DOSSIER SOUMIS AU F3E n° 79 EP

PROMOTION DES PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES AFRICAINS SUR LES MARCHES BIOLOGIQUES EUROPEENS

Le cas des fruits séchés du Cameroun

LISTE DES ANNEXES TECHNIQUES

I.a. : Rappel des termes de références de l'étude

I.b. : Compte-rendu de l'atelier 1

I.c. : Compte-rendu de l'atelier C de concertation

II.a. : Descriptif des acteurs du Bio dans la filière « Produits séchés »

II.b. : Extrait du rapport d'études sur les marchés européens biologiques

IV.a. : Description d'un cahier des charges type d'importateurs.

IV.b. : Note de cadrage du R.I.E.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Annexe I.a. :

Rappel des termes de références de l'étude

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

L'ETUDE PREALABLE

OBJECTIFS

Le cadrage de cette étude repose sur 3 axes stratégiques :

- Cibler la demande des marchés biologiques européens (France, Allemagne) pour les produits séchés sélectionnés,
- Analyser les contraintes et les besoins du secteur « P.A.A. biologiques » sur la base d'un panel d'entreprises.
- Etudier la faisabilité de mise en oeuvre du dispositif au niveau d'ASPABIC.

TERMES DE REFERENCES DE L'ETUDE

◊ *Contact clients*

Jusqu'à aujourd'hui, les différentes études (1,2 ,4) ont permis progressivement d'identifier une liste d'importateurs potentiellement interéssés par des P.A.A biologiques d'origine tropicale. Ce marché reste néanmoins beaucoup plus confidentiel sur ce type de produits que le « conventionnel ». Le contact direct avec les opérateurs est donc nécessaire pour avancer dans le travail d'investigation. C'est pourquoi l'étude consistera en une analyse auprès des importateurs, industriels pré-identifiés[1] de leur demande parmi les produits sélectionnés afin de faire ressortir aujourd'hui les potentialités d'accès sur ces marchés.

Résultats attendus : attentes exprimées face à l'offre existante, détails du cahier des charges par produit (caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques), perspective quantitatives (prix / volumes).

◊ *Diagnostic « ressources et contraintes locales » du secteur.*

La diversité des acteurs locaux et les difficultés d'assimilation de la réglementation CEE n° 2092/91 sont un frein au développement du secteur. Pour y apporter un appui structurant, l'étude préalable passe par une analyse de terrain pour diagnostiquer :

- les aspects amont de la filière (potentialité et qualité de la matière première ; gestion de l'approvisionnement),
- les aspects techniques de production (systèmes de séchage et leur environnement),
- les aspects aval de la filière (approche des marchés visés, stratégie de commercialisation).

[1] Annexe II-6

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

La démarche d'étude associe une double approche « filière et participative ». Un atelier de concertation introductif permettra de présenter les objectifs et la démarche de l'étude aux entreprises.

Résultats attendus : Collecte et exploitation des informations nécessaires pour dégager les besoins sectoriels et établir une série de propositions techniques aux opérateurs dans le cadre de développement de leurs activités.

◊ *Etude de la mise en oeuvre du dispositif d'appui*

Pour répondre à la diversité des situations, le dispositif d'appui doit reposer sur une structure locale capable de professionnaliser les acteurs. Une association de promotion comme ASPABIC peut jour ce rôle. En l'associant à la définition des stratégies possibles d'intervention, l'étude servira à évaluer les moyens à mobiliser au sein d'ASPABIC en rapport avec ses capacités existantes et sa stratégie interne.
Ce processus sera ponctué par un atelier final de concertation avec les professionnels du secteur afin d'assurer un échange d'expériences et la mutualisation des moyens (regroupement d'intérêts) pour accéder aux marchés.
Les propositions dégagés seront discutés avec les partenaires financiers préssentis et à rechercher.

Résultats attendus : Schéma directeur d'appui au secteur des P.A.A biologiques sélectionnés. Elaboration des stratégies et moyens d'intervention.

Annexe I.b. :

Compte-rendu de l'atelier 1

- Version papier -

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Annexe I.c. :

Compte-rendu de l'atelier 1 de concertation

- Version papier -

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Annexe II.a. :

Descriptif des acteurs du Bio dans la filière « Produits Séchés »

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

HISTORIQUE

Le développement de la filière biologique au Cameroun est l'œuvre de quelques acteurs. On pourrait situer les premières transactions dans les exportations des produits biologiques au début des années 90. Le pionnier dans le secteur bio est l'entreprise EXABIO éclatée en deux entités TPA/EXODOM et EXPORT-AGRO.

Créée en 1987 par deux amis, Jean-Pierre IMELE et Jean-Martin TETANG, EXABIO exportait à ses débuts des fruits frais exotiques dans les marchés ethniques de l'Europe. Quelques 200 à 300 kg de produits étaient ainsi exportés chaque semaine.

C'est alors que les promoteurs découvrent l'opportunité que représentait la diversification vers les produits biologiques. Les premiers produits biologiques commercialisés seront essentiellement des produits de cueillette (mangue, banane « batié ») reconnus comme biologiques par la structure de certification ECOCERT.

La demande de produits croîtra assez rapidement pour atteindre plus de 5 tonnes de produits frais par semaine. Aussi, ne pouvant satisfaire cette demande, les promoteurs comprendront très vite qu'il fallait développer l'amont agricole. Ils s'investiront dans la vulgarisation par le biais de l'Association de Promotion de l'Agriculture Biologique au Cameroun (ASPABIC) avec l'appui de Mme BOMIA alors inspectrice d'ECOCERT. L'association se propose d'informer et d'encadrer les producteurs de la filière.

Partis des produits frais, la volonté d'optimisation de la production par une valorisation des écarts de triage des fruits à l'exportation, emmène les promoteurs à s'engager sans trop de succès dans le séchage. Plusieurs séchoirs commandés auprès des artisans locaux permettront d'écouler sur les marchés de produits de qualité inférieure. Aussi, à la suite des résultats mitigés les promoteurs préfèreront sous-traiter cette fonction en achetant des produits séchés auprès des entreprises certifiées dans un projet commun.

En 1999, les volumes exportés du Cameroun étaient estimés à plus de 26 tonnes de fruits séchés. Une moyenne de 10 tonnes de fruits frais (ananas, banane, mangue, papaye) ont été expédiées chaque semaine au cours de la même année.

Les principaux producteurs de la filière sont :

- TPA et EXPORT-AGRO nées de la scission d'EXABIO ;
- AGRO-BIO initialement certifiée EXODOM
- TPN entrée dans le séchage sur financement TPA/EXODOM ;
- KLYNE-FOOD certifiée EXODOM ;
- TALESS (fabricant de séchoir et producteur)
- SYMU et DOGPASS du groupe TERRESPOIR, structure faîtière des producteurs.

Si les volumes ont sensiblement augmenté au fil des années à la faveur des prix initiaux plus stimulants (8000 FCFA/kg de mangue séché en 1997 contre 4500 en 2000), force est de reconnaître que l'engouement pour cette production s'enlise avec le nivellement des prix vers les prix du marché conventionnel.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

PAYSAGE DE LA FILIERE

I-0 TYPOLOGIE DES PRODUITS

La typologie des produits biologiques camerounais commercialisés sur les marchés européens a évolué assez rapidement. Partant des fruits frais (ananas, banane, mangue, papaye, avocat, gingembre...), la gamme s'est élargie aux produits séchés (ananas, banane, mangue) et jus de fruits. Depuis 1998, certains opérateurs se sont engagés dans les produits de rente à l'instar du café et du cacao.

Les formes de fruits séchés commercialisées sont :

- Ananas en tranches et rondelles sans cœur ;
- Banane entière ;
- Mangue en tranches ( ) .

Ces produits sont conditionnés dans des emballages bicouches de 5 kg et 250 g puis encartonnés.

En terme de volume, la banane est premier produit vendu (11 tonnes) suivie de l'ananas (9 tonnes) ; la mangue connaît une ascension rapide en terme de volume du fait de ses qualités organoleptiques appréciées.

I-1 ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL

Le secteur agricole a joué un rôle moteur dans l'économie du Cameroun; il représentait au début des années 1980 une bonne fraction du PIB (environ 30%) ; générait plus du tiers des recettes en devises en assurant une relative sécurité alimentaire aux populations.

Durement touché par la crise qui a affecté l'ensemble de l'économie du fait de la baisse drastique des cours mondiaux de ses principaux produits d'exportations au cours des années 80 (café, coton, cacao, hévéa), le secteur agricole camerounais a connu une stagnation voire une régression de la majorité de ses produits.

En 1990, le Gouvernement de la République du Cameroun a adopté une nouvelle politique agricole s'articulant autour de :

- Privatisation progressive des activités de développement de l'agriculture ;
- La responsabilisation accrue des agriculteurs ;
- La diversification de la production.

Cette stratégie de diversification soutenue par des bailleurs de fonds de la coopération bilatérale et multilatérale (UE, ACDI) dans le cadre du Projet de Diversification des Exportations Agricoles PDEA consistait à promouvoir les produits non traditionnels (oignons, pomme de terre, fruits et légumes, maïs, noix de cajou). La production biologique pourrait bien s'inscrire dans cette diversification

Cette production biologique était il y a une dizaine d'année inconnue de la majorité des opérateurs actuels. Elle s'est organisée au travers de la structure de certification ECOCERT et de l'Association ASPABIC constituée autour d'un noyau d'opérateurs d'amis. Tous les opérateurs actuels se sont connectés sur le marché européen par le canal des structures de certification (ECOCERT, HIMO...).

