurs d'ananas.

Par contre, cet avantage sur lequel les producteurs n'ont évidemment pas de prise (données macroéconomiques) n'explique pas tout. En effet, le contre-exemple vient du Ghana. La valorisation de ses fruits sur le marché européen a été décevante en 2014. En moyenne, la baisse en euro a été de plus de 10 % par rapport à 2013. Situation inverse une fois passé ce chiffre à la magie du « taux de change ». En effet, le prix en cedi a lui grimpé de 29 % en seulement un an. Vive la dévaluation du cedi, certes ! Mais ce coup de baguette magique semble sans effet sur les exportations ghanéennes d'ananas qui sont orientées à la baisse. Il est vrai que le taux d'inflation annuel s'est élevé à près de 17 %, réduisant ainsi les marges de manœuvre des producteurs. A titre de comparaison, le taux d'inflation au Costa Rica est largement plus modéré : de l'ordre de 5 % en 2014. Ce qui laisse aux producteurs une plus grande latitude.

Les prix import repartent à la baisse

Les prix moyens import, après un répit en 2013, sont donc repartis à la baisse. Le printemps et l'été 2014 ont été particulièrement difficiles. Le prix moyen a dévissé d'un demi-euro par carton à 6.6 euros. Peut-être la seule petite satisfaction est de constater que l'amplitude du prix a été extrêmement limitée à la baisse comme à la hausse. Mais au-delà des volumes mis en marché, c'est bien une offre déséquilibrée et déficitaire en petits fruits et donc excédentaire en gros calibres qui a marqué les esprits durant cette campagne. A telle enseigne qu'à une période les calibres les plus petits ont trouvé preneur à des prix jamais atteints pour ce type de fruit. Un comble.

Trop de volumes c'est sûr, pas assez de soins en amont comme en aval c'est certain, une atténuation de la baisse des prix import via le taux de change pour certaines origines sans doute, une catastrophe annoncée depuis des années qui n'arrive pas, bref le feu couve. La pièce est sur la tranche… reste à savoir de quel côté elle va tomber ! Est-ce l'heure de la restructuration et de la concentration de grands volumes entre quelques mains ? C'est ce que certains espèrent et entrevoient pour enfin peser sur la tendance naturelle de marché : la baisse de la valeur. Mais la solution unique, et quasi miraculeuse, passe-t-elle par l'élimination des petits joueurs ? Même si ce postulat était valide, la base productive est énorme rien qu'au Costa Rica. On l'a constaté dans d'autres filières, à petits volumes grands effets. L'éparpillement des capacités de production est tel qu'il y a pléthore d'opérateurs sur le marché. L'association professionnelle locale a recensé plus de 170 sociétés exportatrices et l'accès au transport longue distance est particulièrement aisé. En résumé, opérer sur ce marché c'est comme vivre sur un volcan. La terre y est fertile, mais on ne sait jamais de ce que demain sera fait ■

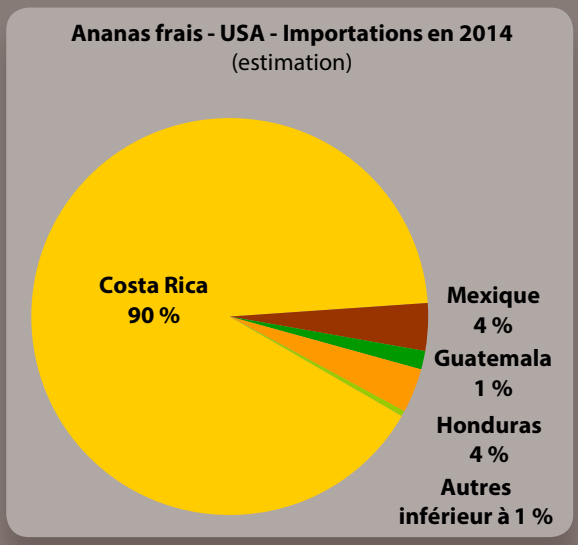
Denis Loeillet, Cirad
denis.loeillet@cirad.fr

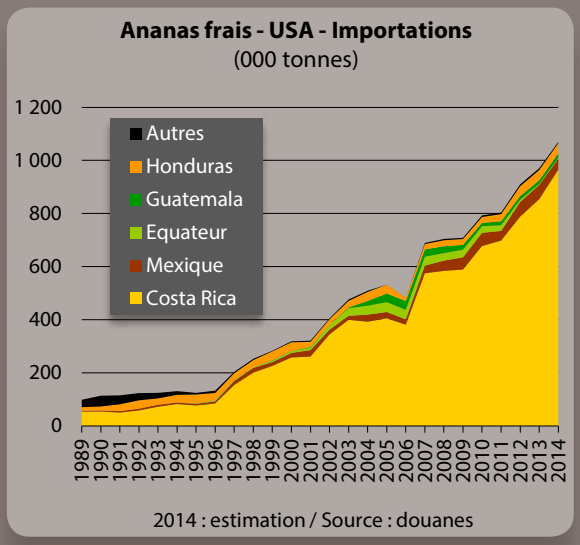
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

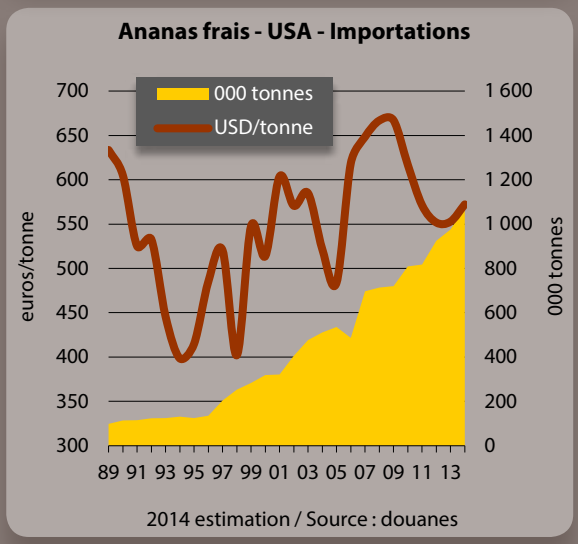
Ananas – États-Unis

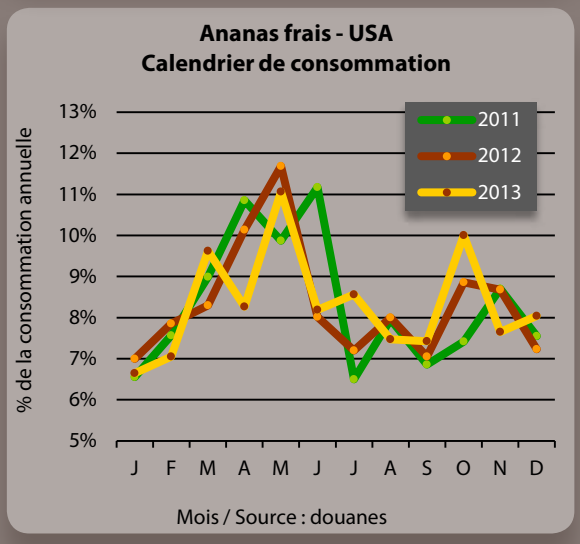
No limit !

C'est écrit. Les importations américaines d'ananas atteindront 1.1 million de tonnes cette année. Cela reste encore une estimation car les chiffres des douanes sont arrêtés pour l'heure à septembre 2014. Mais la tendance pluriannuelle est tellement lourde qu'on ne prend pas de risque à prolonger les courbes. Si l'on enlève 100 000 tonnes environ réexpédiées vers le Canada, le marché américain est millionnaire ! Le Costa Rica ne laisse que des miettes à ses concurrents. Il détient une part de marché de 90 %, laissant 4 % chacun au Mexique et au Honduras. La consommation américaine diffère un peu de l'européenne. Les *salad bars* sont un des débouchés importants, la demande se porte sur les gros calibres (jumbo) et les pics de consommation sont un peu différents de ceux de l'Europe. Alors qu'ils sont très marqués pour les fêtes de Pâques et de fin d'année en Europe, la consommation aux États-Unis est, à ces périodes, bien en deçà de la moyenne annuelle. Par contre, les mois de mars, avril et mai (parfois juin) voient l'approvisionnement grimper en flèche, jusqu'à 50 % de plus que la moyenne annuelle.









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

Fiche pays producteur

L'ananas en République dominicaine

par **Bettina Balmer**, consultante
bettina.balmer@gmail.com

La République dominicaine tente de relancer le secteur de l'ananas, non sans mal. Malgré de bonnes conditions pédoclimatiques et la disponibilité en terres, le pays ne figure plus parmi les grands pays producteurs et exportateurs d'ananas, alors qu'il avait bien démarré au début des années 90 avec la venue de deux transnationales. Ces dernières ont quitté le territoire une dizaine d'années après leur installation.

Néanmoins, la République dominicaine entretient la forte ambition de retrouver une place sur la scène internationale avec ce fruit. Au milieu des années 2000, le gouvernement a mis en place une politique de conversion variétale et de développement de la production d'ananas destinée à l'exportation, grâce à diverses mesures ainsi qu'à des aides internationales.

Il est trop tôt pour récolter les fruits de ce développement récent, du fait notamment de la faiblesse des organisations et du manque de savoir-faire et d'appétence pour l'export des producteurs. Pour l'heure, ils approvisionnent encore essentiellement le marché intérieur, bien plus lucratif et moins exigeant que les marchés internationaux. Toutefois, un petit groupe de producteurs semble vouloir s'orienter vers l'extérieur, non pas comme marché de dégagement mais avec la volonté de percer.

© Bettina Balmer

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

FRUIT LOGISTICA 2015
BERLIN
4|5|6 FÉVRIER
WWW.FRUITLOGISTICA.COM

FRUIT LOGISTICA

in cooperation with

FRUCHTHANDEL MAGAZINE

Promo Intex
2, rue Wauthier • 78100 Saint Germain en Laye
Tel +33 1 39 62 11 93
Fax +33 9 70 06 82 33
www.fruitlogistica.com
p.canovamenke@promo-intex.com

Messe Berlin

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

Ananas – République dominicaine

Historique

Flashback sur les faits marquants récents de la filière :

- **1987-1995 :** présence de Chiquita dans le pays. Le groupe comptait au plus fort de son activité 1 500 ha et 1 500 employés. Variétés : clones du Costa Rica puis Cayenne lisse.
- **1987-1997 :** présence de Dole. La transnationale a eu jusqu'à 3 500 ha de terre pour 3 600 employés. Variété : Cayenne lisse.
- **En 1992,** la République dominicaine figurait au 1er rang des pays producteurs d'ananas dans la zone Caraïbe/Amérique centrale, avec 5 millions de cartons exportés. Les deux transnationales ont quitté le pays pour des raisons essentiellement politiques (problème d'accès aux terres, achat obligé de cartons fabriqués localement, etc.).
- **A partir de 2000-2002 :** introduction de la variété MD-2 en provenance du Costa Rica et période de conversion au détriment du Cayenne lisse. Le gouvernement met en place un programme d'importation de rejets et de conversion (parallèlement à des actions de producteurs privés). Néanmoins, la qualité des rejets importés n'est pas à la hauteur et va se dégrader avec le temps.
- **2005-2010 :** programme de développement des avantages compétitifs de la production d'ananas via le CNC (*Consejo Nacional de Competitividad*) sur fonds de la Banque Interaméricaine de Développement (BID).
- **2007-2012 :** plan stratégique de développement d'un cluster de l'ananas, adossé à la principale association de producteurs du pays, l'APROPIC. Il est abondé par des fonds divers, notamment USAid. Ce cluster est actuellement en état de dormance. Taïwan offre 5 tracteurs à l'APROPIC.
- **Août 2012 :** inauguration de la station de conditionnement de l'APROPIC, financée en grande partie par l'USAid. Cette station restera une sorte d'éléphant blanc, à peine utilisée par quelques exportateurs et inachevée (des installations manquent comme le pédiluve, etc.).
- **Décembre 2012 :** accord pour un programme de diffusion de 10 millions de rejets de MD-2 importés du Costa Rica, appuyé par le FEDA (cf. encadré).
- **Mai 2014 :** signature et démarrage d'un second projet géré par l'APROPIC, financé par la BID et encadré par le CNC, d'une durée de 18 mois. Il vise la relance du secteur de l'ananas à destination de l'exportation via le renforcement de l'association, la certification et autres actions.
- **Mai 2014–février 2015 :** projet de formation d'une vingtaine de formateurs et d'appui à la certification Global-GAP de six producteurs, financé par l'Union européenne au travers du programme TBT.

Le FEDA (*Fondo Especial de Desarrollo Agropecuario*) est une institution qui dépend directement de la Présidence de la République. Il a comme objectif la promotion agricole et le développement rural au travers de l'innovation et du transfert technologique. Il cible les associations agricoles et finance essentiellement les petites structures. Ce fonds gère plus d'une centaine de projets agricoles.

