

# Étude de marché et identification d'opportunités pour l'ananas frais de Guinée sur le marché européen



Version préliminaire (octobre 2020)

Programme pour la compétitivité de l'Afrique de  
l'Ouest en Guinée - Relance de la filière ananas

## À propos de ce document

Le programme compétitivité Afrique de l'Ouest (PCAO) met l'accent sur l'émergence de chaînes de valeur régionales à fort potentiel de transformation et d'exportation. En Guinée, le pays a fait le choix de soutenir l'ananas qui est largement commercialisé et exporté à l'état frais et principalement en direction de quelques marchés de la sous-région et en France.

Le projet de Relance de la filière ananas REFILA devrait néanmoins permettre via l'expertise de l'ONUDI de mettre à niveau l'offre d'ananas frais par rapport aux normes qualité et via l'appui de l'ITC de positionner le produit sur de nouveaux marchés d'exportation (dans la sous-région ouest africaine, au Maghreb ainsi qu'en Europe).

REFILA vise à relancer la compétitivité de l'ananas guinéen sur les marchés nationaux, régionaux et internationaux à travers :

- L'amélioration de la compétitivité des agents économiques clés de la chaîne de valeur de l'Ananas en Guinée;
- Le renforcement et l'amélioration des organisations intermédiaires d'appui à la filière « Ananas » en termes de qualité, normes, solutions vertes, appuis techniques, accès au financement, encadrement, accès au marché;
- L'intégration des politiques régionales en faveur de la compétitivité dans les politiques nationales.

Cette étude a pour but, d'une part d'analyser le marché de l'ananas frais dans le marché européen, pour comprendre son fonctionnement, l'intérêt grandissant de l'ananas frais sur ce marché, ainsi que ses fournisseurs et son potentiel de développement.

D'autre part, l'étude porte également sur l'identification d'opportunités, que ce soit à court, moyen et long terme, pour l'ananas frais de Guinée.

**Auteur** : Paqui Thierry, consultant ITC.

**Editeur** : Centre du commerce international

**Titre** : Étude de marché et identification d'opportunités pour l'ananas frais de Guinée sur le marché européen

**Date et lieu de la publication** : Genève, octobre 2020

**Nombre de pages** : 76 pages

**Langue(s)** : Français

Pour plus d'informations sur ce rapport, merci de contacter : Mme Frédérine Derlot, Administratrice de programmes horticoles, Sector & Enterprise Competitiveness Division des Entreprises & Institutions, E-mail: [derlot@intracen.org](mailto:derlot@intracen.org).

Pour plus d'informations sur: <https://www.intracen.org/wacomp/>

ITC encourage la réimpression et la traduction de ses publications afin d'en assurer une plus large distribution. De courts extraits de ce document peuvent être réimprimés gratuitement en mentionnant l'ITC comme source. Pour une plus large réimpression ou une traduction, l'autorisation de l'ITC est nécessaire. Une copie papier de la reproduction ou de la traduction devra être envoyée à l'ITC.

Image(s) numérique(s) de la couverture : © Shutterstock

© Centre du commerce international (ITC)

ITC est l'agence conjointe de l'Organisation mondiale du commerce et des Nations Unies.

## Remerciements

Le consultant remercie le CIRAD et le COLEACP pour leur collaboration à la collecte d'informations qui ont permis de finaliser cette étude.

ITC remercie aussi l'Agence Guinéenne de Promotion des Exportations (AGUIPEX) pour les commentaires fournis dans la phase de rédaction de ce rapport.

## Acronymes

CEE-ONU	Commission Economique des Nations Unies pour l'Europe
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
COLEACP	Comité de liaison Europe-Afrique-Caraïbes-Pacifique
ITC	Centre du commerce international
LMR	Limites Maximales de Résidus
OMC	Organisation Mondiale de Commerce
PCAO	Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest
REFILA	Relance de la filière ananas
RHF	Restauration Hors Foyer
UE	Union Européenne

## Résumé exécutif

Le marché de l'ananas frais dans l'Union Européenne connaît une progression régulière et constante depuis l'introduction de la variété MD-2 (appelé aussi Sweet ou Extra Sweet). Les importations d'ananas frais sont ainsi passées de 836 875 T en 2015 à plus du million de tonnes en 2018 ce qui représente sur la période une progression de 20%.

Le marché de l'UE qui en 2019 était composé de 28 états membres est passé à 27 à partir du 1er Février 2020 avec la sortie effective de la Grande Bretagne de l'Union Européenne.

Le marché de l'ananas frais dans l'Union Européenne a plusieurs attributs.

Parmi les plus caractéristiques on peut retenir les suivantes :

- C'est un marché qui importe principalement de l'ananas via des pays hubs. C'est-à-dire que tous les 27 pays membres ne sont importateurs directs d'ananas.
- En 2019, les pays hubs les plus importants (Pays Bas, Belgique, Espagne, le Royaume Uni et l'Italie) ont importé en direct 87% des volumes totaux d'ananas et réexporté 78% de ces volumes vers les autres membres de l'UE.
- Le marché de l'Union Européenne importe aussi bien des ananas par bateau que par avion. 98% des volumes importés le sont par voie maritime. Le marché avion équivaut à 2% du marché européen et continue de représenter une niche pour un fruit comme l'ananas devenu un produit de masse.
- Bien que le marché de l'Union Européenne importe les quatre principales variétés d'ananas (Sweet, Cayenne, Pain de sucre et Victoria), la variété prépondérante reste le Sweet. En 2019, plus de 99,5% des importations maritimes d'ananas frais ont porté sur la variété Sweet.

Le marché européen de l'ananas est un marché très compétitif. Les origines présentes doivent batailler pour maintenir ou ne pas perdre des parts de marché. La variété Sweet qui s'est depuis imposée sur le marché bateau, fait aussi depuis quelques années une intrusion remarquée sur le marché avion. En raison de son positionnement (marché de niche), le marché de l'ananas « avion » est très sélectif quand il s'agit de qualité, d'homogénéité et de régularité de l'offre. C'est sur le marché avion que l'offre variétale est diversifiée. Il importe donc, en essayant de se positionner sur ce marché, que l'offre doit non seulement être de qualité mais également être certifiée (Global GAP) ou en voie de certification car les origines concurrentes le sont.

La crise sanitaire, liée au Coronavirus, a affecté le marché de l'ananas à plusieurs niveaux. Dans un premier temps, elle a permis une certaine régularité des ventes puisque le secteur alimentaire faisait partie des secteurs dits prioritaires. La demande a été assez régulière dans les supermarchés car les consommateurs ne pouvaient plus aller dans les restaurants. Mais elle a également eu un effet réducteur sur l'offre au départ des pays producteurs en raison de la réduction des moyens logistiques surtout aérien.

Vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des opportunités que représentent à court et à moyen terme les marchés clés de l'ananas frais en Europe pour le développement à l'export de l'ananas de Guinée.

Ananas Guinéen	Marché français	Ananas Guinéen	Marché Belge	Ananas Guinéen	Marché allemand	Ananas Guinéen	Marché néerlandais	Ananas Guinéen	Marché polonais
<b>La Baronne</b>	Avion	<b>La Baronne</b>	Avion						
Court terme		Court terme		Court terme		Court terme		Court terme	
Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme		Court terme		Court terme		Court terme		Court terme	
Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme	

## Table des matières

<b>CHAPITRE 1 L'OFFRE MONDIALE D'ANANAS</b>	<b>9</b>
1.1 La production mondiale d'ananas	9
1.2 Le Commerce international	10
1.3 La consommation mondiale d'ananas	12
<b>CHAPITRE 2 LE MARCHÉ EUROPEEN DE L'ANANAS</b>	<b>14</b>
2.1 Consommation et saisonnalité	14
2.2 Import d'ananas frais en Europe	15
2.3 Commerce intra européen	16
2.4 Les hubs logistiques européens	17
<b>CHAPITRE 3 : L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ EU EN ANANAS FRAIS.</b>	<b>19</b>
3.1 Evolution des exports des origines approvisionnant le marché EU de l'ananas bateau	19
3.2 Evolution des exports des origines approvisionnant le marché EU de l'ananas avion	22
<b>CHAPITRE 4 LE MARCHÉ EUROPEEN DE L'ANANAS FRAIS</b>	<b>26</b>
4.1 Les caractéristiques du marché	26
4.1.1 Les variétés présentes sur le marché et leur importance	26
4.1.2 Répartition de la logistique	28
4.2 Standards et exigences des marchés européens	28
4.2.1 Réglementation et conditionnement	28
4.2.2 Conditionnement utilisé pour les envois par avion	29
4.2.3 Conditionnements utilisés pour les envois par bateau	31
4.2.4 Position tarifaire et droits de douane	32
4.2.5 Standards volontaires et standards sociaux	33
4.2.6 Tendances sur le marché européen impactant la vente d'ananas.	34
4.3 Canaux de commercialisation	35
<b>CHAPITRE 5 LES MARCHES CLES AU SEIN DU MARCHÉ EU</b>	<b>37</b>
5.1 Le marché français	38
5.2 Le marché belge	42
5.3 Le marché allemand	47
5.4 Le marché néerlandais	50

5.5 Le marché de l'ananas dans les pays de l'Est et plus particulièrement en Pologne	54
--	----

## CHAPITRE 6 SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS POUR LE POSITIONNEMENT DE L'ANANAS DE GUINÉE 57

6.1 Synthèse du marché EU et des opportunités de marché pour l'ananas de Guinée	57
6.2 Conditions requises pour les exportateurs d'ananas de Guinée pour développer leurs ventes sur les marchés européens	58
6.3 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché français	58
6.3.1 Potentiel de La Baronne sur le marché français (avion)	59
6.3.2 Potentiel de de la Cayenne sur le marché français (bateau)	60
6.4 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché belge	61
6.4.1 Potentiel de la Baronne sur le marché belge (avion)	61
6.4.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché belge (bateau)	62
6.5 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché allemand	63
6.5.1 Potentiel de la Baronne sur le marché allemand (avion)	63
6.5.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché allemand (bateau)	64
6.6 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché néerlandais	65
6.6.1 Potentiel de la Baronne sur le marché néerlandais (avion)	65
6.6.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché néerlandais (bateau)	66
6.7 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché polonais	67
6.7.1 Potentiel de la Baronne sur le marché polonais (avion)	67
6.7.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché polonais (bateau)	68

Appendice I Liste de possibles importateurs européens d'ananas guinéens frais par avion.	69
--	----

Appendice II Norme CEE/ONU	70
----------------------------	----

### Encadrés, tableaux, figures

Encadré 1	L'ananas Cayenne a-t-il encore un avenir sur le marché européen ?	24
<b>Tableau 1</b>	<b>Les 7 premiers pays importateurs d'ananas (en tonnes)</b>	<b>12</b>
<b>Tableau 2</b>	<b>Les principales zones d'importation d'ananas en tonnes</b>	<b>12</b>
<b>Tableau 3</b>	<b>Répartition des variétés exportées par bateau par les principaux exportateurs d'ananas frais.</b>	<b>21</b>
<b>Tableau 4</b>	<b>Répartition des variétés exportées par avion par les principaux fournisseurs du marché avion.</b>	<b>22</b>
<b>Tableau 5</b>	<b>Principales origines approvisionnant le marché de l'UE avec du Victoria par avion</b>	<b>22</b>
<b>Tableau 6</b>	<b>Conditionnement Cayenne par avion</b>	<b>29</b>
<b>Tableau 7</b>	<b>Conditionnement pain de sucre fruits couchés dans des colis « open top » Cayenne « fruits debout » par avion</b>	<b>30</b>
<b>Tableau 8</b>	<b>Conditionnement Sweet par avion fruits peuvent être couchés ou debout</b>	<b>30</b>
<b>Tableau 9</b>	<b>Conditionnement Cayenne par bateau</b>	<b>31</b>

<b>Tableau 10</b>	<b>Conditionnement Sweet par bateau</b>	<b>31</b>
<b>Tableau 12</b>	<b>Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché français.</b>	<b>42</b>
<b>Tableau 13</b>	<b>Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché belge.</b>	<b>46</b>
<b>Tableau 14</b>	<b>Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché allemand.</b>	<b>50</b>
<b>Tableau 15</b>	<b>Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché des Pays Bas.</b>	<b>54</b>
<b>Tableau 16</b>	<b>Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché polonais.</b>	<b>56</b>
<b>Figure 1</b>	<b>Evolution de la production mondiale d'ananas en Tonnes</b>	<b>9</b>
<b>Figure 2</b>	<b>Les principales origines productrices d'ananas</b>	<b>10</b>
<b>Figure 3</b>	<b>Les origines clés du commerce international de l'ananas à l'état frais</b>	<b>11</b>
<b>Figure 4</b>	<b>Les principales zones importatrices d'ananas frais</b>	<b>11</b>
<b>Figure 5</b>	<b>Evolution de la demande dans les principales zones d'importation d'ananas frais</b>	<b>13</b>
<b>Figure 6</b>	<b>Suivi des importations d'ananas frais dans l'Union Européenne en Tonnes</b>	<b>14</b>
<b>Figure 7</b>	<b>Evolution de la consommation d'ananas frais dans l'UE.</b>	<b>14</b>
<b>Figure 8</b>	<b>Prix moyen en € à la tonne (CIF) d'ananas frais importé dans l'UE</b>	<b>15</b>
<b>Figure 10</b>	<b>Pourcentages d'ananas frais importés et réexportés par les sept principaux pays importateurs d'ananas de l'UE.</b>	<b>17</b>
<b>Figure 11</b>	<b>Volumes réexportés en 2019 par les pays hubs de l'UE.</b>	<b>18</b>
<b>Figure 12</b>	<b>Répartition de l'offre maritime et aérienne sur le marché européen en 2019</b>	<b>19</b>
<b>Figure 13</b>	<b>Origines autres que le Costa Rica approvisionnant le marché européen par voie maritime.</b>	<b>20</b>
<b>Figure 14</b>	<b>Evolution du prix moyen à la tonne (CIF) des ananas importés par bateau.</b>	<b>21</b>
<b>Figure 15</b>	<b>Evolution de l'offre des principales origines approvisionnant le marché européen en ananas frais par avion</b>	<b>23</b>
<b>Figure 16</b>	<b>Prix moyen (CIF) à la tonne des ananas avion</b>	<b>24</b>
<b>Figure 17</b>	<b>Estimation des importations de Victoria en Europe</b>	<b>25</b>
<b>Figure 18</b>	<b>Répartition de l'offre sur le marché maritime en Europe en 2019 et 2020</b>	<b>26</b>
<b>Figure 19</b>	<b>Estimation de la répartition variétale en Europe d'ananas frais importé par avion en 2019</b>	<b>27</b>
<b>Figure 20</b>	<b>Premiers pays importateurs d'ananas frais de l'UE (commerce intracommunautaire compris)</b>	<b>28</b>
<b>Figure 21</b>	<b>Répartition des ventes de fruits &amp; légumes frais sur le marché français en % de la valeur en 2019</b>	<b>33</b>
<b>Figure 22</b>	<b>Consommation apparente d'ananas dans les principaux pays importateurs de l'UE</b>	<b>37</b>
<b>Figure 23</b>	<b>Répartition de l'offre avion et bateau sur le marché français.</b>	<b>38</b>
<b>Figure 24</b>	<b>Evolution de l'offre maritime sur le marché français.</b>	<b>38</b>
<b>Figure 25</b>	<b>Comparaison des prix CIF payés sur le marché français pour les importations maritimes.</b>	<b>39</b>
<b>Figure 26</b>	<b>Principales origines approvisionnant le marché français par avion en Tonnes</b>	<b>40</b>
<b>Figure 27</b>	<b>Comparaison des prix (T) des origines approvisionnant le marché français en ananas avion</b>	<b>40</b>
<b>Figure 28</b>	<b>Estimation de la répartition des importations d'ananas frais en France en 2019</b>	<b>41</b>
<b>Figure 29</b>	<b>Répartition de l'offre avion et bateau sur le marché belge</b>	<b>43</b>
<b>Figure 30</b>	<b>Evolution de l'offre maritime sur le marché belge</b>	<b>43</b>
<b>Figure 31</b>	<b>Comparaison du prix moyen à la tonne des origines approvisionnant en direct le marché belge par bateau</b>	<b>44</b>
<b>Figure 32</b>	<b>Principales origines approvisionnant le marché belge par avion</b>	<b>45</b>
<b>Figure 33</b>	<b>Comparaison des prix moyens à la tonne des origines approvisionnant le marché belge</b>	<b>45</b>
<b>Figure 34</b>	<b>Estimation de la répartition variétale sur le marché avion en Belgique</b>	<b>46</b>
<b>Figure 35</b>	<b>Répartition de l'offre maritime et aérienne sur le marché allemand</b>	<b>47</b>
<b>Figure 36</b>	<b>Evolution des importations directes par voie maritime en Allemagne</b>	<b>48</b>
<b>Figure 37</b>	<b>Comparaison du prix moyen à la tonne (CIF) des ananas frais importés directement en Allemagne</b>	<b>48</b>
<b>Figure 38</b>	<b>Principales origines approvisionnant le marché avion en Allemagne.</b>	<b>49</b>
<b>Figure 39</b>	<b>Estimation de la répartition variétale sur le marché avion en Allemagne.</b>	<b>49</b>

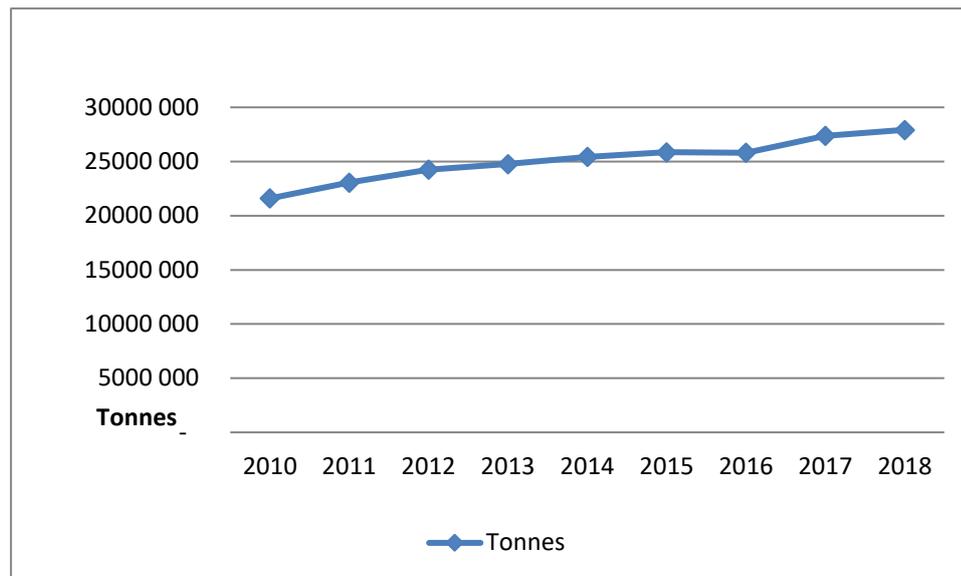
<b>Figure 40</b>	<b>Répartition de l'offre aérienne et maritime sur le marché néerlandais.</b>	<b>51</b>
<b>Figure 41</b>	<b>Evolution de l'offre maritime aux Pays Bas.</b>	<b>52</b>
<b>Figure 42</b>	<b>Principales origines approvisionnant le marché par avion</b>	<b>52</b>
<b>Figure 43</b>	<b>Comparaison du prix moyen à la tonne des importations par avion sur le marché néerlandais</b>	<b>53</b>
<b>Figure 44</b>	<b>Estimation des variétés d'ananas frais importées directement par avion aux Pays Bas</b>	<b>53</b>
<b>Figure 45</b>	<b>Evolution des importations d'ananas frais en Pologne</b>	<b>55</b>
<b>Figure 46</b>	<b>Comparaison du prix moyen à la tonne d'ananas importé en Pologne</b>	<b>55</b>

## CHAPITRE 1 L'OFFRE MONDIALE D'ANANAS

### 1.1 La production mondiale d'ananas

En 2018, la production mondiale d'ananas a été estimée à 28,3 millions de tonnes. Cette production connaît depuis plusieurs années une croissance régulière.

Figure 1 Evolution de la production mondiale d'ananas en Tonnes



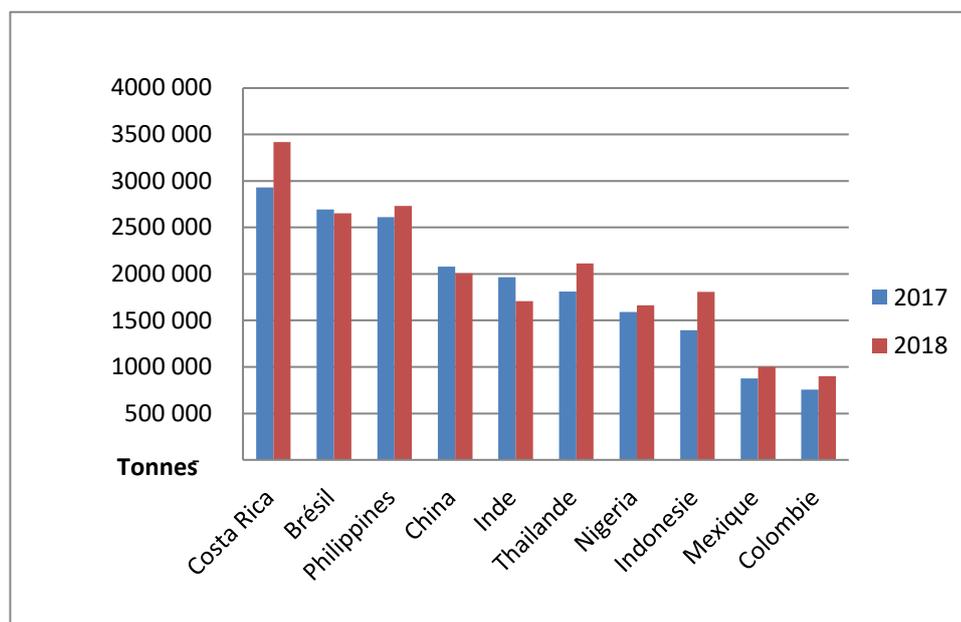
Source : FAO, 2020

Entre 2010 et 2018, elle est passée de 21,6 millions à 28,3 millions de tonnes, ce qui représente sur la période une croissance de l'ordre de 30%.

Depuis plus de 10 ans, la production mondiale d'ananas frais est dominée par 10 origines. Si entre 2017 et 2018, la progression (en termes de volumes cumulés) des 10 premiers n'a été « que de 2% », leur poids dans la production mondiale a progressé de manière plus significative passant de 68% à 72%.

Le Costa Rica, les Philippines et le Brésil forment le trio de tête de ces 10 pays depuis plus de 10 ans.

Figure 2 Les principales origines productrices d'ananas



Source FAO

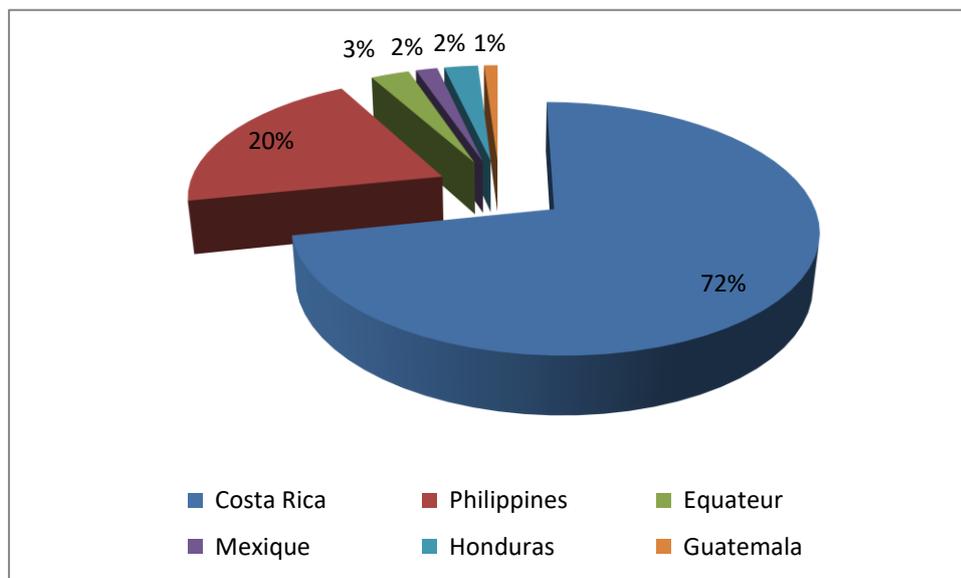
Entre 2017 et 2018, cinq origines parmi les dix se sont distinguées par leur croissance. Il s'agit du Mexique (+14%), du Costa Rica et de la Thaïlande (+16%), de la Colombie (+19%) et de l'Indonésie (+29%).

## 1.2 Le Commerce international

Le commerce international d'ananas à l'état frais ne concerne qu'une petite partie des volumes produits (environ 10%). Ce chiffre est relativement stable depuis plus de 10 ans. En 2018, environ 11% de la production mondiale a fait l'objet d'échanges internationaux à l'état frais.

La majeure partie de la production mondiale d'ananas est soit autoconsommée, soit récupérée par l'industrie de la transformation (jus et conserves notamment).

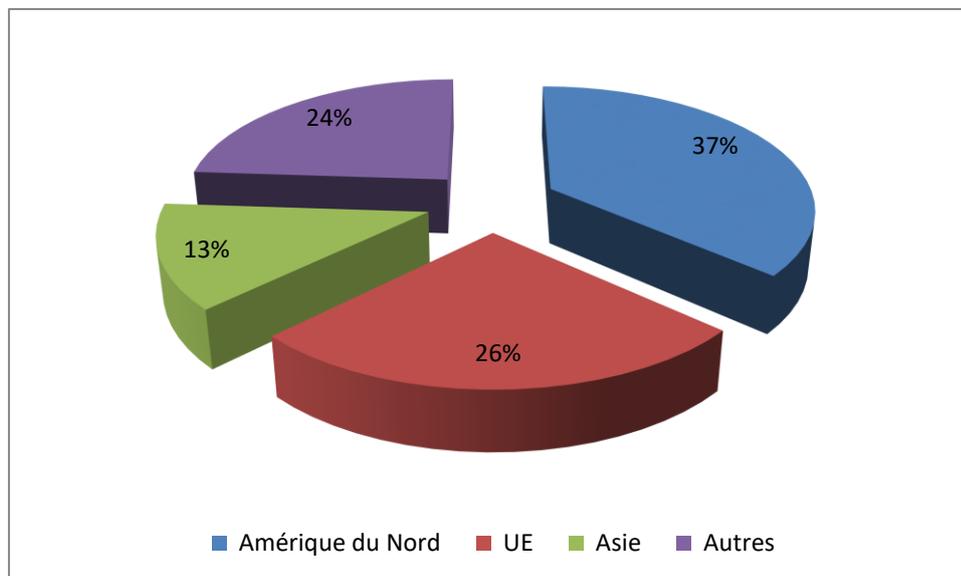
Figure 3 Les origines clés du commerce international de l'ananas à l'état frais



Source : FRUITROP 2019

Le Costa Rica qui est le leader mondial du commerce d'ananas. Il totalise seul 71% des échanges d'ananas frais dans le monde.