I-2 EXPLOITANTS AGRICOLES

Les deux principaux bassins de production de la filière sont :

- La province du littoral organisée autour de Douala, ville portuaire disposant d'un aéroport international. Ce bassin se connecte sur d'autres zones de production dans l'Ouest et le Sud-Ouest du pays ;
- La province du Centre, autour de Yaoundé, siège des institutions dotée d'un aéroport international. Son climat de type équatorial et ses sols relativement jeunes sont propices à l'agriculture biologique.

Les parcelles du Centre sont à dominante ananas. Les surfaces cultivées par les 5 opérateurs répertoriés sont inférieures à 5 hectares.

Dans la province du Littoral on observe un nombre plus important de producteurs. Près d'une centaine de producteurs biologiques dont plus de 60% appartenant au réseau TERRESPOIR assurent les besoins des unités de transformation. Les surfaces cultivées sont assez variables; elles vont de l'hectare à des dizaines d'hectares. Les surfaces plantées de ce bassin sont estimées à 200 hectares.

Les spéculations biologiques cultivées sont l'ananas, la banane, la papaye. L'ananas et la banane sont disponibles toute l'année. La papaye est relativement saisonnière ; rares sont les producteurs pratiquants de la culture de contre-saison par un recours au système d'irrigation. Les manguiers sont disséminés dans des plantations paysannes de polyculture.

Les parcelles d'ananas sont fertilisées avec de la fiente ou de la drêche des brasseries. Les problèmes parasitaires apparaissent; les méthodes de lutte ne sont pas systématiques. Pour les combattre, les producteurs utilisent des extraits de graines de neem, de tabac ou procèdent à des mises en quarantaine.

La majorité des producteurs ont bénéficié de l'appui technique de l'ASPABIC. Cette Association de promotion qui dispose de vulgarisateurs n'avait pas une expérience éprouvée en matière d'encadrement dans la culture biologique. Les premiers résultats n'ont pas été à la hauteur des attentes. Toutefois, les problèmes rencontrés ont été progressivement solutionnés. Un itinéraire technique de la conduite d'une parcelle d'ananas a été mis au point et vulgarisé.

Les parcelles biologiques conduites jusqu'ici s'inscrivent plus dans un processus de recherche développement. Plusieurs exploitants ne rentreraient pas dans leurs coûts et distribuent une bonne fraction de leur production dans les marchés au prix des produits conventionnels.

A la récolte les producteurs et les clients ne s'accordent pas toujours sur les prix et la qualité des ananas. Les plages de prix aux producteurs bord champ sont de l'ordre de :

- 100 à 200 FCFA /Kg pour l'ananas
- 100 à 250 FCFA/kg pour la mangue
- 100 à 150 FCFA/kg pour la banane
- 200 à 300 FCFA/kg pourla papaye

Les matières premières sont disponibles, mais les prix sont parfois élevés au risque d'éroder les marges bénéficiares des transformateurs.

I-3 SECHEURS

5 sécheurs couvrent l'essentiel des besoins des exportateurs camerounais de fruits séchés biologiques :

- TPN
- KLYN FOOD
- TALESS
- SYMU (membre de TERRESPOIR)
- DOG-PASSI (membre de TERRESPOIR)

EXPORT-AGRO a suspendu la production de fruits séchés en 1999 afin de la moderniser pour répondre aux exigences de qualité de ses clients. Le volet production des fruits séchés du groupe TALESS initialement incubée chez KLYNE FOOD a démarré en mars 2000.

La production commercialisée des sécheurs camerounais au cours de l'année 1999 était d'environ 26 tonnes pour 110 millions de FCFA.

Les *capacités journalières* de séchage **en kg** sont les suivantes :

	TPN	DOG-PASSI	SYMU	KLYNE	TALESS	**Cumul**
Ananas	27	10	15	18	54	**124**
Banane	53	14	ND ~30	30	90	**217**
Mangue	32	10	ND ~15	16	48	**121**

Trois produits semblent aptes au séchage (ananas, banane, mangue). Les essais sur la papaye n'ont pas été toujours probants.

Pour *une organisation*[2] *de la production sur les 12 mois dont 4 mois pour les mangues, 4 mois pour la banane, et 4 mois pour l'ananas,* la capacité cumulée est de :

- 9,9 tonnes d'ananas / an
- 17,4 tonnes de banane / an
- 9,7 tonnes de mangue / an
- **37 tonnes / an**

En faisant abstraction du niveau de qualité, cette capacité des sécheurs couvre à peine les besoins potentiels du seul exportateur TPA/EXODOM.

Le cadre de production et les pratiques de production et d'hygiène ne sont pas conformes aux prescriptions du cahier des charges bio. Les plans de masse des unités ne respectent pas le principe de la marche en avant et induisent des risques sanitaires. La salle de préparation des fruits n'est pas généralement protégée contre les insectes et autres parasites ou rongeurs.

Le niveau de qualité est assez disparate. Les produits issus des séchoirs électriques (TPN, KLYN, TALESS) sont de qualité supérieure de ceux des séchoirs à gaz (SYMU et DOG-PASSI). Pour les premiers, les pertes après séchage sont négligeables; les derniers enregistrent des rebuts de l'ordre de 10%.

Les cycles de séchage varient avec le niveau de remplissage du séchoir:

- 24 à 40 heures pour l'ananas ;

[2] Organisation indexée sur la demande et le calendrier agricole et mois de 20jours effectifs de production.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

- 24 à 48 heures pour la mangue
- 48 à 72 heures pour la banane

Les coûts énergétiques vont de 150 FCFA à 500 FCFA par kilogramme de fruit sec.; les plus faibles sont observés sur les séchoirs à gaz. Les séchoirs électriques actuels n'ont pas été éprouvés. Des axes d'optimisation de la consommation énergétique restent à élucider (par une bonne circulation de l'air – maîtrise de débit pour un temps de contact optimal de l'air chaud et des produits).

Le processus de séchage est relativement maîtrisé. La phase critique de séchage est celle de montée en température. Plus la température de consigne est atteinte assez rapidement, plus les risques de brunissement sont évités. Les conditions et méthodes de stockage post-séchage dans des sacs bicouches ou des caisses de polystyrène réduisent les risques de ré humidification.

Toute la production des sécheurs est essentiellement dédiée à l'exportation. Des tentatives d'écoulement des produits de second choix sur le marché local sont en cours.

L'ancien responsable de TERRESPOIR s'est essaimé en 1999 en créant FRUIT-BIO-CA.

EXPORT-AGRO, autre potentiel sécheur compte s'équiper d'un déshumificateur d'une capacité journalière de 100 tonnes de produits séchés.

I-4 EXPORTATEURS

Les deux principaux exportateurs connectant la production de fruits séchés camerounais sur le marché européen sont :

- TPA/EXODOM
- TERRESPOIR

TPA filiale d'EXODOM relaie la distribution auprès d'un important réseau de clients. Les produits TPA vendus sous le label EXODOM et certifié par ECOCERT sont re dispatchés dans la majorité des pays de l'Europe.

TERRESPOIR, structure faîtière des producteurs, transformateurs centralise les commandes de son principal client CLARO du réseau du commerce équitable et les ventile selon le principe de quota à ses membres..

Les prix aux sécheurs sont les suivants :

- 1800 à 3500 FCFA/kg de banane;
- 4000 à 5000 FCFA/kg d'ananas;
- 4000 à 5000 FCFA/kg de mangue;
- 4000 à 4550 FCFA/kg de papaye.

Les delais de règlement vont du comptant à 30 jours date de facturation.

Si TERRESPOIR est limité en terme de volumes commandés, TPA par contre a des difficultés à satisfaire ses besoins auprès de ses fournisseurs actuels (TPN, KLYN, ET TALESS).

I-5 TRANSPORTEURS

Le seul mode d'exportation utilisé par les exportateurs est la voie aérienne. Deux compagnies disposent d'une bonne capacité d'affretage (Camair et Suisse Air). Les exportateurs bénéficient d'un

tarif préférentiel de 350 FCFA/Kg auprès de Camair. Ce coût comparé au coût du marché (600 FCFA) est un facteur de compétitivité de l'origine Cameroun.

La voie maritime est peu empruntée; ceci s'expliquerait en partie par la modicité des volumes et les délais de transport (~1 mois) relativement long. Cependant, elle constituerait une bonne alternative pour les unités de commande plus importantes (1 container). Les coûts de frêt d'un container de 20 pieds rendus ports européens (Marseille, Hanvers) sont de l'ordre de 1 million FCFA.

I-6 EQUIPEMENTIERS

Si la filière des produits séchés paraît relativement jeune au regard de l'expérience des acteurs, le séchage a toujours été perçu comme une solution idéale à la conservation des denrées périssables. Beaucoup d'entrepreneurs camerounais ont bien voulu se lancer dans l'activité sans trop de succès.

Les principales causes d'échec sont :

- Le démarrage de l'activité sans études préalables (marché, approvisionnement, financière) ;
- L'inefficience des séchoirs achetés auprès des artisans locaux qui n'avaient aucune expérience en matière de fabrication (pertes énormes de produits et consommation énergétique élevée)

Deux groupes de fabricants camerounais se distinguent par la relative efficacité de leurs appareils.

Ce sont :

- Les promoteurs de TPN;
- Le Groupe TALESS.

Tous ont déjà intégré la fabrication des produits séchés. Si pour TPN le séchage devient une activité principale, le second l'inscrit dans son processus de recherche-développement. Le dernier modèle de séchoir TALESS ne serait pas encore au point; le fabricant avance progressivement dans ses essais d'optimisation avec les trois produits phares (ananas, banane, mangue). Il compte le mettre à la disposition du public avant la fin de l'année 2000.

Cette offre d'équipement sera accompagnée d'un service après vente sous forme d'assistance technique au démarrage des unités.