La principale association de production d'ananas du pays (voire la seule), l'APROPIC a bénéficié d'un appui du FEDA au travers de la fourniture dès janvier 2013 de 10 millions de rejets de haute qualité génétique, en provenance du Costa Rica. Ce prêt en nature d'un montant de 80 millions DOP (1.432 million d'euros) impose aux producteurs bénéficiaires (au nombre de 94) de rétrocéder trois rejets pour chaque rejet planté. Ce programme vise à remplacer les plants de MD-2 importés au début des années 2000 qui subissent une dégénérescence génétique. Par ailleurs, le FEDA a financé 226.5 tonnes d'engrais aux producteurs d'ananas.

Collecte de rejets

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

Ananas – République dominicaine

Localisation

En octobre 2014, les terres dédiées à la culture d'ananas (préparation et production) couvraient une superficie comprise entre 1 500 et 2 000 hectares. Néanmoins, le pays bénéficie d'une réserve importante de terres : certains s'accordent sur un potentiel de 100 000 ha aptes à cette production, dont 50 000 ha dans les environs de Cevicos. De source professionnelle, le pays comptait à la même époque 55 millions de plants.

La production est composée à 90 % de la variété MD-2, introduite au cours des années 2000, le reste étant essentiellement du Cayenne lisse et du Pain de Sucre. Il n'y a pas de production d'ananas bio ou fair trade, comme dans le secteur de la banane.

La production actuelle se concentre surtout dans deux provinces : Monte Plata (aux environs des villes de Monte Plata et de Bayaguana) et Sanchez Ramirez (aux environs de Cotui, Cevicos et Fantino). La province de Santiago (La Canela) produit aussi ce fruit, mais dans une moindre mesure.

Selon les sources officielles, il y aurait plus de 600 producteurs d'ananas dans le pays. Néanmoins, le secteur se caractérise par une multitude de très petites exploitations instables (changement de production selon la conjoncture et pas de plan de production structuré) pour lesquelles cette production n'est pas prioritaire.

Par ailleurs, étant donné le coût de production élevé, les exploitations les plus grandes (et stables) sont bien souvent aux mains de propriétaires dont ce n'est pas l'activité principale, mais qui disposent de fonds pour investir dans cette production.

Les aires de production sont fortement fragmentées. Hormis l'exploitation d'un des premiers groupes du pays qui s'étend sur 230 ha actuellement avec un plan d'expansion important destiné essentiellement à l'exportation, 13 exploitations dépassent 30 ha chacune.

Dans l'immédiat, seules deux exploitations sont certifiées GlobalGAP. Un programme de l'Union européenne (en cours lors de la parution du présent dossier) vise à préparer six exploitations à cette certification. Mais il ne s'agirait pas de la première initiative dans ce sens, les précédentes n'ayant pas abouti.

Ananas – République dominicaine – Répartition par surface des membres actifs de l'APROPIC

	< 3 ha	3 < ha < 9 ha	9 < ha < 31 ha	> 31 ha
Nombre de producteurs	29	27	26	13
%	31 %	28 %	27 %	14 %

Source : APROPIC, qui compte 97 membres actifs car à jour de leur cotisation (chiffre évolutif) sur 130 membres enregistrés

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

Ananas – République dominicaine

Production

Comme déjà mentionné, la République dominicaine bénéficie de bonnes conditions pédoclimatiques qui permettent de produire l'ananas toute l'année. L'ensoleillement y est plus important qu'au Costa Rica, mais la couche végétale est plus réduite malgré une bonne acidité.

Les bonnes pratiques agricoles (BPA) n'ayant pas jusque-là de caractère obligatoire (même si elles devraient l'être au regard du décret 52-08 qui réglemente l'application générale des BPA), peu d'exploitations les appliquent. La productivité, la mécanisation et le niveau technique des exploitants agricoles sont faibles. Les services de vulgarisation agricole de l'État souffrent d'un manque chronique de moyens pour aider les producteurs et, de fait, ne remplissent pas leur objectif.

Rares sont les producteurs qui travaillent par assolement et rotations afin de couvrir l'année complète. Rares aussi sont les producteurs qui maîtrisent la production de deux fruits par plant. La production en tant que telle n'est pas organisée de manière à réguler la mise en marché ou à mutualiser les achats d'intrants. Les quelques organisations de producteurs souffrent de l'absence d'une gouvernance efficace. Il n'y a pas de coordination « filière » à ce jour, malgré les efforts déployés récemment dans le cadre de projets financés par des bailleurs internationaux. Les systèmes de traçabilité et de contrôle de qualité sont quasi inexistants en raison du faible niveau d'exigence du marché local (qui écoule plus de 90 % de la production).

La densité de plantation est en moyenne aux alentours de 56 000 plants à l'hectare. La production est faiblement mécanisée et fait appel à une main d'œuvre relativement bon marché.

Animation dans le cadre de la fête de l'ananas de Cevicos (octobre 2014)

Selon le ministère de l'Agriculture, l'achat des rejets représenterait 40 % du coût de production en 2013, alors que la main d'œuvre ne compte que pour 11 %. Ces chiffres contredisent ceux de certains producteurs qui avancent la répartition suivante : 15 % pour les rejets nationaux (davantage pour les rejets importés du Costa Rica), 45 à 50 % pour les produits agro-chimiques et autres intrants et 20 à 25 % de main d'œuvre.

De source professionnelle, comparativement au Costa Rica, la main d'œuvre est moins chère, mais le carburant est plus onéreux (+ 30 à 40 % : coût de transport d'un conteneur de la station de conditionnement au port) ainsi que les cartons (1.35 USD/carton + 18 % ITBIS, sorte de TVA locale, par rapport à 0.85 USD/carton au Costa Rica). La compétitivité de l'ananas dominicain à ce niveau peut être questionnée.

La production d'ananas en République dominicaine est indemne des organismes suivants (organismes de quarantaine) :

- escargot (*Opeas pumilum* : Achatinoide : Subulinidae) ;
- charançon (*Metamasius dimidiatipennis* : Coleoptera : Curculionidae) ;
- tecla (« petit papillon » ou mineuse du fruit ; *Strymon basilide* : Lepidóptera : Lycaneidae) ;
- chenille soldat (*Elaphrina nucicolora* : Lepidoptera : Noctuidae) ;
- mouche charbonneuse (*Stomoxys calcitrans* : Diptera : Muscidae) ;
- *Fusarium guttiforme* ;
- virus de Mealybug Wilt (Pineapple Mealybug Wilt associated virus - PMWaV).

La cochenille demeure le principal problème phytosanitaire rencontré dans les expéditions d'ananas de ce pays, expliquant quelques rejets à l'entrée des États-Unis et de l'Union européenne.

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

Ananas – République dominicaine

Débouchés

A l'heure actuelle, la production est écoulée à plus de 95 % sur le marché local, qui est particulièrement porteur : un fruit de grand calibre peut se vendre jusqu'à 1 USD (44 DOP, taux de change mi-octobre 2014) en sortie d'exploitation. Tous calibres confondus, ce prix serait en moyenne de 18 DOP par fruit.

La consommation locale annuelle fluctue de 24 à 25 millions d'unités. La demande reste supérieure à l'offre. Le marché national se compose de 10.4 millions d'habitants ainsi que de près de 4 millions de touristes qui séjournent annuellement en République dominicaine.

Comme mentionné plus haut, le niveau d'exigence des acheteurs du marché national est faible. Les standards de qualité des fruits commercialisés localement ne sont guère définis, outre par la taille. A noter que les fruits proviennent bien souvent directement du champ sans passer par des stations de conditionnement.

Les ananas se classent selon quatre calibres en fonction de leur poids approximatif.

Ananas – République dominicaine
Prix à destination du marché local (DOP)

Calibre	Prix bord champ	Prix détail supermarché
Grand (> 2 kg)	45-55	80-95
Moyen (1.5 à 2 kg)	30	60-80
Petit (< 1.5 kg)	15	30
Très petit (< 300 g)	5	Peu commun, en général vendu dans la rue

Source : enquête (octobre 2014)

Point de vente de détail de fruits et légumes

3e fête nationale de l'ananas de Cevicos (octobre 2014)

Logistique

La République dominicaine bénéficie de bonnes infrastructures d'exportation. Les principaux ports utilisés sont ceux de Caucedo et Haina. Les envois par avion passent par l'aéroport de la capitale (Las Americas) ainsi que par ceux de Puerto Plata, Punta Cana et La Romana. Du fait de l'arrivée massive de touristes (4 millions par an), le fret aérien est relativement bon marché et les vols nombreux.

Par rapport au Costa Rica, les exportateurs dominicains disposent d'un avantage en termes de délais : ils gagnent 4 à 5 jours pour des expéditions à destination de l'Europe et 2 jours au moins pour la côte Est des États-Unis.

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

Ananas – République dominicaine

Exportations

La République dominicaine a exporté récemment (cinq dernières années) entre 2 000 et 6 000 t de fruits par an, ce qui représente un bond par rapport aux années passées, mais qui reste modeste sur la scène internationale.

Le nombre d'exportateurs est réduit : 7 à 8 réguliers, producteurs pour la plupart.

Le pays est encore dans la phase de conversion, non pas variétale mais des anciens plants par les nouveaux rejets de MD-2 du programme du FEDA. Les premiers fruits de ces nouveaux rejets ont été exportés en Italie en avril 2014, mais le résultat de ce programme devrait être davantage visible en 2015.

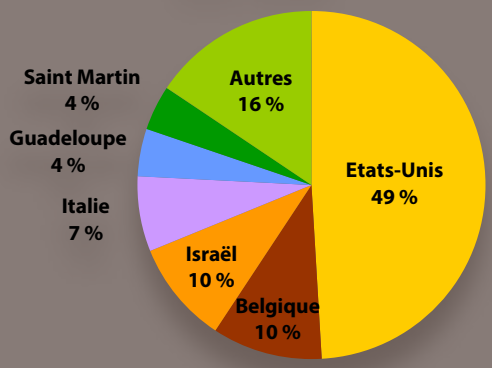
A court terme, on ne devrait pas enregistrer un saut dans les exportations du fait de l'entrée de ces 8 millions de rejets (déduction faite de 20 % au moins de perte), d'autant que les producteurs ne sont pas très orientés vers l'extérieur dans l'immédiat. Pour 2014, les professionnels s'accordent sur un volume d'exportation compris entre 5 000 et 5 500 t. En 2015, certains prévoient même une baisse de la production du fait de cette conversion.

A moyen terme, les quantités disponibles pour l'exportation devraient être plus importantes surtout si, entre temps, certains producteurs réussissent leur passage de certification GlobalGAP. A l'heure de la rédaction de cet article, six d'entre eux ont entamé le processus dans le cadre d'un programme financé par l'Union européenne. Par ailleurs, l'APROPIC bénéficie d'un autre projet (sur fonds de la Banque Interaméricaine de Développement) qui vise la certification de 25 producteurs (y compris les six premiers mentionnés). Si ce n'est utopique, cela reste du moins ambitieux vu le niveau technique actuel des producteurs en matière d'application des bonnes pratiques agricoles et leur motivation pour l'export.

Les exportations s'orientent essentiellement vers les États-Unis, l'Union européenne et la Caraïbe (Haïti et autres îles de la Caraïbe y compris Antilles françaises). Après un premier essai en 2007, quelques producteurs et stations de conditionnement ont passé l'épreuve de la certification demandée par Israël, ce qui se traduit par un flux de 80 à 500 t selon les années depuis 2009.