Figure 4 Les principales zones importatrices d'ananas frais



Source : FRUITROP 2019

Le Costa Rica exporte vers toutes les principales zones d'importation tandis que les Philippines (deuxième plus grosse origine exportatrice d'ananas) sont surtout spécialisées que sur l'Asie.

Les sept premiers pays importateurs d'ananas frais (2019) sont répartis sur trois zones : l'Amérique du Nord (USA et Canada), l'Europe (Union Européenne principalement) et l'Asie (Japon et Chine principalement).

Tableau 1 Les 7 premiers pays importateurs d'ananas (en tonnes)

Pays	Importation d'ananas en 2017	Importation d'ananas en 2018
Etats Unis	1 164 941	1 143 787
Pays Bas	297 418	325 500
Chine	201 232	264 700
Japon	158 993	153 070
Royaume Uni	146 162	160 307
Italie	165 409	160 166
Espagne	146 542	172 653

Source : FRUITROP/ Douanes nationales

En 2019, les Etats Unis ont importé un peu plus de 36% des volumes d'ananas frais commercialisés suivis par quatre pays de l'Union Européenne qui totalisent 26% des importations mondiales.

La part des importations de l'Union Européenne (32%) sera moins importante en 2020. En effet, à la suite du Brexit (1/02/2020), le Royaume Uni ne fait plus partie de l'Union Européenne, ses importations (16% des volumes d'ananas importés dans l'UE) ne seront donc plus comptabilisées dans les volumes de l'UE.

### 1.3 La consommation mondiale d'ananas

La consommation mondiale d'ananas connaît une progression régulière et stable depuis plusieurs années. Les principales zones d'importation sont l'Amérique du Nord (USA et Canada), l'Union Européenne, le Japon et d'autres origines asiatiques (Chine, Corée du sud et Singapour principalement).

Tableau 2 Les principales zones d'importation d'ananas en tonnes

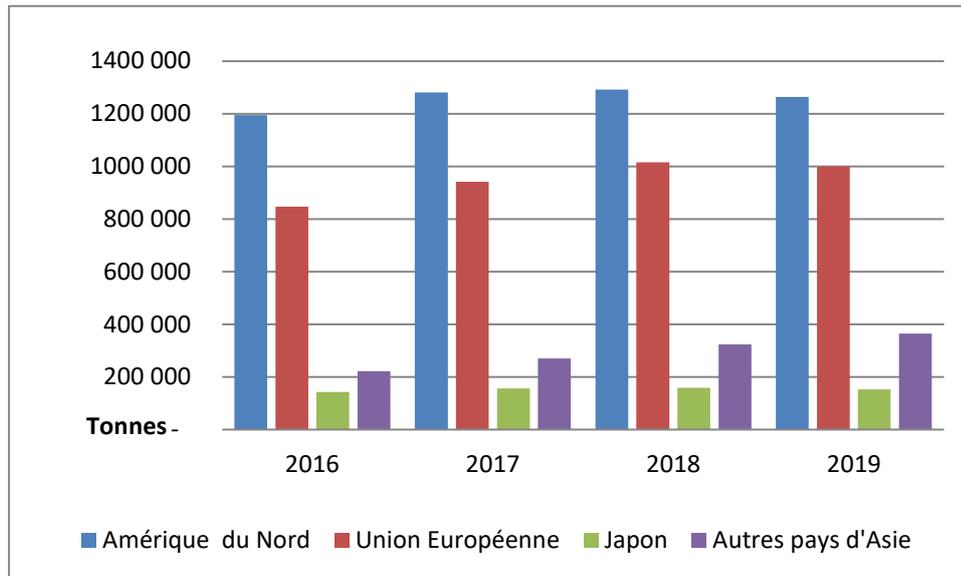
Zones	2016	2017	2018	2019
Amérique du Nord	1 195 056	1 280 553	1 291 447	1 263 610
Union Européenne	847 087	941 887	1 015 989	1 000 304
Japon	143 173	156 992	159 040	153 070
Autres pays d'Asie	222 363	271 010	323 314	365 124

Source : FRUITROP 2019

Depuis 2016, 90% des volumes d'ananas commercialisés dans le monde sont à destination des quatre zones mentionnées ci-dessus.

En 2019, le marché nord-américain (USA et Canada) et celui de l'Union Européenne restent les premiers consommateurs d'ananas frais absorbant respectivement 40% et 32% des volumes d'ananas frais commercialisés dans le monde.

Figure 5 Evolution de la demande dans les principales zones d'importation d'ananas frais



Source : COMTRADE

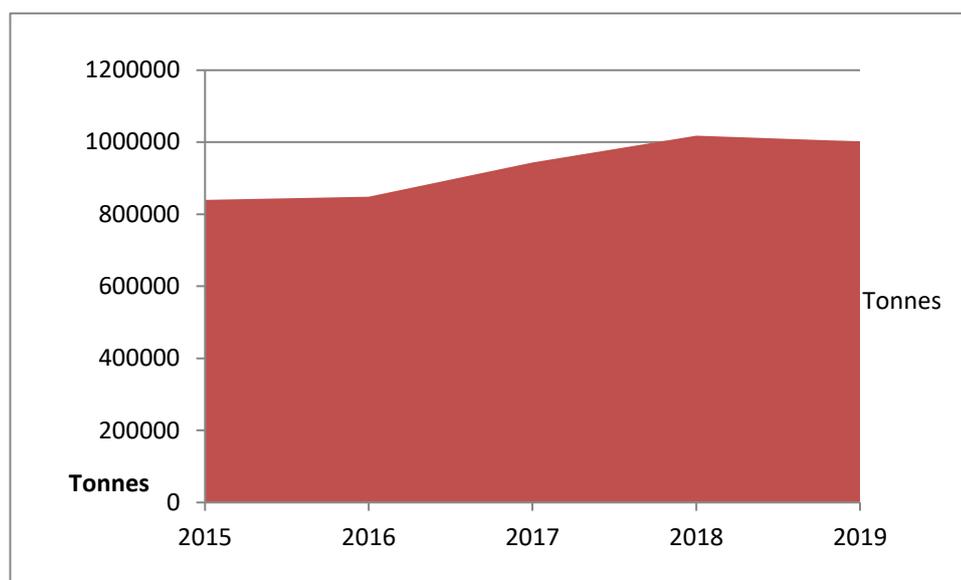
Entre 2016 et 2019, le marché qui a connu la plus grande progression est celui des autres pays asiatiques (+64%) suivi de celui de l'Union Européenne (+18%). Le marché des autres pays asiatiques (Chine, Corée du Sud et Singapour) est surtout approvisionné par les Philippines.

## CHAPITRE 2 LE MARCHÉ EUROPEEN DE L'ANANAS

### 2.1 Consommation et saisonnalité

Les sept principaux pays importateurs d'ananas de l'UE (Pays-Bas, Espagne, Royaume Uni, Italie, Belgique, France et Allemagne) ont importé en 2019 un peu plus de 90% des volumes commercialisés dans l'Union Européenne.

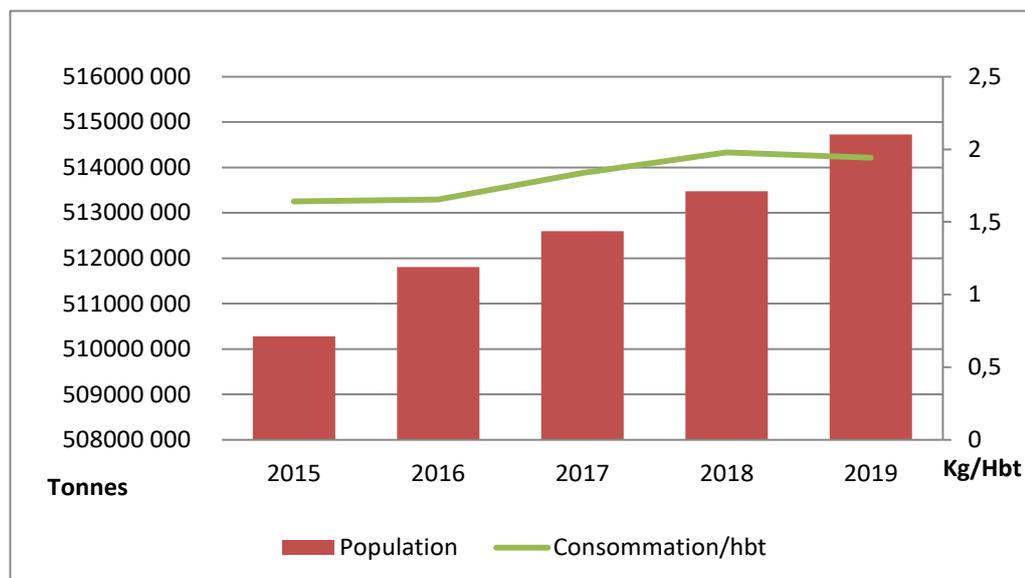
Figure 6 Suivi des importations d'ananas frais dans l'Union Européenne en Tonnes



Source : FRUITROP 2019

Entre 2015 et 2019, la consommation d'ananas frais dans l'Union Européenne a augmenté de 19% passant de 837 000 T à un million de tonnes. La consommation apparente d'ananas a connu une progression similaire quoique légèrement inférieure (18%).

Figure 7 Evolution de la consommation d'ananas frais dans l'UE.



Source : FRUITROP

Les volumes d’ananas importés dans l’Union Européenne connaissent une progression plutôt régulière. La consommation apparente d’ananas reste inférieure à 2kg par an par habitant, toutefois elle progresse avec une certaine régularité passant de 1.64kg par habitant (en 2015) à 1.94kg par an par habitant (en 2019).

Il est devenu plus difficile de vraiment parler de saisonnalité d’achat concernant l’ananas. En effet, jusqu’au début des années 2000, la consommation d’ananas et par conséquent les importations augmentaient à certains moments de l’année (Pâques et Noël surtout).

Depuis l’introduction de la variété Sweet (Md-2), les importations européennes d’ananas n’ont pas cessé de croître. Si au début des années 2000, l’ananas pouvait encore être considéré comme un fruit exotique dont les importations en Europe peinaient à atteindre les 350 000 tonnes, il est depuis le milieu des années 2000 progressivement devenu un produit de masse, dont les importations en 2018 ont finalement atteint et dépassé la barre du million de tonnes importées.

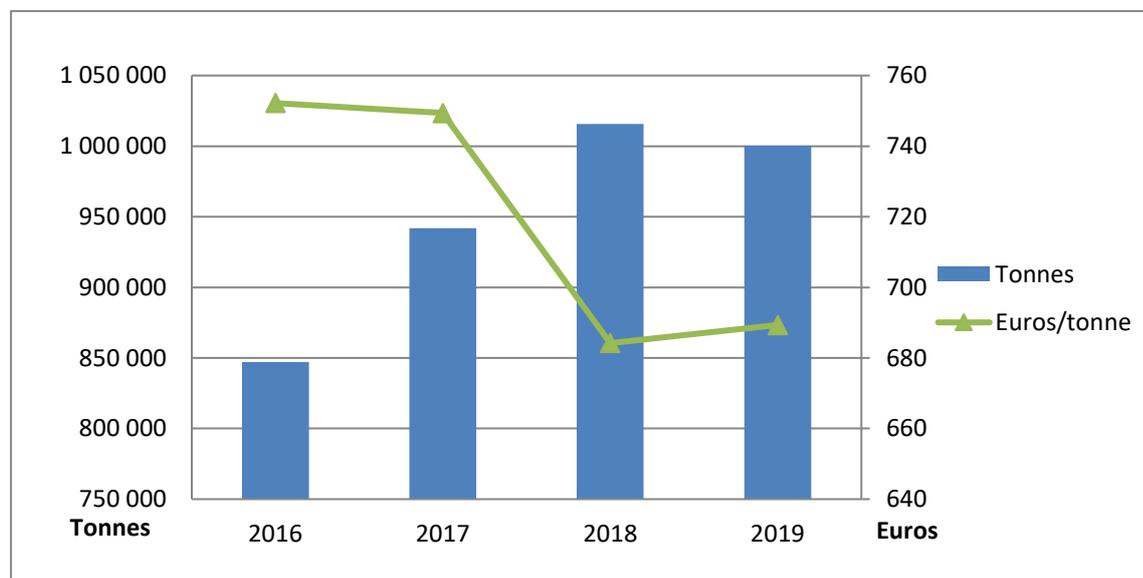
En devenant un produit de masse, l’ananas est devenu un fruit comme la banane disponible tout au long de l’année et à des prix généralement assez bas.

Sans réellement parler de saisonnalité d’achat, on peut néanmoins constater que le consommateur a tendance à être moins intéressé par les ananas dès le retour sur le marché des fruits dits de saison ou fruits à noyau (abricot, nectarine, pêche, prune, melon fraise etc..), c’est-à-dire pendant le printemps et l’été en Europe.

## 2.2 Import d’ananas frais en Europe

Au regard des chiffres globaux d’ananas frais importés en Europe (par bateau et par avion), on observe une tendance à la baisse du prix moyen à la tonne des ananas frais. Cette tendance baissière semble s’accroître en proportion que la consommation d’ananas augmente dans l’Union Européenne.

Figure 8 Prix moyen en € à la tonne (CIF) d’ananas frais importé dans l’UE

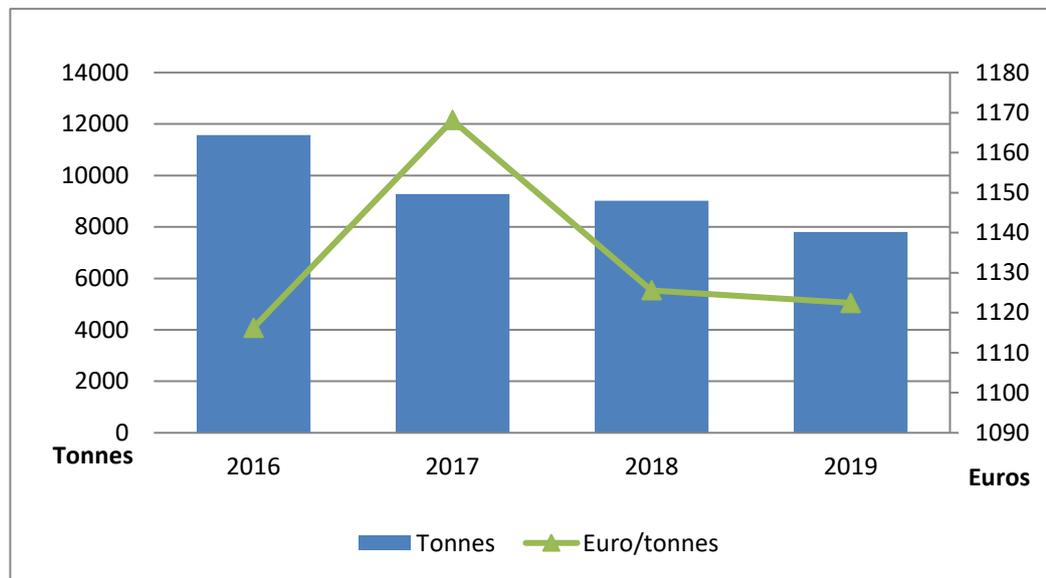


Source : Eurostat

L’influence du Costa Rica, dont les volumes exportés ne cessent de croître, est importante dans la baisse du prix moyen à la tonne d’ananas. Les frais logistiques rapportés aux volumes exportés interviennent grandement dans cette baisse, dans la mesure où plus de 98% des volumes importés d’ananas en EU, le sont par voie maritime.

L'estimation de l'évolution du prix moyen à la tonne d'ananas frais avion suit une courbe différente de celle établie pour les volumes globaux. Le prix moyen à la tonne est plus élevé pour les ananas acheminés par avion. Ce surcoût se justifie par les frais liés au coût du transport aérien par rapport au transport maritime. Ainsi en 2016, le prix moyen à la tonne d'ananas avion est 48% plus cher que celui du fret maritime, cette différence se creuse un peu plus en 2019 et l'écart entre le prix moyen avion et le prix moyen des ananas acheminés par voie maritime est de plus de 62%.

Figure 9 Estimation du prix moyen en € (CIF) à la tonne d'ananas frais importé par avion dans l'UE.



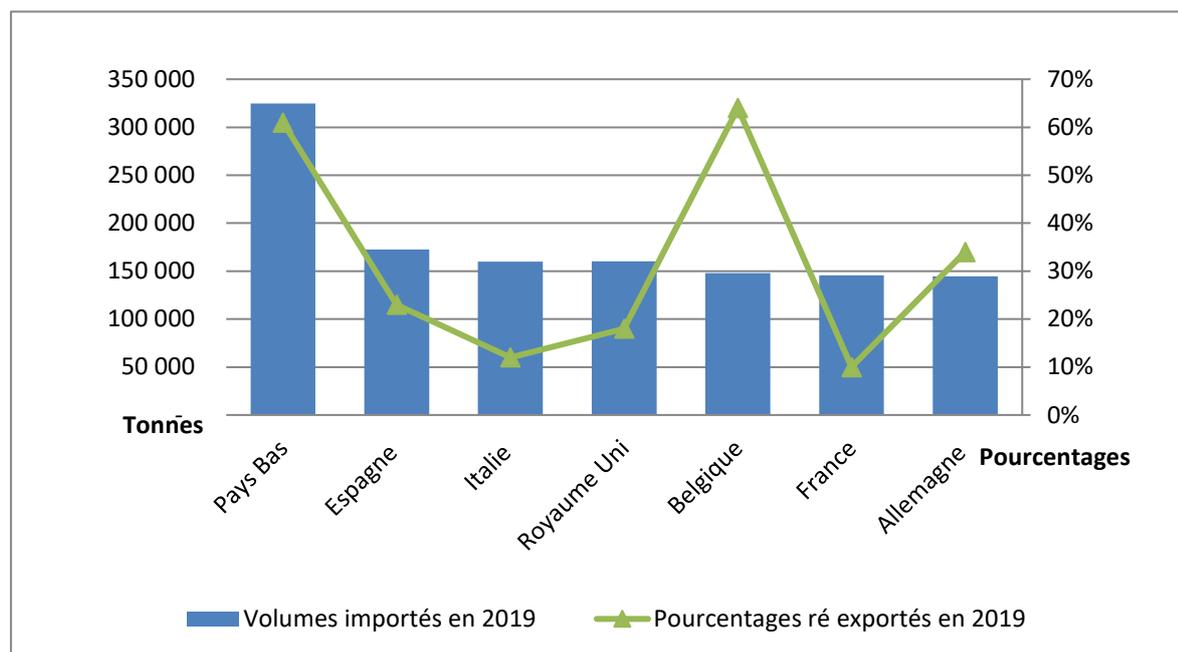
Source Cabinet Paqui

Même si les coûts liés au transport aérien sont supérieurs à ceux engagés pour le transport maritime, on observe une hausse du prix moyen à la tonne des ananas avion entre 2016 et 2019. Cette hausse peut s'expliquer par la forte baisse des exportations d'ananas du Bénin sur cette période (-75% entre 2016 et 2019), baisse des exportations qui a affecté le volume global des ananas avion mis en marché.

### 2.3 Commerce intra européen

Le commerce intra européen concerne les volumes d'ananas que les pays membres échangent entre eux. En 2019, 48% des volumes importés dans l'Union Européenne, soit plus de 480 000 tonnes d'ananas, ont circulé entre les 28 pays membres après avoir fait l'objet d'une première importation.

Figure 10 Pourcentages d’ananas frais importés et réexportés par les sept principaux pays importateurs d’ananas de l’UE.



Source FRUITROP

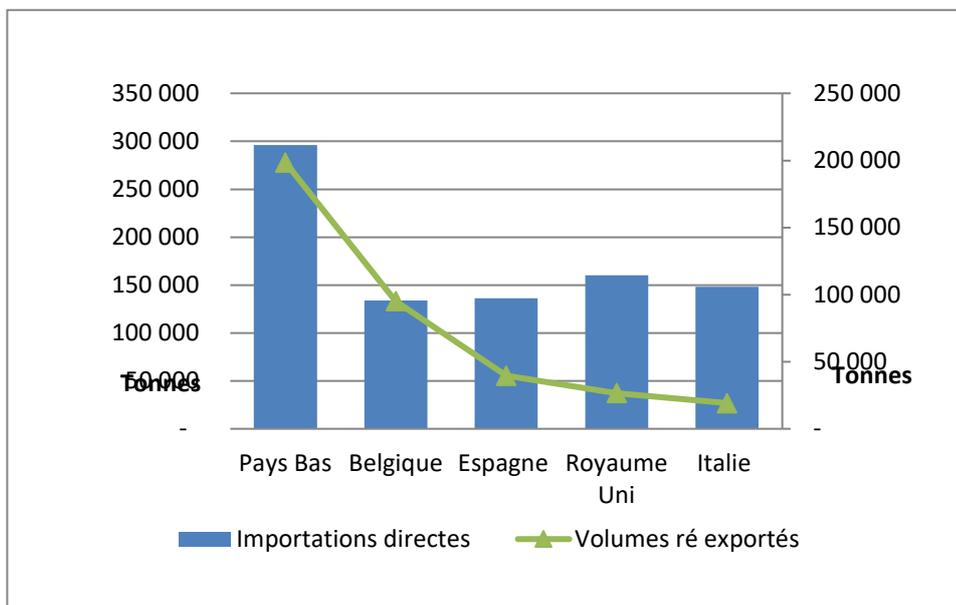
Trois pays, les Pays Bas, la Belgique et l’Allemagne ont réexporté plus de 70% de la totalité des volumes qui ont circulés en EU, à l’occasion du commerce intra Européen.

#### 2.4 Les hubs logistiques européens

Par hub, on veut désigner les pays qui servent de plateforme à l’importation et aux ré exportations d’ananas frais vers d’autres membres de l’Union Européenne ou vers des pays tiers (République Tchèque et Russie etc.). Les hubs logistiques jouent un rôle prépondérant dans le commerce intra UE.

En 2019, ces cinq pays ont importé en direct, c’est à dire hors commerce intra UE, plus de 874 000 tonnes d’ananas frais soit 87% du volume total importé par l’UE et ils ont ré exporté 78% de ces volumes.

Figure 11 Volumes réexportés en 2019 par les pays hubs de l'UE.



Source : EUROSTAT

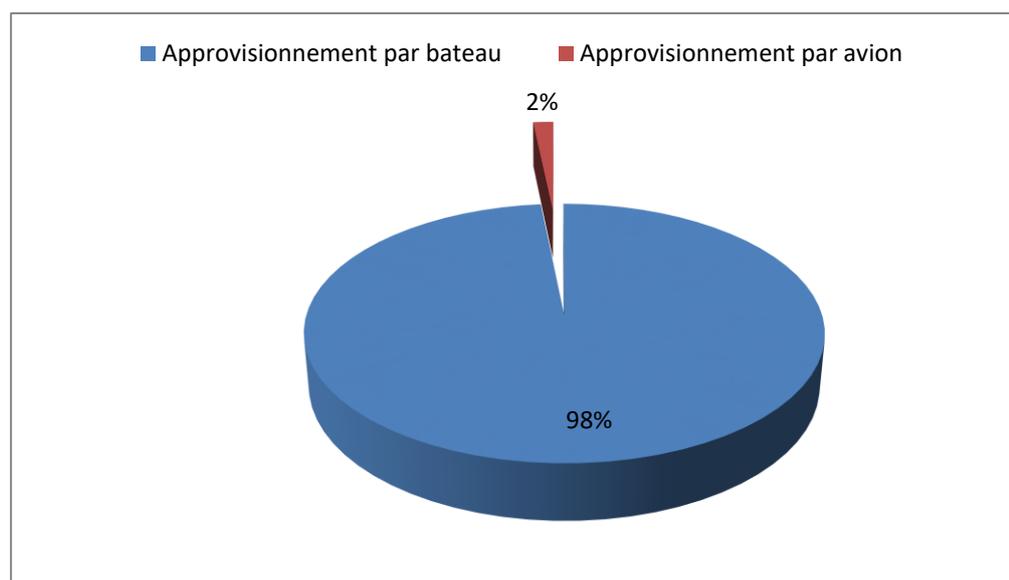
Parmi ces 5 pays hubs, la Belgique et les Pays Bas jouent les premiers rôles dans la mesure où ces deux pays ré-exportent respectivement 71% et 67% des volumes qu'ils importent. Comparativement, les autres pays ré-exportent des volumes conséquents mais bien moindre l'Espagne (29%), le Royaume Uni-(17%) et l'Italie (13%).

## CHAPITRE 3 : L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ EU EN ANANAS FRAIS.

### 3.1 Evolution des exports des origines approvisionnant le marché EU de l'ananas bateau

Les principales origines qui approvisionnent le marché européen en ananas frais le font par voie maritime. La part prépondérante du Costa Rica, qui déjà en 2010 totalisait plus de 80% du marché européen, ne cesse de progresser. En effet, les parts de marchés de l'origine et de son ananas Sweet ne cessent de croître, ainsi en 2019 elles totalisent plus de 89% des parts du marché européen de l'ananas frais, dont 95% de part de marché sur l'ananas bateau.