I-7 FINANCIERS

Au fil des années, le Cameroun a été sevré des institutions financières apportant un concours aux activités agricoles. Après la fermeture de la BCD, le FONADER et le FOGAPE ont subi le même sort. Le défunt Crédit Agricole du Cameroun créé pour remédier à cette carence a fonctionné moins de sept années.

De la dizaine les banques classiques que compte le Cameroun seules la BICEC et la CCEI-BANK sont engagées dans l'appui aux activités agricoles. La CCEI-BANK à travers son réseau de MC2 financent les activités agricoles. La BICEC finance le réseau des caisses villageoises par des ressources mises à sa disposition par l'Agence Française de Développement. La BICEC est prête à ouvrir une ligne de crédit en son sein pour répondre aux besoins de financement des opérateurs de la filière (frais, fruits séchés).

I-8 CERTIFICATEURS

Deux structures de certification de produits biologiques opèrent sur l'étendue du territoire camerounais : ECOCERT-FRANCE et HIMO Suisse.

Elles devraient veiller à travers des contrôles aux différents maillons de la filière du respect des normes de production et de l'authenticité biologique des produits. Les contrôles sont plus élaborés pour la production agricole, il convient de signaler que les autres maillons sont délaissés.

Le relais local ECOCERT ne dispose pas de moyens matériels ou d'outils pour s'attaquer à la contrefaçon perceptible au vu des volumes commercialisés comparés aux surfaces cultivées. Des recoupements au travers des informations sur les parcelles certifiées et des quantités vendues constitueraient des premières mesures pour remédier à cette gangrène qui ronge progressivement la filière.

Le double statut du relais local d'ECOCERT à la fois présidente de l'ASPABIC et inspectrice ECOCERT n'est pas de nature à renforcer le professionnalisme des producteurs. L'inspectrice très impliquée dans la vulgarisation est peu enclin à réprimer de façon sévère les contrevenants.

Le coût de la certification de 2 millions FCFA n'est pas à la portée des petits opérateurs.

I-9 ASPABIC :

Créé en 1997, l'Association de Promotion de l'Agriculture Biologique compte 24 membres composés de :

- Agriculteurs ;
- Transformateurs ;
- Exportateurs des produits biologiques ;
- Techniciens .

Elle s'est donnée pour objectif d'organiser la filière et de promouvoir l'agriculture biologique en renforçant les capacités techniques de ses membres au travers de l'information, la formation et la mise en relation des acteurs.

Si en quelques années l'association a pu vulgariser et défendre les intérêts de ses membres, force est de reconnaître qu'elle est limitée sur le plan matériel et financier. L'ASPABIC est actuellement incubée chez son Président faute de ressources financières. Le taux d'absentéisme aux réunions de ses membres est un indice de désintérêt faute de véritables actions ayant un effet perceptible sur l'activité des membres actifs.

Annexe II.b. :

Extrait du rapport d'études sur les Marchés européens biologiques

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

GERES

Etude de Marché

LES PRODUITS TROPICAUX SÉCHÉS BIO

FRANCE, ALLEMAGNE , PAYS-BAS

à l'attention des producteurs

Juin 1999

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

SOMMAIRE

NOTE PRELIMINAIRE .....

1. LE MARCHE DU BIO EN EUROPE .....

1.1 LE BIO: UNE REPONSE AU CONSOMMATEUR INQUIET .....
1.2 LA CERTIFICATION ET L'ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL 23

2. LES MARCHES .....

2.1 ORGANISATION GENERALE DES MARCHES ET TYPES D'OPERATEURS .....
2.2 LA FRANCE : UN MARCHE A FORT POTENTIEL .....
2.3 L'ALLEMAGNE : LE PAYS DU BIO .....
2.4 LES PAYS-BAS : LA PORTE DE L'EUROPE 37

3. LES PRODUITS .....

3.1 LES FRUITS SECHES TROPICAUX SUR LE MARCHE BIO .....
3.2 EPICES ET HERBES AROMATIQUES .....

4. LES OPPORTUNITES .....

CONCLUSIONS .....

BIBLIOGRAPHIE .....

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

NOTE PRELIMINAIRE

L'étude présentée dans ce document porte sur les marchés bio des produits séchés tropicaux. Les produits étudiés sont:

- Ananas
- Banane
- Mangue
- Papaye
- Noix de coco
- Gingembre
- Piment
- Fleur d'hibiscus.

Ces produits proviennent exclusivement de pays à climat tropical et les pays producteurs connaissent des situations économiques peu favorables. Cette étude vise à mettre à la disposition des producteurs de produits frais des informations qui leur permettront de juger de l'opportunité de se diversifier dans le fruit *séché* et *certifié bio* et sur la stratégie à adopter pour pénétrer ces marchés.

Le travail de recherche a été réalisé sur trois marchés européens:

- La France
- L'Allemagne
- Les Pays-Bas.

Ce choix est motivé par la taille importante de ces marchés et, pour la Hollande, par la place du commerce hollandais dans ce secteur.

En l'absence de toutes données statistiques sur ces marchés, on s'est attaché à comprendre leur fonctionnement et leur évolution à travers des contacts avec les opérateurs actifs. Ces contacts ont été établis au SIAL en octobre 1998, à Bio Fach en février 1999, puis par téléphone. D'autres études ou articles de presse spécialisée ont également permis de cerner le marché du bio dans ces trois pays.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

1. LE MARCHÉ DU BIO EN EUROPE

1.1 LE BIO: UNE RÉPONSE AU CONSOMMATEUR INQUIET

L'Union européenne est le marché au monde le plus important pour les produits Bio. L'Allemagne représente la plus grande part de la consommation. De façon générale, l'Europe du Nord et l'Autriche sont les pays les plus demandeurs. En moyenne, on estime que 1% de la consommation alimentaire globale s'adresse aux produits bio.

Au cours des 10 à 15 dernières années, l'argument de santé, de qualité de vie et de protection de l'environnement a eu une influence grandissante sur le consommateur européen. Les pays du nord de l'Europe ont été plus particulièrement concernés par cette nouvelle tendance qui a été renforcée par les récents scandales alimentaires ("Vache folle" ou plus récemment dioxine).

Les raisons principales qui attirent le consommateur vers les produits bio sont multiples[3]:

- Une meilleure santé: argument principal;
- La protection de l'environnement
- Facteurs socio-économiques et démographiques et défense de valeurs faisant appel à la notion de commerce équitable: les adultes entre 25 et 50 ans, disposant de revenus et d'un niveau d'éducation supérieur à la moyenne sont les clients typiques de produits bio.
- La confiance dans le produit labellisé (subsiste toutefois le problème de la multiplication des termes - bio, vert, écologique, naturel, etc. - induisant une certaine confusion).

Pourtant, l'évolution du marché, que l'on prévoyait rapide, reste limitée à cause notamment:

- des prix très élevés;
- de la faiblesse de l'offre;
- de la faible implication des réseaux de distribution classiques.

Alors que l'offre s'étoffe et que les réseaux de grande distribution commencent à s'intéresser sérieusement au bio en développant par exemple des marques propres, le prix reste un frein de taille à la croissance du marché bio.

[3] *Source:* "Health Foods, a compact suvey of The Netherlands and of the European market in general",CBI, 1997

Les canaux de distribution fonctionnent différemment d'un pays à l'autre en Europe: alors que les supermarchés "conventionnels" vendent la majeure partie des produits bio au Royaume-Uni, au Danemark et en Autriche, ce sont principalement des magasins spécialisés qui assurent la distribution de ces produits en Allemagne, en France et aux Pays-Bas.

En distribution, le bio reste fortement lié à la diététique: les linéaires des grandes surfaces mettent côte à côte produits bio et produits diététiques et les magasins spécialisés commercialisent les deux types de produits. Il se pourrait que cette confusion constitue une barrière à l'accès de certains clients intéressés par le bio pour des raisons de protection de l'environnement mais indifférents à la diététique.

Depuis le début des années 90, le marché de l'alimentation biologique a augmenté rapidement dans les pays du Nord de l'Europe, et en particulier en Autriche, en Allemagne, au Danemark, en Suède et au Royaume-Uni. Les taux de croissance les plus élevés sont à attendre désormais d'une seconde vague touchant les pays méridionaux: le taux de croissance en France est estimé à 20% par an alors qu'il passe en dessous de la barre des 10% en Allemagne.

La saisonnalité des fruits séchés bio suit celle des fruits séchés en général: la haute saison se situe dans les mois précédent Noël. Certains opérateurs affirment pourtant ne pas constater de saisonnalité particulière sur ces produits.

1.2 LA CERTIFICATION ET L'ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL

L'IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), organisation mondiale créée en 1972, regroupe les partenaires du monde entier ayant une implication dans le secteur de l'agriculture biologique, de la production à la promotion, en passant par la certification, la recherche et la formation. A travers un programme d'accréditation de certification, l'IFOAM tente de pallier au manque de garanties offertes par le système actuel de certification au niveau mondial dont de nombreux opérateurs se plaignent.

Au niveau européen, les certifications sont régies par les directives de l'Union européenne: la directive du Conseil (EEC) 2092/91 établit les standards de production et de labellisation. Tous les produits bio commercialisés sur le sol européen doivent impérativement répondre à cette norme.