Collecte de rejets

Ananas - République dominicaine
Exportations 2014 (7 mois) : 3 119 tonnes
Source : douanes



Ananas – Rép. dominicaine – Evolution des exportations

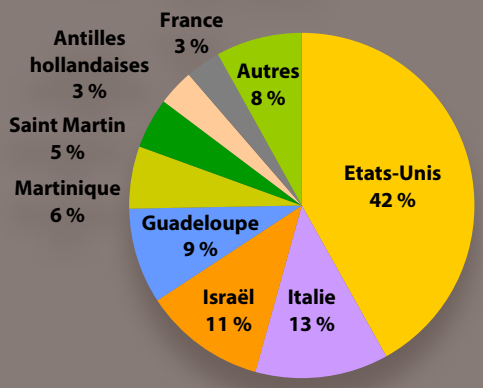
Année	Volume (tonne)	Valeur (total FOB USD)	Valeur (FOB USD/kg)
2006	265	129 750	0.49
2007	389	238 812	0.61
2008	465	349 873	0.75
2009	2 151	1 407 470	0.65
2010	3 875	2 627 437	0.68
2011	5 938	3 268 774	0.55
2012	4 519	2 404 059	0.53
2013	4 161	2 578 027	0.62
2014 (7 mois)	3 139	2 172 222	0.69

Source : DGA et CEI-RD

Ananas pour le marché local

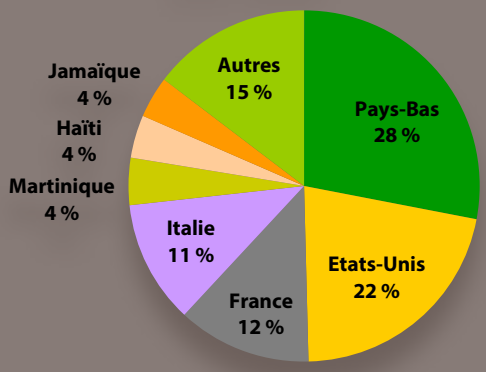
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Ananas - République dominicaine
Exportations 2013 : 4 161 tonnes
Source : douanes



Ananas qualité export

Ananas - République dominicaine
Exportations 2012 : 4 519 tonnes
Source : douanes



Ananas avec son rejet

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

Campagne ananas par bateau en 2013-2014

Un goût d'inachevé

Dans l'ensemble, la campagne ananas qui s'achève laisse un goût d'inachevé à beaucoup d'opérateurs. Un peu moins importante, l'offre de Sweet en provenance d'Amérique latine a été sans cesse déséquilibrée par des calibres en inadéquation avec la demande. La fluctuation des prix a été plus fréquente qu'au cours de la campagne 2012-13, mais c'est surtout la reprise de l'effritement des marges de profit qui commence à poser problème. Et pourtant, l'offre latino-américaine a été un peu plus réduite sur les douze derniers mois, épargnant au marché européen le fameux épisode annuel de « floraison naturelle » qui jusque-là entraînait la réception de volumes inconsidérés en provenance d'Amérique latine à certains moments de la campagne.

© OCAB Côte d'Ivoire

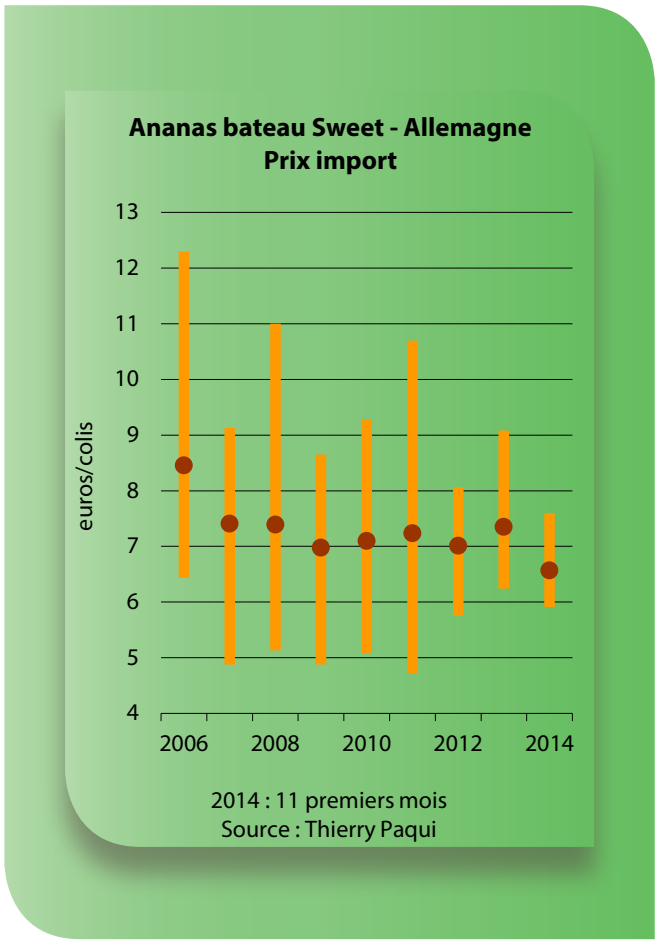
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

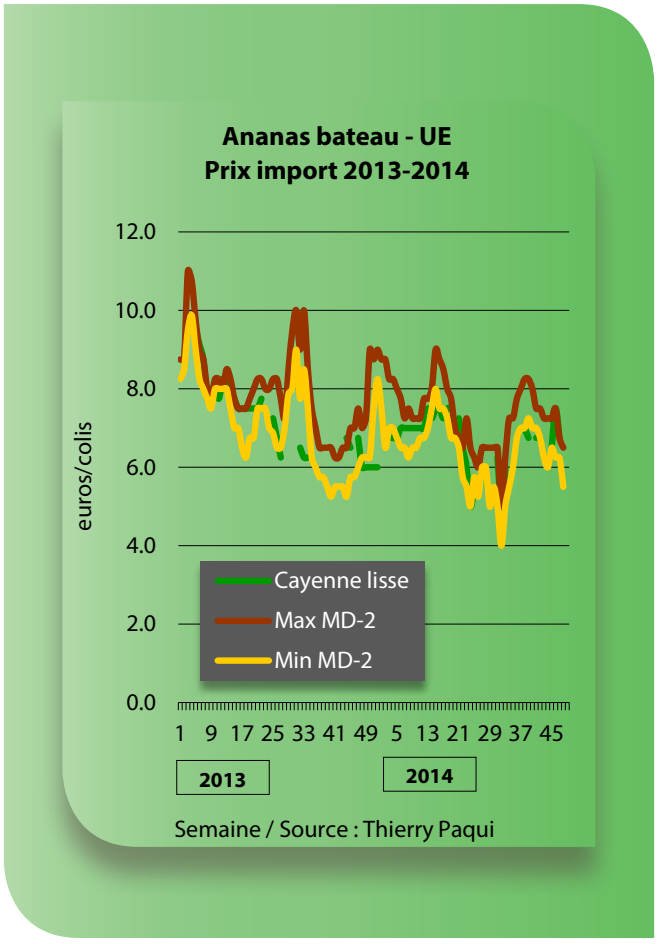
Malgré les données statistiques présentées dans l'article précédent, qui montrent une progression du marché international de l'ananas en termes de volume, le ressenti des opérateurs a été tout différent durant cette campagne. En effet, ils estiment en général que les mises en marché ont été plus légères, ce que contredisent les données douanières à la fois à l'exportation (données du Costa Rica) et à l'importation (données Eurostat). Cela prouve combien le marché fut déséquilibré en qualité et calibres recherchés et donc difficile en termes commerciaux.

L'incidence de la floraison naturelle

Au cours de la campagne précédente (de la semaine 40 de 2012 à la semaine 38 de 2013), la floraison naturelle en Amérique latine (et plus particulièrement au Costa Rica) a été suffisamment importante pour que nous continuions, semble-t-il, à en subir le contre-coup. C'est en partie du moins la raison pour laquelle l'offre latino-américaine de Sweet des douze derniers mois a été moins présente sur le marché européen. Cette relative faiblesse de l'offre a également été liée aux événements climatiques (inondations notamment) qui ont affecté la production et la qualité des ananas latino-américains, limitant par conséquent leur disponibilité. Tout au long de la campagne, les opérateurs, habitués à devoir gérer l'afflux de fruits liés à la floraison naturelle, ont été dans l'attente de ces fameux volumes, craignant le pire. La campagne qui s'achève s'est pour ainsi dire écoulée sur un faux rythme et le marché n'a jamais été inondé, comme ce fut bien souvent le cas ces dernières années, par des volumes importants mais non programmés de fruits.

Pour autant, la situation n'a pas été rose tout au long de la campagne. En effet, bien que limitée, l'offre a trop souvent été en inadéquation avec la demande. Soit parce qu'elle était majoritairement constituée de petits fruits, soit parce que l'offre de gros fruits était plus importante. Les importateurs ont donc dû continuellement gérer ce déséquilibre, ce qui laisse entrevoir la faible marge de manœuvre dont ils disposaient quant au choix des volumes et des calibres.





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

Le rôle prépondérant de la grande distribution

Le rôle prépondérant joué par la grande distribution dans la commercialisation de l'ananas, fruit autrefois exotique et maintenant devenu fruit de masse, n'a cessé de se confirmer. Ce sont donc encore une fois les opérateurs référencés par les centrales d'achats qui ont écoulé le plus de fruits sur les bases de prix les plus stables. Toutefois, le maintien dans les bonnes grâces de ces centrales d'achats a également laissé des traces. En effet, le déséquilibre de l'offre a ainsi souvent obligé certains opérateurs à racheter les calibres qui leur manquaient, à des prix élevés, pour pouvoir respecter leurs engagements. Ces rachats, souvent faits au dernier moment, ont donc entraîné à plusieurs reprises des ventes spéculatives conclues à des cours supérieurs à ceux du marché.

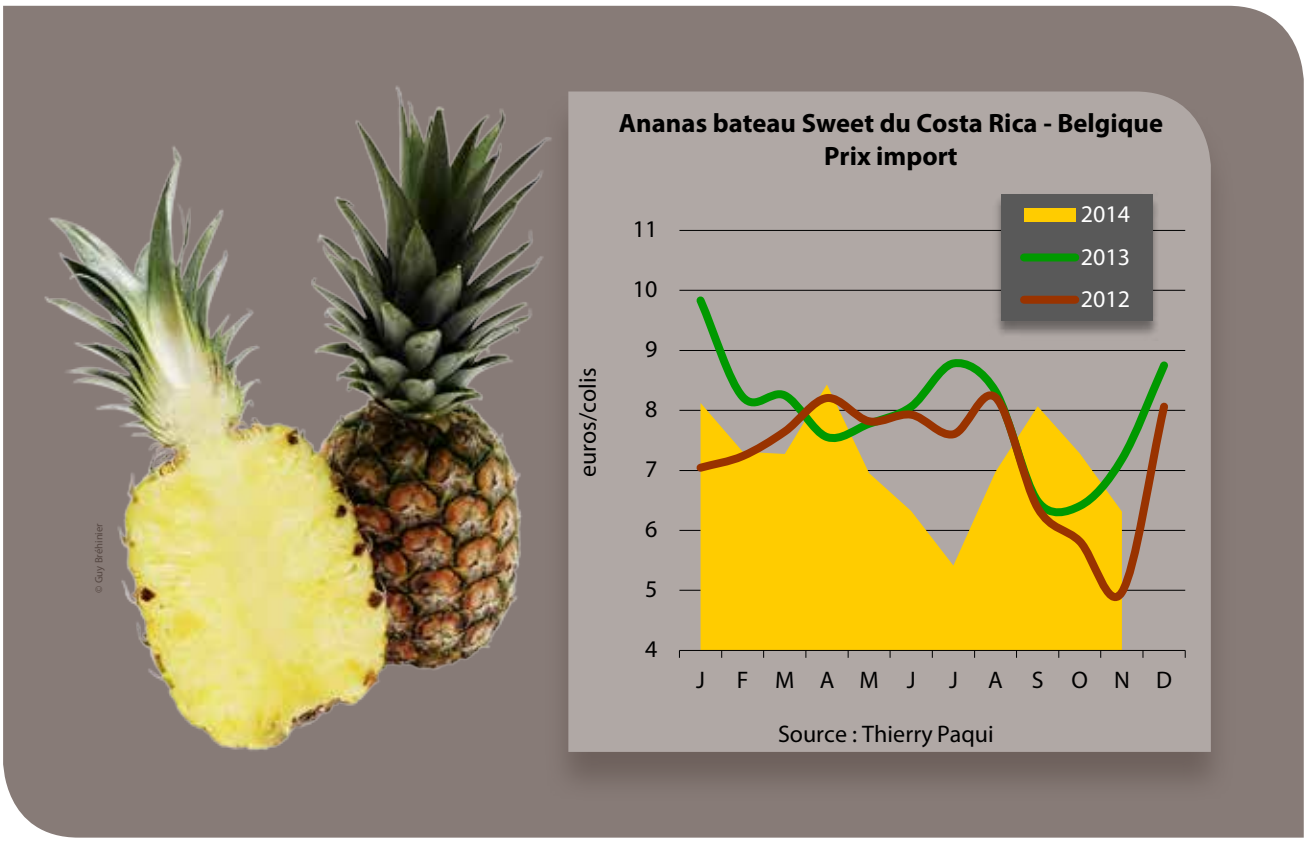
Malheureusement, alors même que l'offre globale de Sweet est restée limitée et parfois inférieure à la demande, il n'y a pas eu, comme ce fut le cas au cours de la campagne précédente, de hausses de prix. Bien au contraire, les cours moyens, qui depuis quelques années semblaient s'être stabilisés entre 6.30 et 8.00 euros/colis selon les calibres, ont encore fléchi pour se situer maintenant entre 5.5 et 7.75 euros, voire 7.50 euros/colis (prix départ quai). Cette fourchette, qui tend de plus en plus à devenir la norme, ne dispense pas le marché d'avoir recours à des ventes de dégagement ou à des ventes en PAV (prix après vente), lorsqu'il est engorgé et a du mal à absorber les volumes même limités mis en marché.

