



L' ANANAS en 2007

BILAN DE CAMPAGNE

L'Europe conquise par le Sweet

L'Union Européenne importe en 2007 environ 823 000 t d'ananas frais soit 53 000 t de plus qu'en 2006. Cette nouvelle progression est à mettre essentiellement à l'actif du Costa Rica et de quelques pays latino-américains (Equateur, Brésil, Panama). A l'inverse, les parts de marché des trois premiers fournisseurs africains (Côte d'Ivoire, Ghana et Cameroun) régressent. Le débouché français est en recul sensible (-12 % par rapport à 2006). Avec une consommation de 2,1 kg/hab/an, l'UE reste toutefois un excellent débouché pour l'ananas frais (juste derrière les USA où l'achat moyen s'élève à 2,4 kg/hab/an).

Source : CIRAD-FLHOR/CTIFL/Eurostat

Faits marquants

■ L'hégémonie du Sweet du Costa Rica

La variété **Sweet** devient l'ananas de référence sur les marchés européens (France, Allemagne, Belgique, Pays-Bas et Grande-Bretagne). La variété **Cayenne lisse** parvient malgré tout à s'écouler sur les marchés d'Europe de l'Est.

Les pays africains tentent de ralentir le déclin de leurs parts de marché en proposant des envois par avion plus qualitatifs et en commercialisant des variétés telles que le « Pain de sucre ».

L'ananas **Victoria** reste un marché de niche. Les produits réunionnais sont recherchés pour leur qualité mais subissent par période la concurrence des produits de l'île Maurice et celle d'autres opérateurs installés en Côte d'Ivoire et au Ghana.

■ Les fournisseurs

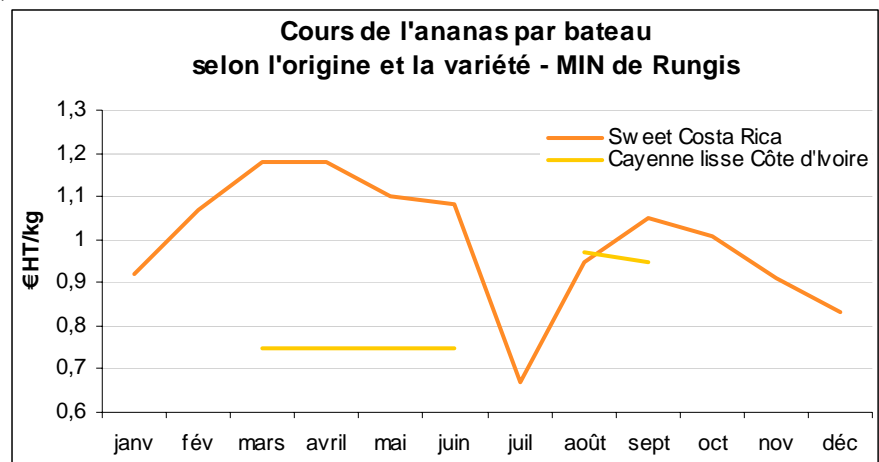
En 2006, le **Costa Rica** (4^{ème} producteur mondial avec 1 600 000 t et 1^{er} exportateur mondial avec environ 1 400 000 t) expédie 677 000 t à destination de l'UE et 655 000 t à destination des Etats-Unis. Ses envois ont explosé durant ces quatre dernières années puisque seulement

550 000 t étaient exportées en 2003. La variété Sweet représente l'essentiel de la production. Le Nord-Est du pays continue à développer ses surfaces malgré la baisse de rentabilité des cultures.

La **Côte d'Ivoire** est en perte de vitesse. Elle a exporté 94 000 t en 2006. Malgré les efforts engagés par les producteurs ivoiriens, ce chiffre continue de régresser pour atteindre seulement 59 000 t en 2007 (essentiellement expédiées vers la France). Un marché déstructuré et un renouvellement tardif de la gamme variétale, auxquels est venu s'ajouter un contexte de crise socio-politique en voie de résolution, sont les ingrédients de la perte de compétitivité de cette origine. Le **Ghana** exporte 35 000 t en 2007 contre 40 000 t en 2006. Il marque ainsi une pause dans son développement.