Concernant les produits importés, seules les normes Argentine, Australienne, Hongroise, Israélienne et Suisse sont reconnues en Europe. Pour les autres pays, les produits doivent être certifiés par un organisme reconnu en Europe comme bureau d'inspection dans les pays tiers:

- Pour la France, Ecocert International est le seul organisme habilité à certifier des produits importés. Il existe toutefois une vingtaine d'organismes opérant exclusivement sur le

territoire national. Le label national du Ministère de l'Agriculture utilisé en France est AB, auquel s'ajoutent les labels de l'organisme certificateur;

- Pour les Pays-Bas, Skal est l'unique organisme certificateur, aussi bien au plan national qu'au plan international. Skal utilise le label EKO;

- Pour l'Allemagne, pays fédéral, la situation est beaucoup plus contrastée: chaque Land a ses propres réglementations en la matière auxquelles se réfèrent plusieurs organismes certificateurs. Il en résulte une situation extrêmement concurrentielle qui ne bénéficie pas toujours au marché du bio, tant en termes de qualité qu'en termes de transparence pour le consommateur. Cinq organismes sont habilités à certifier des produits importés: BCS (+ QAI), Ecocert International, QCI, LACON et IMO.

En juin 1999 entrera en vigueur une nouvelle norme européenne EN 45011 (correspondant au guide ISO/CEI 65) portant sur les exigences relatives aux organismes procédant à la certification de produits. Cette norme s'applique à l'ensemble des organismes gérant un système de certification, y compris donc aux organismes de certification bio. Cette norme renforce les exigences en matière d'organisation, de fonctionnement, de système qualité, de procédures d'octroi de la certification et impose un tel niveau de gestion que les petits organismes ne pourront survivre à son application. Une simplification substantielle du paysage des organismes de certification bio est donc à prévoir dans les mois à venir au gré des fusions ou disparitions de petits organismes.

L'entrée en vigueur de cette norme devrait surtout permettre une meilleure garantie de la certification tant critiquée actuellement par de nombreux opérateurs. L'organisme SKAL, mais aussi certains allemands, sont taxés de laxisme par certains opérateurs, français notamment: alors que l'importation de produits bio est refusée par les autorités françaises pour manque de garanties sur la qualité, les autorités hollandaises et allemandes semblent moins regardantes et laissent rentrer ces mêmes lots sur le territoire de l'Union européenne. Ceci explique en partie le rôle prépondérant de ces pays, et surtout de la Hollande, dans l'importation de produits bio en Europe.

2. LES MARCHÉS

2.1 ORGANISATION GÉNÉRALE DES MARCHÉS ET TYPES D'OPÉRATEURS

2.1.1 COMMERCE EQUITABLE OU SIMPLE PROFIT

Une critique communément répandue concerne la multiplicité des intermédiaires entre le producteur et le consommateur, multiplicité que l'on rend responsable du niveau élevé des prix. Ceci est plus ou moins vrai selon les pays et on constate de façon générale une intégration fréquente des fonctions d'importation et de transformation, voire de grossiste.

Les opérateurs travaillant sur le marché du bio sont le plus souvent spécialisés dans ce type de produits. Les fruits séchés tropicaux sont importés et transformés par des opérateurs du secteur bio, et peu par des opérateurs en fruits séchés conventionnels qui se diversifieraient vers le bio. Au contraire, il arrive aux opérateurs du secteur bio de faire des affaires sur des produits conventionnels. De ce point de vue, on constate que **le bio est un métier en soi**, avec ses propres réseaux, ses propres contraintes et opportunités.

Parmi les opérateurs se distinguent deux catégories à l'approche très différente:

- les opérateurs réalisant du commerce pur avec pour objectif affiché la réalisation d'un profit;
- les opérateurs se réclamant du commerce équitable.

Le commerce équitable (Fair Trade)

Le commerce équitable réunit des organismes et entreprises se présentant comme des partenaires d'un développement durable respectueux de l'environnement physique et humain.

Le commerce équitable est représenté par une organisation non gouvernementale internationale (Fair Trade Labeling Organization - FLO) qui chapeaute 17 organisations nationales. Chacune de ces organisations dispose d'un label reconnu par la FLO. Pour la France et la Hollande, il s'agit de "Max Havelaar"; pour l'Allemagne de "TransFair".[4]

Les critères du commerce équitable s'adressent autant au producteur qu'à l'importateur.

♦ Critères s'appliquant aux importateurs:

- **Relation commerciale directe** avec le producteur dans les pays en développement;
- **Prix garanti et prime** couvrant l'infrastructure sociale, le développement de ressources humaines, l'effort écologique et le développement de l'entreprise. Dans le cas de la banane fraîche, la prime est de US$1,75 par boite de 18,14 kg. Le prix minimum garanti est de US$7,25 par boîte, quelque soit le pays d'origine. En 1998, le prix de la boîte de bananes de République Dominicaine issue du commerce équitable était de US$8,50 FOB. Le même produit certifié bio se vendait au prix de US$11 FOB.[5]
- **Continuité** à travers la création de partenariats stables entre producteur et importateur. L'importateur paye le droit d'utiliser le label du commerce équitable.

♦ Critères s'appliquant aux producteurs:

- Pour les producteurs de bananes, inscription au registre international de la banane;
- Critère social (respect des règles du droit du travail telles que définie par le Bureau International du Travail)

[4] Max Havelaar est aussi le label utilisé en Belgique, en Suède, au Danemark, en Norvège et en Suisse; TransFair est le label utilisé en Autriche, Canada, Italie, Japon, Luxembourg et aux Etats-Unis.

[5] *Source:* Etude sur le commerce équitable pour les bananes **fraiches** réalisée par la FAO en vue de la réunion du groupe intergouvernemental sur les bananes et les fruits tropicaux, mai 1999

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

- Critère environnemental dans l'esprit de l'Agenda 21 (la certification bio n'est pas un critère).

La Fondation Good Food, avec une approche hollandaise et donc très commerciale du marché, a su allier les deux approches et se présente comme un partenaire de choix pour un producteur de taille modeste.

La Fondation Good Food

La Fondation Good Food est une association privée d'importateurs de produits bio créée en 1986 avec pour objectif de "stimuler, d'organiser, de subventionner, de gérer et de guider des projets dans le domaine de l'agriculture biologique, et d'y participer."[6] A l'origine de ce groupement se trouve la difficulté rencontrée par les opérateurs européens du bio à se fournir en produits bio en provenance de pays lointains et pour des prix abordables. Les produits principaux recherchés par la Fondation sont les fruits séchés, les noix et les graines.

Le principe appliqué par la Fondation Good Food est d'assister les producteurs et d'assurer l'écoulement de ses produits. Les produits sont importés et vendus séparément par chaque membre de la Fondation qui n'importe que très rarement elle-même. Les produits sont vendus sous les noms de marque des membres mais peuvent porter le logo de la Fondation Good Food.

Les membres de la Fondation Good Food sont Horizon et Doens Food Ingredients pour les Pays-Bas, Boyère pour la France et Rösner pour l'Allemagne (Ökovital). La Fondation Good Food entretient également d'excellentes relations avec d'autres opérateurs principaux du marché comme Rapunzel en Allemagne.

Les membres de la Fondation Good Food réunis détiennent une position de leader sur les marchés allemand, scandinave, français et anglais du fruit séché et de la noix. On estime à 80% la part du marché européen des fruits séchés et noix détenue par la Fondation Good Food, Rapunzel et Care (Morgenland) réunis.[7]

Ayant débuté ses activités en Turquie, la Fondation Good Food s'est maintenant développée en Ouganda, au Mozambique, au Bénin et au Salvador et est intéressée par le développement d'autres projets si l'occasion se présente.

[6] *Source* : Brochure Good Food Foundation
[7] *Source*: "Health Foods, a compact suvey of The Netherlands and of the European market in general", CBI, 1997

2.1.2 DES PRODUITS DE TOUS HORIZONS

A tous les niveaux de la chaîne, mais surtout au niveau du distributeur, on craint la rupture d'approvisionnement. Pour cette raison, les importateurs cherchent volontiers à mettre plusieurs flèches à leur arc, et à varier les sources d'approvisionnement possibles, diminuant ainsi le risque non maîtrisable de la mauvaise récolte. Il en va de même pour les transformateurs et distributeurs n'ayant pas de lien direct avec le producteur: ils choisissent leur importateur en fonction de réactivité à la rupture.

Les produits étudiés proviennent des groupes de pays suivants[8]:

- Asie: Sri Lanka et Inde, Philippines, Indonésie
- Afrique: Guinée Bissau, Tanzanie, Cameroun, Burkina Faso, Egypte, Togo
- Amérique centrale et du Sud: République Dominicaine, Honduras, Costa Rica, Chili, Guatemala.

A quelques rares exceptions près, les opérateurs européens se déclarent indifférents à l'origine du produit: leur soucis principal réside dans la capacité du producteur à fournir un produit de qualité dans les conditions déterminées à l'avance. Certains problèmes de communication dus à la langue peuvent pourtant freiner les opérateurs du nord de l'Europe dans leur prise de contact avec des producteurs d'Afrique francophone.

Les produits sont le plus souvent importés par voie de container et sont conditionnés en sachets de plusieurs kilos (de 5 à 40 kg selon les produits) ou en boites (vrac). Ils arrivent parfois conditionnés en sachets de 100 à 250 g (conditionnement final effectué sur place). Le transport se fait par bateau, très rarement par avion.

Les courtiers installés dans les pays (ou la région) facilitent les transactions entre producteurs et importateurs. On citera par exemple la société Mister Mango pour l'Afrique. Dans le cas du *commerce équitable*, l'importateur veillera à être directement en relation avec son fournisseur (cf paragraphe 2.1.1).

Les relations entre fournisseur et importateur sont généralement des relations commerciales "classiques", avec parfois un contrat d'exclusivité. Très rarement, un importateur européen prendra une part dans le capital de son fournisseur.