Une réorganisation de l'offre ?

Cette baisse des cours quasi générale, même si les marchés n'étaient pas surapprovisionnés, montre que la commercialisation fait intervenir plusieurs facteurs. Il ne s'agit plus uniquement de la quantité de l'offre, il faut également que celle-ci soit en phase avec la demande.

Cependant, tous les opérateurs ne sont pas logés à la même enseigne. Force est de constater que ceux qui ont un réel impact sur la politique de production et, par conséquent, sur les choix commerciaux, comme c'est le cas du premier producteur de Sweet en Afrique, s'en sortent mieux.

A ce propos, les opérateurs n'ont pas manqué de relever combien la demande avait chuté au cours des derniers mois. Bien souvent, alors que l'offre était inférieure à la demande, c'est tout juste si les opérateurs parvenaient à stabiliser les cours. Le maintien ou la fermeté des prix a davantage été lié à la faiblesse de l'offre sur les marchés à certains moments de la campagne qu'à une réelle demande pour le fruit.



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

Il est vrai que les conditions de marché ont été particulières au printemps et en été, avec une offre de fruits de saison précoce, abondante et peu chère. Toutefois, cela ne suffit pas à justifier le peu d'intérêt pour le fruit qui s'est manifesté à plusieurs occasions au cours des douze derniers mois (octobre 2013 à novembre 2014). Doit-on encore se poser la question fatidique ? En devenant un produit de masse disponible en quantités à tout moment de l'année sans réelle saison, l'ananas n'a-t-il pas fini par lasser, par se banaliser ?

Le rachat de la marque Venecia par un opérateur historique, DOLE, tend à confirmer le propos. Commercialiser un afflux de volumes qui représente plus de 4 millions de boîtes sur une année n'est pas une mince affaire, même lorsqu'on dispose d'un réseau de distribution confirmé. Cela se fait souvent au détriment du prix du colis et par conséquent au détriment du prix payé aux producteurs.

Certains opérateurs semblent s'être déjà posé la question. C'est le cas du premier producteur de Sweet africain, la Compagnie fruitière, qui a d'abord cessé sa production camerounaise pour se recentrer sur la qualité de son offre ivoirienne et ghanéenne. La stabilité de ses prix sur l'année confirme le choix qu'il a fait de réduire sa production pour stabiliser ses volumes à un seuil qui lui permet de maintenir une offre tendue tout au long de l'année.

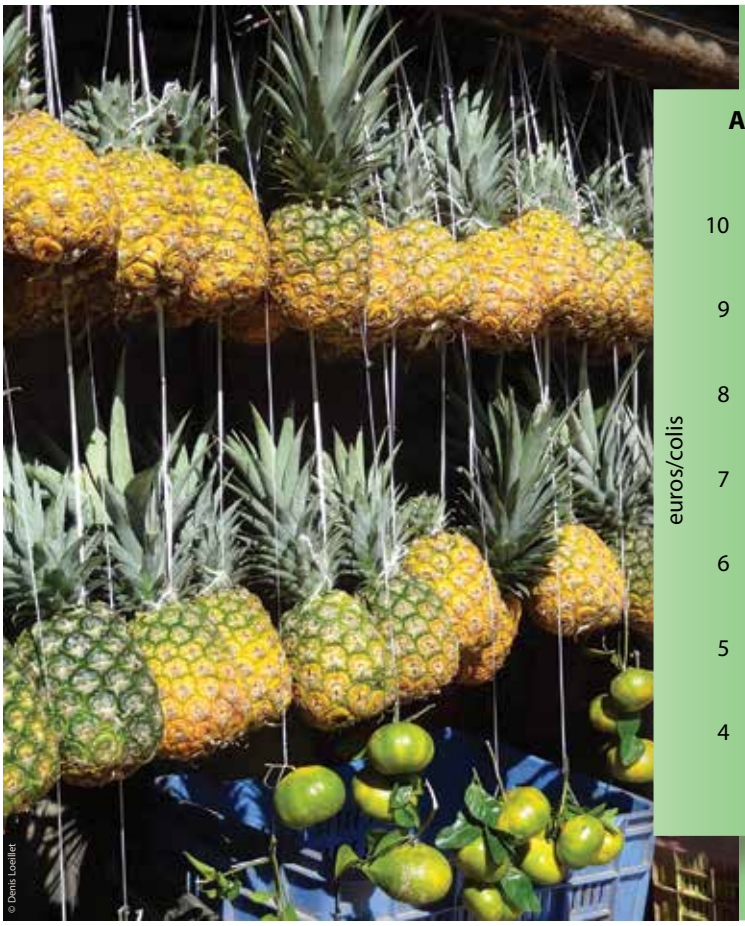
A priori, il ne serait pas le seul à vouloir suivre cette voie. Au vu des bons résultats obtenus sur le marché européen ces derniers mois en raison d'une offre plus réduite, Del Monte — la société à la base de l'introduction et du développement du Sweet — envisagerait également la possibilité de réduire la voilure de manière pérenne pour se garantir un meilleur niveau de rémunération.

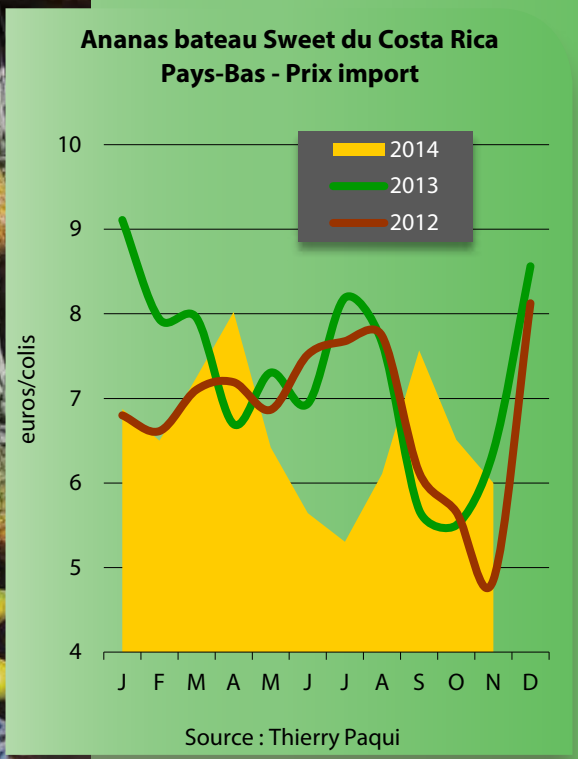
Nous avions déjà évoqué à plusieurs reprises le fait que le marché de l'ananas n'était pas extensible à l'infini. Il semblerait que, rattrapés par les réalités économiques de rentabilité, certains opérateurs et pas des moindres soient en train de tirer les leçons d'une politique d'offre débridée, en cherchant à réduire leurs volumes pour mieux valoriser leurs fruits. Espérons qu'il ne s'agisse pas là d'un phénomène conjoncturel, mais de réels choix structurels qui seront profitables au marché de l'ananas et qui inciteront d'autres opérateurs clés à s'engager dans cette voie.

Moments clés de la campagne 2013-14

C'est encore l'offre des origines latino-américaines, et plus particulièrement celle du Costa Rica, qui a imposé son tempo à la campagne ananas. Comme indiqué plus haut, l'offre toujours déséquilibrée et surtout inadaptée à la demande n'a pas vraiment su se positionner. Les opérateurs ont donc passé beaucoup de temps à gérer au mieux les stocks en leur possession, avec plus ou moins de réussite.

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





Semaines 40 à 49 de 2013

Elles correspondent à une période chaotique et confuse avant les fêtes de fin d'année. Dès le début du mois d'octobre, l'offre de Sweet était majoritairement constituée de gros fruits que la demande, affectée par les congés de la Toussaint, peinait à absorber. Les opérateurs passaient le mois à essayer d'apurer les reliquats de fruits de septembre. Des lots de qualité très hétérogène pesaient sur le marché et, malgré la mise en place de ventes en PAV ou la pratique de prix de dégagement entre 1 et 3 euros/colis, le marché restait engorgé. Certains opérateurs ont alors pris la décision de réduire les volumes importés. La légère baisse de l'offre n'a commencé à produire ses effets que vers fin novembre, la demande étant souvent atone sur la période. La remontée progressive des prix fin novembre ne peut masquer les difficultés rencontrées par les opérateurs dans la commercialisation des fruits, avec une moyenne du prix du colis entre 5.50 et 6.80 euros. L'essentiel de l'énergie a été utilisé à gérer au mieux les stocks, ce qui a compliqué la mise place des opérations de promotion pour la Saint Nicolas et les fêtes de fin d'année.

Semaine 50 de 2013 à semaine 5 de 2014

La période a été marquée par une forte baisse de l'offre et des cours, alors que la demande restait mitigée. Il y a quelques années, décembre était le mois de l'ananas : l'offre connaissait une forte progression pour satisfaire une demande dans l'attente de volumes en provenance d'Afrique et ensuite d'Amérique latine. Cette époque semble aujourd'hui complètement révolue. L'offre de Sweet d'Amérique latine a été basse pour les fêtes de fin d'année, ainsi qu'en début d'année 2014. Cette baisse ne s'est pas traduite par une hausse des cours car la demande est restée atone. Si les marchés sont habitués à ce que la demande chute en janvier, ils en ont, cette fois, fait l'expérience en décembre. Les prix ont connu, toutefois, une légère progression mécanique liée à l'insuffisance de l'offre, qui a surtout permis de maintenir une certaine stabilité des prix. Mais, dès le début janvier, l'offre de Sweet, bien que limitée, était à nouveau déséquilibrée par la trop grande présence de petits calibres peu recherchés. Bien que la moyenne des cours soit restée relativement stable entre 7 et 8 euros/colis, voire 8.50 euros, on a assisté à un élargissement de la fourchette des cours au détriment de ces petits fruits. En fin d'année, l'offre de Cayenne est restée cantonnée à son créneau de niche, avec des volumes toujours confidentiels qui se sont écoulés entre 6 et 6.8 euros/colis selon la disponibilité.

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

Semaines 6 à 13 de 2014

La période précédant Pâques a été relativement calme. L'offre de Sweet est restée limitée, souvent perturbée par des retards de navires (surtout en mars). La demande s'est accommodée d'une offre réduite et toujours déséquilibrée, avec davantage de petits calibres en février et, à l'inverse, de gros calibres en mars. La stabilité des cours, en moyenne entre 6.50 et 7.50 euros/colis, a été liée à la faiblesse de l'offre qui a facilité une certaine fluidité des ventes. A la fin de cette période, les prix se sont raffermis au fur et à mesure qu'il se confirmait que l'offre resterait basse pour Pâques.

Semaines 14 à 19 de 2014

Avant Pâques, les cours ont régulièrement progressé. L'offre, limitée et par conséquent inférieure à la demande, ne permettait pas à tous les opérateurs de satisfaire leurs engagements. Cette situation a donné lieu à des ventes spéculatives, amenant certains opérateurs à parfois payer les fruits à des cours légèrement supérieurs à ceux du marché. Soutenus par la faiblesse des apports, les prix se sont maintenus entre 7 et 8 euros/colis.

Semaines 20 à 35 de 2014

Dès le mois de mai, les fruits de saison ont été disponibles, notamment les fruits à noyau proposés à bas prix. Ils ont capté l'essentiel de la demande du printemps à la fin de l'été. Les cours de l'ananas ont alors amorcé une spirale baissière qui s'est poursuivie tout au long de l'été et qui a affecté tous les opérateurs. Ce sont surtout les petits calibres qui ont le plus souffert du désintérêt de la demande. La moyenne des cours n'a cessé de décroître pour se situer au plus fort de ce phénomène de mévente à 4.5 euros/colis !

Cette moyenne des cours pour la période, située entre 4.50 et 7.50 euros/colis, va certainement avoir des séquelles et se ressentir sur les comptes de ventes annuels de plusieurs entreprises exportatrices. C'est la demande plutôt soutenue en provenance des pays de l'Est, notamment de Russie, qui a permis d'éviter des chutes de cours plus prononcées. Lorsque la Russie a imposé un embargo sur les produits agricoles européens, les opérateurs ont craint pendant quelques jours que la situation ne se dégrade un peu plus si le marché russe se fermait aux ananas. Fort heureusement, il s'agit là de réexportations de productions agricoles extra-européennes qui n'ont donc pas été affectées par l'embargo.