Le **Cameroun** développe ses exportations vers l'UE mais les volumes restent relativement insignifiants (9300 t). Ses exportations sont essentiellement constituées de marchandises transportées par avion.

L'**Equateur** (49 000 t), le **Panama** (37 000 t) et le **Brésil** (26 000 t) s'octroient des parts de marché grandissantes sur le territoire européen.



La variété sweet devient la référence
et les arrivages de cayenne se font plus sporadiques.



Service des Nouvelles des Marchés

Faits marquants

Déroulement de la campagne

D'une campagne à l'autre

page 1

page 2

page 2

Déroulement de la campagne

Meilleur début de campagne pour le Sweet que pour le Cayenné lisse

La faiblesse des exportations en ce début d'année 2007 permet aux cours de se maintenir assez facilement. Les disponibilités commencent à s'étoffer à partir du mois de février avec la progression des envois du Costa Rica en variété Sweet. Les volumes restent malgré tout sensiblement en dessous de ceux expédiés en 2006 sur la même période. Ceci permet de valoriser plus facilement le Sweet au détriment du Cayenné lisse ivoirien qui rencontre des difficultés de commercialisation accrues par des problèmes de coloration.

Première vague printanière de Sweet costaricain

Les disponibilités s'accroissent vers le mois de mars avec des envois plus réguliers en provenance d'Amérique latine. La concurrence entre les grandes marques, à l'approche des fêtes de Pâques, se traduit par quelques rajustements de prix à la baisse qui ont le mérite de dynamiser une demande jusque là restée prudente.

Les campagnes de fruits d'été relativement déficitaires (en cerise et abricot) ainsi que le niveau élevé des prix demandés pour ces produits ouvrent des perspectives inhabituelles pour la commercialisation de l'ana-

nas. La demande reste active au lendemain des fêtes pascales et les cours se maintiennent dans un contexte d'apports déficitaires engendrés par le retard des envois du Costa Rica.

En juin, les volumes tant espérés arrivent sur un marché hélas moins porteur et les cours atteignent leur niveau le plus bas. Les stocks constitués aux cours de cette période et des problèmes qualitatifs pèsent sur le marché jusqu'au mois de juillet.

A partir du mois d'août, le marché parvient à se redresser grâce à une chute drastique des expéditions latino-américaines qui ciblent à ce moment-là davantage le marché nord-américain. La conjonction d'un déficit d'approvisionnement et d'une demande intéressée dès les premiers jours de la rentrée scolaire permettent une hausse sensible des prix. La qualité des fruits d'été, souvent hétérogène en arrière saison, accentue cette tendance.

Seconde vague de Sweet latino-américain à l'approche de l'hiver

En novembre, une nouvelle vague de Sweet du Costa Rica entraîne les cours dans une spirale de baisse qui ne prend fin qu'en seconde quinzaine de décembre après moult ventes de dégagement. Cette tendance s'observe sur l'ensemble des marchés euro-

péens.

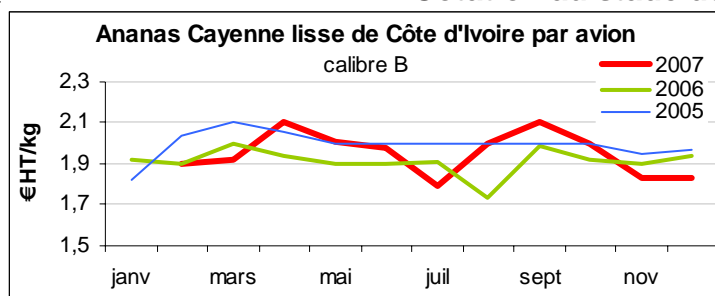
La Côte d'Ivoire n'a guère plus de réussite avec le Cayenné. Des envois volumineux à l'approche des fêtes de fin d'année sur les marchés d'Europe de l'Est et de la Russie (10 000 palettes réceptionnées en quinze jours) n'arrivent pas dans les temps à cause de divers problèmes logistiques. Ceci provoque de nombreux litiges liés à des annulations de ventes.