Au Sri Lanka, les producteurs se sont organisés en coopératives assurant l'exportation des produits de plusieurs sites de production. Très présents sur le salon Bio Fach grâce au soutien financier du gouvernement suisse, leurs produits, en particulier la noix de coco, sont très prisés par les importateurs hollandais et allemands et jouissent d'une très bonne réputation qualité. Les Sri Lankais ont clairement su tirer parti de l'offre faite par le gouvernement suisse, à travers son programme SIPPO, de mettre à la disposition des producteurs des pays en développement un grand stand pour la présentation de leurs produits. Etaient également réunis

[8] Les fiches produits au paragraphe 3 reprennent les origines par produit

sous cette bannière des producteurs d'Amérique Latine, d'Asie et d'Afrique du Sud. L'Afrique Occidentale était représentée par Tropex, Burkina Faso.

2.1.3 PRIX PRATIQUES ET ESTIMATION DES MARGES

On trouvera dans les tableaux ci-dessous un récapitulatif des prix obtenus des opérateurs à l'importation, à la vente au grossiste et au détail.

Prix à l'importation

Les prix s'entendent en francs par kilo
(les opérateurs n'ont pas toujours spécifié CIF ou FOB)

Produit	***Quantité importée***	***Origine***	***Prix à l'importation****
Ananas	4 à 5 tonnes 0,5 tonne	Honduras Sri Lanka	41,74 CIF 41,74
Banane	0,3 tonne	Guinée Bissau Honduras	44,72
Gingembre	moulu	Inde / Guatemala	30 à 35 FOB
Fleur d'Hibiscus		Afrique / Guatemala	45 FOB
Noix de Coco	30 tonnes 18 tonnes 10 tonnes	Sri Lanka Sri Lanka Sri Lanka	7,98 10,44 18,50
Mangue	1,5 tonne	Burkina Faso	59,63
Piment	0,5 tonne	Guatemala	40 FOB

* taux de conversion utilisé: taux de l'euro et 1 $ = 5,7 FF

Prix au distributeur / transformateur

Les prix s'entendent en francs par kilo

Produit importé	***Origine***	***Unité***	***Prix****
Ananas	Honduras	100 g	107,32 F

Banane	Honduras ? ? ?	100 g 250 g 500 g 1 kg (carton)	70,43 30,45 25,09 19,75
Noix de Coco	Sri Lanka ?	200 g (râpé) 25 kg (râpé) - vrac	22,64 19,75
Gingembre	? Sri Lanka Sri Lanka Tanzanie et Sri Lanka	50 g (moulu) 35 g (moulu) 1 kg (moulu) 30 g (moulu)	287 278 150 335
Thé à la Fleur d'hibiscus	? ? Egypte	100g 1 kg 50 g	184 127 201
Fleur d'hibiscus	Chili Chili	100 g 1 kg	124 97
Piment	? ? ? ? ?	60 g (non bio) 1 kg (non bio) 45 g (moulu et non bio) 1 kg (moulu et non bio) 1 kg (moulu et non bio)	141 80 153 60 84
Musli tropical		500 g 1 kg 12,5 kg	18,7 16,7 14,7

* taux de conversion utilisé: taux de l'euro et 1 $ = 5,7 FF

Aucun prix n'a été communiqué pour la mangue et la papaye.

La variété de ces prix entre concurrents s'explique en grande partie par la disparité dans la finition du produit. La différence, pour un même opérateur, entre le prix du produit fini ou quasi fini (c'est-à-dire à emballage en petite quantité) et le prix du vrac donne une idée de la valeur ajoutée considérable réalisée au moment du conditionnement (en pots pour les piments, en ballotins pour les thés, en sachets pour les fruits tropicaux). Cette importante valeur ajoutée révèle un coût de transformation important dû à l'introduction de matériaux de qualité (verre, papier,…) mais surtout, à la réalisation par de la main d'œuvre européenne puisque le **conditionnement est généralement sous-traité par les importateurs en Europe**.

D'après les tableaux ci-dessus, on peut calculer la valeur ajoutée sur les produits suivants:

Produit	Transformation	Valeur ajoutée
Banane	passage de conditionnement de	+54%

	1 kg à 250 g:	
Gingembre	passage de conditionnement de 1 kg à 34 g	+85%
Thé à la Fleur d'hibiscus	passage de conditionnement de 1 kg à 100 g	+45%
Piment	passage de conditionnement de 1 kg à 45 g	+155%

Prix au détail

Relevé des prix chez un détaillant parisien:

Produit	Provenance	Marque	Prix unité	Prix an kilo
Mangue séchée, lamelles	Guinée	Vijaya (Boyère)	25,50 F / 200 g	127,50 F / kg
Ananas séché, tranches	Guinée	Vijaya (Boyère)	25,50 F / 200 g	127,50 F / kg
Bananes séchées, chips	?	Vijaya (Boyère)	par 250 g	78 F / kg
Noix de coco râpée	République Dominicaine	Vijaya (Boyère)	par 250 g	66 F / kg

Entre le transformateur / grossiste et le détaillant, une nouvelle marge pouvant aller jusqu'à 100% est réalisée. Ces chiffres montrent l'ampleur des efforts à faire pour établir des relations commerciales équitables entre les opérateurs des pays producteurs et les opérateurs européens. Les opérateurs européens bloquent d'ailleurs eux-mêmes leur développement en appliquant ces marges qui, répercutées auprès du consommateur, constituent le frein majeur à la croissance du marché.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

2.2 LA FRANCE : UN MARCHÉ À FORT POTENTIEL

2.2.1 CARACTERISTIQUES GENERALES

Le marché français du bio est en plein essor, surtout depuis la crise de la vache folle qui a renforcé la sensibilité existante des français au lien alimentation-santé. La grande distribution s'ouvre aux rayons bio et les boutiques bio fleurissent un peu partout en France (avec une concentration plus marquée en région parisienne). Cependant le marché du bio reste de petite taille et ne représente que 0,5% du chiffre d'affaires global de l'agro-alimentaire. Son chiffre d'affaires avoisinerait 4 milliards de francs en 1998 (soit une progression de 26% par an depuis 1994)[9]. Pourtant, la production française bio n'arrive pas à faire face à l'augmentation de la demande et la France doit recourir massivement aux importations qui couvrent désormais un tiers des besoins.

En France, cinq organismes ont été agréés par les pouvoirs publics pour délivrer les certificats bio sur la base de la norme européenne 2092/91. D'autre part, le logo AB est une marque collective attribuée et gérée par le Ministère de l'Agriculture. Pour pouvoir apposer ce logo, les produits doivent être produits, transformés et conditionnés sur le territoire de l'Union européenne. Les fruits tropicaux séchés bio ne peuvent donc pas revêtir ce logo puisqu'ils sont importés de l'extérieur de l'Union européenne.

Toute importation en France de produits bio est soumise à une autorisation délivrée par le Ministère de l'Agriculture (Direction Générale de l'Alimentation). Pourtant, dans le domaine des fruits tropicaux séchés bio, les chiffres publiés par le Ministère (voir tableau ci-dessous) sont très inférieurs aux quantités effectivement vendues sur le marché français.

[9] *Source*: 60 millions de consommateurs, "manger bio meilleur pour la santé?" n°327, avril 99

Autorisations individuelles d'importation de produits biologiques provenant de pays tiers en 1998 :

Produits importés	Autorisations délivrées (en quantités)	Provenance
Bananes séchées	5 tonnes	Colombie
Ananas séchés	1 tonne	Colombie
Noix de coco séchées	1 tonne	Colombie
Fleurs d'hibiscus	25 tonnes	Sénégal

(Source : Observatoire national de l'agriculture biologique)

Les quantités de bananes, ananas et noix de coco effectivement vendues sur le marché français sont bien supérieures: en cumulant les quantités annoncées par les importateurs français, on peut estimer les quantités importées en France à:

Bananes:	environ 25 tonnes
Noix de coco:	environ 15 tonnes?
Ananas:	environ 6 tonnes
Mangue:	environ 2 tonnes
Piment:	0,5 tonnes

Les 25 tonnes d'hibiscus répertoriées comme importations françaises par le Ministère de l'Agriculture ne se retrouvent pas sur le marché bio français. Deux explications sont possibles: soit, elles sont destinées à d'autres pays membres de l'Union européenne, soit ce chiffre ne traduit pas une importation réelle (les demandes d'autorisation ne reflètent pas toujours une importation effective).

Les quantités de papaye et de gingembre importées en France sont minimes.

En réalité, de nombreux importateurs contournent le contrôle français en faisant transiter leurs marchandises par d'autres Etats membres de l'Union européenne (Pays-Bas ou Allemagne) où les organismes certificateurs ont la réputation d'être plus laxistes.

Plusieurs opérateurs émettent d'ailleurs des doutes concernant la certification des produits transitant par d'autres Etats européens (notamment les Pays-Bas, l'Allemagne et Danemark). Une plainte aurait récemment été déposée par la Direction Générale de l'Alimentation auprès de la Commission européenne concernant du café et du sucre repérés sur le marché français.

2.2.2 LES OPERATEURS

Les opérateurs du marché français des fruits tropicaux séchés bio sont nombreux et la chaîne de distribution relativement longue pour un si petit marché, ce qui explique en partie le niveau élevé des prix. Dans ce contexte, et étant donnée la surface du territoire français, les grossistes, comme Distriborg et Biocap, jouent un rôle pivot sur le marché.

Les importateurs

Quatre importateurs principaux se partagent le marché français : **Brugier le Sillon** (filiale de Distriborg, spécialiste des fruits secs), **Vijaya** (membre français de la Fondation Good Food), **Rapunzel France** (filiale de Rapunzel Allemagne) et **Richard de Nyons** (notamment en matière d'importation de bananes).

Mis à part Vijaya qui importe directement en France par avion la plupart de ses produits (sauf la noix de coco qui transite par les Pays-Bas via Horizon) et Rapunzel qui les fait venir d'Allemagne par camion, les autres importateurs font transiter leurs marchandises par la Belgique ou les Pays-Bas et utilisent les services d'autres importateurs européens.