Semaines 36 à 40 de 2014

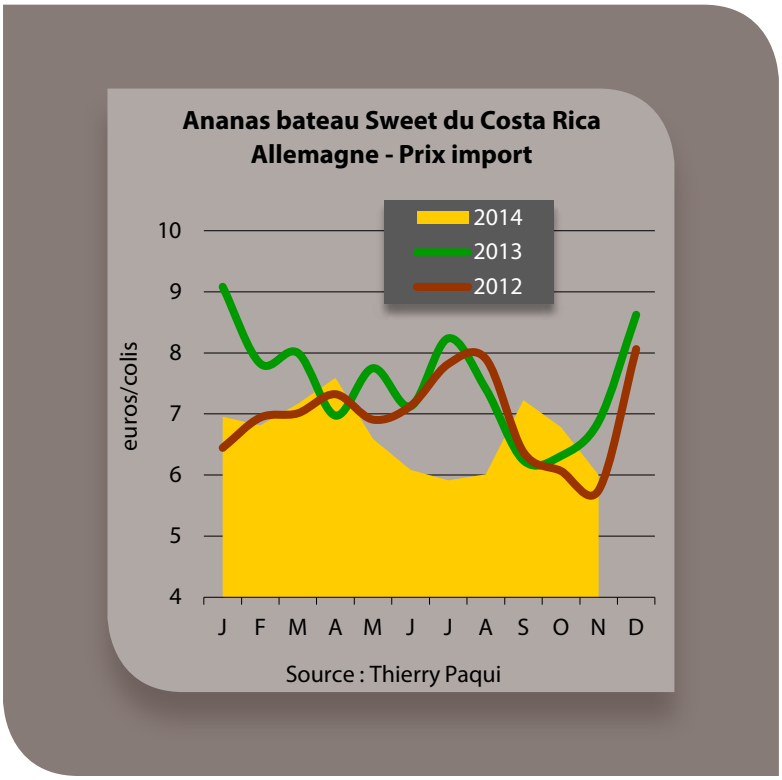
Les réexportations vers les marchés de l'Est ont certes un peu soulagé le marché européen, mais la demande toujours atone ne parvenait pas à absorber les volumes mis en marché. Compte tenu du faible niveau de rémunération des fruits au colis, plusieurs opérateurs ont décidé de réduire un peu plus leurs importations. Ce choix a eu un effet positif sur la demande et sur les prix. La demande, supérieure aux volumes, a permis au marché de retrouver une certaine vigueur pendant la période. Les prix ont été plus soutenus avec des cours moyens entre 6.80 et 8.30/colis.

Semaines 41 à 48 de 2014

La dernière phase est caractérisée par une offre déséquilibrée, majoritairement constituée de gros calibres qui ont de plus en plus de mal à se vendre malgré la baisse des cours. Aux méventes s'ajoutent maintenant des problèmes de qualité qui compliquent un peu plus les mises en marché. Peu d'espoir en provenance de la Russie et des marchés de l'Est. En effet, les opérateurs sont confrontés à une dégradation du cours du rouble vis-à-vis de l'euro depuis le début de l'année et également aux conséquences de l'embargo russe qui bloque les camions au chargement « mixte », comme ceux composés de produits agricoles européens et d'ananas.

La campagne s'achève sur un mois de novembre difficile, qui laisse entrevoir des pertes significatives avec des cours moyens allant de 7.50/colis au début de la période et peinant à se maintenir à 5.50/colis en fin de mois. Les opérateurs sont donc tous dans l'attente de signes qui leurs permettront d'espérer un marché et des ventes plus dynamiques pour la Saint Nicolas et les fêtes de fin d'année ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr



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

Campagne ananas par avion en 2013-2014

Les marques pour la qualité

La campagne ananas par avion a été marquée par une offre de qualité hétérogène, qui s'est ainsi plus ou moins bien valorisée. L'offre de Pain de sucre ou ananas bouteille, bien que limitée en volume par rapport à l'offre traditionnelle de Cayenne, se positionne de plus en plus sur le créneau avion.

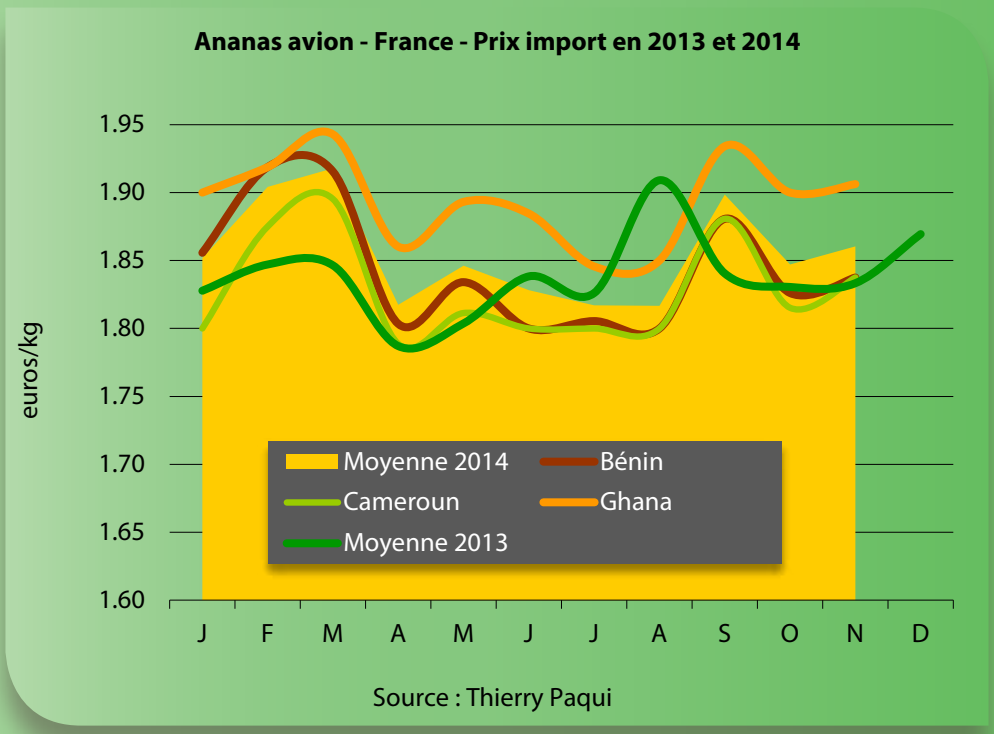
© Guy Brehinier

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

La campagne ananas par avion décrite ci-après concerne l'offre de Cayenne lisse en provenance du Bénin, du Cameroun et du Ghana. Nous y avons intégré l'offre de Pain de sucre (principalement celle du Bénin) qui, niche dans la niche, est parvenue à mieux se vendre lorsque la qualité était au rendez-vous et que les volumes n'étaient pas excessifs. En l'absence de ces deux critères, le fruit s'est moins bien vendu que le Cayenne traditionnel.

Au cours de cette campagne, la qualité de l'offre du Bénin et du Cameroun est restée assez hétérogène. Ainsi, les lots de ces deux origines ont été plus compliqués à mettre en marché, suscitant bon nombre de litiges. Pour autant, les prix moyens pratiqués au stade grossiste ont été légèrement meilleurs que ceux de la campagne précédente, entre 1.75 et 2.00 euros/kg contre 1.75 et 1.95 euro/kg. Bien souvent, les opérateurs ont dû réduire considérablement leurs importations afin d'assainir le marché et ainsi éviter un tassement plus prononcé des cours.

Ce sont donc les fruits du Ghana qui sont à nouveau restés les plus réguliers et les mieux valorisés.



Source : Thierry Paqui

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

Moments clés de la campagne 2013-14

Semaines 40 à 52 de 2013

Dès le début, les ventes étaient poussives alors que l'offre globale restait limitée. Certains opérateurs ont fait le choix de réduire leurs importations afin de relancer la demande, permettant d'améliorer la fluidité des ventes de Cayenne jusqu'à la semaine 47 (mi-novembre). Malheureusement, l'augmentation significative de l'offre de Cayenne, amorcée dès la deuxième quinzaine de novembre et qui s'est poursuivie jusqu'à la semaine 50, s'est faite à un moment où la demande ne s'était pas vraiment repositionnée sur le fruit. Il faut également reconnaître que la qualité hétérogène des fruits du Cameroun et du Bénin n'a pas permis d'attirer ou de fidéliser une clientèle à la recherche de produits de qualité. Comme c'est souvent le cas avant Noël, plusieurs opérateurs, peu habitués à manipuler de gros volumes d'ananas, se sont retrouvés en possession de lots importants de qualité hétérogène. Encore une fois, c'est la forte réduction et parfois l'interruption des importations par certains opérateurs, dès la semaine 51, qui a permis de faciliter l'écoulement des stocks et de retrouver une meilleure tonicité du marché pour la dernière semaine de l'année. Sur la période, les cours moyens du Cayenne ont varié de 1.80 à 1.93 euro/kg.

Importante en octobre et plus réduite au fur et mesure que l'on approchait de la fin de l'année, l'offre de Pain de sucre s'est vendue à des cours moyens entre 1.75 et 1.93 euro/kg.

Semaines 1 à 18 de 2014

L'offre a été très réduite. Dans un premier temps, cette situation a profité aux fruits du Cameroun plus présents. Malheureusement, une fois encore l'irrégularité de qualité de certains lots du Cameroun et du Bénin a donné lieu à quelques ventes incertaines qui se sont soldées soit par des retours de lots, soit par des litiges. Malgré cela, le cours moyen est resté assez stable, progressant même car, bien souvent, l'offre trop réduite ne permettait pas de satisfaire la totalité de la demande. L'augmentation des volumes après Pâques, concurrencée par l'arrivée des premiers fruits de saison, a entraîné des ventes en PAV (prix après vente), mais pour l'essentiel les cours moyens du Cayenne se sont situés entre 1.75 et 1.95 euro/kg, tandis que ceux du Pain de sucre ont varié de 1.80 à 2.05 euros/kg en fonction de l'importance de l'offre.

© Thierry Lescot

Semaines 19 à 35 de 2014

L'arrivée précoce des fruits à noyau a entraîné une activité très réduite sur le marché de l'ananas. La demande, peu intéressée par le fruit, a obligé les opérateurs à considérablement réduire leurs volumes. Malgré quelques soucis sur des fruits du Cameroun et du Bénin, les ventes ont été relativement fluides sur un marché dans l'ensemble assez peu actif. Dans ces conditions, l'arrivée des premiers fruits de Côte d'Ivoire est passée un peu inaperçue.

Les cours moyens du Cayenne et du Pain de sucre pour la période ont été sensiblement les mêmes, respectivement de 1.80-1.85 euro/kg et 1.80-1.90 euro/kg.

Semaines 36 à 48 de 2014

Cette période a été marquée par une faiblesse relative de l'offre d'ananas, qui a facilité la gestion des stocks et permis des ventes fluides. La qualité des fruits du Bénin et du Cameroun est restée hétérogène. Sans pour autant parler de sanction, on a assisté à une réorientation des achats vers des origines ou marques jugées plus sûres. Ainsi, les acheteurs devenus plus frileux préfèrent payer plus cher des marques que ce soit du Ghana, du Cameroun et maintenant de Côte d'Ivoire, dès l'instant qu'ils sont sûrs d'avoir un produit de qualité ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

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

Est-on en train d'assister, en France, à une redistribution des cartes sur le marché de l'ananas avion ?

Les problèmes de qualité récurrents qui affectent la production d'ananas du Bénin et du Cameroun empêchent les importateurs de ces origines de vraiment développer une image de qualité du produit. Pourtant, avec le Ghana, origine jusque-là un peu banalisée, et le retour de la Côte d'Ivoire, de plus en plus de produits bien travaillés, de qualité plus régulière, plus adaptés aux attentes d'un marché de niche sont proposés. Ainsi, le marché de l'ananas avion est un marché de niche assez sélectif et en progression. Il représente maintenant un peu moins de 10 000 tonnes et touche une clientèle prête à payer plus cher pour avoir l'assurance d'obtenir des fruits de qualité supérieure.

L'acheteur d'un ananas avion veut un produit qui non seulement présente bien, mais a également une qualité irréprochable. Certes, il peut y avoir des accidents, mais les défauts de qualité ne doivent en aucun cas constituer la règle, tout juste des exceptions. Pour pouvoir fournir un ananas quasi irréprochable, il faut être impliqué dans le processus de production, mais également garantir l'arrivée du produit dans de bonnes conditions sur le marché de destination (colisage et palettisation).

Au cours de la dernière campagne, les fruits du Bénin et du Cameroun ont souvent été pris en défaut. Si le travail semble avoir été parfois négligé en station de conditionnement au Cameroun, il n'en reste pas moins que la plupart des exportations passaient par un travail en station, ce qui n'était pas le cas du Bénin. Peu impliqués dans le processus de production, les exportateurs du Bénin ont moins l'opportunité de garantir une certaine régularité de la production. L'achat et la mise en colis bord champ ne permettent pas vraiment de garantir la qualité, le tri et l'uniformité des lots exportés.