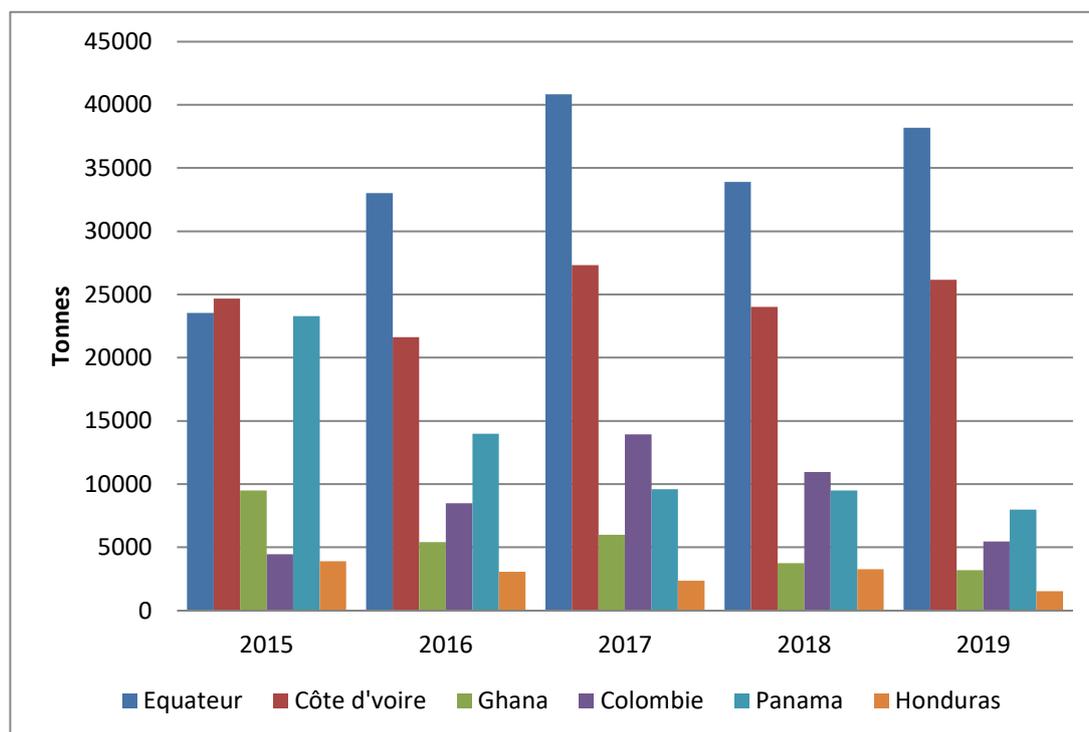
Figure 12 Répartition de l'offre maritime et aérienne sur le marché européen en 2019



Source : Cabinet Paqui

Les autres origines qui approvisionnent le marché avec du Sweet par voie maritime sont par ordre de décroissant l'Equateur, la Côte d'Ivoire, le Ghana, la Colombie, le Honduras, le Panama et la République Dominicaine. Au total, plus de 98% de l'approvisionnement du marché européen en ananas frais se fait par voie maritime.

Figure 13 Origines autres que le Costa Rica approvisionnant le marché européen par voie maritime.



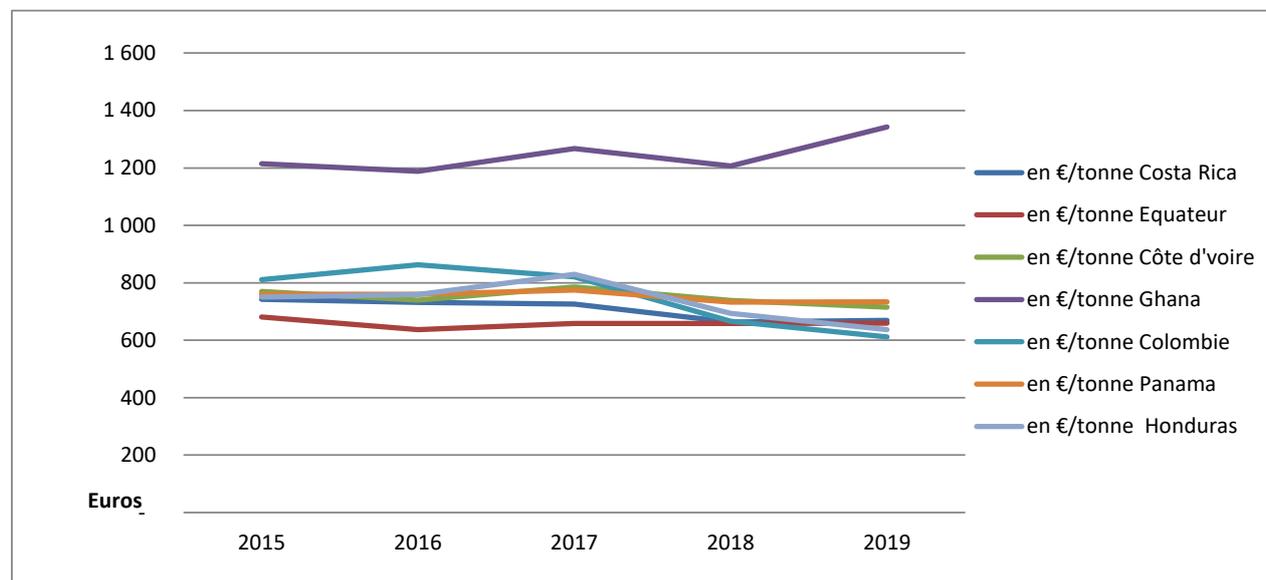
Source : FRUITROP 2019

Toutes ces origines approvisionnent le marché européen à plus de 98% par voie maritime à l'exception de la République Dominicaine (environ 80%). Le solde des exportations de ces origines se fait par voie aérienne et vient compléter l'offre globale par avion qui en 2019 est inférieur à 2%.

Le Costa Rica reste de loin le premier fournisseur du marché européen avec plus de 895 000 tonnes exportées vers l'Union Européenne en 2019. En raison de l'immensité des ressources (terres) allouées à la production d'ananas au Costa Rica et aussi à cause de l'implantation de multinationales productrices d'ananas (Del Monte, Dole, pour ne citer que celles-là) qui investissent de fortes sommes d'argent dans la production d'ananas, il y a peu de chance que l'on voit diminuer de façon significative les parts de marché de cette origine dans un futur proche. Bien au contraire, l'augmentation régulière et constante des exportations costariciennes pousse plutôt à penser que l'origine est là pour durer.

A une exception près (le Ghana), le prix moyen à la tonne pour les origines approvisionnant le marché par voie maritime est assez similaire. Le prix moyen global à la tonne d'ananas frais calculé d'après les données statistiques européennes fait ressortir une tendance à la baisse entre 2015 et 2019.

Figure 14 Evolution du prix moyen à la tonne (CIF) des ananas importés par bateau.



Source : FRUITROP

Ce prix passe d'environ 750€/t à environ 630/650€/t pour les principales origines exportatrices à l'exception du Ghana dont les prix moyens sur la période sont nettement plus élevés avec même une tendance haussière (1343€/t) en 2019. Cette différence dans le prix moyen à la tonne pour le Ghana s'explique par le fait que l'origine exportait principalement par voie maritime avant 2015. A partir de 2013, la réduction de production de la première entreprise exportatrice d'ananas du Ghana a entraîné une baisse progressive des exportations maritimes et une hausse des exportations par avion. L'augmentation observée en 2019 du prix moyen à la tonne confirme maintenant pour le Ghana la prépondérance prise par les exportations par avion sur celles par bateau.

La variété Sweet domine à 99.5% le créneau maritime en 2019. Depuis la mise en marché de la variété Sweet, la variété Cayenne n'a cessé de reculer sur le créneau maritime. L'ananas Sweet, plus résistant au transport maritime a complètement marginalisé l'ananas Cayenne sur ce créneau. En 2020 la dernière entreprise ivoirienne exportatrice de Cayenne par bateau a mis fin à ses exportations (face aux pertes de marché) pour se repositionner sur le marché avion.

Tableau 3 Répartition des variétés exportées par bateau par les principaux exportateurs d'ananas frais.

Origines	Variété exportée par bateau
Costa Rica	Sweet
Equateur	Sweet
Côte d'Ivoire	Sweet
Ghana	Sweet
Colombie	Sweet
Panama	Sweet
Honduras	Sweet

### 3.2 Evolution des exports des origines approvisionnant le marché EU de l'ananas avion

L'offre d'ananas frais sur le créneau aérien est plus diversifiée en termes de variétés. Les importations d'ananas par avion concernent les variétés Cayenne, Pain de sucre, Sweet et Victoria.

Tableau 4 Répartition des variétés exportées par avion par les principaux fournisseurs du marché avion.

Origines	Variétés exportées par avion
Togo	Cayenne Pain de sucre
Cameroun	Cayenne
République Dominicaine	Sweet
Bénin	Cayenne Pain de sucre
Costa Rica	Sweet
Côte d'Ivoire	Cayenne Sweet
Ghana	Cayenne Pain de sucre ,Sweet

La part d'ananas importée par voie aérienne en Europe en 2019 représente à peine 2% du volume global des ananas frais importés dans l'Union Européenne. Ces volumes peuvent être estimés entre 14 000 et 16 000 tonnes pour l'année 2019.

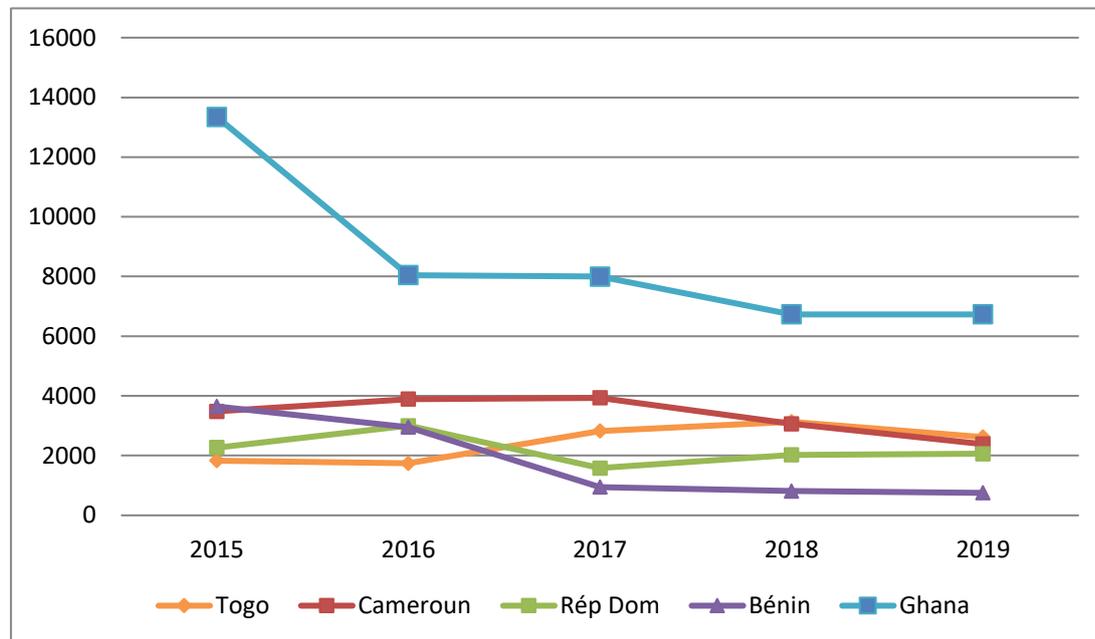
Sur le créneau aérien, il convient toutefois de distinguer le Victoria des autres variétés d'ananas car il appartient surtout à la catégorie dite des « petits exotiques » et à ce titre il a un créneau et une saisonnalité qui sont assez particuliers. En effet, dans l'ensemble la demande pour le Victoria est assez modérée au cours de l'année, toutefois elle augmente fortement durant les périodes festives (Pâques et les fêtes de fin d'année), et en revanche elle est quasi nulle durant l'été, où seuls quelques aficionados achètent encore le fruit. Le Victoria est toujours perçu comme un vrai exotique au contraire des autres variétés d'ananas qui se sont devenus des fruits comme d'autres, depuis le développement des importations à la suite de l'introduction du Sweet.

Tableau 5 Principales origines approvisionnant le marché de l'UE avec du Victoria par avion

Origines	Victoria par avion
Maurice	Victoria
Afrique du Sud	Victoria
Sri Lanka	Victoria
Thaïlande	Victoria
Les Philippines	Victoria

Sans oublier bien sûr la Réunion dont les exportations ne sont pas distinguées par Eurostat car c'est un département français.

Figure 15 Evolution de l'offre des principales origines approvisionnant le marché européen en ananas frais par avion



Source : Cabinet Paqui

Entre 2015 et 2019, seul le Togo a vu ses exportations d'ananas frais augmenter (+43% sur la période considérée). Cette augmentation s'explique principalement par le repositionnement de l'origine du Cayenne au pain de sucre coloré.

Les exportations du Bénin sur la même période ont chuté de 79%. En 2016, l'origine a fait l'objet de plusieurs contrôles sanitaires par les autorités européennes qui ont révélé des dépassements répétés de limites maximales de résidus (LMR) sur éthéphon. Le Bénin a alors fait le choix d'interrompre ses exportations de fruits colorés (Cayenne et pain de sucre) soit la presque totalité de l'offre de l'origine. La tentative alors de mise en marché de fruits verts (pains de sucre) par l'origine a eu du mal à passer. Premièrement parce que l'origine avait fait de son pain de sucre coloré sa marque de fabrique (les acheteurs n'étaient pas attirés par le fruit vert) et également parce qu'alors qu'elle se repositionnait sur une offre de fruits verts (pain de sucre), son principal concurrent sur le créneau pain de sucre, le Ghana (qui jusqu'à ce moment ne commercialisait que des fruits verts), mettait en marché des fruits colorés suivit dans cette démarche par le Togo qui lui augmentait une offre de pain de sucre colorée jusqu'alors limitée et irrégulière. Durant les 9 mois qu'ont duré l'interdiction par les autorités béninoises d'exporter des fruits colorés, l'origine a perdu des parts de marché (Cayenne et pain de sucre) qu'elle peine toujours à retrouver.

Entre 2015 et 2019, le Cameroun a perdu 32% de parts de marché. Ces pertes sont en partie liées premièrement au fait que l'origine ne propose que la variété Cayenne et ensuite au fait que la variété Cayenne est globalement en perte de vitesse sur le créneau aérien, les consommateurs lui préférant de plus en plus le pain de sucre coloré ou le Sweet.

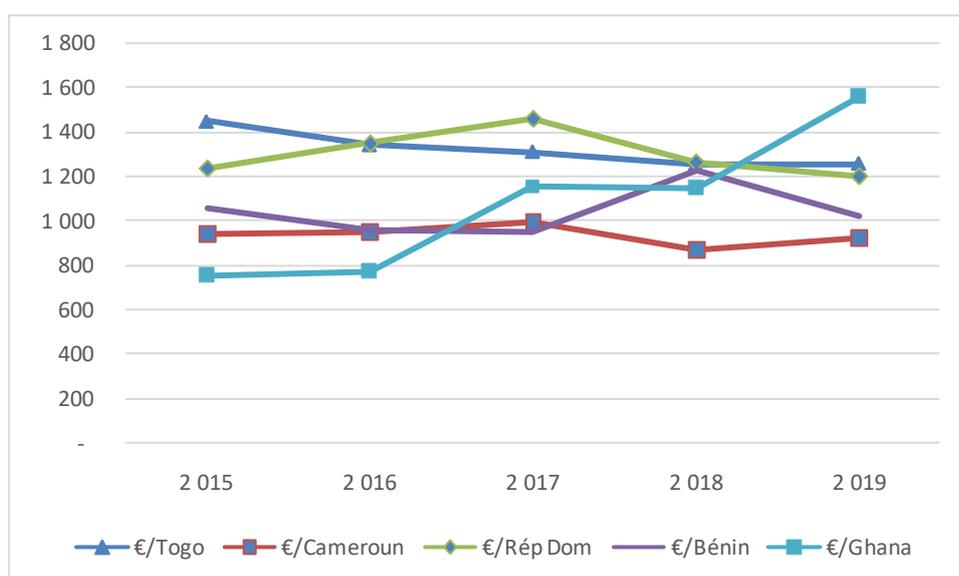
Le Ghana qui actuellement dispose de la plus grande offre variétale reste l'origine qui approvisionne le plus le marché européen par voie aérienne. La réduction de ses exportations par voie maritime semble avoir également contribué au dynamisme de ses exportations par voie aérienne.

### Encadré 1 L'ananas Cayenne a-t-il encore un avenir sur le marché européen ?

La variété Cayenne est en perte de vitesse sur le marché européen. Il s'agit pourtant de la variété la plus endogène dans les pays producteurs d'ananas de telle sorte que cette variété est présente un peu partout. Malheureusement, il s'agit d'un fruit très fragile et qui par conséquent voyage mal. L'arrivée du Sweet sur le créneau maritime a offert une opportunité au consommateur. Le Sweet est un fruit solide et de qualité constante, qui plus est, sans acidité. L'ananas Sweet a poussé l'ananas Cayenne hors du marché maritime, comme sont en train de le faire actuellement le Pain de sucre et le Sweet du créneau aérien. En effet, de moins en moins d'acheteurs semblent prêts à de nouveau donner une autre chance au Cayenne qui pendant longtemps n'a pas su être à la hauteur des attentes du consommateur.

Source : Cabinet Paqui

Figure 16 Prix moyen (CIF) à la tonne des ananas avion



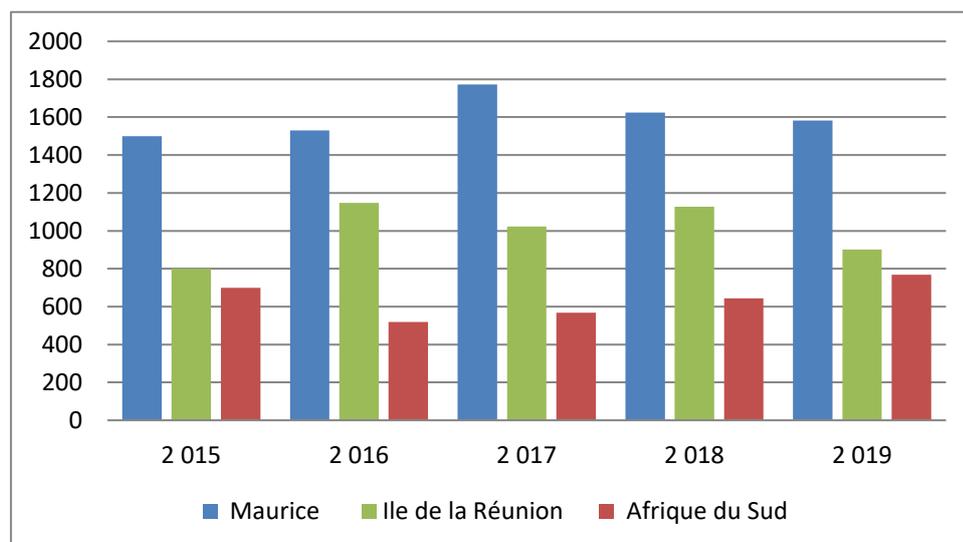
Source Cabinet Paqui

En raison des coûts liés au fret aérien, le prix moyen à la tonne des ananas avion est élevé en comparaison de celui des ananas bateau. Il est dans l'ensemble supérieur à 1000€ sauf pour le Cameroun qui sur la même période a un coût moyen à la tonne qui avoisine plutôt 930€. Le Togo malgré une baisse de l'ordre 13% sur la période a le prix moyen à la tonne le plus élevé en 2019 (1264€/t).

Les prix moyens à la tonne sont assez similaires pour les origines qui approvisionnent le marché par avion. On note toutefois une augmentation de ce prix pour le Ghana à partir de 2018 alors que l'origine reste la principale exportatrice d'ananas frais par avion.

L'analyse de l'offre d'ananas Victoria pose un problème en termes d'accès aux données. L'offre d'ananas Victoria provient pour l'essentiel de l'Océan Indien (Réunion, Ile Maurice et Afrique du Sud). Les données d'Eurostat ne distinguent pas les exportations particulières d'ananas de la Réunion (incluses dans celles de la France) de celles qui concernent les réexportations d'ananas au départ de la France. L'estimation de ces volumes fait appel non seulement à la connaissance des principaux opérateurs qui travaillent avec ou au départ de la Réunion mais également à l'accès à la base de données soit d'associations d'exportateurs soit de transitaires.

Figure 17 Estimation des importations de Victoria en Europe



Source EUROSTAT/ Cabinet Paqui

D'autres origines (Philippines, Sri Lanka et Thaïlande) exportent également du Victoria vers l'Europe, mais dans des proportions bien moindres (inférieures à 100 tonnes).

L'ananas Victoria est décompté au nombre des « petits exotiques ». A ce titre, il fait partie d'une niche. Sur la période considérée, les volumes de Victoria sont plutôt constants et le marché (toutes origines confondues) n'excède pas les 3 300 tonnes.

Les fruits réunionnais sont principalement consommés en France tandis que l'offre mauricienne et sud-africaine est présente, certes en plus ou moins petites quantités, dans plusieurs pays (Pays-Bas, Belgique, Espagne, Italie et même Finlande).

Comme tout marché de niche, le marché du Victoria reste assez restreint avec des fruits qui s'adressent à une clientèle particulière. C'est un marché généralement à forte valeur ajoutée dont les clients qui sont prêts à payer un prix plus élevé, sont exigeants sur la qualité et la présentation de leurs achats.

## CHAPITRE 4 LE MARCHÉ EUROPEEN DE L'ANANAS FRAIS.

### 4.1 Les caractéristiques du marché

#### 4.1.1 Les variétés présentes sur le marché et leur importance

Actuellement, le marché européen de l'ananas frais importe 4 variétés d'ananas (MD-2 ou Sweet, Cayenne, Pain de sucre et Queen Victoria). Dans la mesure où les statistiques européennes ne font pas de distinction entre les variétés, on ne peut dépendre d'elles que partiellement pour la segmentation variétale du marché.

Dès lors, les parts de marchés de ces variétés sont déterminées/estimées d'après l'analyse de plusieurs facteurs. Il s'agit dans un premier temps de se baser sur la connaissance des origines exportatrices et des variétés qu'elles produisent, mais également de pouvoir apprécier les moyens logistiques utilisés par certaines de ces origines afin de pouvoir estimer les variétés exportées et leurs parts de marché.

La variété **MD2** plus communément appelée **Extra Sweet** ou **Sweet** est leader sur le marché européen. C'est un ananas d'assez grande taille à la peau ferme avec des yeux plats. La chair du fruit qui est également ferme est de couleur jaune orangé. Sa principale qualité gustative est d'être très sucrée avec très peu pour ne pas dire pas d'acidité. Sa chair ferme le rend résistant aux chocs et plus facile à transporter par voie maritime.

Le MD2 est un ananas hybride qui a été développé et commercialisé par la marque Del Monte au milieu des années 1990. Cette variété d'abord produite au Costa Rica a ensuite été introduite dans d'autres pays latino-américains (Equateur, Panama et Honduras) où elle a remplacé une autre variété (Champaka) dans les échanges commerciaux, ainsi qu'en Afrique (Côte d'Ivoire, Ghana) où elle a pris le pas sur la variété Cayenne lisse (pour les exportations maritimes).

Ces origines ont très vite adopté le MD2 qui plaisait beaucoup aux consommateurs. Depuis son introduction sur le marché, la consommation d'ananas frais en Europe n'a pas cessé de croître. En 2002, les importations européennes d'ananas se situaient aux environs de 370 000 tonnes, en 2018, elles ont atteint le fameux cap du million de tonnes soit une augmentation de plus de 170% sur la période considérée.

Plus des 98% des volumes d'ananas frais importés en Europe le sont par voie maritime. Au regard des origines qui exportent par voie maritime on estime également à plus de 99.5%, la part que représente le Sweet sur le marché européen en 2019.

Figure 18 Répartition de l'offre sur le marché maritime en Europe en 2019 et 2020

Variété	2019	2020	Commentaires
Sweet	99.5%	100%	
Cayenne	0.5%*	0%	*Arrêt des exportations de Cote d'Ivoire en 2020

Note : Estimation Cabinet Paqui

Depuis peu (2016) le MD2 est également présent sur le créneau aérien où il grignote de plus en plus de parts de marché à la variété Cayenne.

Avant l'arrivée sur le marché de la variété MD-2, la variété **Cayenne lisse** plus communément appelée **Cayenne**, était la plus populaire. Elle a la particularité d'être commercialisée avec un épiderme plutôt coloré (après le traitement d'induction florale). La chair du fruit est jaune et n'est pas trop ferme ce qui rend le fruit particulièrement sensible aux chocs durant les phases de transport. Le goût des ananas Cayenne lisse est très caractéristique et constitué d'un mélange de sucre et d'acidité. Il a souvent été reproché à cette acidité de donner à certains consommateurs européens des aphtes.

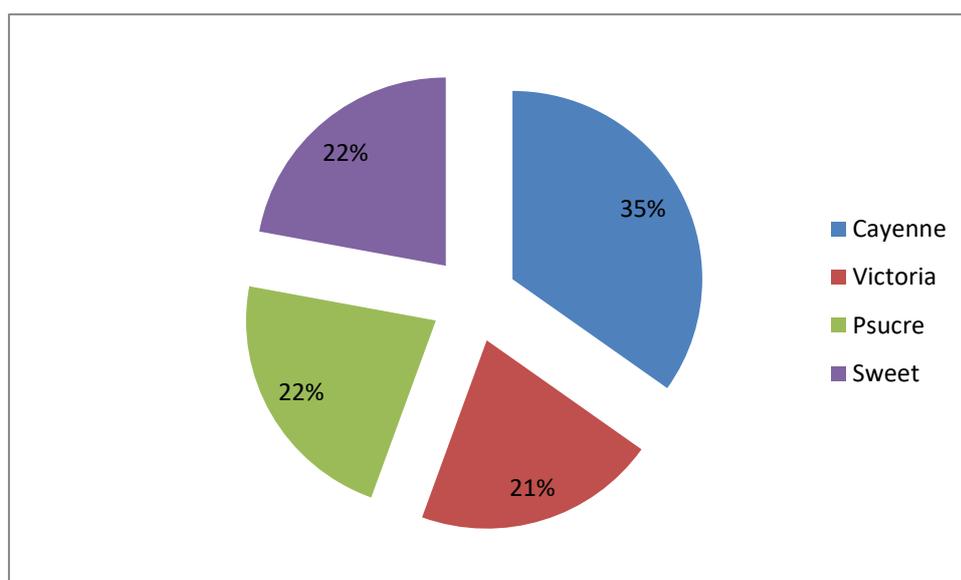
En 2002, l'ananas Cayenne lisse représentait 54% des volumes d'ananas importés dans l'Union Européenne. La presque totalité des volumes de Cayenne lisse provenait d'Afrique (principalement de Côte d'Ivoire, du Ghana, du Cameroun et du Bénin). Il était exporté par voie maritime et aérienne. Aujourd'hui la variété a pratiquement disparu du créneau maritime, elle subsiste encore sur le marché aérien où jusqu'en 2010/2011, elle totalisait plus de 90% des importations européennes.

L'ananas **Pain de sucre** ou **ananas bouteille**, est une variété reconnaissable entre toutes grâce à sa forme conique et à sa couronne épineuse. Le fruit à maturité présente une couleur vert-bronze, avec une chair blanche ou jaune pâle assez souple qui donne l'impression de fruit immature. Il est sensible aux chocs lors des phases de transport. Il est apparu sur le marché avion en Europe avec des volumes plus ou moins réguliers à partir de 2010. Trois origines africaines exportent ce fruit le Bénin, le Ghana et le Togo.