Vijaya (comme tous les membres de la Fondation Good Food, basée aux Pays-Bas) et Rapunzel prônent une conception du commerce équitable avec les pays producteurs (conditions de travail, non concurrence aux cultures vivrières, développement durable, etc.).

D'autres importateurs moins présents complètent le marché français : **EXO-DOM**, **Markal** (qui importe des Pays-Bas via Do-It), et **CELNAT** (qui importe via les Pays-Bas).

Le conditionnement sous lequel arrivent ces différents produits varie d'un importateur à l'autre. Tous reçoivent du vrac et des sachets déjà conditionnés (de 100 à 250g).

Les marques sous lesquelles sont commercialisés leurs produits finaux sont Le Sillon (pour Brugier le Sillon), Vijaya, Distriborg, Rapunzel, Markal, EXO-DOM.

Seul importateur de piment bio répertorié en France, **Arcadie** a établi des contacts directs avec les producteurs à Madagascar et en Tanzanie mais connaît des difficultés d'approvisionnement. Les produits arrivent en France par bateau. Le produit final est vendu sous la marque Cook.

Les transformateurs

Les transformateurs présents sur le marché français des fruits tropicaux séchés bio sont les fabricants de mueslis, de barres céréalières et de biscuits. Les principaux transformateurs sont **Grillon d'Or, CELNAT, Favrichon, SENFAS, Le Pivert, les Biscuiteries de l'Abbaye, SARL Produits Hervé**. Tous s'approvisionnent en France (Vijaya, Markal, EXO-DOM), à deux exceptions près : CELNAT, qui achète ses ananas aux Pays-Bas et Le Pivert, qui achète la noix de coco à CARE en Allemagne.

Les marques de commercialisation de ces produits sont Grillon d'Or, CELNAT, le goût de la vie (Favrichon), SENFAS, Moulin du Pivert.

Les grossistes

Les grossistes spécialisés sont peu nombreux sur le marché français:

Plate-forme de distribution des 180 magasins Biocoop, **Biocap** achète ses produits à Vijaya et à Rapunzel (critère du commerce équitable mis en avant).

Les autres filiales de distribution du groupe Distriborg (**Distriborg** et **Bonneterre**) sont approvisionnées par Brugier le Sillon (qui est lui-même grossiste), sauf pour les bananes séchées que Bonneterre achète à Richard de Nyons.

Les détaillants

La grande distribution (**Carrefour**) ne s'est pas encore lancée dans ce type de produits puisqu'elle préfère pour le moment se consacrer aux produits bio de base et plus rentables (fruits et légumes frais) et moins sujets aux ruptures d'approvisionnement.

Les réseaux de détaillants sont en pleine expansion. Les plus importants sont **Biocoop** (180 magasins répartis sur tout le territoire français), **La Vie Claire** (120 magasins franchisés par Distriborg), **Naturalia** (10 magasins franchisés à Paris).

Il existe par ailleurs de nombreux autres magasins notamment à Paris (**L'élan nature, Les nouveaux Robinsons, Côté vert, Rayon Vert, Espace Bio Saint Charles**, etc.). Ce type de magasins se trouvent également dans les villes de province (ex: Satoris à Lyon, ou Bio-Monde dans le Sud-Ouest).

Tous ces détaillants s'approvisionnent soit chez des grossistes (Biocap par exemple) soit directement chez les importateurs (essentiellement Brugier le Sillon, Vijaya, EXO-DOM, et Markal).

Remarque : Biocoop délivre à ses fournisseurs un agrément qui correspond à un soucis d'information sur l'origine des approvisionnements (respect du commerce équitable), d'indépendance, de soutien de la production bio et de réduction du nombre d'intermédiaires.

2.2.3 UN POTENTIEL INTERESSANT

Si les opérateurs ne se montrent pas particulièrement enthousiastes quant à l'évolution de ce marché, c'est que ces produits ne représentent pas un volume assez important pour susciter un intérêt marqué. Les problèmes de qualité et d'approvisionnement grèvent un développement que le consommateur ne semble pas encourager.

Le marché du bio en général a encore un potentiel de croissance très important en France. Il est donc prévisible que la demande de produits tropicaux, sans atteindre des quantités vertigineuses, suivra simplement la courbe de développement du marché du bio, soit une perspective de croissance très confortable de 10 à 20% par an.

2.3 L'ALLEMAGNE : LE PAYS DU BIO

2.3.1 CARACTERISTIQUES GENERALES

Le marché allemand est de loin le marché le plus important pour les produits bio: les allemands, ainsi que leurs voisins du Nord, sont particulièrement sensibles aux questions d'environnement et d'écologie. Pourtant, les taux de croissance n'ont pu atteindre leur réel potentiel à cause notamment d'une faible ouverture des canaux de distribution à ces produits due à la crainte de la rupture en approvisionnement. En l'absence de réaction de la grande distribution, les magasins spécialisés (Naturläden et Reformhäuser) sont amenés à jouer un rôle primordial dans la distribution.

Les consommateurs allemands sont probablement les consommateurs européens les plus exigeants. Ils sont particulièrement sensibles à la méthode de production, aux labels de qualité, aux qualités naturelles et nutritives des aliments, au packaging peu polluant… La fraîcheur, le goût et la bonne présentation font également partie des critères de choix des consommateurs allemands.

Malheureusement, la grande variété de normes, de standards et de labels a créé une confusion chez le consommateur allemand qui a freiné la croissance du marché: de part la structure fédérale de l'Allemagne, chaque Land accrédite ses propres organismes certificateurs. Cette situation devrait s'améliorer avec l'entrée en vigueur de la norme européenne EN 45011 (voir 1.2). L'association BNN (Bundesverband Naturkost) regroupe les opérateurs allemands du secteur bio: importateurs, transformateurs, grossistes, détaillants. Cette association a pourtant des difficultés à s'imposer comme référence et plusieurs autres associations regroupant des opérateurs par catégories leur font concurrence.

Les quantités importées sur le marché allemand sont sans commune mesure avec les quantités importées en France: les fruits séchés sont importés par containers de 18 à 20 tonnes à concurrence de 1 à 2 containers par an pour les plus gros importateurs (Euro Bio Korn, DavertMühle, Care, Demeter, Rapunzel).

2.3.2 LES OPERATEURS

Les opérateurs principaux dans les fruits séchés détiennent leur propre marque. Ils maîtrisent la chaîne jusqu'au grossiste ou assurent parfois eux-mêmes l'approvisionnement des détaillants sans passer par une grossiste tiers. Les principales marques sont:

- Rapunzel (société Rapunzel)
- Morgenland (société Care)

- Bode (société Horst Bode)
- Davert Mühle (société Davert Mühle)
- Reforma (société Reforma-Werk Andreas Stellisch)
- Ökovital
- Demeter

Euro Bio Korn se démarque comme étant exclusivement importateur / exportateur d'importantes quantités de fruits tropicaux que ce soit en séché (cubes ou lamelles, 20 à 50 tonnes par an selon le produit), ou surtout en purée et pulpe. Par les tonnages importés, Euro Bio Korn représente, Rapunzel, Care, Davert Mühle et Tradin (NL) l'un des importateurs européens les plus importants.

Certains importateurs, allemands ou autres, font appel aux services de courtiers. Deux courtiers importants couvrant l'Afrique sont basés en Allemagne: Mister Mango et Ernst Rickersten. Pour s'assurer l'exclusivité sur les récoltes de certains producteurs, ces courtiers vont jusqu'à prendre en charge eux-mêmes la certification des champs et des processus de transformation (séchage). Le passage par des courtiers va à l'encontre des principes de commerce équitable qui implique une relation directe entre l'importateur et le producteur local.

Sur le marché spécifique des herbes et épices, on trouve de nombreux producteurs de thé d'hibiscus et des importateurs / transformateurs tels que Heuschrecke, Herbaria et Lebensbaum. Ce sont les mêmes opérateurs qui travaillent le gingembre. D'après l'un de ces opérateurs, le piment bio ne se trouve pas sur le marché allemand qui en est pourtant demandeur. Le gingembre est un produit discret mais disposant d'un potentiel évident.

Les produits bio sont généralement vendus dans des magasins spécialisés (il existe environ 2000 Naturkostläden) et, moins couramment, dans les supermarchés conventionnels.

Demeter: la cas spécifique de l'agriculture bio-dynamique

Demeter, l'un des opérateurs le plus importants en Allemagne et en Europe, est aussi un opérateur atypique puisque, ne travaillant qu'avec des produits certifiés bio, il promeut l'agriculture bio-dynamique répondant à un cahier des charges spécifique et plus complet. Rudolf Steiner, le père de l'agriculture bio-dynamique a voulu réintroduire "les lois du vivant" dans les méthodes de production agricole: au-delà du produit, l'agriculture bio-dynamique se préoccupe de tout l'environnement agricole, renforçant le sol par des moyens naturels et valorisant au mieux les forces extérieures (vent, soleil, travail humain).

Demeter maîtrise toute la chaîne de production, du producteur, auquel il impose son propre cahier des charges, jusqu'au consommateur auquel il offre une gamme complète de produits sous la marque Demeter qui jouit d'une très bonne réputation, en France notamment.

2.3.3 LE SOUTIEN AU DEVELOPPEMENT DES MARCHES

Bio Fach

C'est en Allemagne que l'IFOAM organise chaque année le plus grand salon mondial des produits Bio: Bio Fach.