Tant que l'origine se cantonnait à des volumes limités (inférieurs à 1 500 tonnes/an), le système bord champ pouvait encore fonctionner. Toutefois, il est de moins en moins adapté à l'augmentation actuelle de l'offre du Bénin, qui a franchi les 3 000 tonnes en 2013 et s'oriente pour 2014 vers 4 000 tonnes. Il est maintenant devenu indispensable de professionnaliser cette filière et d'éviter tout « bricolage » préjudiciable à l'image de l'origine. Les fruits, jusqu'ici emballés dans des conditions assez précaires et expédiés en vrac dans des colis humides ou fragiles, ont de plus en plus de mal à faire face à une concurrence structurée et bien organisée comme celle du Ghana ou de la Côte d'Ivoire.

Pendant longtemps, le Ghana a été considéré comme une origine un peu banale. Ce n'est plus le cas. On peut raisonnablement dire que la marque DELIGHANA s'est maintenant imposée. S'appuyant sur son savoir-faire et sa logistique maritime (palettisation), elle a réussi la mise en avant d'un colisage valorisant et solide pour ses exportations par avion, reléguant progressivement ses concurrents ghanéens dans l'oubli. Avec son colisage écarlate, de même que ses fruits bien travaillés et de plus en plus appréciés des grossistes, cette marque, dont l'offre reste volontairement limitée et commercialisée par un réseau d'opérateurs, s'est imposée de plus en plus avec des fruits souvent pré-vendus avant leur mise à disposition sur le marché.

Absents du marché aérien depuis quelques années, on assiste depuis cet été à un retour gagnant des fruits de la Côte d'Ivoire. La stratégie utilisée est la même que celle du Ghana. Un opérateur, producteur et exportateur d'ananas par bateau, CANAVESE, a su mettre à profit son expertise et sa logistique pour développer une marque. Impliqué dans le processus de production et maîtrisant de bout en bout la qualité, il a choisi de ne commercialiser que le haut du panier de sa production. Le tout est appuyé par un solide travail en station de conditionnement, qui prend en compte non seulement le colisage mais également la palettisation afin de garantir la livraison dans des conditions optimales. Avec une offre limitée par choix mais bien valorisée et pré-vendue, la marque ivoirienne se positionne de plus en plus comme un des acteurs avec qui il va falloir compter sur le marché aérien.

Quatre marques (DELIGHANA, DIBRA, BURQUIAH et maintenant ANANGO) se distinguent de plus en plus sur le lucratif mais incertain marché de l'ananas avion. L'accent particulier mis sur le choix des circuits de distribution, le colisage (mise en avant d'une marque), l'étiquetage (utilisation de codes barres) et la palettisation est train de se révéler payant.

Sur un marché aussi sélectif que celui de l'ananas avion, ces marques vont progressivement marginaliser leurs concurrentes. Leur lente mais régulière progression, si elle se poursuit, va aboutir à la scission du marché, avec d'une part les opérateurs (importateurs et exportateurs) sérieux qui vont continuer à mieux valoriser la production et le travail accompli en plantation, et de l'autre ceux qui continueront de bricoler et dont les marges ne cesseront de décroître.

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

Campagne ananas Victoria en 2013-2014

Quand calibre rime avec déséquilibre

Au cours de la campagne 2013-14, l'offre de Victoria a été irrégulière en volume et trop souvent déséquilibrée en calibre. Ce fut particulièrement le cas de celle de la Réunion qui a eu des difficultés à maintenir sa domination sur le marché. La demande, moins soutenue très tôt dans la campagne, s'est détournée du fruit au profit d'une offre de saison abondante et peu chère.

Contrairement à la campagne précédente, il n'y a pas eu de périodes d'engouement pour le fruit. La demande a souvent marqué le pas et les opérateurs ont régulièrement eu du mal à apurer leurs stocks. De plus, l'offre réunionnaise n'a pas été en adéquation avec la demande. Constituée de petits fruits (calibres 9 et 10), peu demandés sur le marché, elle a été assez limitée, compliquant souvent la tâche pour les opérateurs travaillant cette origine. Si certains ont fait le choix de se tourner vers l'offre mauricienne, d'autres sont restés fidèles à l'offre réunionnaise, parfois malgré eux. C'est ce qui explique l'arrivée sur les marchés, par moments, de fruits de calibres peu désirés et donc plus difficiles à vendre.

La production réunionnaise a été impactée, une fois de plus, par les intempéries (cyclone Besija) ainsi que par une forte auto-consommation, autant de facteurs limitant la disponibilité de fruits pour le marché export.

Malgré la présence ici et là de quelques lots importés d'Afrique du Sud, Maurice et la Réunion sont restées les acteurs clés du marché du Victoria. L'offre ayant été disponible tout au long de l'année, il n'y a pas eu de réel phénomène de manque qui aurait pu, comme ce fut le cas au cours de la campagne précédente, booster la demande et les ventes. Comme indiqué plus haut, la trop forte disponibilité de petits calibres en provenance de la Réunion a empêché une meilleure valorisation de l'origine. Même si la qualité des Victoria réunionnais est reconnue, encore faut-il que les fruits proposés soient ceux que le marché recherche.

Pendant la campagne écoulée, les cours moyens du Victoria au stade import ont oscillé entre 2.60 et 3.50 euros/kg pour les fruits mauriciens et entre 2.90 et 3.70 euros/kg pour ceux de la Réunion.

© Régis Domergue

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

Moments clés de la campagne 2013-14

Semaines 40 à 49 de 2013

Le démarrage de la campagne s'est fait en demi-teinte. Face à une demande assez mitigée, l'offre mauricienne plus régulière en volume s'est écoulée sur des bases de prix stables, tandis que celle de la Réunion a eu un peu plus de mal à se positionner. L'augmentation progressive de l'offre réunionnaise, à partir de la semaine 40, s'est faite avec principalement des lots déséquilibrés, peu en phase avec la demande. Il serait plus juste de dire qu'au cours de cette période, l'offre réunionnaise a eu du mal à trouver sa clientèle. Alors qu'elle se vend normalement à des prix nettement supérieurs à ceux des autres origines, elle a dû faire au mieux avec des cours moyens égaux ou parfois inférieurs à ceux des produits mauriciens. Ainsi, en octobre, l'offre réunionnaise était majoritairement constituée de fruits de calibre 8 qui ont eu du mal à se positionner. En novembre (semaines 45 à 48), c'est la disponibilité des calibres extrêmes (6 et 10) qui a été importante. Pour écouler leurs stocks, les opérateurs n'ont eu d'autre choix que de laisser filer les prix des calibres plus difficiles à vendre. Cela s'est traduit par un élargissement des fourchettes de prix et par une baisse du cours moyen des fruits réunionnais, qui a connu son moment le plus critique en semaines 46 et 47. Au cours de cette première période, le cours moyen pour les fruits mauriciens a fluctué de 3.00 à 3.15 euros/kg, tandis que celui des fruits réunionnais se situait entre 2.90 et 3.10 euros/kg.

Semaine 50 de 2013 à semaine 18 de 2014

L'amélioration des conditions de marché n'a débuté qu'à partir de la semaine 50 pour les fruits réunionnais. Malgré une mise en avant tardive, ils se sont repositionnés sur le créneau des fruits festifs. Cette embellie a duré jusqu'à la semaine 9. Cette période correspondait également à une réduction de l'offre de la Réunion suite au passage du cyclone Besija, ce qui lui a permis de mieux se vendre avec des cours moyens de 3.25 à 3.55 euros/kg, contre 2.60 à 3.15 euros/kg pour les fruits mauriciens. En avril, le marché, qui était dans l'attente d'arrivages plus importants, a dû se contenter d'une offre globale plus réduite. Les cours ont été alors plus soutenus, avec des prix moyens jusqu'à 3.75 euros/kg pour la Réunion et 3.50 euros/kg pour Maurice.

Semaines 19 à 35 de 2014

L'arrivée précoce de fruits de saison a détourné la demande du Victoria. Pourtant, cela n'a pas eu de conséquences dramatiques sur les cours car l'offre a été réduite pour s'adapter à la faiblesse de la demande. Seuls les inconditionnels du fruit ont continué à s'approvisionner. Pour ces derniers, le prix, même s'il est élevé, se justifie tant que la qualité suit. Ainsi les fruits ont continué à se vendre à des niveaux assez soutenus, entre 3.40 et 3.75 euros/kg pour la Réunion et entre 2.90 et 3.45 euros/kg pour Maurice.

Semaines 36 à 48 de 2014

Des volumes de plus en plus conséquents de Victoria sont revenus progressivement sur le marché. Malheureusement, la demande ne s'était pas encore complètement repositionnée sur le fruit. De plus, il faut noter l'arrivée de lots importants de fruits réunionnais de petits calibres plus difficiles à valoriser. Dans ces conditions, et en attendant qu'une réelle mise en avant ne se fasse pour les fêtes de fin d'année, on a assisté à des ventes lentes avec des fourchettes de cours assez larges, variant en fonction des calibres proposés. Les opérateurs qui étaient peu chargés en petits fruits les ont mieux valorisés, tandis que les autres ont été obligés de lâcher un peu les prix pour éviter un engorgement de leurs stocks ainsi que des problèmes de qualité. Le cours moyen pour les fruits de Maurice s'est situé entre 2.95 et 3.20 euros/kg et entre 3.00 et 3.15 euros/kg pour ceux de la Réunion ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

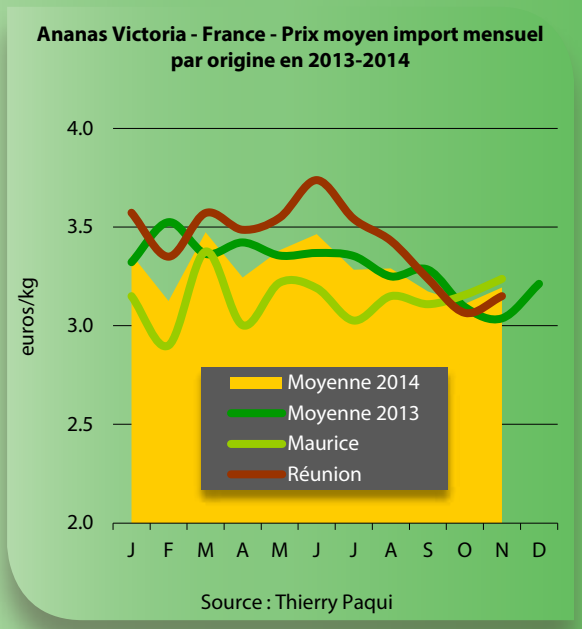
NOMAD
Ananas Victoria

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

www.odeadom.fr/

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

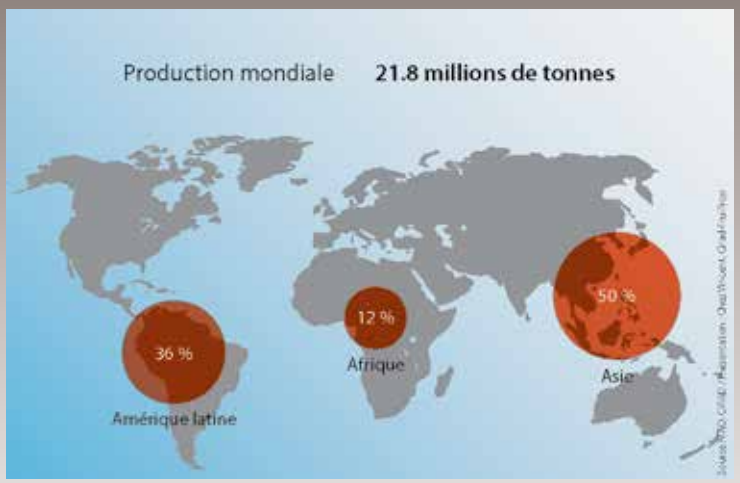
Nouvel Observatoire des Marchés Agricoles D'outremer