En raison de sa couleur verte, cette variété a eu beaucoup de mal à trouver son créneau malgré ses très bonnes qualités organoleptiques. C'est avec l'arrivée de fruits colorés de cette variété (après traitement par éthéphon) que la consommation du fruit a vraiment décollé. Le Bénin est le premier pays à avoir proposé des ananas pain de sucre colorés alors que son concurrent sur ce créneau, le Ghana proposait uniquement des fruits de couleur verte. Le fait de proposer des fruits colorés alors que la variété à maturité est normalement verte a permis aux exportations de pain de sucre du Bénin d'être préférées à celles du Ghana. Malheureusement en 2016, à la suite de plusieurs contrôles positifs de dépassements de LMR (éthéphon) par les autorités sanitaires européennes, le Bénin a fait le choix d'interrompre ses exportations de fruits colorés tandis que le Ghana et le Togo se positionnaient sur le marché avec une offre de fruits colorés. On trouve maintenant sur le marché deux offres de pain de sucre l'une colorée (Bénin, Ghana et Togo) et l'autre verte (Bénin et Ghana).

La quatrième variété disponible sur le marché est la variété **Queen Victoria** plus communément appelée **Victoria**. Le fruit à maturité reste de petite taille, raison pour laquelle les opérateurs le classent dans la catégorie des « **ananas baby** ou **baby pineapples** ». Le fruit a une peau orangée avec des yeux proéminents ou en pointe qui lui donnent un aspect particulier facilement reconnaissable. Sa chair orangée est très souple et on peut très facilement manger le cœur du fruit. Il est souvent répertorié dans la catégorie des « petits exotiques » et complète de manière très agréable les corbeilles de fruits. Les ananas Victoria que l'on trouve sur le marché européen proviennent pour l'essentiel de l'Océan Indien (Réunion, Maurice et Afrique du Sud), et d'Asie (Thaïlande, Sri Lanka et Philippines). Bien qu'il existe une production de Victoria en Afrique de l'Ouest, celle-ci est très faiblement et irrégulièrement représentée (Côte d'Ivoire, Ghana et Guinée).

Figure 19 Estimation de la répartition variétale en Europe d'ananas frais importé par avion en 2019

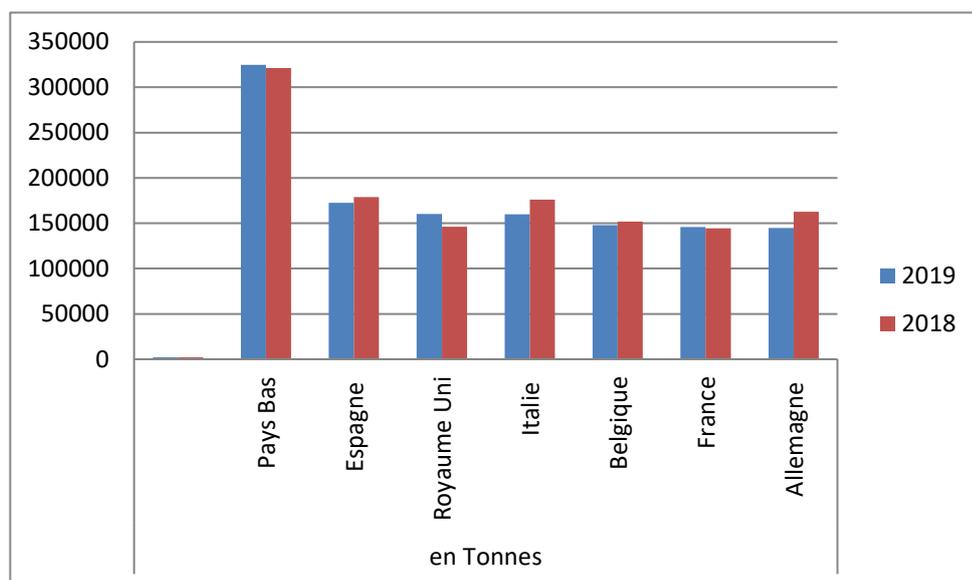


#### 4.1.2 Répartition de la logistique

En 2019, l'Union Européenne a importé 1 million de tonnes d'ananas. 98% des volumes importés l'ont été par voie maritime et seuls 2% ont été acheminés par voie aérienne.

Plusieurs ports européens servent de hubs ou sont réceptionnés les volumes d'ananas avant qu'ils ne soient ré exportés vers d'autres destinations européennes. En 2019, 484 449 tonnes soit 48% des volumes importés ont fait l'objet d'un commerce intra européen. Ces 48% ont été réacheminés par voie terrestre vers leur destination finale.

Figure 20 Premiers pays importateurs d'ananas frais de l'UE (commerce intracommunautaire compris)



Source EUROSTAT

La répartition des principaux pays importateurs a peu évolué au fil des ans. Toutefois avec la sortie effective du Royaume Uni de l'Europe des 28 (1<sup>er</sup> Février 2020), cette répartition sera différente en 2020.

En 2019, par ordre d'importance, les principaux pays européens importateurs d'ananas sont les Pays Bas, l'Italie, l'Espagne et la Belgique. A quatre, ces pays ont importé 714 522 tonnes soit 71% du total d'ananas importés par l'union européenne.

Le cas de la France est assez particulier, dans la mesure où à peine 30% des volumes importés en France le sont par voie directe. C'est donc 70% des volumes qui proviennent du commerce intracommunautaire.

## 4.2 Standards et exigences des marchés européens

### 4.2.1 Réglementation et conditionnement

Dans la mesure où l'union Européenne n'a pas édicté une norme qualité spécifique pour les ananas, toutes les importations d'ananas doivent être conformes à la norme cadre qui détermine la qualité des produits acceptés dans l'espace communautaire. L'objectif global de la norme cadre est de garantir que les produits importés et vendus à l'état frais sont de qualité saine, loyale et marchande.

Deux organismes, le CODEX Alimentarius et la Commission Economique des Nations Unies pour l'Europe (CEE/ONU), ont édicté en leur sein une norme de qualité spécifique pour les ananas. La Norme Codex

intègre en plus des critères de qualité des indications sur les LMR, tandis que la norme CEE/ONU fait l'objet d'une brochure interprétative accompagnée de photos.

Ces normes servent souvent de base à l'élaboration de cahiers des charges entre importateurs et exportateurs. Les cahiers de charges sont généralement plus stricts qu'une norme, ils permettent à l'importateur de définir la qualité des produits qu'il veut importer en fonction de la clientèle à laquelle il destine ces produits.

Les emballages et conditionnements des ananas varient selon les variétés, le mode de transport utilisé et enfin selon les origines exportatrices. On distingue 2 types de conditionnement ceux utilisés pour le transport aérien et ceux utilisés pour le transport maritime.

En ce qui concerne le transport aérien,

Les fruits (Cayenne) en provenance d'Afrique sont généralement conditionnés « debout » c'est-à-dire droit dans un carton reposant sur le pédoncule du fruit.



Source : Consultant

#### 4.2.2 Conditionnement utilisé pour les envois par avion

Tableau 6 Conditionnement Cayenne par avion

Calibres	Poids en grammes	Nombre de fruits par colis
A1	1900-2200	6
A2	1600-1900	6
B3	1300-1600	6
B4	1100-1300	6

Conditionnement et présentation utilisés pour les ananas « avion » de variétés Cayenne en provenance du Bénin, du Cameroun et du Ghana.



Source : Consultant

Tableau 7 Conditionnement pain de sucre fruits couchés dans des colis « open top » Cayenne « fruits debout » par avion

Calibres	Poids en grammes	Nombre de fruits par colis
	1900-2200	8 ou 10
	1600-1900	8 ou 10
	1300-1600	8 ou 10
	1100-1300	8 ou 10

Les ananas pains de sucre sont présentés couchés tête bêche. Il n'y a pas de désignation officielle de calibre pour le pain de sucre. L'usage veut que l'on se serve soit du poids ou du nombre de fruits. Il est toutefois recommandé et souvent demandé par les importateurs d'avoir des fruits de taille et de couleur homogènes dans un même colis.



Source : Consultant

Tableau 8 Conditionnement Sweet par avion fruits peuvent être couchés ou debout

Calibres	Poids en grammes	Nombre de fruits par colis
A1	2100-2500	5 (debout)
A6	1775-2100	6 (debout)

A7	1575-1775	7 (couché)
A8	1350-1575	8 (couché)

Selon la taille des fruits, les colis de Sweet sont conditionnés par 5 ou 6 fruits (debout) ou par 7 ou 8 fruits couchés en colis ouverts (open top) ou en colis couchés télescopiques.



Source : Consultant

#### 4.2.3 Conditionnements utilisés pour les envois par bateau

Tous les fruits acheminés par voie maritime sont conditionnés couchés.

Tableau 9 Conditionnement Cayenne par bateau

Calibres	Poids en grammes	Nombre de fruits par colis
A6	1800-2100	6
A8	1500-1800	8
B9	1300-1500	9
B10	1100-1300	10
C12	0.900-1100	12



Source : Consultant

Tableau 10 Conditionnement Sweet par bateau

Calibres	Poids en grammes	Nombre de fruits par colis
----------	------------------	----------------------------

A5	2100-2500	5 / 7(sans couronne)
A6	1775-2100	6/ (8 sans couronne)
A7	1575-1775	7/ (9 sans couronne)
A8	1350-1575	8/ (10 sans couronne)
B9	1150-1350	9/ (11 sans couronne)
B10	1000-1150	10/ (12 sans couronne)
C12	0.860-1000	12/ (14 sans couronne)



Source : Consultant



Source : Consultant

Il existe une offre de Sweet avec et sans couronne. Les fruits avec une couronne sont destinés à être vendus frais et entiers dans le commerce tandis que ceux sans couronne sont en priorité destinés à l'industrie (transformation), à la RHF (restauration hors foyer), il s'agit de tous les restaurants de collectivités ou de catering et une toute petite partie finit dans le commerce de détail. Les fruits sans couronne occupent moins de place dans les colis ce qui permet d'en mettre 2 de plus que lors d'envois de fruits avec couronne.

L'offre latino-américaine de Sweet sur le marché européen en fruits à couronne ne propose pas de fruits du calibre 12, tandis que l'offre africaine (Côte d'Ivoire et Ghana) en propose.

#### 4.2.4 Position tarifaire et droits de douane

La position douanière des ananas telle que définit par la nomenclature douanière est 0804030000.

Les ananas de manière générale sont exemptés de droits de douane Il faut pour cela revendiquer les accords spécifiques qui lient le pays à la zone d'exportation à l'UE. Dans le cadre des exportations en provenance d'Afrique, ce sont les accords ACP. Il faut pour pouvoir bénéficier des accords commerciaux prouver l'origine du produit (certificat d'origine). Les pays latino-américains disposent également d'accords similaires et doivent disposer de leur certificat d'origine pour ne pas acquitter des droits de douane.

Mais tous les lots paient une TVA à l'entrée de l'UE. La TVA est calculée sur la base de la valeur marchande du lot importé et elle est récupérée par l'importateur par le jeu d'écritures fiscales. Le taux de la TVA varie selon les pays où le bien est importé. En Italie et en Espagne elle est de 4%, en France de 5.5, 6%, aux Pays Bas et 9% en Allemagne.

Il n'est pas exigé un certificat phytosanitaire à l'importation des ananas, au contraire par exemple des mangues. Toutefois, on observe que de plus en plus d'importateurs d'ananas par avion exigent de leurs fournisseurs, la fourniture d'un certificat phytosanitaire délivré au départ.

Il est à noter enfin que les ananas peuvent faire l'objet de plusieurs contrôles (phytosanitaires sur les contaminants et métaux lourds ou sur les résidus (LMR).

#### 4.2.5 Standards volontaires et standards sociaux

Le rôle de la grande distribution dans la commercialisation des ananas est primordial. Les volumes importés nécessitent d'avoir accès à un réseau de distributeurs pour pouvoir écouler les volumes d'ananas importés chaque semaine.

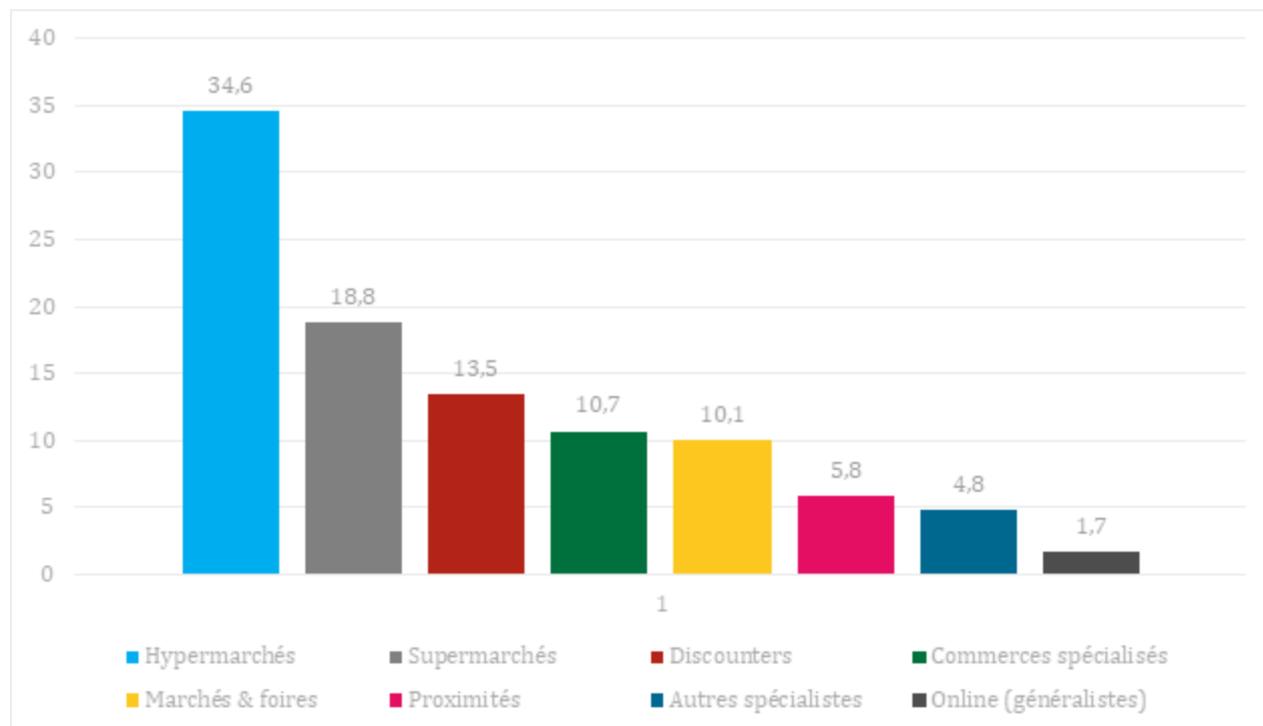
A cause des différents scandales alimentaires des années 1990, les supermarchés européens ont développé plusieurs certifications privées. Ces certifications mettent l'accent sur la traçabilité et les bonnes pratiques agricoles afin de rassurer les consommateurs. Elles s'appuient sur le système HACCP d'identification et d'analyse des risques afin d'y apporter les mesures correctives adéquates.

Il s'agit pour ces supermarchés de se prémunir en amont contre tout risque sanitaire lié à l'importation ou l'usage de produits agricoles. Si dans un premier temps ces certifications ne tenaient compte que des pratiques agricoles, elles ont au fil du temps intégré des considérations sociales ainsi qu'environnementales.

Ces certifications sont dites volontaires car elles ne sont pas imposées ou exigées par les réglementations de l'Union Européenne. Elles ont été développées à partir de directives européennes par le secteur privé. C'est volontairement et non de manière réglementaire que l'on s'y soumet. Dans les faits, ces certifications sont devenues incontournables si l'on veut accéder au marché européen car toutes les chaînes de supermarchés, soit les appliquent, soit ont mis en place des systèmes de contrôle équivalents.

Ci-dessous un exemple de la distribution des fruits et légumes frais sur le marché français, la vente d'ananas dans les marchés et foires (c'est-à-dire sans certification Global Gap) ne représente que 10% des ventes. Quant à la grande distribution en général elle représente plus de 2/3 des ventes, sous-entendu au minimum 2/3 du marché français exige une certification Global Gap.

Figure 21 Répartition des ventes de fruits & légumes frais sur le marché français en % de la valeur en 2019



Source : Panel Kantar, 2019

La certification la plus connue et la plus répandue est GlobalG.A.P. Il existe aussi d'autres certifications plus spécifiques à certains marchés de l'Union Européenne. Il s'agit notamment de British Retail Consortium (BRC), l'International Food Standard (IFS), de Global Food Safety Initiative (GFSI) et de Fairtrade.

Le fait pour un exportateur d'obtenir un de ces certificats atteste qu'il a mis en place un système de traçabilité au niveau de la production en particulier et qu'il dispose au sein de sa structure d'un système documenté de procédures qui permettent de garantir l'innocuité des produits qu'il exporte.

La mise en place et le respect de ces certifications ont un coût, toutefois en refusant de se soumettre à au moins une de ces certifications, l'exportateur implicitement limite l'accès de ses fruits au marché européen. Sans l'une de ces certifications, les produits de l'exportateur ne pourront pas accéder aux circuits de la grande distribution.

Certains pays de l'UE sont très sensibles à ces certifications, il s'agit des pays hubs. En effet, ces certifications leur permettent de réexporter les produits qu'ils importent avec plus de tranquillité à cause des systèmes de traçabilité qui y sont attachés.

Les certifications citées plus haut sont des certifications plus générales, il existe aussi des certifications plus spécifiques comme la certification agriculture biologique qui est attribuée aux produits cultivés sans l'aide d'agents chimiques.

Sans certification il est difficile d'avoir accès au marché européen. Le fait d'engager les frais pour obtenir une certification ne garantit pas une meilleure valorisation des fruits. Il garantit simplement l'accès au marché européen.

Seuls des certifications comme agriculture biologique ou Fairtrade peuvent entraîner une meilleure valorisation des produits importés.

#### *4.2.6 Tendances sur le marché européen impactant la vente d'ananas.*

Plusieurs éléments peuvent impacter la demande pour les ananas sur le marché **bateau**. Les plus fréquents sont ceux qui affectent l'offre costaricienne (plus de 80% de l'approvisionnement européen en ananas frais) soit à la hausse soit à la baisse.

En premier lieu, il y a «la floraison naturelle ». Il s'agit du phénomène bien connu des opérateurs du marché de l'ananas, au cours duquel plusieurs pieds d'ananas arrivent à maturité sans pour autant que l'on ait initié le traitement d'induction florale censé harmoniser la récolte. Il s'agit d'une situation somme toute normale dans la culture de l'ananas, mais qui prend des proportions toutes autres au regard de l'importance des champs plantés en ananas au Costa Rica. Lors des phases de floraison naturelle qui peuvent durer plusieurs semaines au Costa Rica et parfois même avoir lieu deux fois dans l'année, l'offre costaricienne devient trop abondante et se retrouve en excès sur le marché européen.

Cet excès de fruits que le marché a toujours du mal à absorber entraîne des chutes de cours plus ou moins prononcés selon le moment où ils se produisent. La situation reste alors tendue sur le marché jusqu'à ce que le marché ait fini d'absorber le trop plein de fruits.

En règle générale, un épisode de floraison naturelle est toujours suivi d'une période de manque. Ce manque s'explique par le fait que la floraison naturelle permet à des fruits d'arriver à maturité plus tôt que prévu. Une fois ces fruits récoltés, ils créent un manque en attendant la disponibilité d'autres fruits arrivés à maturités.

D'autres éléments peuvent également affecter l'offre à la baisse ou à la hausse. Il s'agit par exemple des retards de navires qui ne sont pas aussi ponctuels que cela. Compte tenu du délai d'inertie entre l'expédition des ananas du Costa Rica et leur arrivée sur le marché européen (deux semaines), tout phénomène qui impacte la logistique a potentiellement des répercussions sur l'approvisionnement du marché et sur les ventes.

La situation est moins grave quand il s'agit des envois par **avion**. Premièrement parce que les volumes concernés sont bien moindres, et d'autre part les acteurs ont une plus grande latitude pour réagir et éviter qu'un lot ne soit embarqué quand le marché est surchargé.

Toujours est-il que le marché de l'ananas avion comme celui du bateau est très sensible aux fluctuations de l'offre et de la demande. Jusqu'en 2016, la période de Noël et de Pâques étaient généralement tendues sur le marché avion car les offres du Bénin et du Cameroun abondaient à ces périodes. Les problèmes de dépassements de LMR sur Ethéphon qu'ont connu les producteurs béninois en 2016 et les mesures strictes prises par leurs autorités ont entraîné l'absence de l'origine du marché pendant environ 9 mois. L'origine ne s'est jamais vraiment remise de cette décision d'autant plus qu'elle a permis à ses concurrents de lui prendre des parts de marché.

Le marché avion plus que tout autre est sensible aux problèmes de qualité. La qualité des ananas fluctue souvent à l'occasion des saisons de pluies dans les zones de production. Des problèmes récurrents de qualité sur des envois par avion se traduisent le plus souvent par des pertes de parts de marché liées à la perte de confiance des acheteurs pour l'origine qui en est victime.

De manière plus générale, la demande pour les ananas (quel que soit le mode d'acheminement) et pour les exotiques en général a tendance à décroître au fur et à mesure que l'offre de fruits de saison devient plus présente et est disponible à des prix de plus en plus attractifs.

La récente crise du Covid-19 et son impact sur la demande ou tout ce qui peut représenter une menace pour le consommateur (taux excessifs de LMR sur ananas par exemple) sont de nature à faire fluctuer la demande pour les ananas.

### 4.3 Canaux de commercialisation

En raison de l'importance des volumes importés en Europe par voie maritime (98%) des importations, il est difficile d'envisager la commercialisation des ananas devenus produits de masse en dehors des circuits de la grande distribution.

Afin de garantir et sécuriser leurs approvisionnements, les enseignes de la grande distribution ont pris l'habitude de conclure avec certains fournisseurs des contrats garantissant la livraison de certains volumes à certains prix sur une période donnée (trimestre, semestre ou année selon les marchés).

La détermination du prix de ces contrats en fonction des calibres commercialisés fait l'objet d'après discussions car les opérateurs essaient de trouver le prix médian qui leur permettra en tenant compte des pertes (inévitables à certains moments) de fixer le prix médian qui sera le plus proche de la réalité à la fin de la campagne.

Les contrats sont généralement conclus entre des importateurs et des chaînes de la grande distribution. En fait, c'est à l'importateur de voir sur quelles quantités et sur quelle période il peut s'engager dans ces contrats.

Être retenu comme fournisseur d'une enseigne de la grande distribution représente un gros avantage pour tout importateur d'ananas qui fait du volume, c'est la possibilité d'avoir accès à un large réseau de distribution. C'est la garantie de pouvoir écouler entre 50% et 75% de ses importations hebdomadaires sur la base de ces prix fixés à l'avance.

A cause du poids que représente la grande distribution dans la commercialisation de produits de masse comme l'ananas, les enseignes de la grande distribution dépendent en totalité sur des contrats et des programmes pour leur approvisionnement. En effet, il leur faut garantir à l'avance les approvisionnements qui leur permettront d'organiser leurs opérations de promotion. Selon les pays, les prix et par conséquent les campagnes de promotion sont fixées au trimestre, au semestre ou à l'année. Les enseignes profitent de leur poids pour négocier des prix très bas. Les importateurs craignent constamment d'être exclus de la chaîne d'approvisionnement de ces enseignes. Lorsque l'on s'est engagé à fournir des volumes à une enseigne on ne peut pas défaillir car on peut être "déréférencé" par cette enseigne. Cette crainte pousse certains fournisseurs en période de manque de fruits à s'approvisionner auprès de concurrents pour pouvoir respecter leurs engagements contractuels, quitte à payer les ananas à des prix plus chers que ceux du marché.

Le solde de 25% à 50% qui ne fait pas l'objet de contrats est écoulé sur les marchés de gros et sont de plus en plus qualifiées de ventes « spot » c'est-à-dire de ventes non programmées. C'est l'abondance ou le

manque parfois de ces fruits sur le marché « spot » qui entraîne des fluctuations des cours des ananas en dehors des ventes programmées.

Le marché de la RHF (restauration hors foyer) prend de l'importance. Selon certains opérateurs, environ 20% des volumes importés seraient destinés soit à la RHF, soit à la transformation. Ces volumes sont très peu discutés et les informations concernant ces volumes restent pour l'instant vagues car ils représentent une marge non négligeable du chiffre d'affaires des entreprises concernées.

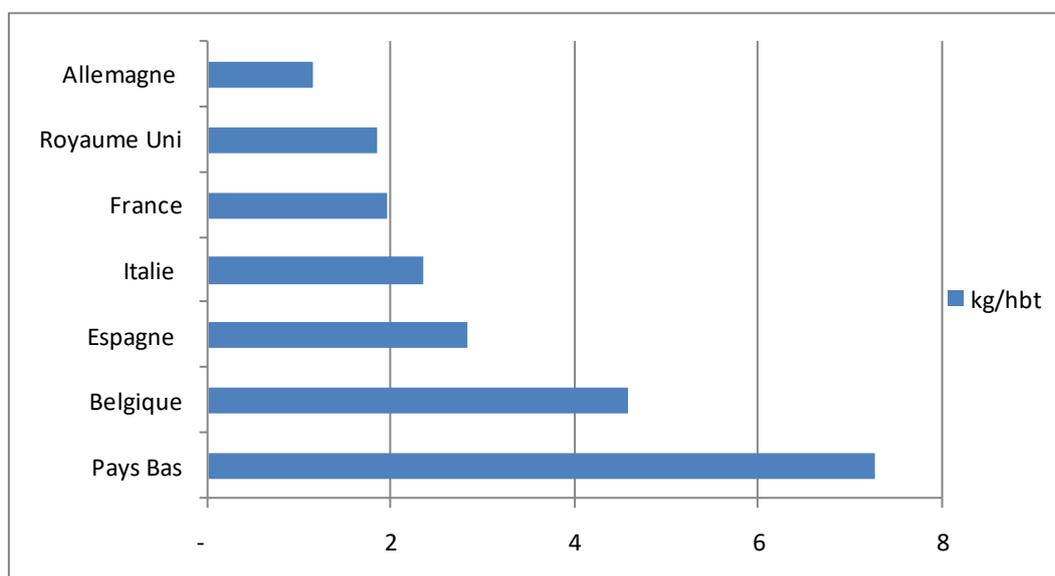
A cause de l'importance des volumes d'ananas frais importés par voie maritime, l'ananas est devenu un produit de masse. Il existe également sur le créneau maritime des niches (certification biologique ou fairtrade par exemple) mais celles-ci ont du mal à exister à cause des retours de prix demandés par les producteurs face à une offre disons plus conventionnelle à bas prix. A titre d'exemple, alors qu'un ananas importé par voie maritime est vendu sur une base moyenne au stade de gros entre 7.00 et 8.00€/colis de 12kg selon les calibres, les opérateurs mentionnent des prix de l'ordre de 10 à 12€/colis en moyenne pour des ananas estampillés biologiques ou par exemple certifiés Fairtrade/Max Havelaar. La Suisse tend à valoriser beaucoup plus ces fruits-là.