Le dernier salon Bio Fach s'est tenu du 18 au 21 février 1999 à Nuremberg en Allemagne. Trois des quatre halls y étaient consacrés à l'alimentation. Producteurs de tous les pays, importateurs et transformateurs européens (surtout allemands, hollandais, autrichiens, suisses et français) étaient présents auprès des organismes de certification, des fédérations de producteurs et d'importateurs, de sociétés de services (consultants) et de représentants de bailleurs de fonds (Sippo et GTZ). On notera également une forte présence américaine, et surtout italienne à laquelle le salon était cette année particulièrement dédié.

Ce salon constitue, de l'avis général, un passage obligé pour les opérateurs du secteur dont chacun s'accorde à reconnaître l'opacité. C'est à cette occasion que ce nouent bon nombre de contacts commerciaux autrement établis par la voie du bouche à oreille.

Green Trade Net

A travers l'organisme GTZ, le gouvernement allemand finance la promotion des échanges entre producteurs et importateurs en mettant à leur disposition une base de données sur Internet (accès: www.green-tradenet.de). La GTZ a également édité une brochure à l'attention des producteurs visant à les guider dans leur approche des marchés européens.

GTZ finance par ailleurs des activités de développement et de soutien aux producteurs à travers des bureaux de consultants tels que Bio Herb qui apportent un savoir-faire en production de produits bio et forment les personnels locaux.

2.4 LES PAYS-BAS : LA PORTE DE L'EUROPE

2.4.1 CARACTERISTIQUES GENERALES

Le marché intérieur néerlandais n'a pas connu la même croissance que ses voisins du nord de l'Europe. La consommation des produits bio a quasiment atteint son niveau actuel au cours des années 80. Une meilleure organisation du marché, et une professionnalisation des distributeurs et de larges campagnes publicitaires (notamment par Natudis) n'ont pas suffi à enrayer le frein majeur à la consommation que constitue le prix. Aux Pays-Bas, le prix est en effet un facteur primordial dans le comportement d'achat du consommateur qui devra donc avoir une forte motivation pour dépenser plus. Depuis 1992, le marché a donc cru au rythme de 2 à 3 % par an seulement. On estime que environ 1% des ventes de produits alimentaires concerne les produits bio.

Ce constat contraste avec le rôle pivot que jouent les opérateurs néerlandais dans l'importation et la réexportation de produits, et notamment des produits tropicaux vers les marchés voisins européens. Le marché français, et dans une moindre mesure le marché allemand, sont largement approvisionnés par des canaux hollandais. Les produits sont généralement importés en vrac et conditionnés / transformés en Europe. Seuls les produits importés des Etats-Unis et des autres pays européens sont des produits finis. Le principal importateur hollandais revendant la marchandise en France et Allemagne est Tradin.

Pourtant, les quantités importées en Hollande restent relativement modestes par rapport à la concurrence allemande, avec une importation globale de moins de 10 tonnes par fruit séché, sauf pour la noix de coco séchée qui représente environ 50 tonnes.

Contrairement au marché français, le marché hollandais est très concentré: au gré de rachats et de fusions, le nombre d'opérateurs, et notamment de grossistes, a considérablement baissé. Parallèlement, les importateurs semblent avoir tendance à se spécialiser, limitant ainsi les effets de la concurrence.

2.4.2 LES OPERATEURS

Les importateurs de fruits secs et noix

On estime que 2% de la demande de fruits secs et noix va aux produits bio, ce qui est plus important que la part des produits bio dans la consommation en général. Ceci s'explique par le fait que, pour ces produits, le consommateur semble être prêt à payer la différence de prix (+ 10 à 25%) pour la qualité bio.

La demande en fruits secs concerne principalement le raisin. D'autres produits, comme par exemple la banane chips, sont appréciés en produit de bouche snack. Les bananes chips, ainsi que la papaye et la mangue séchées sont de plus en plus intégrées dans des mélanges de céréales et muesli.

Les importateurs hollandais de produits Bio, comme dans l'organisation des marchés conventionnels, tendent à se spécialiser. Ainsi, l'importateur principal de fruits séchés et noix bio est Horizon Natuurvoeding BV, qui dispose d'une part de marché estimée à 80 à 90% sur le Benelux.[10]

Horizon est l'un des membres fondateur de la Fondation Good Food et représente un partenaire de choix en matière de commerce équitable. (voir 2.1).

Dans la niche des fruits séchés tropicaux, il semble toutefois que Tradin occupe une position de leader puisqu'il en importe des quantités bien supérieures à son concurrent

[10] *Source*: "Health Foods, a compact suvey of The Netherlands and of the European market in general", CBI, 1997

Horizon. Tradin est pourtant davantage réputé pour ses opérations dans le secteur des céréales, des légumes et des graines d'huile où il rencontre la concurrence de Doens Food, Do-It et Trouw.

Les importateurs d'épices et d'herbes aromatiques

Environ 1% de la demande en épices et herbes aromatiques concerne le bio. La demande pour ces produits, et notamment pour le gingembre, va grandissante. La marque Piramide détient environ 90% de ce marché en Hollande.

Dans le secteur des herbes et épices, l'importateur principal (et unique?) est Euroherb qui vend sous la marque Piramide. Euroherb est en partie détenu par Lebensbaum, le distributeur d'épices et d'herbes le plus important en Allemagne (Euroherb revend environ 35% de ses produits à Lebensbaum).

Euroherb travaille en étroite collaboration avec Sekem, une société égyptienne productrice d'épices et d'herbes aromatiques bio-dynamiques selon le cahier des charges Demeter. Par ailleurs, certains produits sont importés du Guatemala (quoique le cyclone Mitch ait anéanti la récolte de cette année), de l'Inde et de Madagascar pour le gingembre, et de la Tanzanie pour le Piment. Comme Demeter, Euroherb se montre très sensible aux conditions dans lesquelles sont produits les épices et herbes aromatiques qu'elle importe.

Les transformateurs et grossistes

Les importateurs font venir les produits en vrac puis sous-traitent la transformation ou le conditionnement. Par exemple, De Nieuwe Band (importateur et grossiste) sous-traite en Allemagne l'opération qui consiste à sucrer de fines lamelles de bananes séchées au miel pour en faire des sortes de bonbons.

Les boulangeries industrielles représentent un maillon important de la chaîne, en particulier pour la noix de coco râpée.

Natudis, à force de racheter ses concurrents, est devenu le grossiste incontournable du bio en Hollande. Il détiendrait jusqu'à 80% du marché et vend sa propre marque ainsi que sous les marques rachetées: Ekoland, Fertilia, Akwarius, VNR.

Les détaillants

En 1997, il y a avait aux Pays-Bas environ 300 magasins spécialisés dans l'alimentation "saine", principalement bio. Ces magasins, qui se sont ouverts dans les années 70 et 80 sur des fondements idéologiques, se professionnalisent graduellement, gagnant une approche de plus en plus commerciale. Les chaînes "de Natuurwinkel" et "Gimsel" ouvrent progressivement de véritables supermarchés capables de concurrencer les supermarchés conventionnels. Dans les supermarchés conventionnels, la place réservée aux produits bio reste très limitée. Seuls quelques produits sont présents dans les rayons, ainsi que des légumes frais de production nationale. Les barrières à l'ouverture des portes des supermarchés sont le prix, l'apparence, le manque de garantie sur la qualité et les ruptures d'approvisionnement. On

note par ailleurs que les produits du commerce équitable sont vendus dans environ 400 "magasins du monde".

2.4.3 UNE GRANDE OUVERTURE

Au fil des entretiens, les importateurs hollandais se sont avérés être les plus ouverts à toute possibilité de collaboration nouvelle. Exigeants, ils sont prêts à faire fit d'importants obstacles pour s'approvisionner de façon fiable en produits de qualité qu'ils semblent certains d'écouler aisément auprès de leurs nombreux clients.

3. LES PRODUITS

3.1 LES FRUITS SÉCHÉS TROPICAUX SUR LE MARCHÉ BIO

Les marchés de l'ananas, de la mangue, de la banane et de la papaye sont fortement liés. Lorsqu'un opérateur travaille l'un, il travaille généralement les autres. De ce point de vue, un producteur offrant les 4 produits au même niveau de qualité disposerait d'un avantage comparatif remarquable.

La qualité demandée repose sur trois critères:
- le goût: sucré, marqué;
- la consistance: fondant et moelleux (ni caoutchouteux, ni collant),
- l'apparence: couleur naturelle et homogène, découpe régulière.

Certains opérateurs privilégient le goût: leur stratégie réside dans la fidélisation du client satisfait. D'autres visant le nouveau client mettent en avant l'apparence avec. En tout état de cause, le produit devra être stable et ne devra pas brunir (ou, pour la banane, noircir).

Ces marchés semblent se développer de façon plus lente que prévu. Alors que le marché du conventionnel (non bio) stagne, le consommateur a quelque difficulté à se tourner vers le bio. Deux explications sont possibles: le prix très élevé peut constituer un frein (dépassement d'un seuil de tolérance) et/ou la qualité de ces produits en bio décevante par rapport à la qualité en conventionnel.

Autre frein au développement du marché: les circuits de distribution sont frileux par rapport à un produit fortement sujet aux ruptures d'approvisionnement. La période de septembre à décembre, qui correspond à la saison de redémarrage des fruits secs plus classiques, est la plus forte période de vente.

Dans les fiches qui suivent, les quantités sont données par pays étudié: une agrégation des quantités pour obtenir une taille globale du marché sur ces trois pays serait hasardeuse puisque les produits passent d'un pays à l'autre et certaines importations risqueraient d'être comptées deux fois.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

3.1.1 Ananas

Origine des produits:

- Guinée
- Honduras
- Costa Rica
- Togo
- Cameroun
- Sri Lanka

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Brugier le Sillon (F)
- Care (D)
- DavertMühle (D)
- Demeter (D)
- Euro Bio Korn (D)
- Exo-Dom (F)
- Horizon (NL)
- Horst Bode (D)
- Markal (F)
- Ökovital (D)
- Rapunzel (D)
- Reforma Werk Andreas Stellisch (D)
- Richard de Nyons (F)
- Tradin (NL)
- Vijaya (F)

L'Allemagne est de loin le plus gros importateur (plusieurs containers de 18 tonnes par an). On peut estimer la quantité importée en France de l'ordre de 6 tonnes et moins de 10 tonnes en Hollande.