Source : Thierry Paqui

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

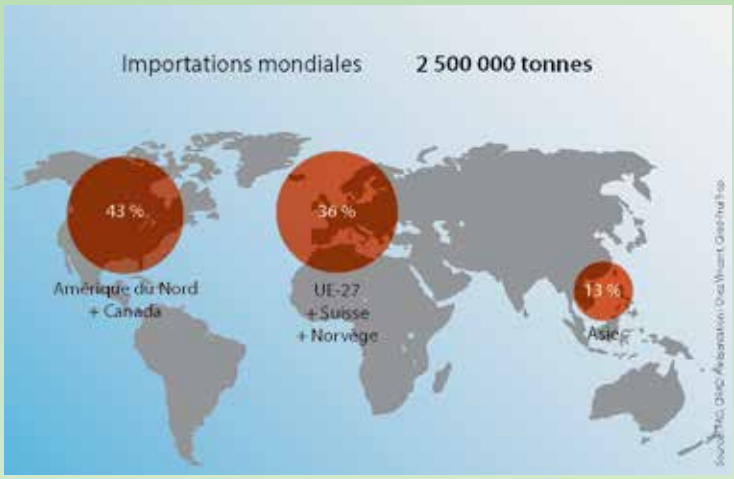
ANANAS - Production (2012)



Ananas - Les dix premiers pays producteurs	
tonnes	**2012**
Thaïlande	2 650 000
Costa Rica	2 484 729
Brésil	2 478 178
Philippines	2 397 628
Indonésie	1 780 889
Inde	1 456 000
Nigeria	1 420 000
Chine	1 000 000
Mexique	759 976
Colombie	551 133

Sources : FAO, professionnels

ANANAS - Importations (2013)



Ananas - Les six premiers pays importateurs	
tonnes	**2013**
États-Unis	975 588
Pays-Bas	277 812
Japon	181 197
Belgique	148 224
Royaume-Uni	123 936
Canada	122 630

Source : douanes nationales

USA - Importations - Principaux pays fournisseurs					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**720 122**	**808 684**	**817 131**	**924 526**	**975 588**
Costa Rica	589 146	677 451	697 648	788 463	853 891
Mexique	46 051	50 000	36 440	55 222	54 182
Honduras	22 067	21 858	27 241	37 288	38 894
Guatemala	18 067	12 650	14 664	14 105	13 804
Panama	11 557	16 203	14 113	14 676	5 093
Autres	779	1 460	1 504	2 381	3 272
Thaïlande	3 898	4 367	3 964	4 516	3 264
Équateur	28 558	24 695	21 557	7 875	3 188

Source : douanes US

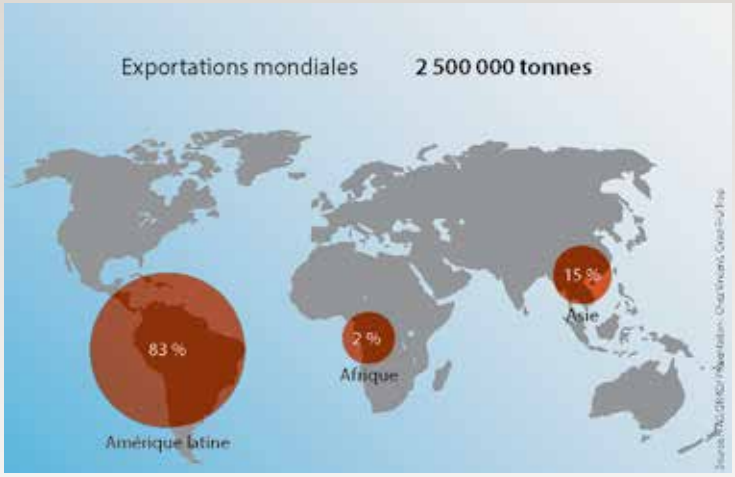
Canada - Importations - Principaux pays fournisseurs					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**96 521**	**103 301**	**108 672**	**121 314**	**122 630**
Costa Rica	85 019	92 618	99 769	112 751	114 929
USA	6 423	4 347	3 012	2 480	3 289
Autres	2 121	2 621	2 610	2 594	2 213
Honduras	1 174	1 590	2 098	2 879	1 508
Équateur	1 783	2 126	1 183	610	691

Source : COMTRADE

Amérique centrale et du Sud - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**45 786**	**48 705**	**63 726**	**46 214**	**54 809**
Chili	23 342	27 677	37 328	20 146	27 703
Salvador	8 764	9 586	10 000	10 151	11 866
Argentine	12 067	9 683	12 095	10 394	10 970
Pérou	167	109	2 271	3 133	1 397
Mexique	167	368	685	1 018	1 035
Uruguay	758	750	715	779	910
Paraguay	415	217	331	537	746
Colombie	107	314	301	56	182

Source : COMTRADE

ANANAS - Exportations (2013)



Ananas - Les six premiers pays exportateurs	
tonnes	**2013**
Costa Rica	1 939 795
Philippines	468 159
Panama	93 057
Honduras	79 086
Mexique	56 997
Équateur	51 789

Sources : douanes nationales, professionnels

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

Union européenne - Importations - Principaux pays fournisseurs					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total extra-UE, dont	**881 610**	**901 645**	**919 309**	**864 016**	**828 926**
Costa Rica	663 472	725 406	738 259	723 119	702 029
Panama	30 082	26 485	36 097	27 506	35 557
Ghana	28 723	34 497	40 920	35 339	31 266
Côte d'Ivoire	47 488	38 184	28 304	24 946	25 364
Équateur	54 865	42 714	39 100	24 516	16 364
Autres	7 548	9 272	13 171	11 914	11 508
Cameroun	12 530	13 119	12 556	9 771	4 373
Honduras	21 514	11 307	10 901	6 842	2 458
Brésil	15 389	663	3	63	7

Source : EUROSTAT

Autres pays d'Europe de l'Ouest - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**28 423**	**29 620**	**28 958**	**27 671**	**26 886**
Suisse	21 420	22 716	21 980	20 617	19 960
Norvège	6 544	6 392	6 520	6 585	6 453
Islande	458	511	459	469	473

Source : COMTRADE

Russie - Importations - Principaux pays fournisseurs					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**34 622**	**48 334**	**45 622**	**49 377**	**50 395**
Costa Rica	15 526	27 698	32 567	35 068	39 926
Équateur	5 126	8 747	4 638	4 720	2 671
Chine	1 868	1 998	1 635	1 728	1 975
Panama	1 860	1 843	1 803	2 703	1 937
Autres	1 232	1 355	1 274	1 928	1 904
Côte d'Ivoire	5 764	5 137	2 675	1 790	1 211
Ghana	1 364	1 066	892	1 348	635
Cameroun	751	383	121	62	119
Brésil	1 131	107	17	30	17

Source : COMTRADE

Autres pays d'Europe de l'Est - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**9 271**	**11 171**	**12 521**	**15 040**	**15 285**
Ukraine	5 293	6 184	7 565	8 862	8 525
Croatie	1 948	2 137	2 188	2 510	2 580
Biélorussie	1 215	1 765	1 502	1 899	2 437
Géorgie	247	358	526	1 021	978
Serbie	568	727	739	748	765
Bosnie	526	610	539	528	499

Source : COMTRADE

Japon - Importations - Principaux pays fournisseurs					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**143 982**	**142 582**	**155 752**	**174 025**	**181 197**
Philippines	143 120	141 561	154 294	172 627	180 062
Taïwan	824	971	949	713	871
Autres	38	17	43	56	216
USA	-	33	466	629	48
Chine	-	-	-	-	-

Source : douanes japonaises

Autres pays d'Asie - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**93 699**	**110 878**	**149 317**	**141 674**	**148 444**
Corée du Sud	54 526	60 565	73 010	73 131	75 917
Chine	21 120	32 857	58 163	47 762	48 250
Singapour	16 144	15 430	16 163	17 995	20 219
Kazakhstan	1 908	2 026	1 981	2 786	4 058
Malaisie	840	1 388	1 994	2 455	1 165
Azerbaïdjan	1 322	2 602	2 394	1 447	1 156

Source : COMTRADE

Océanie - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**8 406**	**8 478**	**9 391**	**9 880**	**11 962**
Nouvelle-Zélande	6 119	6 004	6 778	7 195	8 096
Maldives	1 909	2 138	2 165	2 318	3 439
Australie	378	336	448	367	427

Source : COMTRADE

Proche Orient - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**8 748**	**12 696**	**21 759**	**19 229**	**20 917**
Turquie	5 153	7 769	15 366	13 103	14 068
Liban	670	1 443	2 155	1 975	2 696
Maroc	2 163	2 193	2 292	2 349	2 570
Jordanie	548	830	1 260	1 500	981
Israël	214	461	686	302	602

Source : COMTRADE

Golfe persique - Principaux marchés					
tonnes	2009	2010	2011	2012	2013
Total	**30 867**	**42 104**	**46 305**	**45 371**	**58 725**
Emirats arabes unis	11 000	12 800	12 110	16 615	27 660
Arabie saoudite	3 505	11 072	14 921	16 137	19 151
Yémen	1 772	1 311	2 835	4 849	4 281
Qatar	1 800	1 842	2 465	2 524	3 539
Oman	1 240	1 695	3 047	2 354	2 100
Iran	7 000	8 890	9 409	698	1 490
Koweït	4 000	4 000	164	694	504
Bahreïn	550	493	1 354	284	498

Source : COMTRADE

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

Défauts de qualité de l'ananas

Photos © Pierre Gerbaud

Brunissement interne

Brunissement interne

Thielaviopsis paradoxa sur choc latéral

Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur pédoncule

Thielaviopsis paradoxa aspect externe

Coup de soleil sur Victoria

Coup de soleil sur Victoria

Surmaturité

Cochenilles

Attaques d'insectes

Crevasse malformation ou déformation

Variation de la coloration au sein d'un même lot

Couronne abîmée et brûlée

Couronne trop longue écrasée par le couvercle de l'emballage

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

Début de brunissement interne

Début de brunissement interne sur Victoria

Thielaviopsis paradoxa

Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur choc

Symptôme externe de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre

Symptôme interne de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre

Translucidité

Moisissure après transport sur pédoncule (*Penicillium*)

Moisissure après transport (*Penicillium*)

Micro-chocs

Dessèchement des bractées sur Victoria

Irrégularité de la coupe du pédoncule

Taille irrégulière des couronnes

Couronne mal réduite

Double couronne

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

La culture de l'ananas

Cet article est tiré de trois sources principales :

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

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

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

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

Le cycle de la plante

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

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

Les organes qui constituent la plante adulte sont :

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

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

Ethéphon

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

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

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

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

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 grammes), le plus lourd possible afin de réduire la période de culture, mais pas trop afin d'éviter les floraisons naturelles, traités chimiquement en fonction des produits homologués afin d'éviter la propagation des ravageurs et maladies.
- **Post-récolte :** le Sweet est sensible aux meurtrissures.
- **Nutrition :** l'engrais est appliqué par pulvérisation tous les quinze jours. Le programme de fertilisation commence après la récolte.
- **Mauvaises herbes :** elles peuvent réduire le rendement et abriter des ravageurs et maladies attaquant les champs plantés si elles ne sont pas éradiquées à temps.

© Agnès Delefortrie

© Thierry Lescot

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.

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.

Protection contre les coups de soleil

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

Coups de soleil

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.

Cayenne Lisse

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

Sweet

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

Observations faites en Afrique centrale et de l'Ouest en plantations industrielles :
- poids moyen du fruit exporté (calibres B10, B9, A8, A7, A6, A5) : 1 430 g, avec une variation de 1 150 à 1 890 g
- °Brix : min 13.4 (octobre), max 14.5 (janvier)
- acidité libre (meq%ml) : min 6.0 (avril), max 7.7 (février)
- ratio sucre/acide : min 1.8 (février), max 2.4 (avril)

Victoria

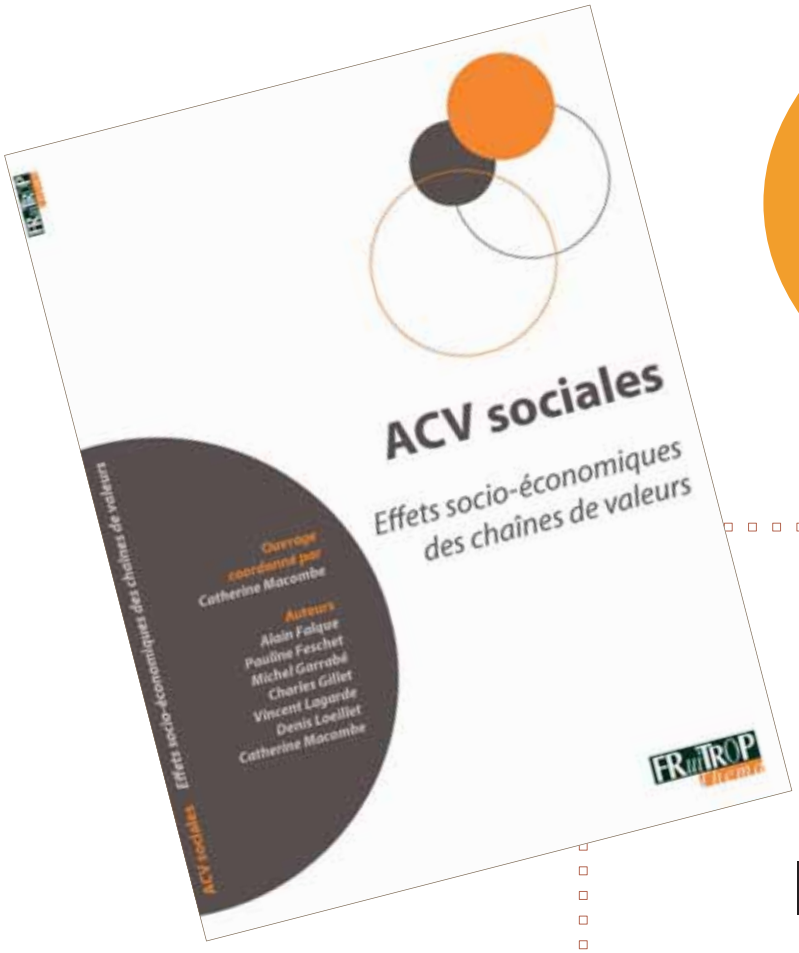
Caractère épineux : épineux
Forme du fruit : trapèze
Couleur externe : jaune d'or
Diamètre de l'oeil : petit
Profil de l'oeil : en relief
Couleur de la chair : jaune
Fermeté : moyenne
Texture de la chair : croquante
Poids avec couronne : 1 300 g
Hauteur sans couronne : 172 mm
Diamètre : 108 mm
°Brix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

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

Photos © Guy Bréhinier

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

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



- Vous décidez de l'avenir des filières.
- Vous souhaitez comprendre les conséquences sociales de ces décisions.
- Vous êtes entrepreneurs, décideurs publics, autorités publiques, consultants, chercheurs ou étudiants.