## CHAPITRE 5 LES MARCHES CLES AU SEIN DU MARCHÉ EU

Si pris dans sa globalité, la consommation globale au niveau européen d'ananas frais (rapport entre les importations et la population) reste inférieure à 2 kg par an par habitant, la consommation apparente qui est déterminée en fonction des importations et des réexportations ramenées à la population de chaque état membre de l'UE fait apparaître des valeurs plus précises. Ces valeurs révèlent que la consommation d'ananas est en fait plus élevée par habitant dans certains pays de l'Union Européenne ce qui démontre la vitalité du marché intérieur de ces pays pour les ananas.

En prenant le cas particulier de la Guinée, il s'agit également de distinguer parmi ces pays lesquels disposent d'un meilleur potentiel en termes d'importations par avion ou par bateau afin de pouvoir mieux les cibler avec pour objectif de développer les exportations guinéennes vers ces marchés.

Figure 22 Consommation apparente d'ananas dans les principaux pays importateurs de l'UE

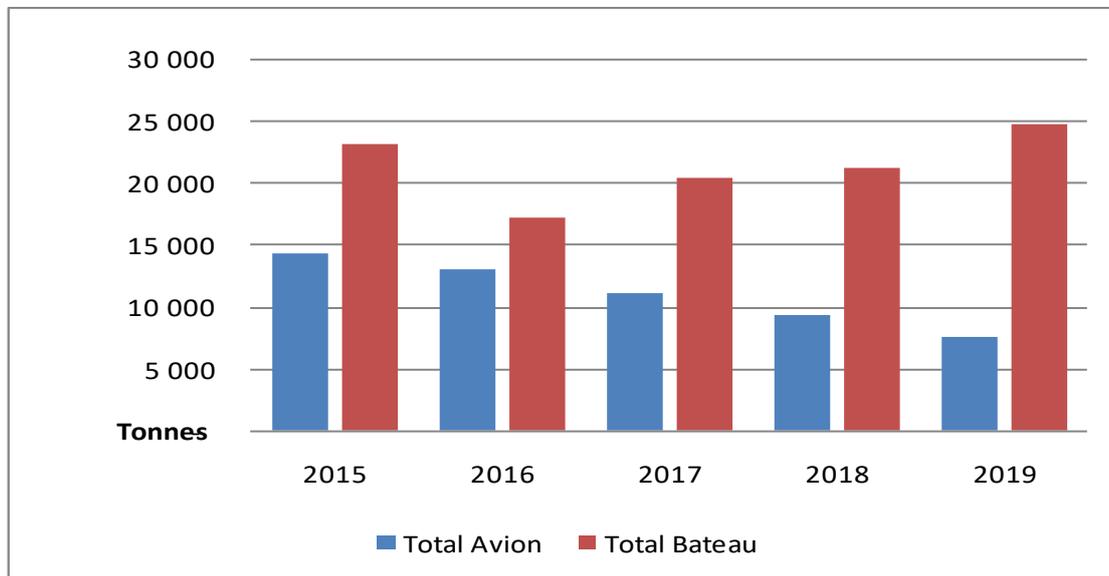


Source EUROSTAT

## 5.1 Le marché français

En termes d'importations directes d'ananas frais, c'est le marché qui présente le plus de diversité car il importe des volumes importants aussi bien par voie maritime que par voie aérienne.

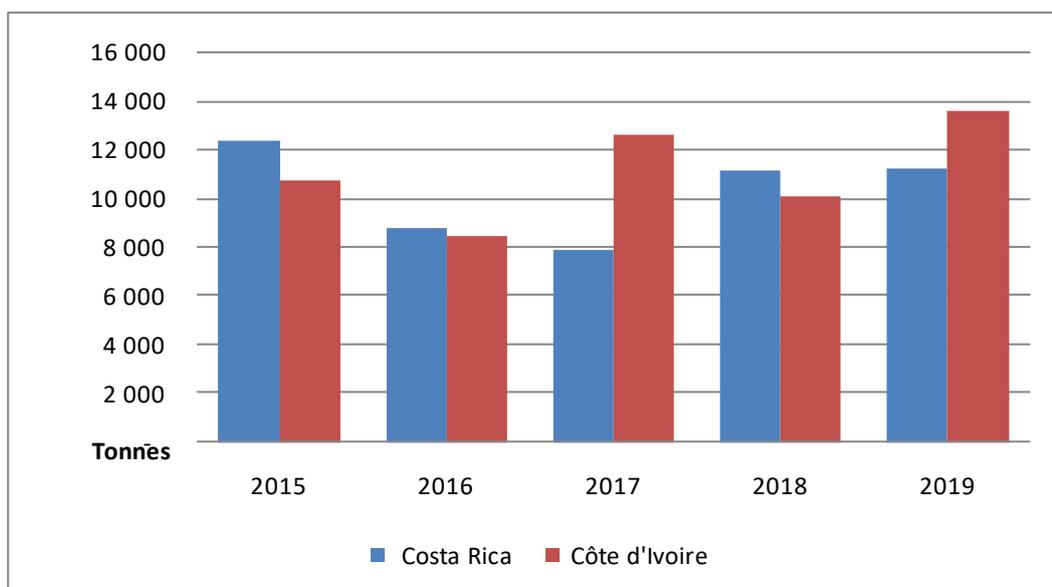
Figure 23 Répartition de l'offre avion et bateau sur le marché français.



Source Cabinet Paqui

L'équilibre entre l'offre maritime et aérienne sur le marché français a été assez stable au cours de ces dernières années. En effet, l'offre d'ananas frais par avion a représenté selon les années entre 30 et 40% des importations directes.

Figure 24 Evolution de l'offre maritime sur le marché français.

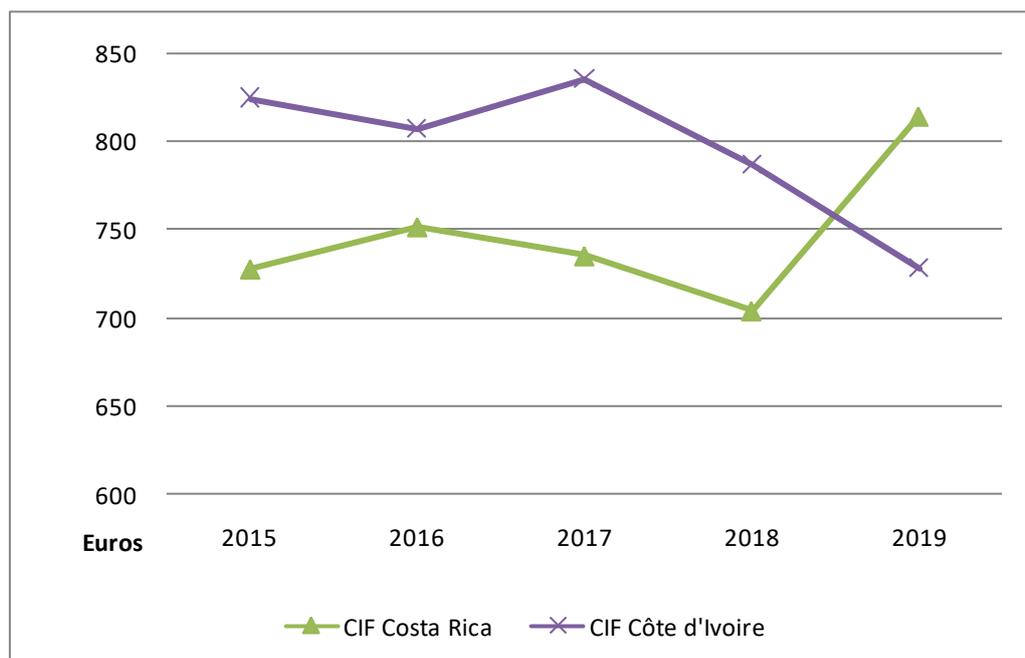


Sources Eurostat

L'offre maritime sur le marché français reste dominée à plus de 98% par le Sweet qui est fourni par deux origines, la Côte d'Ivoire et le Costa Rica. Les volumes d'ananas Cayenne exportés par la Côte d'Ivoire par voie maritime (sur la période considérée 2015-2019) restant très largement inférieurs à ceux de Sweet. La France importe en direct plus d'ananas de Côte d'Ivoire mais ce rapport est inversé quand on tient compte des volumes totaux qui font l'objet du commerce intra européen.

La France n'est pas un pays hub, mais c'est la deuxième plus grosse destination du commerce intracommunautaire (soit 23%) après l'Allemagne. En 2019, elle a importé des autres origines européennes plus de 112 000 tonnes soit 70% du volume total consommé en France. Ces importations en provenance des autres membres de l'UE concernent à plus de 99% du Sweet.

Figure 25 Comparaison des prix CIF payés sur le marché français pour les importations maritimes.

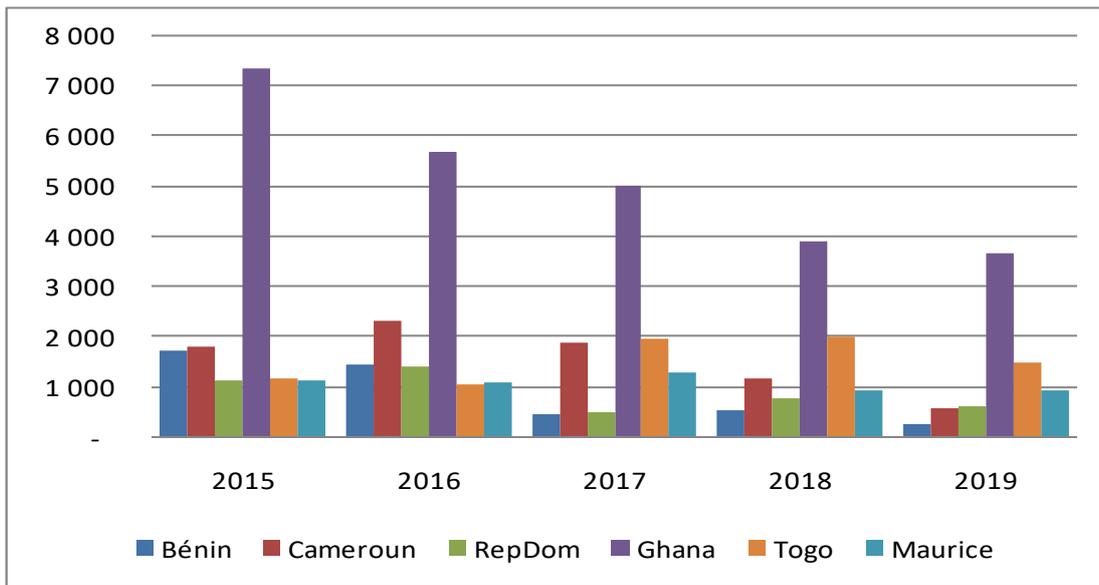


Source : Eurostat

Les prix CIF payés à l'import en France pour les importations maritimes directes font apparaître une nette différence entre les ananas de Côte d'Ivoire et ceux du Costa Rica à l'exception de 2019 où on observe une diminution du coût moyen à la tonne des importations en provenance de Côte d'Ivoire. Cette différence peut s'expliquer par le fait que la Côte d'Ivoire a exporté en direct plus de volume vers la France et également par la baisse progressive des exportations par avion au départ de la Côte d'Ivoire.

C'est le marché le plus diversifié en termes de variétés, on y retrouve les 4 principales variétés (Sweet, Cayenne, Pain de sucre et Victoria) échangées sur des bases régulières. Ces variétés sont présentes sur le marché avion.

Figure 26 Principales origines approvisionnant le marché français par avion en Tonnes

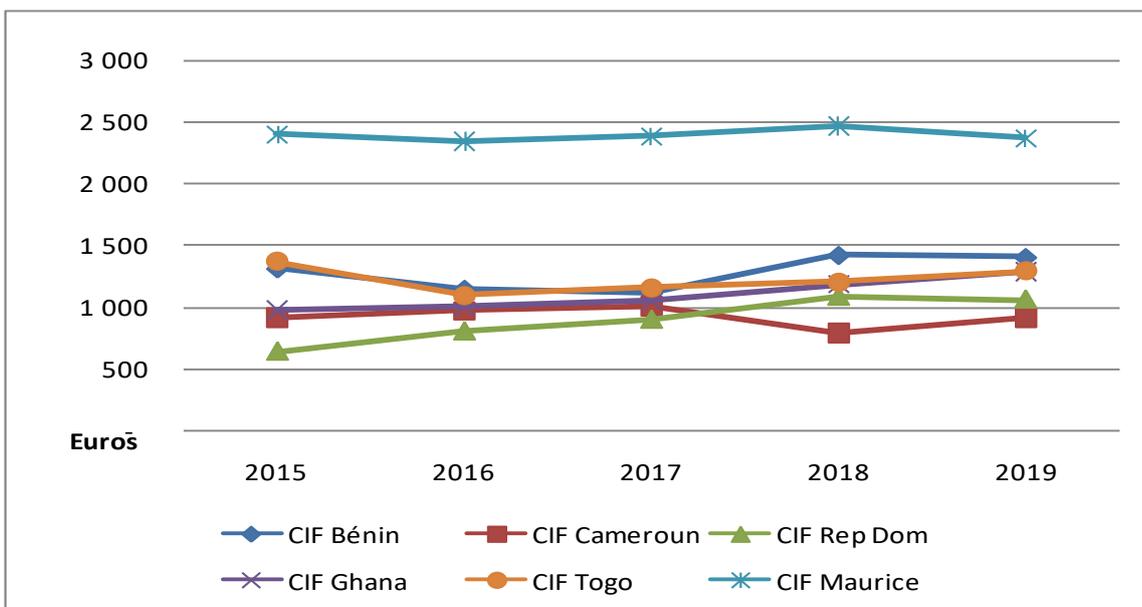


Source : Eurostat

Parmi les origines identifiées ci-dessus, seule l'île Maurice exporte du Victoria vers la France. Le Ghana est l'origine qui exporte le plus de volumes et de variétés vers la France (Cayenne, Pain de sucre et Extra Sweet). Le Cameroun n'exporte que du Cayenne. Le Togo et le Bénin se positionnent avec du pain de sucre et du Cayenne.

Le Costa Rica (Sweet) est présent sur le créneau « avion » depuis 2017. D'abord avec des essais modestes (moins de 100T, toutefois, il semblerait que certains importateurs envisageraient de développer cette origine dont les volumes actuels (par avion) même s'ils sont en progression restent pour l'instant inférieurs à 500T.

Figure 27 Comparaison des prix (T) des origines approvisionnant le marché français en ananas avion

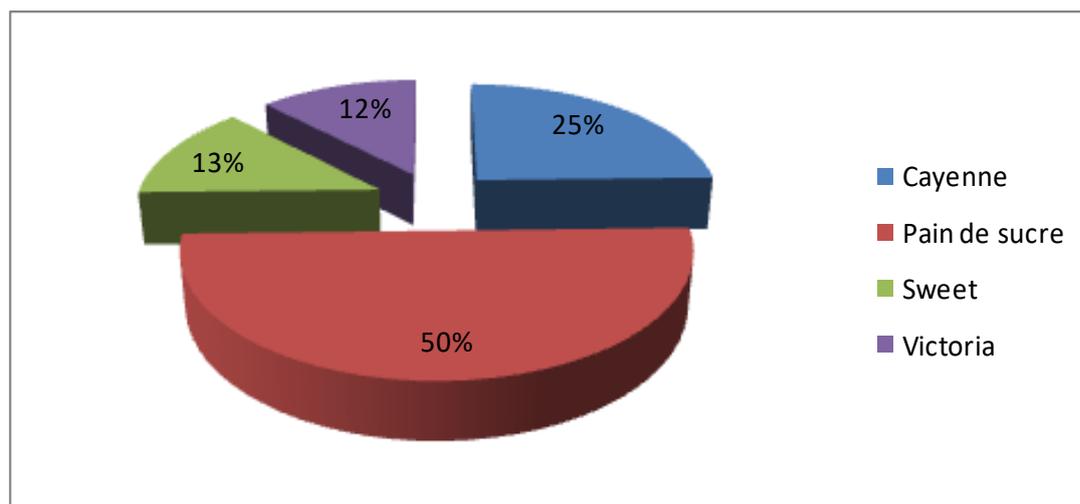


Source : Eurostat

Les prix moyens à la tonne au stade import sont à peu près similaires pour les origines approvisionnant le marché français, à l'exception toutefois de Maurice pour qui les coûts sont nettement plus élevés. Cela s'explique par le poids des ananas Victoria qui est très largement inférieur à celui des autres variétés et par le coût de fret plus élevé au départ de l'Océan Indien vers la France.

Les quatre variétés d'ananas bien que présentes sur le marché frais occupent des parts de marché assez distinctes.

Figure 28 Estimation de la répartition des importations d'ananas frais en France en 2019



Source : Cabinet Paqui

Pendant longtemps, l'ananas Cayenne a été leader sur ce marché. Les importations d'ananas Cayenne sont en baisse, fortement concurrencées par celles de pain de sucre et plus récemment par celles de Sweet.

En dehors des importations directes par avion et par voie maritime, c'est un marché qui est principalement approvisionné par voie terrestre (importations intra UE). La consommation apparente d'ananas frais y est légèrement inférieure à 2kg/hbt par an.

Comme tous les marchés européens, la question de la traçabilité des importations est primordiale. Pour les importations directes (principalement par avion) à destination du seul marché intérieur, il est encore possible de fournir ce marché sans avoir de certification privée. Toutefois, cela limite les volumes importés et la clientèle cible dans la mesure où les lots importés sans certifications seront uniquement consommés en France. L'absence de certification n'empêche pas les lots d'être commercialisés dans des supermarchés ou chez des revendeurs spécialisés. " La question de la certification est plus critique pour les importations par bateau (ce marché importe très peu en directe par voie maritime comparativement à d'autres marchés européens.).

La mise en place d'une traçabilité confirmée par un système de certification garantit un accès à d'autres marchés que celui du pays importateur.

La question des certifications, bien que prise en compte, y a un poids moins important dans les importations directes par avion. Elle ressurgit toutefois quand il s'agit de réexporter des fruits lorsque le marché intérieur est saturé. L'absence de certification réduit considérablement les options de mise en marché de l'importateur dans la mesure où elle ne lui permet pas de réexporter les lots vers d'autres destinations.

La grande distribution y joue un rôle prépondérant dans la commercialisation des ananas (avion aussi bien que bateau), mais il y existe aussi un marché spot (marchés de gros) qui a tendance à se contracter de plus en plus.

Le marché français est plutôt demandeur de fruits bateau de taille médiane (A8 et B9 notamment).

C'est un marché toujours prêt à découvrir de nouvelles variétés à condition que les fruits soient de qualité.

Tableau 12 Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché français.

	Variété	Possible positionnement et opportunités
L'offre avion de Guinée	La Baronne	Le marché français peut représenter une opportunité pour une nouvelle variété si certaines conditions sont remplies (qualité homogène, emballage solide et bien présenté, coût attractif).
L'offre maritime de Guinée	Cayenne	Le marché connaît l'ananas Cayenne et sa fragilité par rapport au Sweet. La question n'est pas une question de compétitivité mais d'attractivité. Le Cayenne ne plaît plus, n'attire plus à grande échelle. Il faudrait trouver une enseigne qui soit prête à s'engager à nouveau sur cette variété avant de pouvoir parler de réelles opportunités de développement.

## 5.2 Le marché belge

C'est le deuxième marché importateur d'ananas frais de l'Union Européenne. Il importe en direct un peu plus de 13% du volume total des ananas exportés vers l'UE. Il réexporte 64% du total des volumes qu'il traite (commerce intra et extra communautaire). Les réexportations se font par voie terrestre

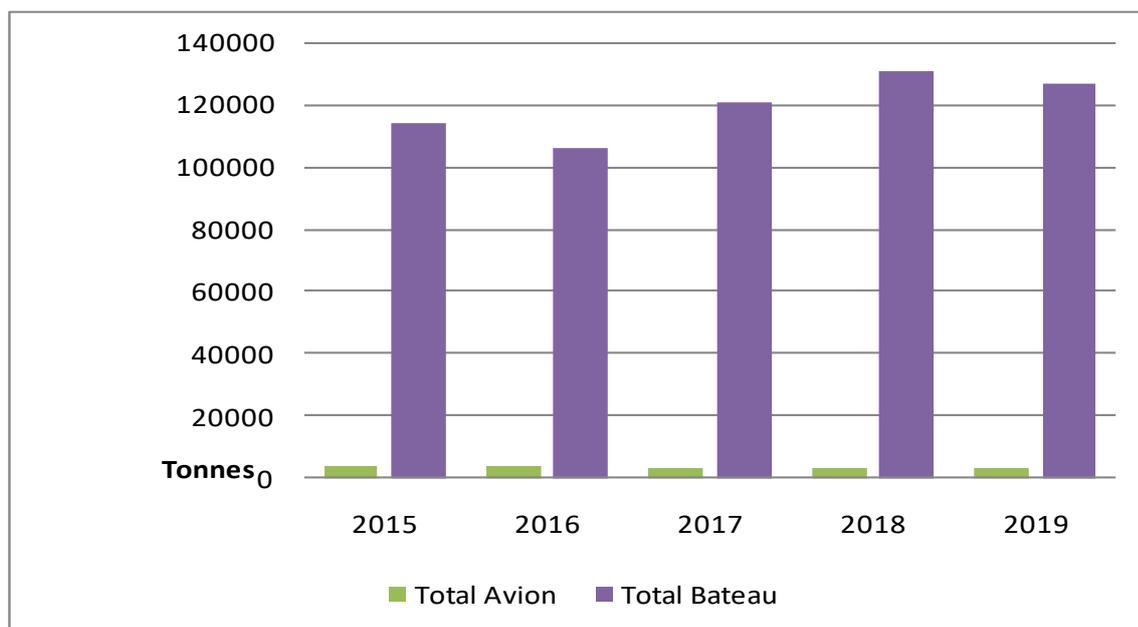
La consommation apparente d'ananas frais annuelle par habitant y est également élevée dans la mesure où elle est d'environ 5kg/hbt<sup>1</sup>

Bien qu'il importe en directe aussi bien des ananas par avion que par bateau, le poids que représente les importations par avion y est nettement moins important qu'en France.

---

<sup>1</sup> . Rappelons que la consommation apparente est calculée en retranchant des importations les réexportations et en divisant le chiffre obtenu par la population ; d'où une consommation apparente élevée car la Belgique, tout comme les Pays Bas importent de grande quantité d'ananas.

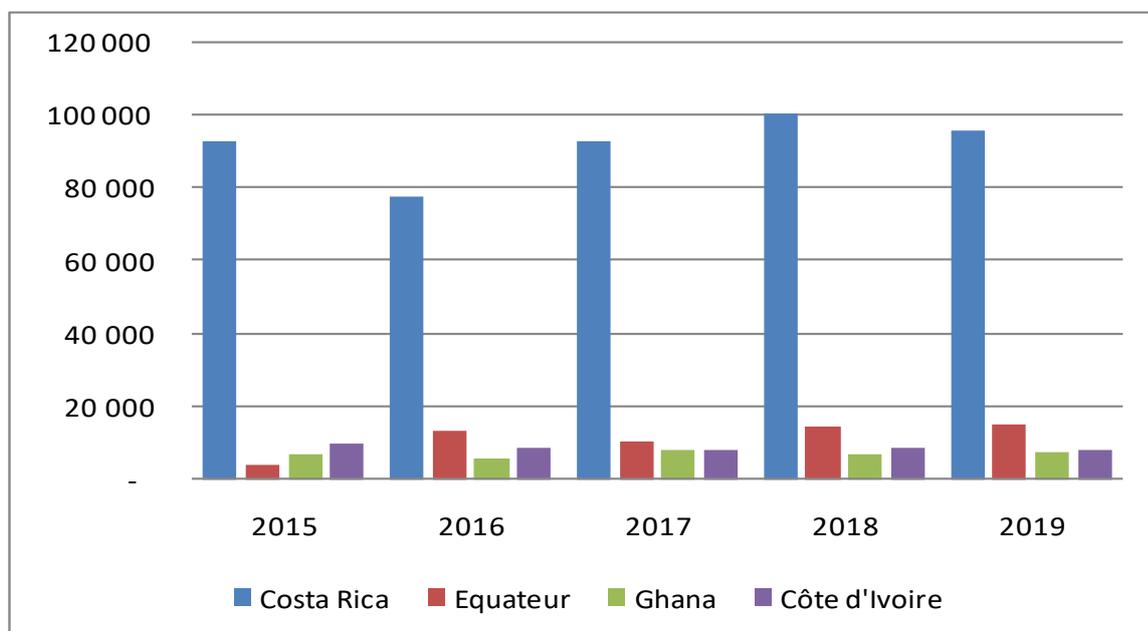
Figure 29 Répartition de l'offre avion et bateau sur le marché belge



Source : Eurostat

Moins de 3% des importations directes en Belgique sont faites par avion. Cette tendance a été constante au cours de ces cinq dernières années.

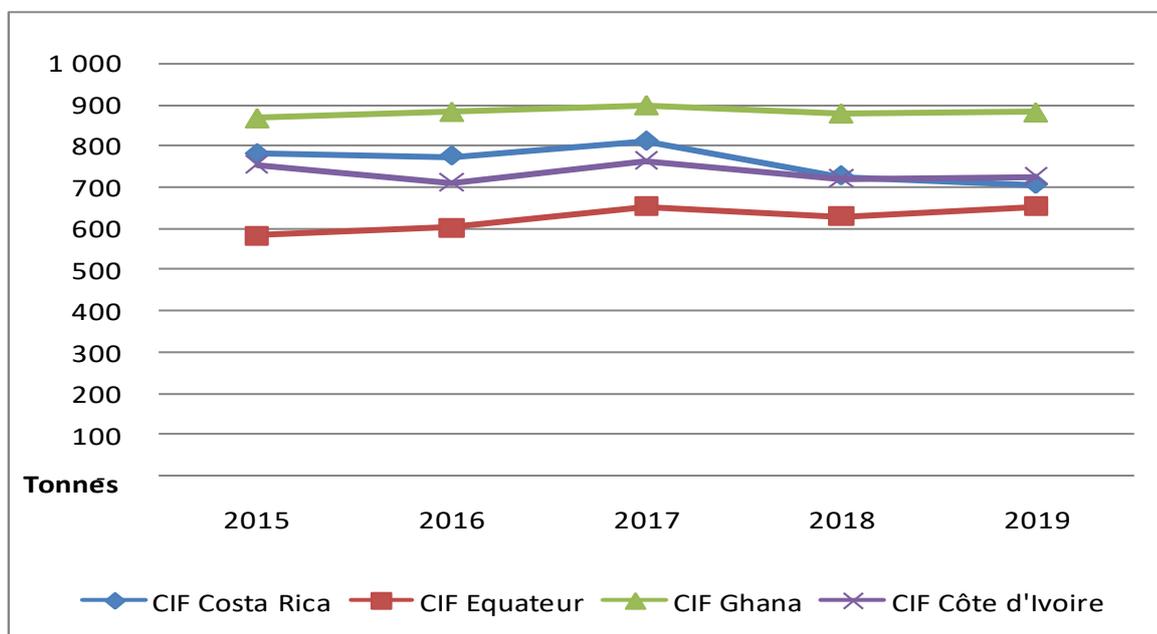
Figure 30 Evolution de l'offre maritime sur le marché belge



Source : Eurostat

L'offre maritime est dominée à plus de 98% par le Sweet. Plus de 73% des importations directes de Sweet proviennent du Costa Rica. Les importations directes par voie maritime sont assez diversifiées avec un approvisionnement africain aussi bien que latino-américain.