Un Ananas Victoria réunionnais de plus en plus concurrencé

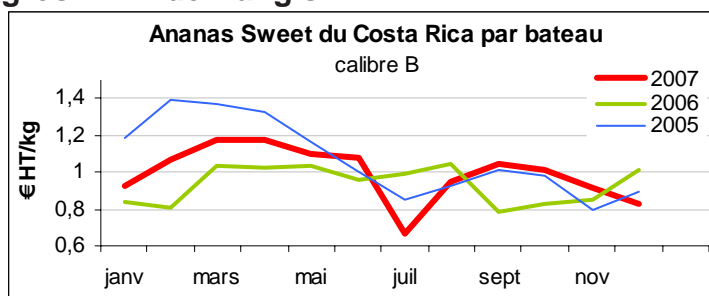
La campagne du Victoria de la Réunion s'avère décevante. Après un début d'année mitigé (cours tout juste satisfaisants pour des apports somme toute réduits), les prix chutent au cœur de l'été pour ne se relever qu'à l'approche des fêtes de fin d'année. Là encore, les performances restent limitées. Les cours n'atteignent pas les niveaux de 2006 en raison de la concurrence exercée par les produits de l'Ile Maurice. Le fruit réunionnais reste la référence qualitative pour l'ananas Victoria, mais des apports de plus en plus nombreux en provenance du Ghana ou de Côte d'Ivoire viennent assez souvent s'ajouter à l'offre de l'Océan Indien.

D'une campagne à l'autre

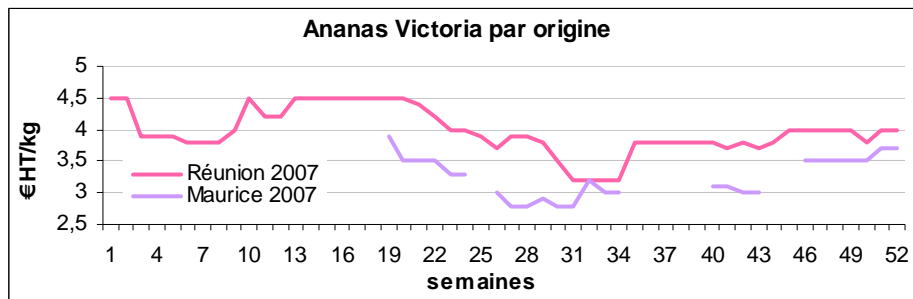
Cotation au stade de gros - MIN de Rungis



Issus de sélection rigoureuse, ces ananas «Cayenné lisse» haut de gamme trouvent à se commercialiser sur des marchés de niche. L'incidence de l'augmentation des coûts du fret aérien tend toutefois à freiner les apports par avion.



Les cours relativement soutenus en début d'année ont réussi à se maintenir jusqu'en juin mais des apports massifs de Sweet costaricains ont entraîné le marché à la baisse en juillet.



Les produits de l'Ile Maurice se négocient à des prix compétitifs. Malgré un avantage qualitatif pour les produits réunionnais, les écarts de prix restent relativement faibles.



Service des Nouvelles des Marchés
L'Arborial - bâtiment A - 5ème étage
12 rue Rol Tanguy
93555 MONTREUIL SOUS BOIS CEDEX
Tél : 01.49.55.45.75 - Fax : 01.45.55.48.64

Chef de service : Philippe BOYER
Composition : SNM Bordeaux
Date de parution : décembre 2008

pour en savoir plus sur l'ananas :

Rédacteur : Eric ENGEL
centre de Rungis : 01.46.87.35.02

notre site : www.snm.agriculture.gouv.fr

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001 : 2000