ACV sociales

Effets socio-économiques dans les chaînes de valeurs

Quelles sont les conséquences sociales des changements opérés dans les chaînes de valeurs, en particulier quand elles concernent de grandes filières internationales de produits agricoles ? Comment anticiper ce que provoquent les changements d'itinéraire technique, de fournisseur, d'organisation du travail, de répartition des revenus générés, etc. ?

Chercheurs de centres de recherche français (Cirad, Inra, Irstea, SupAgro, Université de Montpellier I) et consultants (Epsil'Hôm, CEP) proposent sur plus de 100 pages leur méthodologie et leurs pratiques de l'évaluation des effets socio-économiques.

FRuiTROP Thema

Ouvrage disponible en français **et en** anglais

Parution : october 2013

Prix : 40 euros

odm@cirad.fr

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

Prix de gros en Europe

Novembre 2014

					UNION EUROPEENNE - EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
ANANAS	Avion	VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton				12.15	
			MAURICE	Carton				13.88	
			MAURICE	kg			3.50		
			RÉUNION	kg			4.00		
	Bateau	MD-2	COSTA RICA	Carton	6.75	7.63		7.33	9.39
			COSTA RICA	kg			0.85		
			COTE D'IVOIRE	kg			0.90		
			GHANA	Carton					6.58
			PANAMA	Pièce					0.81
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton			14.00	15.50	13.78
			REP. DOMINICAINE	Carton			12.80		
	Bateau	ETTINGER	ISRAEL	Carton	5.25	5.50	4.88	5.50	5.64
		HASS	CHILI	Carton	12.00		10.33	12.50	
			COLOMBIE	Carton			9.25		
			ISRAEL	Carton			10.69	13.25	
			MEXIQUE	Carton			10.08		
	Camion	BACON	ESPAGNE	Carton			4.63	5.50	4.38
		NON DETERMINE	ESPAGNE	Carton	12.00		11.25		
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg			6.90		
			EQUATEUR	kg				5.33	
		ROUGE	EQUATEUR	kg				4.88	
	Bateau	PETITE	EQUATEUR	kg			1.70		
		ROUGE	EQUATEUR	kg				1.71	
CARAMBOLE	Avion		BRESIL	kg					4.60
			MALAISIE	kg			4.86	5.25	
	Bateau		MALAISIE	kg					3.58
CHAYOTE	Bateau		COSTA RICA	kg				1.41	
DATTE	Bateau	KENTA	TUNISIE	kg				1.75	
		MEDJOOL	ISRAEL	kg	6.60			7.90	9.39
			PEROU	kg				6.00	
		NON DETERMINE	EGYPTE	kg					5.01
			IRAN	kg		3.00			
			TUNISIE	kg				3.00	1.95
EDDOE	Bateau		COSTA RICA	kg			2.50	2.13	
GINGEMBRE	Bateau		BRESIL	kg					3.76
			CHINE	kg			4.30	3.84	3.26
			PEROU	kg				3.73	
GOYAVE	Avion		BRESIL	kg				5.94	2.29
			THAILANDE	kg				6.30	
GRENADILLE	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				7.96	
			EQUATEUR	kg				6.60	
		NON DETERMINE	COLOMBIE	kg	5.25	5.75	5.80	5.68	
			REUNION	kg			12.00		
		VIOLETTE	KENYA	kg		5.75			4.70
			VIETNAM	kg			8.00	7.00	
			ZIMBABWE	kg		5.75		5.25	
IGNAME	Bateau		BRESIL	kg					1.50
			GHANA	kg				1.20	
KUMQUAT	Avion		BRESIL	kg					4.38
			ISRAEL	kg				4.50	
LIME	Avion		BRESIL	kg			4.50		
	Bateau		BRESIL	kg		2.50		2.22	1.33
			GUATEMALA	kg				1.78	
			MEXIQUE	kg		2.50	3.00	2.33	2.29
LITCHI	Avion		MADAGASCAR	kg			7.00	8.38	
			MAURICE	kg			6.50		

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

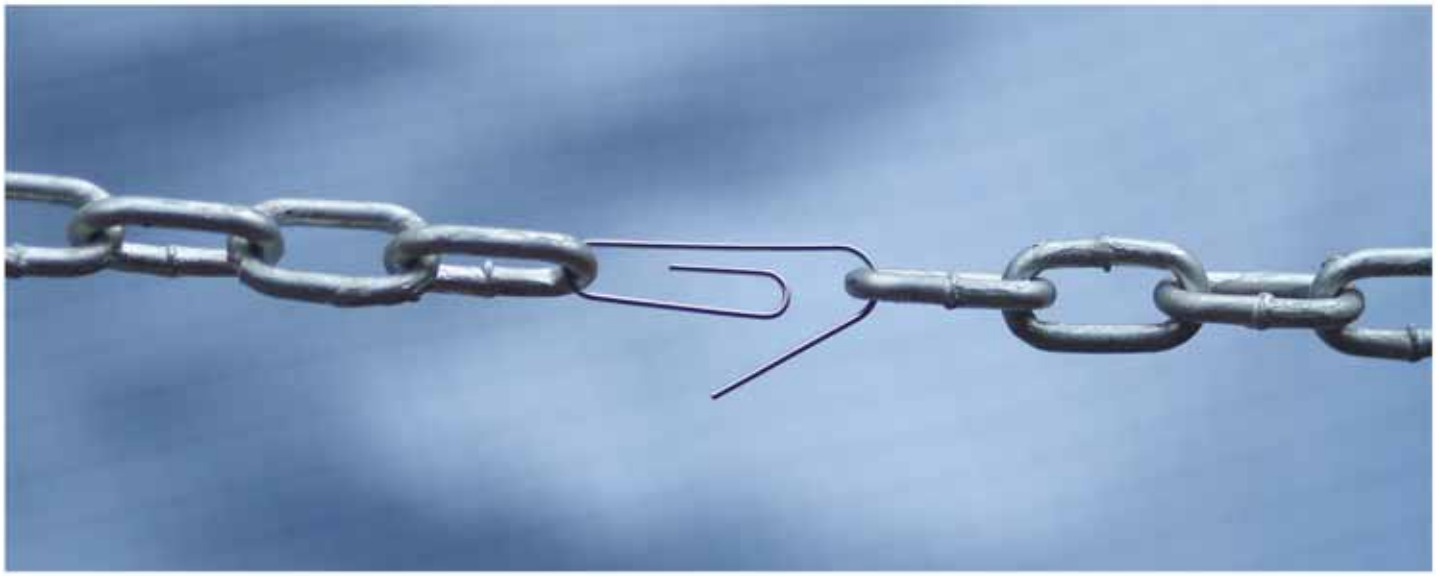
					UNION EUROPEENNE - EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
MANGOUSTAN	Avion		INDONESIE	kg				10.00	
MANGUE	Avion	KENT	BRESIL	kg				5.13	
			PEROU					5.42	
		NAM DOK MAI	THAILANDE	kg				8.60	
	Bateau	ATKINS	BRESIL	kg	1.32			1.32	2.17
		KEITT	BRESIL	kg				1.88	
		KENT	ISRAEL	kg				2.13	
		NON DETERMINE	DOMINIQUE	kg					2.58
			ISRAEL	kg					2.02
		PALMER	BRESIL	kg				2.00	
	Camion	KENT	ESPAGNE	kg			4.70		
		NON DETERMINE	ESPAGNE	kg					2.27
		OSTEEN	ESPAGNE	kg			1.90		
MANIOC	Bateau		COSTA RICA	kg			1.20	0.99	
MELON	Bateau	CANTALOUP	BRESIL	kg				1.15	0.99
		GALIA	BRESIL	kg				1.75	1.92
			EGYPTE	kg					1.88
		HONEY DEW	BRESIL	kg				1.13	1.25
		PASTEQUE	BRESIL	kg				1.26	
		PIEL DE SAPO	BRESIL	kg				1.15	0.99
		SEEDLESS WATER	BRESIL	kg				1.44	1.14
NOIX DE COCO	Bateau		COSTA RICA	Sac				15.50	
			COTE D'IVOIRE	Sac			10.00	11.98	11.90
			DOMINIQUE	Sac					13.78
			SRI LANKA	Sac				20.65	10.65
PAPAYE	Avion	FORMOSA	BRESIL	kg		3.00		3.22	
		NON DETERMINE	BRESIL	kg		3.57	3.30	3.43	3.27
			COLOMBIE	kg					2.96
			THAILANDE	kg				4.81	
	Bateau	FORMOSA	BRESIL	kg				2.59	
		NON DETERMINE	EQUATEUR	kg				2.42	1.72
			MAROC	kg					2.64
PATATE DOUCE	Bateau		AFRIQUE DU SUD	kg					0.75
			EGYPTE	kg			0.95	0.88	1.14
			EQUATEUR	kg				0.88	
			HONDURAS	kg					1.62
			ISRAEL	kg				0.84	
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLE	COLOMBIE	kg			8.50	8.95	7.30
	Bateau		COLOMBIE	kg				5.80	
PITAHAYA	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				9.72	
			EQUATEUR	kg				8.40	
			ISRAEL	kg				7.17	
		ROUGE	ISRAEL	kg				7.07	
			VIETNAM	kg				6.69	
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg			1.05		
			COSTA RICA	kg					1.53
			EQUATEUR	kg			1.00	0.94	
RAMBOUTAN	Avion		VIETNAM	kg				7.79	
SAPOTILLE	Avion		THAILANDE	kg				7.70	
TAMARILLO	Avion		COLOMBIE	kg				7.22	
TAMARIN	Avion		THAILANDE	kg				3.07	

Note : selon calibre

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

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

Information... your weak link?



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

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

The weekly publication has close to 200 paying subscriber companies from 34 countries worldwide. The list of subscribers includes all the major reefer shipping companies and reefer box operators, the major charterers, reefer brokers, banana multi-nationals, the major banana exporters in Ecuador, Costa Rica, Panama and Colombia, terminal operators in the US and Europe, the world's leading shipping banks and broking houses as well as trade associations, cargo interests and fruit importers on all continents. It is also circulated within the European Commission and the World Trade Organisation.

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

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

For more information on subscriptions, please contact:
info@reefertrends.com or visit www.reefertrends.com

reefertrends

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

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

Début décembre, UNIVEG Katopé France a importé pour la deuxième année consécutive un litchi certifié Fairtrade. Son objectif est d'assurer le développement durable de ses productions. La filière d'exportation de litchis de Madagascar est essentielle pour la vie de plus de 300 000 familles et joue un rôle primordial dans les exportations malgaches.

Conscient de ses responsabilités, UNIVEG Katopé France s'investit pleinement dans la production et la logistique, afin que cette filière reconstruite respecte les normes de qualité attendues par ses clients européens.

UNIVEG Katopé France S.A.S.
15, boulevard du Delta | Zone Euro Delta | DE1 - 94658 | RUNGIS CEDEX | France
T +33 1 49 78 20 00 | F +33 1 46 87 16 45 | katopeintl@univeg.fr | www.univeg.fr

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

UNIVEG KATOPÉ FRANCE