Figure 31 Comparaison du prix moyen à la tonne des origines approvisionnant en direct le marché belge par bateau

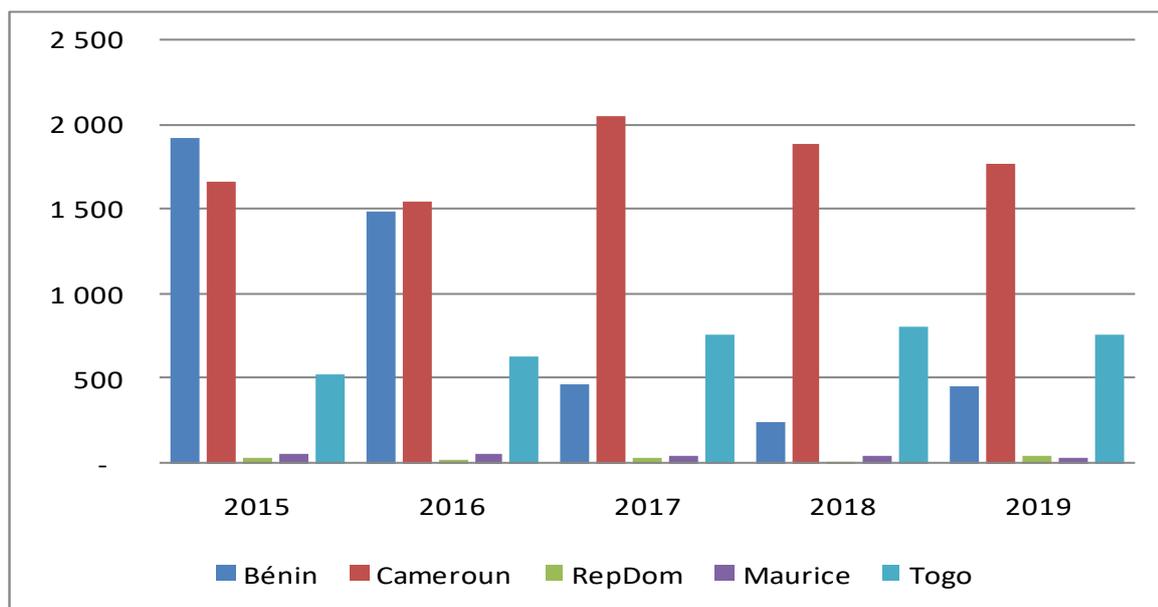


Source : Eurostat

Les prix moyens à la tonne sont à peu près similaires pour la Côte d'Ivoire et le Costa Rica. L'Equateur a le prix moyen à la tonne le plus bas, tandis que le Ghana a celui qui est le plus élevé.

Le marché avion en Belgique est limité mais régulier, avec les quatre variétés (Sweet, Cayenne, pain de sucre et Victoria).

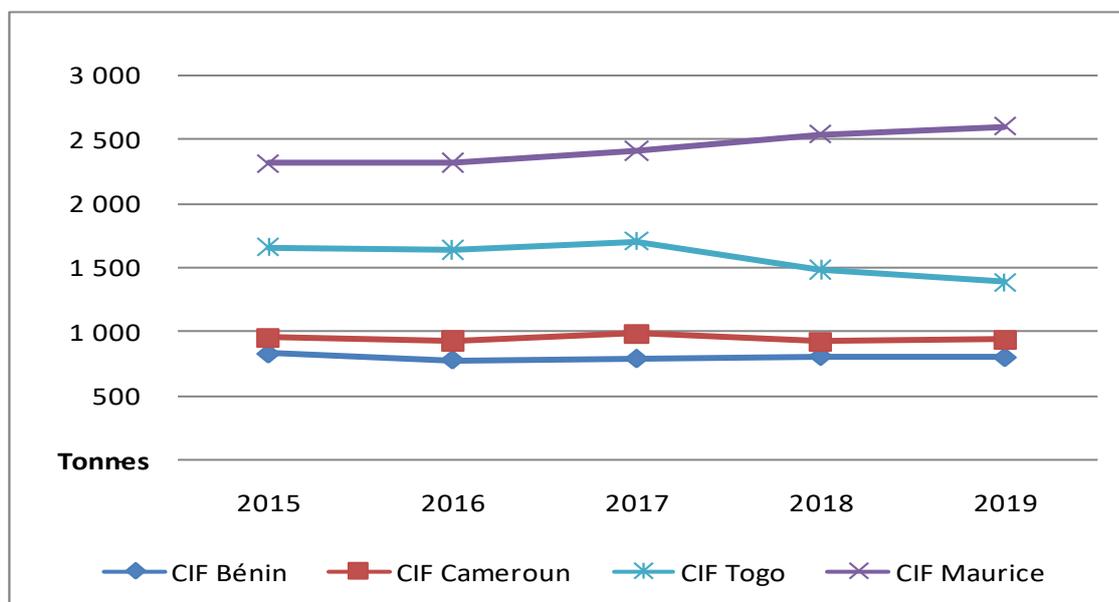
Figure 32 Principales origines approvisionnant le marché belge par avion



Source : Eurostat

Le Bénin, le Cameroun et le Togo sont les principales origines qui approvisionnent le marché avion en volumes. Ces origines exportent du Cayenne et du Pain de sucre notamment. L'offre mauricienne (Victoria) bien que présente, est assez limitée, il en va de même de l'offre de Sweet.

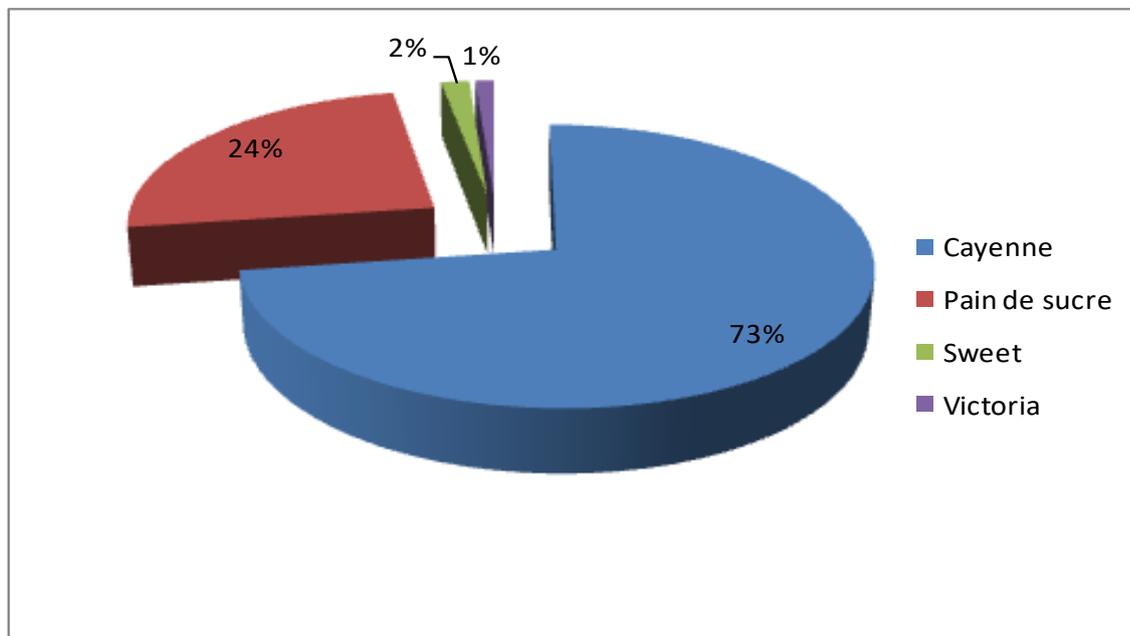
Figure 33 Comparaison des prix moyens à la tonne des origines approvisionnant le marché belge



Source : Eurostat

Le prix moyen à la tonne est similaire pour le Bénin et le Cameroun. Il est plus élevé pour les lots en provenance du Togo. Le prix à la tonne le plus élevé reste néanmoins celui payé par les lots de Victoria, moins lourds que les autres variétés d'ananas et qui proviennent de l'Océan Indien.

Figure 34 Estimation de la répartition variétale sur le marché avion en Belgique



Source : Cabinet Paqui

Les ananas Cayenne et Pain de sucre sont les principales variétés présentes sur le marché avion belge.

La Belgique est également un hub pour le commerce aérien. Plusieurs compagnies comme DHL redistribuent vers d'autres destinations (la France notamment) des volumes ananas importés en Belgique par avion.

C'est un marché essentiellement dominé par de grands groupes de la grande distribution. Le marché dit spot y est très limité.

Le marché belge pour les ananas bateau est plutôt demandeur de fruits bateau de calibre A7 et A8notamment.

En raison du rôle prépondérant qu'il joue dans le commerce intracommunautaire, c'est un marché que l'on ne peut approcher sans être au moins certifié GlobalGAP

Tableau 13 Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché belge.

	Variété	Possible positionnement et opportunités
<b>L'offre avion de Guinée</b>	La Baronne	Le marché avion belge est limité en comparaison au marché bateau. Il peut toutefois représenter une opportunité pour une nouvelle variété si certaines conditions sont remplies (qualité homogène, emballage solide et bien présenté, coût attractif).
<b>L'offre maritime de Guinée</b>	Cayenne	Le marché belge importe principalement du Sweet. Il a déjà importé du Cayenne par le passé mais s'en est détourné au fur et à mesure que se sont développées les exportations de Sweet.

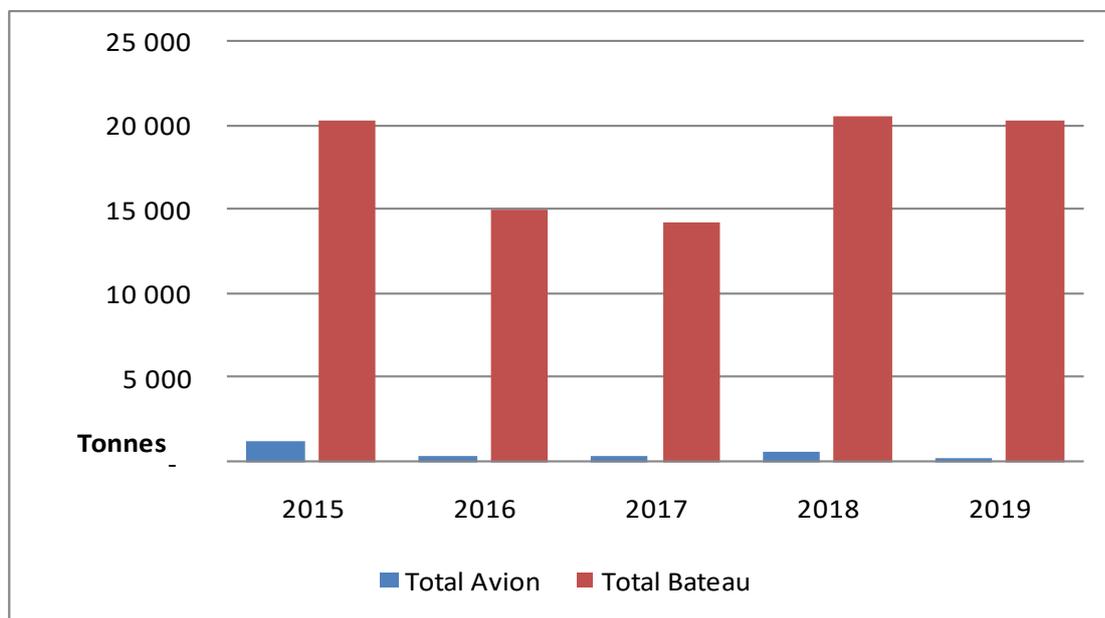
		Il dépend presque entièrement de grands groupes de la distribution. Il serait difficile d'envisager le développement de cette variété sans le concours d'un de ces groupes.
--	--	---

### 5.3 Le marché allemand

Le marché de l'ananas frais en Allemagne partage certaines caractéristiques avec le marché français. C'est un marché où la demande pour les ananas est assez importante comme en France même si la consommation par an par habitant y reste assez modérée (1,14kg/hbt en 2019) par rapport aux autres grands importateurs de l'UE. C'est un marché qui importe moins en direct et qui dépend pour l'essentiel de son approvisionnement des volumes intra européens comme la France.

Il y existe une offre aérienne comme en France mais celle-ci bien que variée reste nettement inférieure en volumes.

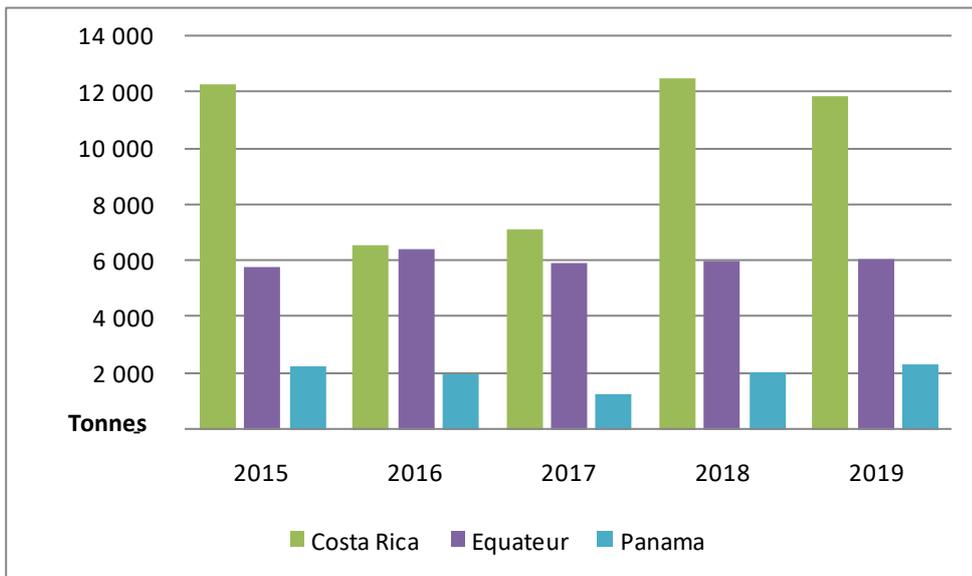
Figure 35 Répartition de l'offre maritime et aérienne sur le marché allemand



Source : Eurostat

Il existe un marché avion, mais celui-ci occupe une place assez modique comparativement aux importations directes par bateau. A l'exception de l'année 2015 où les importations d'ananas par avion ont représenté 6% des importations directes, le marché des ananas frais importés directement par avion en Allemagne est assez stable depuis 2015 et il oscille entre 1% et 3% des importations directes totales.

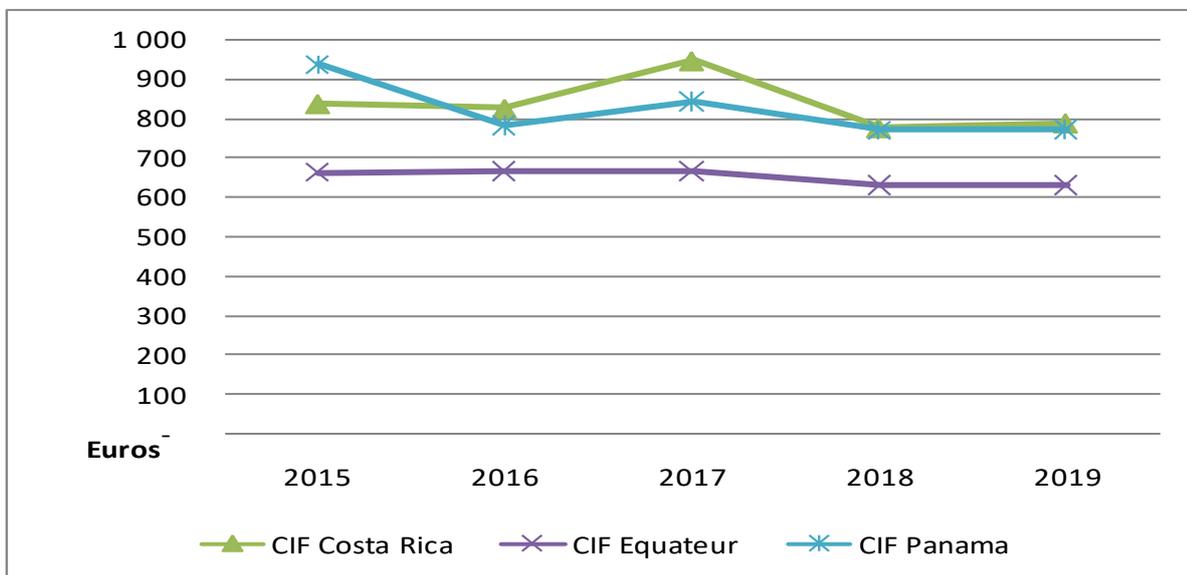
Figure 36 Evolution des importations directes par voie maritime en Allemagne



Source : Eurostat

L'Allemagne importe en directe par voie maritime de trois origines le Costa Rica, l'Equateur et le Panama. La variété Sweet représente 100% des importations d'ananas frais par bateau.

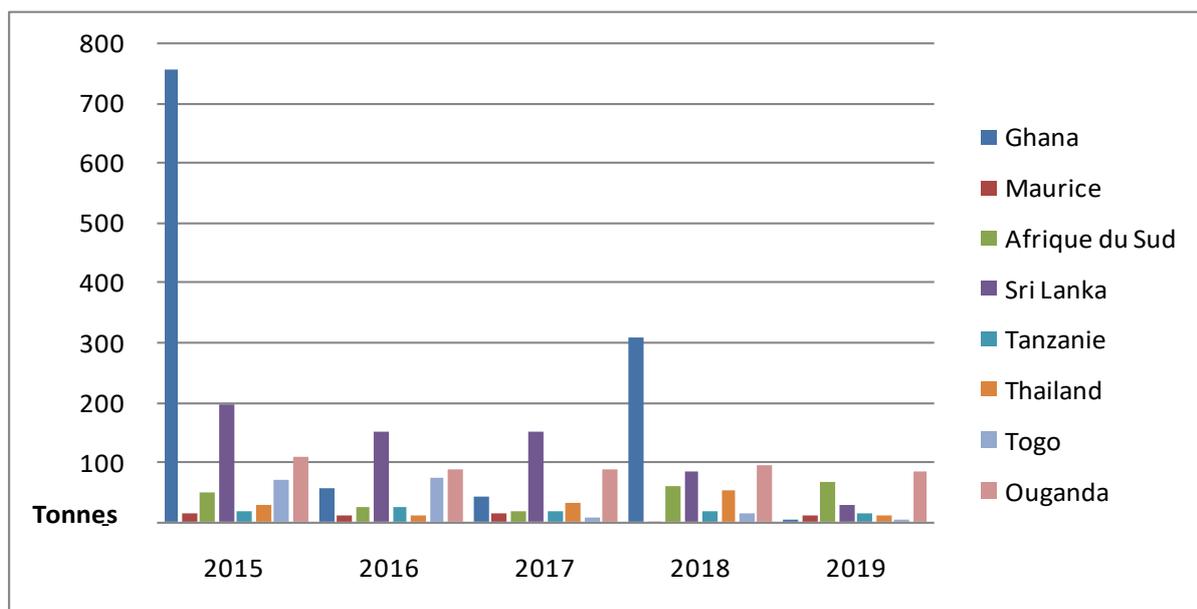
Figure 37 Comparaison du prix moyen à la tonne (CIF) des ananas frais importés directement en Allemagne



Source : Eurostat

Des trois origines qui approvisionnent le marché allemand directement, l'Equateur est l'origine dont les prix moyens à la tonne sont les plus bas. Ceux du Costa Rica et du Panama sont assez proches.

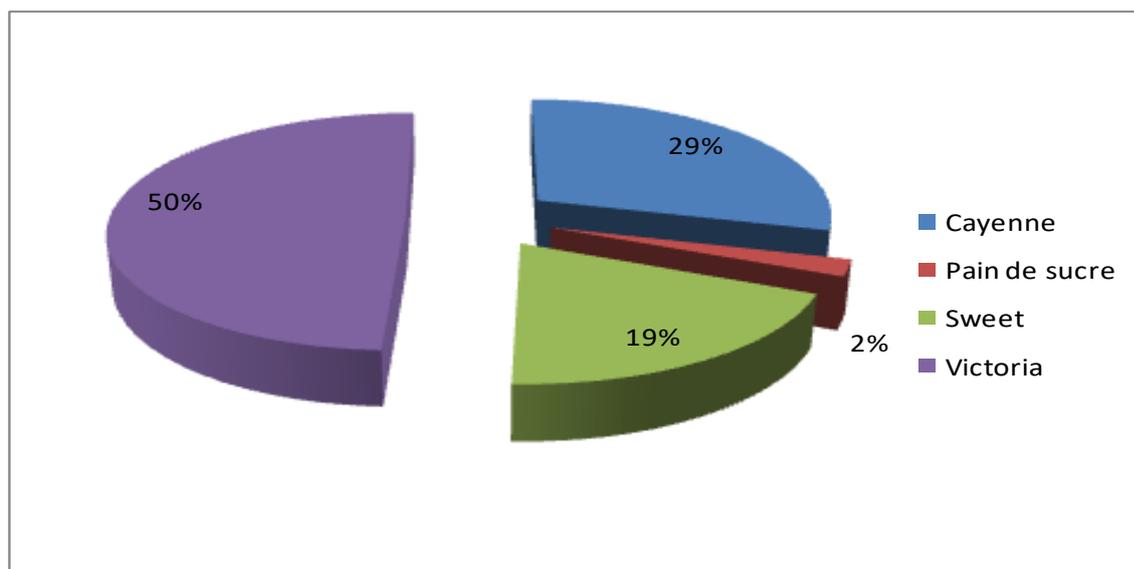
Figure 38 Principales origines approvisionnant le marché avion en Allemagne.



Source : Eurostat

Le marché avion en Allemagne bien que limité reste diversifié en termes d'origines sources. Plusieurs origines (Maurice, l'Afrique du Sud, le Sri Lanka et la Thaïlande) exportent du Victoria vers l'Allemagne. A priori le déclin des exportations ghanéennes peut s'expliquer par un désintérêt des acheteurs pour des variétés d'ananas plus conventionnelles par avion (donc plus chères que des ananas bateau) et par une possible réorientation de l'offre ghanéenne (Victoria) pour ce marché. Toujours est-il que ce marché ne paraît pas très intéressé par les importations par avion en dehors du Victoria dans la mesure où le cumul de l'offre toutes origines confondues sur ce marché en 2019 ne dépasse pas 223T.

Figure 39 Estimation de la répartition variétale sur le marché avion en Allemagne.



Source : Cabinet Paqui

En 2019, on estime que l'ananas Victoria a été la variété la plus importée directement par avion en Allemagne, elle a occupé 50% du marché. Suivent par ordre décroissant les variétés Cayenne, Pain de sucre et Sweet.

La commercialisation des ananas frais se fait par les chaînes de hard discounters, ainsi que par quelques circuits de revendeurs spécialisés. Les hard discounters allemands sont connus dans le milieu des fruits et légumes pour leur capacité de négociations. Ils prennent appui sur le fait qu'ils disposent de grands circuits de distributions pour négocier des prix fixes à l'année.

Le marché allemand est généralement demandeur de fruits bateau de gros calibres (A5, A-6, A7 notamment).

Le consommateur allemand n'est pas réputé pour dépenser des sommes élevées pour les fruits et légumes. Le marché est sensible aux questions de certification et de traçabilité. Les consommateurs et les opérateurs en général sont très sensibles aux questions environnementales et de résidus de pesticides (LMR). C'est un marché où s'opèrent souvent des contrôles (LMR) sur les produits importés. Des cas de dépassements de LMR ont déjà entraîné le retrait pur et simple d'un produit ou d'une origine du marché.

Tableau 14 Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché allemand.

	Variété	Possible positionnement et opportunités
L'offre avion de Guinée	La Baronne	Le marché avion en Allemagne est réduit, la disponibilité des quatre principales variétés d'ananas laisse entrevoir une possibilité pour la variété Baronne d'y être commercialisée. Il faudra envisager d'approcher les revendeurs spécialisés qui actuellement importent le Victoria. Il faudra bien sûr que certaines conditions soient remplies (qualité homogène, emballage solide et bien présenté, coût attractif). Il faudra également anticiper dans un premier temps que les produits de l'origine soient souvent à des tests aléatoires de recherche de LMR.
L'offre maritime de Guinée	Cayenne	Le marché allemand importe uniquement du Sweet. Il a déjà importé du Cayenne par le passé. Il était un des principaux destinataires des ananas de Côte d'Ivoire. Pour pouvoir avoir une chance sur ce marché il faudrait pouvoir conclure un contrat avec une chaîne de hard discounters et être certifié.

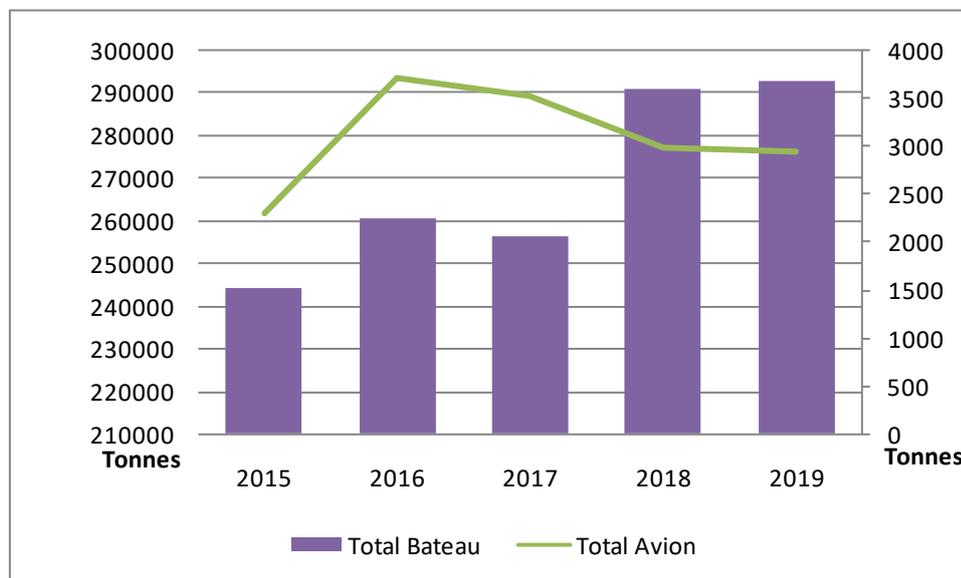
#### 5.4 Le marché néerlandais

C'est le premier marché importateur d'ananas frais de l'Union Européenne. Il importe en direct 29% du volume total des ananas exportés vers l'UE. Ce pourcentage monte à 32% si l'on tient compte des volumes qui sont redirigés vers lui par le biais du commerce intracommunautaire. C'est l'un des principaux hubs de l'Union Européenne qui réexporte plus de 60% des volumes qu'il importe. Il intervient pour 40% dans le

volume total des échanges intracommunautaires d'ananas. C'est également le premier marché en termes de consommation apparente annuelle avec environ 7kg/hbt<sup>2</sup>

C'est le premier marché importateur en direct de l'UE. Bien que de nombreuses origines l'approvisionnent par avion, le poids du marché avion reste modeste comparé aux volumes importés en direct par voie maritime.

Figure 40 Répartition de l'offre aérienne et maritime sur le marché néerlandais.



Source : Eurostat

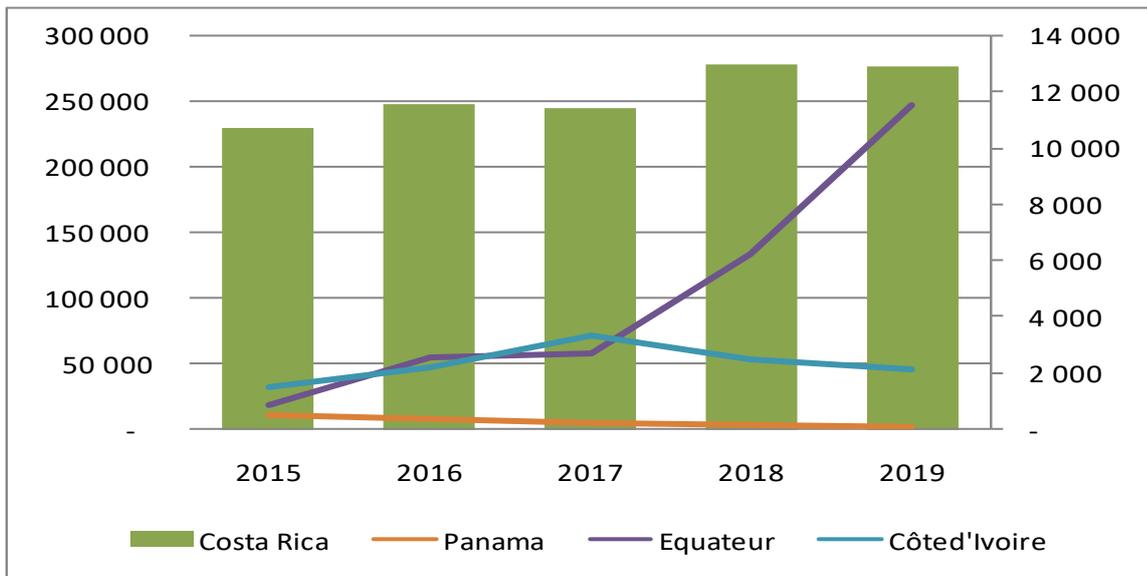
La part du marché avion a été constante au cours des cinq dernières années (entre 2000T et 3000T) fluctuant ainsi entre 1% et 1,5% du volume total d'ananas frais importé aux Pays Bas.

C'est un marché qui importe essentiellement des ananas par voie maritime et qui exporte par voie terrestre.

---

<sup>22</sup>. Rappelons que la consommation apparente est calculée en retranchant des importations les réexportations et en divisant le chiffre obtenu par la population.

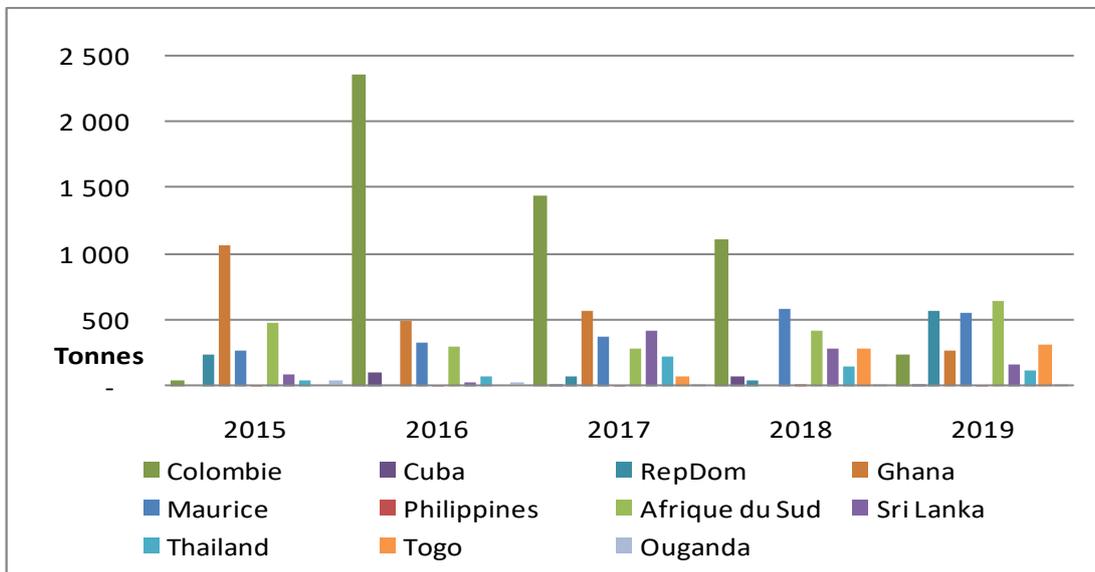
Figure 41 Evolution de l'offre maritime aux Pays Bas.



Source : Eurostat

Bien que quatre origines approvisionnent directement le marché par voie maritime, le Costa Rica domine totalement ce marché. Entre 94% et 96% des volumes d'ananas frais importés par bateau proviennent du Costa Rica. La variété Sweet occupe la totalité du créneau maritime.

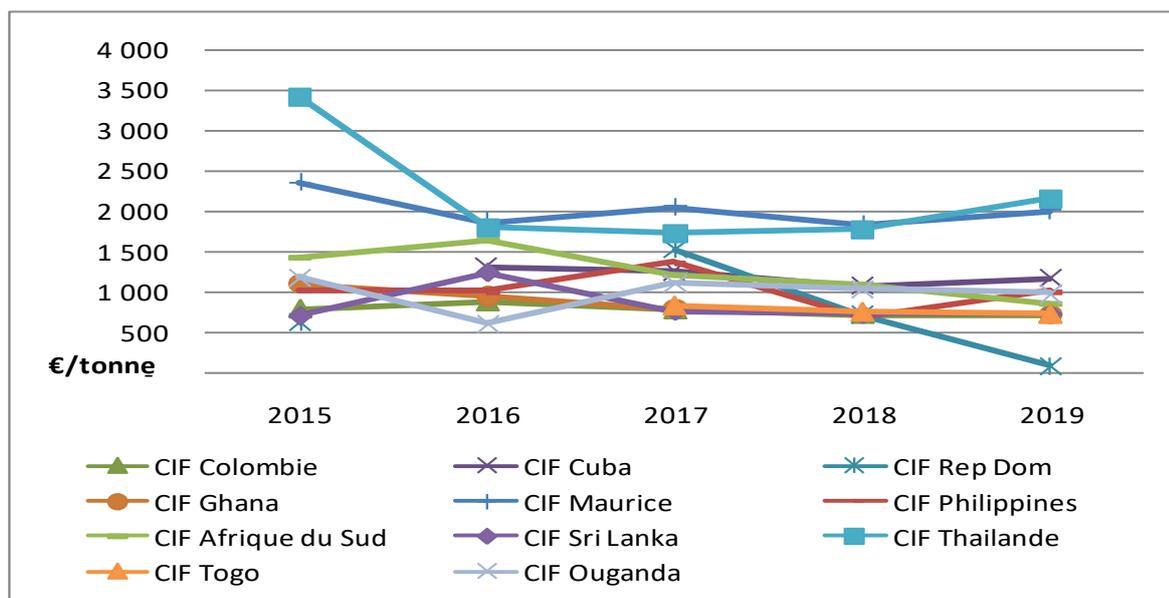
Figure 42 Principales origines approvisionnant le marché par avion



Source : Eurostat

En termes de diversité, c'est le marché de l'UE où l'on trouve le plus d'origines approvisionnant le marché "avion". Bien que diversifiée, l'offre avion reste réduite et restreinte à un marché de niche.

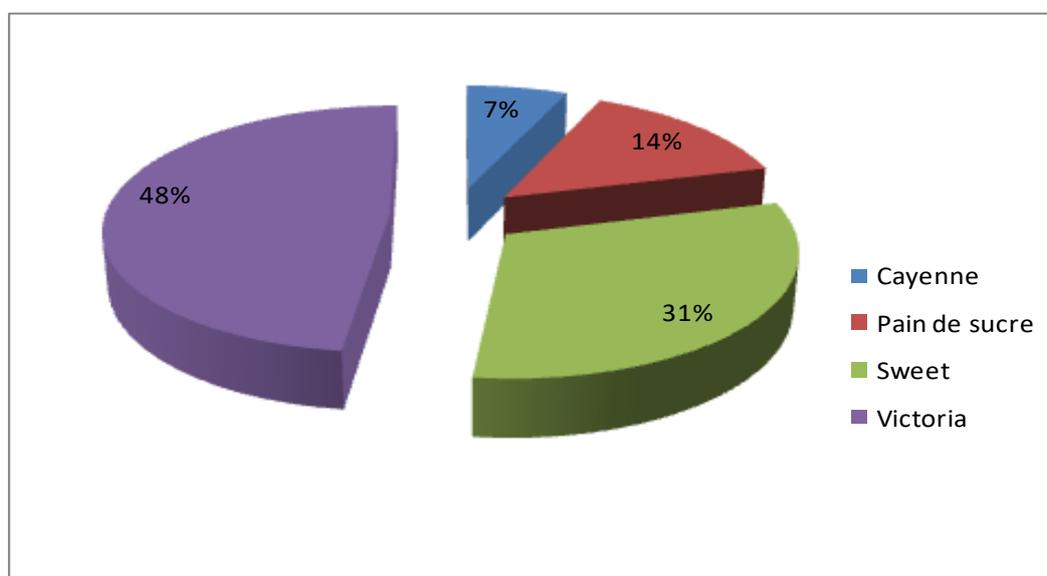
Figure 43 Comparaison du prix moyen à la tonne des importations par avion sur le marché néerlandais



Source : Eurostat

Les prix moyens à la tonne sont assez similaires pour les origines approvisionnant le marché par avion. Ils tiennent des variétés et du coût du fret et sont généralement assez élevés pour des origines comme la Thaïlande et Maurice exportatrices de Victoria.

Figure 44 Estimation des variétés d'ananas frais importées directement par avion aux Pays Bas



Source : Cabinet Paqui

La variété prédominante sur le marché avion est le Victoria. Elle est fournie par plusieurs origines (Afrique du Sud, Maurice, Thaïlande, Sri Lanka et Philippines) mais en quantités somme toutes assez réduites, suivent ensuite les variétés Sweet, Cayenne et pain de sucre.

En raison du rôle prépondérant qu'il joue dans le commerce intracommunautaire, c'est un marché que l'on ne peut approcher sans être au moins certifié GlobalG.A.P.

Sur le plan du maritime il y a peu de chances que ce marché soit intéressé par une autre variété que le Sweet dans un avenir proche. C'est un marché qui mérite d'être considéré pour le Victoria. Très peu intéressé par les achats avion, il s'est néanmoins ouvert à des importations de Sweet avion. Elles sont pour l'instant interrompues en provenance de Cuba, la République Dominicaine et même dans une moindre mesure du Costa Rica car peu rentables dans ce contexte de Covid-19 qui impacte la disponibilité de fret aérien.

Tableau 15 Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché des Pays Bas.

	Variété	Possible positionnement et opportunités
L'offre avion de Guinée	La Baronne	La Baronne de Guinée peut se positionner sur le créneau de niche que représente le marché aérien aux Pays Bas. Le marché aérien est très réduit et pourrait donc accepter une nouvelle variété. Il faudra envisager d'approcher les revendeurs spécialisés qui actuellement importent le Victoria. Il faudra bien sûr que certaines conditions soient remplies (qualité homogène, emballage solide et bien présenté, coût attractif). Sans être préalablement certifié il y a peu de chances de pouvoir se faire une place sur ce marché.
L'offre maritime de Guinée	Cayenne	Le marché des Pays Bas importe uniquement du Sweet par voie maritime. Il a déjà importé du Cayenne par le passé. Pour pouvoir avoir une chance sur ce marché il faut impérativement être certifié car les lots importés seront certainement proposés par les importateurs à d'autres origines européennes.

## 5.5 Le marché de l'ananas dans les pays de l'Est et plus particulièrement en Pologne

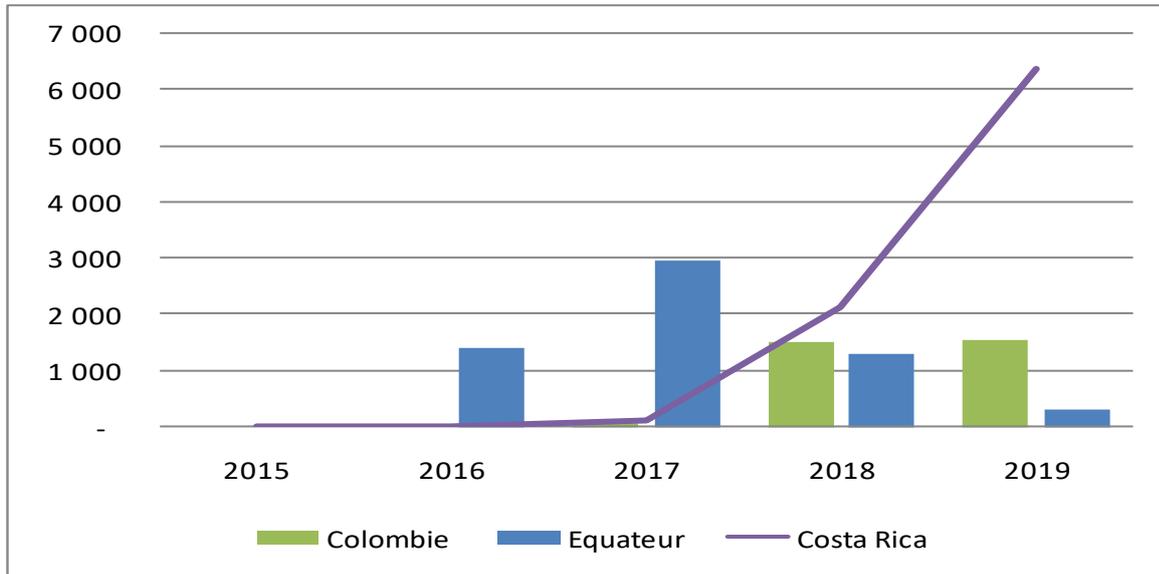
Les pays de l'Europe de l'Est englobent plusieurs marchés notamment l'Ukraine, la Serbie, la Biélorussie la Bosnie et la Moldavie.

Ce sont des marchés qui commencent à s'ouvrir aux importations d'ananas (11000 tonnes importés à eux 5 en 2019). Ils sont généralement approvisionnés par voie terrestre par les pays membres de l'UE (Pays Bas, Allemagne et France).

Ce sont des marchés qui ont continué à importer des ananas Cayenne (par le biais du commerce intracommunautaire) et qui n'avaient pas d'a priori sur la variété. Avec l'arrêt des expéditions de Cayenne, de Côte d'Ivoire, ils sont passés au Sweet.

La Pologne qui est un état membre de l'UE importe également directement de ananas frais. Le marché polonais progresse peu à peu et est vu par beaucoup d'opérateurs comme le moyen de mieux pénétrer les marchés des pays de l'Est.

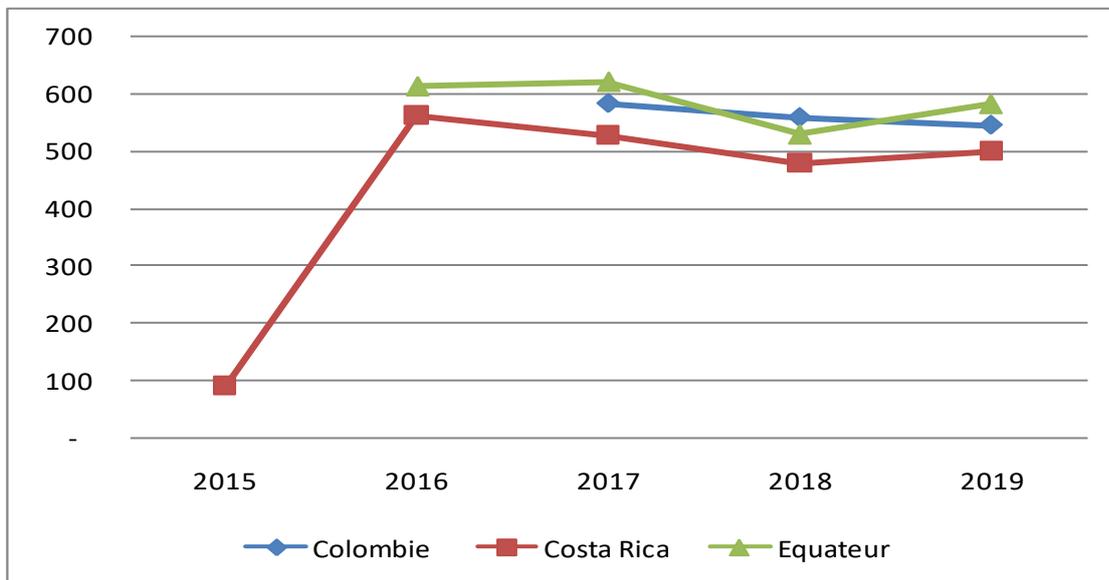
Figure 45 Evolution des importations d'ananas frais en Pologne



Source : Eurostat

Trois origines approvisionnent ce marché directement avec la variété Sweet.

Figure 46 Comparaison du prix moyen à la tonne d'ananas importé en Pologne



Source : Eurostat

Les prix moyens à la tonne sont similaires pour les trois origines desservant directement ce marché.

La commercialisation se fait le plus souvent via les chaînes de la grande distribution.

La consommation d'ananas y est encore sensible à des événements religieux (Pâques et Noël orthodoxes) et on a pu constater pendant ces périodes une augmentation de la demande et des importations.

Les opportunités par avion vers ces destinations pour les pays africains sont limitées en raison du faible nombre de liaisons aériennes régulières disponibles, ce qui empêche le développement ou l'exploration du créneau aérien vers ces marchés de l'Europe de l'Est.

Tableau 16 Possible positionnement de l'ananas de Guinée sur le marché polonais.

	Variété	Possible positionnement et opportunités
<b>L'offre avion de Guinée</b>	La Baronne	Le développement des exportations aériennes sur des marchés comme ceux des pays de l'Est va dépendre de l'existence et de la fréquence des vols directs vers ces destinations. Si pour les exportations par avion il faut privilégier autant que faire se peut les liaisons directes, il faut quand celles-ci ne sont pas disponibles éviter les ruptures de charge trop longues qui peuvent être préjudiciables à des ananas exportés par avion. Si ces conditions sont remplies, il faudra également respecter les mêmes conditions que pour les autres marchés (qualité homogène, emballage solide et bien présenté, coût attractif).
<b>L'offre maritime de Guinée</b>	Cayenne	Le marché des pays de l'Est avait jusque-là la réputation de ne pas s'y connaître en fruits exotiques. On peut raisonnablement penser que la mise en marché d'ananas Cayenne vis à vis d'une clientèle qui découvre le Cayenne se fasse au détriment de ce dernier comme cela l'a été sur les marchés européens ces 10/15 dernières années où le Sweet a complètement effacé le Cayenne. En passant d'une importation directe de 8T en 2015 à plus de 6 000T en 2019 le Sweet et plus particulièrement le Costa Rica a connu une progression de plus de 79% de parts de marché en Pologne en juste 5 années.

## CHAPITRE 6 SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS POUR LE POSITIONNEMENT DE L'ANANAS DE GUINÉE

### 6.1 Synthèse du marché EU et des opportunités de marché pour l'ananas de Guinée

- Le marché européen de l'ananas est le deuxième marché importateur d'ananas frais. En 2019 il a importé plus d'un million de tonnes d'ananas.
- La principale variété importée en Europe est le Sweet et le principal fournisseur de cette variété est le Costa Rica.
- Le marché européen est principalement approvisionné par bateau Le Sweet représente en 2019 99,5% des volumes d'ananas frais importés en Europe par bateau.
- Le marché avion en Europe est une niche et représente moins de 2% des volumes d'ananas frais importés en Europe.
- Le marché avion en tant que marché de niche est marché à plus forte valeur ajoutée que le marché bateau.
- Les quatre principales variétés d'ananas (Sweet, Cayenne, Pains de sucre et Victoria) sont présentes sur le marché avion en Europe.
- Seuls quelques pays européens importent en directe de l'ananas avion. La France et la Belgique sont les deux premiers importateurs d'ananas avion, suivis du Royaume Uni, l'Italie, des Pays Bas et de l'Espagne.

Vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des opportunités que représentent à court et à moyen terme les marchés clés de l'ananas frais en Europe pour le développement à l'export de l'ananas de Guinée. Le détail et les argumentaires détaillés par pays clés sont présentés dans les parties 6.3 à 6.7

Ananas Guinéen	Marché français	Ananas Guinéen	Marché Belge	Ananas Guinéen	Marché allemand	Ananas Guinéen	Marché néerlandais	Ananas Guinéen	Marché polonais
<b>La Baronne</b>	Avion	<b>La Baronne</b>	Avion						
Court terme		Court terme		Court terme		Court terme		Court terme	
Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau	<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme		Court terme		Court terme		Court terme		Court terme	
Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme		Moyen terme	

## 6.2 Conditions requises pour les exportateurs d'ananas de Guinée pour développer leurs ventes sur les marchés européens

- Il est indispensable de s'engager dans un système de certification type GlobalG.A.P. ou mettre en place au sein de l'entreprise exportatrice un système de type HACCP/ISO.
- Mettre en œuvre les principes des bonnes pratiques agricoles et commencer des processus de certification. Suivant la certification ciblée, ce processus peut prendre entre 1 an et 3 ans suivant la certification ciblée.
- Il faut dans la mesure du possible toujours travailler/exporter sur des bases contractuelles. Cela évite bien des désagréments en cas de litiges.<sup>3</sup>
- Une formalisation des exportateurs de Guinée sera obligatoire, c'est à dire être enregistré auprès des autorités guinéennes comme exportateur et détenteur d'une licence d'exportation à jour.
- Avoir des réserves de liquidités suffisantes pour faire face à des paiements différés par les importateurs (paiement à 30 jours etc.)
- Une connaissance du processus d'export (INCOTERMS, documentation douanière export, etc.)
- Respect des normes de qualité du marché cible (CEE-ONU FFV-29 :2015)
- Avoir accès à un laboratoire certifié reconnu internationalement, pour effectuer les tests de limites maximales de résidus, demandés par les acheteurs européens.
- Pouvoir respecter les normes et demandes du marché cible (fumigation et traitement des palettes, réglementation emballage, réglementation étiquetage etc.)
- Respect des normes phytosanitaires et SPS (certificat phytosanitaire, analyse de limites maximales de résidus, etc.).

## 6.3 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché français

Ananas Guinéen	Marché français
<b>La Baronne</b>	Avion
Court terme	
Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme	
Moyen terme	

<sup>3</sup> La contractualisation est possible mais surtout recommandée, même avec des volumes export faibles. En sachant que le contrat marche dans les deux sens. Si votre client demande du B4 et que vous lui fournissez autre chose, vous annulez par vous-même les clauses du contrat en cas de litige. Les ghanéens sont connus pour être très respectueux en termes de respect de règles contractuelles. Tandis que les autres origines (Bénin et Cameroun) ont plus de difficulté à y parvenir et par conséquent évitent de signer des contrats. C'est particulièrement vrai pour une origine comme le Bénin qui travaille en bord/champs. Il est quasi impossible dans le cas d'un travail en bord/champs de proposer des fruits homogènes (en termes de poids) et de respecter les engagements contractuels, surtout au regard des calibres commandés.

### 6.3.1 Potentiel de La Baronne sur le marché français (avion)

Ananas Avion de Guinée	Marché français
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bénin 1 279€</li> <li>- Togo 1 223€</li> <li>- Ghana 1 098</li> <li>- Cameroun 918€</li> <li>- Rep Dom 895€</li> <li>- Maurice 2 390€</li> </ul>
Estimation du marché français de l'ananas avion en 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 7761 Tonnes (5% du marché global)</li> </ul>
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché ethnique</li> <li>- Marché de gros</li> <li>- Possible accès à la grande distribution si les ventes sont uniquement destinées au marché intérieur.</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution</li> <li>- Importateurs qui ont des contrats avec d'autres centrales d'achats de la grande distribution en Europe, - Marché de gros</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôles aléatoires des LMR (renforcés et opérés par les autorités et les importateurs depuis les problèmes de dépassements de LMR par certaines origines.</li> <li>- Frais de contrôles facturés à l'exportateur par l'importateur sur le compte de ventes, toutefois, ces frais peuvent être réduits, si les contrôles effectués au départ donnent des résultats similaires à l'arrivée après plusieurs contrôles. Toutefois, les contrôles aléatoires se poursuivront mais avec une incidence financière moindre voire pas d'incidence pour l'exportateur.</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la Baronne avion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification</li> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché sans certification</li> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec ou sans certification</li> </ul>
Court terme (1an)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros avec ou sans certification</li> </ul>
Moyen Terme (3 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification</li> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché de gros selon l'évolution de la qualité et la perception de l'origine.</li> </ul>
Long Terme (5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant par les marchés de gros et les revendeurs spécialisés.</li> </ul>

### 6.3.2 Potentiel de de la Cayenne sur le marché français (bateau)

Ananas Bateau de Guinée	Marché français
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Côte d'Ivoire 797€</li> <li>- Costa Rica 746€</li> </ul>
Estimation du marché français de l'ananas bateau en 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 137 337 Tonnes (95% du marché global)</li> </ul>
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il n'y a pas d'intérêt à se lancer dans les exportations par voie maritime sans certification préalable.</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution. Nécessité de travailler avec un importateur qui pourra garantir l'accès à un réseau de la grande distribution pour distribuer les volumes mis en marché.</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La variété Cayenne est connue et moins appréciée car elle est fragile et supporte mal le transport maritime. Il faut donc s'attendre à une décote dans la mise en marché de ces fruits par rapport à l'offre concurrente de Sweet. En 2019, l'écart entre le prix moyen du Cayenne et du Sweet a parfois été de 10 à 30% de moins que le prix payé pour le Sweet. (Source Cabinet Paqui).</li> <li>- Il va falloir redonner confiance en la variété au marché.</li> <li>- Problème de décote lorsqu'il s'agira de réexporter les fruits vers des marchés voisins (à l'exception des marchés de l'Est qui à l'époque n'opéraient pas une réelle différence entre les variétés).</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la variété Cayenne par bateau	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification</li> </ul>
Court terme (1 an)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel faible : L'industrie de la transformation qui a une époque n'importait que du Cayenne pour ses produits (ex : yaourts). La certification n'est pas forcément requise mais il faudra être en mesure de garantir la traçabilité des fruits.</li> </ul>
Moyen Terme (3 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification.</li> </ul>
Long Terme (5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant après les premières introductions sur le marché.</li> </ul>

## 6.4 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché belge

Ananas Guinéen	Marché Belge
<b>La Baronne</b>	Avion
Court terme	
Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme	
Moyen terme	

### 6.4.1 Potentiel de la Baronne sur le marché belge (avion)

Ananas Avion de Guinée	Marché belge
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bénin 796€</li> <li>- Togo 1 575€</li> <li>- Cameroun 940€</li> <li>- République Dominicaine 1808€</li> <li>- Maurice 2433€</li> </ul>
Estimation du marché belge de l'ananas avion en 2019	- 3080 Tonnes (3% du marché global)
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché ethnique</li> <li>- Marché de gros</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution,</li> <li>- Marché de gros</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	- Contrôles aléatoires des LMR (quasi systématique).
Recommandations du positionnement de la Baronne avion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification</li> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché sans certification</li> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification, potentiel sera fonction surtout des volumes disponibles et de l'intérêt pour la Baronne.</li> </ul>
Court terme (1 an)	- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros.
Moyen Terme (3 ans)	- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification

	- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché de gros selon l'évolution de la qualité et la perception de l'origine.
Long Terme (5 ans)	- Potentiel faible : Grande distribution si qualité standardisée et certification et si on aura réussi à booster la consommation d'ananas car ce marché est assez stable en termes de volumes depuis plusieurs années ce qui veut dire que la commercialisation se fait surtout, pour les ananas avion sur des circuits assez restreints (revendeurs spécialisés).

#### 6.4.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché belge (bateau)

Ananas Bateau de Guinée	Marché belge
Prix moyen à la tonne CIF des origines concurrentes présentes sur le marché	- Côte d'Ivoire 735€ - Costa Rica 761€ - Ghana 881€ - Equateur 623€
Estimation du marché belge de l'ananas bateau en 2019	- 144 080Tonnes (97% du marché global)
Positionnement	Sans GlobalGAP - Il n'y a pas d'intérêt à se lancer dans les exportations par voie maritime sans certification préalable. Avec GlobalGAP - Grande distribution. Mais avec des volumes limités en raison de la prépondérance du Sweet.
Autres contraintes ou spécificités du marché	- La variété Cayenne est connue et moins appréciée car elle est fragile et supporte mal le transport maritime. - Il va falloir redonner confiance en la variété au marché.
Recommandations du positionnement de la variété Cayenne par bateau	- Potentiel faible : Grande distribution avec certification
Court terme (1an)	- Potentiel faible : L'industrie de la transformation qui a une époque n'importait que du Cayenne pour ses produits (ex : yaourts). La certification n'est pas forcément requise mais il faudra être en mesure de garantir la traçabilité des fruits.
Moyen Terme (3ans)	- Potentiel faible : Grande distribution (si qualité standardisée, certification et volumes). - Potentiel moyen : Marché de gros.
Long Terme (5 ans)	- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant après les premières introductions sur le marché.

## 6.5 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché allemand

Ananas Guinéen	Marché allemand
<b>La Baronne</b>	Avion
Court terme	
Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme	
Moyen terme	

### 6.5.1 Potentiel de la Baronne sur le marché allemand (avion)

Ananas Avion de Guinée	Marché allemand
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Togo 5163€</li> <li>- Ghana 3792€</li> <li>- Tanzanie 8630€</li> <li>- Ouganda 2957€</li> <li>- Maurice 2428€</li> <li>- Afrique du Sud 5132€</li> <li>- Sri Lanka 7948€</li> <li>- Thaïlande 3426€</li> </ul>
Estimation du marché allemand de l'ananas avion en 2019	- 223 Tonnes (en baisse de -65% par rapport à 2018) 0,15% du marché global
Positionnement	Sans GlobalGAP <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché ethnique</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul> Avec GlobalGAP <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôles aléatoires et systématiques des LMR.</li> <li>- Marché assez limité pour l'avion.</li> <li>- Marché plus orienté vers des produits de type niche (Victoria).</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la Baronne avion	Potentiel fort : Revendeurs spécialisés si certification. Marché également intéressé par des certifications de type biologique ou fairtrade
Court terme (1an)	Potentiel fort : Revendeurs spécialisés avec certification
Moyen Terme (3ans)	Potentiel fort : Revendeurs spécialisés.
Long Terme (5 ans)	Potentiel fort : Revendeurs spécialisés pour des produits certifiés.

### 6.5.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché allemand (bateau)

Ananas Bateau de Guinée	Marché allemand
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché en importation directe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costa Rica 835€</li> <li>- Panama 821€</li> <li>- Equateur 649€</li> </ul>
Estimation du marché allemand de l'ananas bateau en 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 144 376 Tonnes (99,85%du marché global).</li> </ul>
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il n'y a pas d'intérêt à se lancer dans les exportations par voie maritime sans certification préalable.</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution. Nécessité de travailler avec un importateur qui pourra garantir l'accès à un réseau de la grande distribution pour distribuer les volumes mis en marché.</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La variété Cayenne est connue sur ce marché et moins appréciée car elle est fragile et supporte mal le transport maritime.</li> <li>- Il va falloir redonner confiance en la variété au marché.</li> <li>- Possibilité pour un importateur de tenter de réexporter ces fruits vers certains marchés de l'Est (Pologne, Hongrie ou Russie Notamment), toutefois on ne peut pas baser une stratégie de développement d'une variété sur ce type d'hypothèse.</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la variété Cayenne par bateau	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification</li> </ul>
Court terme (1an)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel faible : L'industrie de la transformation qui a une époque n'importait que du Cayenne pour ses produits (ex : yaourts). La certification n'est pas forcément requise mais il faudra être en mesure de garantir la traçabilité des fruits.</li> </ul>
Moyen Terme (3ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification.</li> </ul>
Long Terme (5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant après les premières introductions sur le marché.</li> </ul>

## 6.6 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché néerlandais

Ananas Guinéen	Marché néerlandais
<b>La Baronne</b>	Avion
Court terme	
Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme	
Moyen terme	

### 6.6.1 Potentiel de la Baronne sur le marché néerlandais (avion)

Ananas Avion de Guinée	Marché néerlandais
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché en importation directe.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ghana 890€</li> <li>- Togo 779€</li> <li>- Ouganda 988€</li> <li>- Colombie 778€</li> <li>- Cuba 1202€</li> <li>- République Dominicaine 734€</li> <li>- Maurice 2024€</li> <li>- Afrique Sud 1246€</li> <li>- Thaïlande 2169€</li> <li>- Philippines 1017€</li> <li>- Sri Lanka 829€</li> </ul>
Estimation du marché néerlandais de l'ananas avion en 2019	- 2 940 Tonnes (1%)
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché habitué à traiter avec des origines certifiées. A éviter si non certifié</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revendeurs spécialisés.</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	- Contrôles aléatoires des LMR
Recommandations du positionnement de la Baronne avion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification</li> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification.</li> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification en raison de la prépondérance du Sweet.</li> </ul>

Court terme (1an)	- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros avec des produits certifiés.
Moyen Terme (3ans)	- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché de gros avec des produits certifiés. Le marché avion n'est pas si développé que ça.
Long Terme (5 ans)	- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés avec des produits certifiés en profitant de l'image que l'on aura réussi à développer depuis l'introduction sur le marché de la variété.

#### 6.6.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché néerlandais (bateau)

Ananas Bateau de Guinée	Marché néerlandais
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché en importation directe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Côte d'Ivoire 668€</li> <li>- Costa Rica 718€</li> <li>- Panama 737€</li> <li>- Equateur 804€</li> </ul>
Estimation du marché néerlandais de l'ananas bateau en 2019	- 321 541 Tonnes (99%)
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il n'y a pas d'intérêt à se lancer dans les exportations par voie maritime sans certification préalable.</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution. Nécessité de travailler avec un importateur qui pourra garantir l'accès à un réseau de la grande distribution pour distribuer les volumes mis en marché.</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La variété Cayenne est connue et moins appréciée car elle est fragile et supporte mal le transport maritime.</li> <li>- Il va falloir redonner confiance en la variété au marché</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la variété Cayenne par bateau	- Potentiel faible : Grande distribution avec certification
Court terme (1an)	- Potentiel faible : L'industrie de la transformation qui a une époque n'importait que du Cayenne pour ses produits (ex : yaourts). La certification n'est pas forcément requise mais il faudra être en mesure de garantir la traçabilité des fruits.
Moyen Terme (3ans)	- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification. Possibilité de travailler avec un exportateur qui réexportera la variété vers les marchés de l'Est (Russie, Hongrie, Pologne) mais ce n'est pas une hypothèse sur laquelle on se base pour développer des exportations maritimes.
Long Terme (5 ans)	- Potentiel faible : Grande distribution si qualité standardisée. Problème de la prépondérance du Sweet sur ce marché.

## 6.7 Potentiel de l'ananas de Guinée sur le marché polonais

Ananas Guinéen	Marché polonais
<b>La Baronne</b>	Avion
Court terme	
Moyen terme	
<b>Cayenne</b>	Bateau
Court terme	
Moyen terme	

### 6.7.1 Potentiel de la Baronne sur le marché polonais (avion)

Ananas Avion de Guinée	Marché polonais
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché	- Absence de concurrents en importation directe par avion sur ce marché.
Estimation du marché polonais de l'ananas avion en 2019	- Le marché n'est pas approvisionné en direct par avion. Tout est à développer.
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché de gros</li> <li>- Possible accès à la grande distribution si les ventes sont uniquement destinées au marché intérieur. Encore faut-il identifier un importateur qui pourrait avoir accès à ces réseaux.</li> <li>- Revendeurs spécialisés</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revendeurs spécialisés.</li> <li>- Marché de gros</li> <li>- Grande distribution</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilité de vols directs pour approvisionner le marché.</li> <li>- En l'absence de vols directs éviter au maximum les ruptures de charges qui affecteraient la qualité des fruits mis en marché.</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la Baronne avion	- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs spécialisés et marché de gros sans certification.</li> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification.</li> </ul>
Court terme (1 an)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros avec ou sans certification.</li> </ul>
Moyen Terme (3 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel fort : Revendeurs spécialisés et marché de gros si certification.</li> </ul>
Long Terme (5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant par les marchés de gros et les revendeurs spécialisés.</li> </ul>

### 6.7.2 Potentiel de la Cayenne sur le marché polonais (bateau)

Ananas Bateau de Guinée	Marché polonais
Prix moyen à la tonne CIF (calculé à partir des résultats de ces 5 dernières années) des origines concurrentes présentes sur le marché en importation directe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costa Rica 432€</li> <li>- Colombie 562€</li> <li>- Equateur 586€</li> </ul>
Estimation du marché polonais de l'ananas bateau en 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 28 715 Tonnes (100% du marché global)</li> </ul>
Positionnement	<p>Sans GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il n'y a pas d'intérêt à se lancer dans les exportations par voie maritime sans certification préalable.</li> </ul> <p>Avec GlobalGAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grande distribution. Nécessité de travailler avec un importateur qui pourra garantir l'accès à un réseau de la grande distribution pour distribuer les volumes mis en marché.</li> <li>- Marché de gros</li> <li>- Autres marchés d'Europe de l'Est</li> </ul>
Autres contraintes ou spécificités du marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La variété Cayenne n'est pas très connue ; le Sweet commence à se faire un nom sur ce marché. Si qualité n'est pas au rendez-vous de l'offre de Cayenne dès le départ, peu de chances qu'il ait une chance face au Sweet.</li> </ul>
Recommandations du positionnement de la variété Cayenne par bateau	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel faible : Grande distribution avec certification en raison de la présence d'une offre de Sweet qui progresse rapidement (+79% en moins de 5 ans).</li> </ul>
Court terme (1an)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Marchés de gros, autres marchés de l'Est.</li> </ul>
Moyen Terme (3ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Revendeurs Spécialisés si qualité standardisée et certification.</li> </ul>
Long Terme (5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentiel moyen : Grande distribution si qualité standardisée et certification en profitant de l'image que l'on aura réussi à mettre en place en passant après les premières introductions sur le marché. Autres marchés de l'Est approvisionnés au départ de la Pologne.</li> </ul>

## APPENDICES

### Appendice I Liste de possibles importateurs européens d'ananas guinéens frais par avion.

#### France

NETA                      Arnaud Fauchet                      [arnaud.fauchet@neta.fr](mailto:arnaud.fauchet@neta.fr)

Del Gaudio                      Hervé Boixière                      [herve.boixiere@delgaudiofr.com](mailto:herve.boixiere@delgaudiofr.com)

#### Belgique

Starfruit                      Ive Lambert                      [ive@starfruit.be](mailto:ive@starfruit.be)

Special Fruit                      Joep Jongmans                      [Joep.Jongmans@specialfruit.be](mailto:Joep.Jongmans@specialfruit.be)

Pour plus d'informations sur les importateurs d'ananas (bateau et avion) sur les différents pays européens, les exportateurs guinéens peuvent s'inscrire gratuitement sur l'outil ITC ci-dessous.

ITC a intégré dans cet outil une base de données d'acheteurs KOMPASS qui pourrait être utile pour les exportateurs, dans leur recherche de nouveaux marchés et contacts.

<https://www.trademap.org/>

## Appendice II Norme CEE/ONU

Note du secrétariat : Ce texte est basé sur le document TRADE/WP.7/2003/6/Add.3.

Correction éditoriale 7 janvier 2004.

NORME CEE-ONU FFV-49

Concernant la commercialisation et le contrôle de la qualité commerciale des ANANAS

### I. DÉFINITION DU PRODUIT

La présente norme vise les ananas des variétés (cultivars) issues de *Ananas comosus*

(L.) Merr., destinés à être livrés à l'état frais au consommateur, à l'exclusion des ananas destinés à l'ornementation ou à la transformation industrielle.

### II. DISPOSITIONS CONCERNANT LA QUALITÉ

La norme a pour objet de définir les qualités que doivent présenter les ananas au stade du contrôle à l'exportation, après conditionnement et emballage.

#### A. Caractéristiques minimales

Dans toutes les catégories, compte tenu des dispositions particulières prévues pour chaque

Catégorie et des tolérances admises, les ananas doivent être :

- entiers, avec la couronne, qui peut être réduite<sup>1</sup> et/ou taillée<sup>2</sup> ;
- frais, y compris la couronne, qui doit être exempte de feuilles flétries, sèches, détachées ou endommagées ;
- sains, sont exclus les produits atteints de pourriture ou d'altérations telles qu'elles les rendraient impropres à la consommation ;
- propres, pratiquement exempts de matières étrangères visibles ;
- exempts de brunissement interne ;
- pratiquement exempts de parasites ;

1 La « réduction » de la couronne est la destruction mécanique du méristème apical situé dans le cœur de la couronne au cours de la période de croissance, à environ deux mois de la récolte, au moyen d'une gouge ou d'un instrument similaire. Correctement effectuée, cette opération ne laisse pas de cicatrice visible lors de la récolte et ne nécessite aucun traitement ultérieur particulier.

2 La « taille » se définit comme l'enlèvement après récolte des feuilles mortes, flétries ou endommagées, soit à la main, soit au moyen d'une lame tranchante. Les couronnes ne doivent être enlevées intégralement que lorsqu'un point de vente particulier le spécifie explicitement.

FFV-49 : Ananas

- pratiquement exempts d'attaques de parasites ;

- exempts de défauts prononcés, en particulier de blessures non cicatrisées, de meurtrissures, d'écorchures, de brûlures, de trous, de craquelures (cicatrisées ou non) ;
- exempts de dommages causés par le froid ou la chaleur ;
- exempts d'humidité extérieure anormale ;
- exempts d'odeur et/ou de saveur étrangères.

Lorsqu'il y a pédoncule (tige), sa longueur n'est pas supérieure à 2 cm et la section doit être transversale, droite et nette.

Le développement et l'état des ananas doivent être tels qu'ils permettent aux fruits :

- de supporter un transport et une manutention, et
- d'arriver dans des conditions satisfaisantes au lieu de destination.

#### B. Critères de maturité

Le fruit doit être physiologiquement mûr, c'est-à-dire exempt de signes d'immaturité (opacité, insipidité, porosité excessive

4) ou de maturité excessive (chair excessivement translucide ou fermentée).

La section transversale du fruit ne doit pas avoir la chair excessivement fibreuse ou sans parfum.

Les « yeux » doivent être bien développés, selon les caractéristiques de la variété.

Les ananas doivent avoir été récoltés avec soin et présenter un degré de développement et de maturité satisfaisant, selon les spécificités de la variété et/ou du type commercial et de la région où ils sont cultivés.

Le contenu solide soluble total de la chair du fruit doit être d'au moins 12 °Brix. Le calcul des degrés Brix se fait sur un échantillon de jus représentatif de tous les fruits.

#### C. Classification

Les ananas sont classés en trois catégories comme suit :

##### i) Catégorie « Extra »

Les ananas classés dans cette catégorie doivent être de qualité supérieure. Ils doivent présenter les caractéristiques de la variété et/ou du type commercial.

3 Les ananas exportés avec leur tige intacte en réponse à la demande d'un marché particulier n'ont pas soumis cette exigence.

4 Les variétés telles que le « Queen Victoria » peuvent avoir une chair assez poreuse.

##### FFV-49 : Ananas

Ils doivent être d'aspect frais et fermes, avec des yeux bien développés.

Ils ne doivent pas présenter de défauts, à l'exception de très légères altérations superficielles, à condition que celles-ci ne portent pas atteinte à l'aspect général du produit, à sa qualité, à sa conservation et à sa présentation dans l'emballage.

La couronne doit être simple et droite, sans rejet, et ne doit pas dépasser 150 pourcents de la longueur du fruit.

##### ii) Catégorie I

Les ananas classés dans cette catégorie doivent être de bonne qualité. Ils doivent présenter les caractéristiques de la variété et/ou du type commercial.

Ils doivent être frais d'aspect et fermes, avec des yeux bien développés.

Ils peuvent toutefois présenter les légers défauts suivants, à condition que ceux-ci ne portent pas atteinte à l'aspect général du produit, à sa qualité, à sa conservation et à sa présentation dans l'emballage :

- légers défauts de forme ;
- légers défauts de coloration, y compris brûlures de soleil ;
- légers défauts de l'épiderme (c'est-à-dire éraflures, cicatrices, griffures, meurtrissures et taches) ne dépassant pas 4 pour cent de la surface totale.

Ces défauts ne doivent en aucun cas altérer la pulpe du fruit.

La couronne peut être simple ou double et droite ou légèrement courbe, sans rejet, ente ne doit pas dépasser 150 pour cent de la longueur du fruit. L'inclinaison maximale de la couronne ne doit pas dépasser 30° par rapport à l'axe longitudinal du fruit.

### iii) Catégorie II

Cette catégorie comprend les ananas qui ne peuvent être inclus dans les catégories supérieures, mais correspondent aux caractéristiques minimales ci-dessus définies.

Ils peuvent présenter les défauts suivants, à condition de garder leurs caractéristiques essentielles de qualité, de conservation et de présentation :

- défauts de forme ;
- défauts de coloration, y compris brûlures de soleil ;
- défauts de l'épiderme (c'est-à-dire éraflures, cicatrices, griffures, meurtrissures et taches) ne dépassant pas 8 pour cent de la surface totale du fruit.

Ces défauts ne doivent en aucun cas altérer la pulpe du fruit.

La couronne peut être simple ou double et droite ou courbe, sans rejet.

FFV-49 : Ananas

### iv) Classification par la coloration extérieure<sup>5</sup>

Les critères de coloration du fruit sont les suivants :

- C0 : fruit totalement vert extérieurement ;
- C1 : début de coloration jaune orangé sur un quart de la surface du fruit ;
- C2 : coloration jaune orangé sur la moitié de la surface du fruit ;
- C3 : coloration jaune orangé sur les deux tiers de la surface du fruit ;
- C4 : fruit jaune orangé sur toute la surface.

## III. DISPOSITIONS CONCERNANT LE CALIBRAGE

Le calibre est déterminé par le poids.

Le poids minimal d'un ananas est de 700 grammes.

Pour les ananas présentés dans un colis, les différences de poids ne peuvent être supérieures à 10 pour cent de plus ou de moins que le poids moyen de chacun des fruits du colis.

#### IV. DISPOSITIONS CONCERNANT LES TOLÉRANCES

Des tolérances de qualité et de calibre sont admises dans chaque colis pour les produits non conformes aux exigences de la catégorie indiquée.

##### A. Tolérances de qualité

###### i) Catégorie « Extra »

5 pour cent en nombre ou en poids d'ananas ne correspondant pas aux caractéristiques de la catégorie, mais conformes à celles de la catégorie I ou, exceptionnellement, admis dans les tolérances de cette catégorie.

###### ii) Catégorie I

10 pour cent en nombre ou en poids d'ananas ne correspondant pas aux caractéristiques de la catégorie, mais conformes à celles de la catégorie II ou, exceptionnellement, admis dans les tolérances de cette catégorie.

5 Cette section est facultative mais peut être utilisée comme référence par le commerce si nécessaire.

6 À l'exception de la variété « Queen Victoria », dont le poids minimal peut être de 250 grammes.

FFV-49 : Ananas

###### iii) Catégorie II

10 pour cent en nombre ou en poids d'ananas ne correspondant pas aux caractéristiques de la catégorie ni aux caractéristiques minimales, à l'exclusion des produits atteints de pourriture ou de tout autre altération les rendant impropres à la consommation.

##### B. Tolérances de calibre

Pour toutes les catégories, 10 pour cent en nombre ou en poids d'ananas ne répondant pas aux exigences en ce qui concerne le calibrage mais d'un calibre immédiatement supérieur et/ou inférieur à celui qui est indiqué sur l'emballage.

## V. DISPOSITIONS CONCERNANT LA PRÉSENTATION

### A. Homogénéité

Le contenu de chaque colis doit être homogène et ne comporter que des ananas de même origine, variété ou type commercial, qualité et calibre.

En outre, pour la catégorie « Extra », l'homogénéité de coloration et de maturité est exigée.

La partie apparente du contenu du colis doit être représentative de l'ensemble.

### B. Conditionnement

Les ananas doivent être conditionnés de façon à assurer une protection convenable du produit.

Les matériaux utilisés à l'intérieur du colis doivent être neufs, propres et de qualité telle qu'ils ne puissent causer d'altérations externes ou internes aux produits. L'emploi de matériaux, et notamment de papier ou timbres comportant des indications commerciales, est autorisé sous réserve que l'impression ou l'étiquetage soit réalisé à l'aide d'une encre ou d'une colle non toxique.

Les étiquettes apposées individuellement sur les produits doivent être telles que, lorsqu'elles sont retirées, cela n'entraîne ni traces visibles de colle, ni défauts de l'épiderme.

Les colis doivent être exempts de tout corps étranger.

### C. Présentation

Les ananas peuvent être présentés :

- Couchés horizontalement dans le colis ;
- En position verticale dans le colis, couronnes vers le haut.

## VI. DISPOSITIONS CONCERNANT LE MARQUAGE

Chaque colis doit porter, en caractères groupés sur un même côté, lisibles, indélébiles et visibles de l'extérieur les indications ci-après :

FFV-49 : Ananas

### A. Identification

Emballeur et/ou expéditeur

7)

Nom et adresse ou identification symbolique délivrée ou reconnue par un service officiel

### B. Nature du produit

- « Ananas », si le contenu n'est pas visible de l'extérieur ;
- Nom de la variété et/ou du type commercial (facultatif) ;
- Absence de couronne, clairement indiquée le cas échéant.

### C. Origine du produit

- Pays d'origine et, éventuellement, zone de production ou appellation nationale, régionale ou locale.

#### D. Caractéristiques commerciales

- Catégorie ;
- Nombre de fruits ;
- Echelle de poids ou code de calibrage reconnu (facultatif) ;
- Code de coloration (facultatif) ;
- Tare (facultatif) ;
- Poids net (facultatif) ;
- Indication « conserver à 8 °C » (facultatif).

#### E. Marque officielle de contrôle (facultative)

Publiée en 2003

7 Selon la législation nationale de certains pays, le nom et l'adresse doivent être indiqués explicitement. Cependant, lorsqu'on utilise une identification symbolique, l' « emballer et/ou expéditeur (ou les abréviations équivalentes) » doivent être indiqués à proximité immédiate de cette norme.

8 Exemple de « code de calibre reconnu » couramment utilisé dans le commerce :

A5 : – fruit de 2 101 à 2 400 grammes

A6 : – fruit de 1 801 à 2 100 grammes

A8 : – fruit de 1 501 à 1 800 grammes

B9 : – fruit de 1 301 à 1 500 grammes

B10 : – fruit de 1 101 à 1 300 grammes

C12 : – fruit de 901 à 1 100 grammes

D14 : – fruit de 701 à 900 grammes.

FFV-49 : Ananas

## RÉFÉRENCES

- FRUITROP Magazine, dossier ananas Novembre 2019 et Novembre 2018
- Ananas; CNUCED (2016)
- CBI Pineapple product fact sheet
- FAO, The market for Organic and fair-trade pineapples, (September 2009)