L'ananas séché arrive en lamelles, en tranches ou en cubes. Des opérateurs se sont plaint de la taille des cubes qui est trop grosse (environ 2cm) et sont demandeurs de cubes inférieurs à 1 cm. L'acheminement se fait soit en vrac (une erreur selon un opérateur) soit en sachet de 250g. Il est destiné à la consommation de bouche et à la transformation (mueslis et barres céréalières)

Les qualités recherchée sont le fondant, le moelleux et la fraîcheur. Le fruit doit être sec et avoir de bonnes qualités gustatives (sucré, sans amertume ni goût de moisi). La couleur recherchée doit être claire et dorée et faire penser à l'ananas frais. Le produit ne doit pas noircir et doit rester homogène. Des corps étrangers ne doivent se trouver mélangés au produit (feuilles, etc.).

D'après les opérateurs, le marché de l'ananas séché bio se développe bien.

3.1.2 BANANE

Origine des produits:

- Philippines
- Sri Lanka
- Honduras
- République Dominicaine
- Guinée
- Togo
- Colombie
- Cameroun
- Costa Rica

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Brugier le Sillon (F)
- Care (D)
- DavertMühle (D)
- Demeter (D)
- Euro Bio Korn (D)
- Exo-Dom (F)
- Horizon (NL)
- Horst Bode (D)
- Ökovital (D)
- Rapunzel (D)
- Reforma Werk Andreas Stellisch (D)
- Richard de Nyons (F)
- Tradin (NL)
- Vijaya (F)

L'Allemagne est de loin le plus gros importateur (plusieurs containers de 18 tonnes par an). On peut estimer la quantité importée en France de l'ordre de 25 tonnes et moins de 10 tonnes en Hollande.

Les produits arrivent principalement par bateau. Pour les bananes d'Amérique Centrale, une palette de bananes séchées bio est souvent ajoutée dans le container de bananes fraîches. (quantités infimes en comparaison). L'acheminement se fait soit en vrac, soit en sachets de 250g.

La banane séchée arrive soit entière, destinée à une consommation de bouche soit en lamelles (consommation de bouche et transformation). Deux types de séchage différents existent pour obtenir ces deux types de présentation.

Les qualités recherchées pour ce produit sont le fondant, le moelleux et la souplesse. Le fruit ne doit cependant pas être collant. La couleur doit être claire, dorée et ne pas noircir. Le goût est très important.

Certains opérateurs préfèrent la banane chiquita à la banane africaine car elle est de meilleure qualité et plus grosse (apprécié en produit de bouche).

Le marché de la banane séchée bio est en augmentation, et représente une grosse part du marché des fruits séchés tropicaux bio en volume.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

3.1.3 MANGUE

Origine des produits:

- Inde
- Burkina Faso
- Sri Lanka
- Togo
- Philippines
- Honduras

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Brugier le Sillon (F)
- Care (D)
- Demeter (D)
- Euro Bio Korn (D)
- Exo-Dom (F)
- Horizon (NL)
- Horst Bode (D)
- Markal (F)
- Ökovital (D)
- Rapunzel (D)
- Reforma Werk Andreas Stellisch (D)
- Tradin (NL)
- Vijaya (F)

L'Allemagne est de loin le plus gros importateur (plusieurs containers de 18 tonnes par an). On peut estimer la quantité importée en France de l'ordre de 2 tonnes et moins de 10 tonnes en Hollande.

L'acheminement a lieu en vrac ou déjà conditionné sur place (200g).

La mangue se présente en lamelles, parfois en cubes pour intégration dans des mélanges apéritifs ou mueslis, barres céréalières. La mangue présentée en grandes plaques se vend mal.

Les qualités recherchée sont le moelleux, une couleur claire, un goût caractéristique.

Le marché de la mangue reste marginal par rapport à l'ananas ou la banane. Son évolution est moins rapide que celle de ces deux produits.

3.1.4 PAPAYE

Origine des produits:

- Sri Lanka
- Amérique centrale

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Care (D)
- DavertMühle (D)
- Demeter (D)
- Euro Bio Korn (D)
- Horst Bode (D)
- Ökovital (D)
- Richard de Nyons (F)
- Tradin (NL)

Les volumes de papaye séchés importée sont anecdotiques en France, d'environ 5 tonnes en Hollande et de 2 à 3 containers en Allemagne.

La demande pour ce produit est très faible et la qualité de l'offre telle qu'elle n'encourage pas la demande. Le séchage de la papaye requiert une technique très particulière et peu maîtrisée: la papaye est alors trop caoutchouteuse et est invendable.

Les qualités recherchées, et rares, sont un aspect non caoutchouteux et du moelleux.

Le marché de la papaye ne semble pas destiné à se développer (demande quasi inexistante et offre de très mauvaise qualité). Les opérateurs ne semblent pas particulièrement intéressés par le développement du marché de la papaye.

3.1.5 NOIX DE COCO

Origine des produits:

- Sri Lanka (principalement)
- Philippines
- République Dominicaine

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Brugier le Sillon (F)
- Care (D)
- DavertMühle (D)
- Demeter (D)
- Horizon (NL)
- Horst Bode (D)
- Markal (F)
- Ökovital (D)
- Rapunzel (D)
- Tradin (NL)
- Vijaya (F)

Le marché de la noix de coco est un marché conséquent en volume, particulièrement en Hollande et en Allemagne où les volumes importés dépassent largement les volumes des autres fruits: plusieurs containers arrivent chaque mois en Allemagne et en Hollande du Sri Lanka. Le marché se mesure ici en dizaines de tonnes par mois. La noix de coco séchée subit de fréquentes ruptures dues à une demande supérieure à l'offre. Etonnement, le marché français est de plus petite taille: de l'ordre de 15 tonnes par an.

La noix de coco est un produit qui s'intègre dans une plus grande variété d'aliments, notamment en boulangerie. Ce marché, de taille beaucoup plus importante, est dominé par la présence de produits en provenance du Sri Lanka. Les opérateurs se sont très peu confié sur leurs activités sur ce marché très organisé, au contraire des autres.

La noix de coco se présente sous forme râpée (poudre, paillettes) et peut être de différente taille (fine, médium, etc.). Elle existe aussi sous forme de chips. Les qualités recherchées sont surtout gustatives (pas de goût de rance). Le produit doit être plutôt sec (humidité <5)

3.2 EPICES ET HERBES AROMATIQUES

Les épices et herbes aromatiques se trouvent difficilement en qualité Bio. Quoique l'offre semble exister, la validité des certificats parfois présentés est souvent remise en cause et les opérateurs européens soucieux de leur produit et de la garantie bio effectuent eux-

mêmes des tests montrant très souvent la présence de toxine dans des produits pourtant certifiés.

Ce marché semble pourtant promis à un avenir intéressant quoique les quantités restent limitées. Seul le marché de la fleur d'hibiscus est touché par une très forte concurrence avec des qualités variables qui expliquent des prix anormalement bas.

D'autres produits tels que la noix de muscade, le coriandre et autres épices que ceux spécifiquement concernés par cette étude intéressent les importateurs à condition qu'ils soient *réellement* bio.

3.2.1 GINGEMBRE

Origine des produits:

- Sri Lanka
- Tanzanie
- Iles Fidgi
- Indonésie
- Inde
- Guatemala
- Madagascar
- Cameroun

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Brugier le Sillon (F)
- Demeter (D)
- Herbaria (D)
- Euroherb (NL) - Lebensbaum (D)
- Exo-Dom (F)
- Heuschrecke (D)
- Horst Bode (D)
- Ökovital (D)
- Reforma Werk Andreas Stellisch (D)
- Yogi (NL)

Le gingembre, dont il existe deux sortes (pimenté et doux) est importé en poudre, en petits cubes ou en lamelles. Certaines demandes de gingembre entier ou sous forme de lamelles n'ont pu être honorées faute d'offre. Le marché reste de taille restreinte (environ 500 kg ont été importés par l'opérateur hollandais principal sur une année du Guatemala). Le marché hollandais, que ce soit pour le marché local (le hollandais aime le goût du gingembre) ou pour l'exportation, peut connaître de bons développements, quoique les quantités restent limitées. Le gingembre confis est également très demandé en Hollande.

Le gingembre séché bio est un produit très marginal sur le marché français où il représente un produit nouveau. C'est un produit qui ne fait pas partie des habitudes alimentaires des français mais pourrait toutefois percer, à condition que son goût soit marqué sans être trop fort.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

3.2.2 PIMENT

Origine des produits:

- Guatemala
- Madagascar
- Tanzanie
- Espagne

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Arcadie (F)
- Demeter (D)
- Euroherb (NL) - Lebensbaum (D)
- Horst Bode (D)
- Yogi (NL)

Les allemands sont quasiment absents de ce marché et déclarent ne pas trouver de piment bio. Au contraire, les français et les hollandais en importent, quoiqu'en faibles quantités étant donné la faiblesse de l'offre. Les importateurs et distributeurs allemands de thés, herbes et épices se montrent toutefois très demandeurs de ce produit en bio.

Il se trouve sous forme entière ou en poudre (sacs de 25kg) et est très demandé sous les deux formes.

3.2.3 FLEUR D'HIBISCUS

Origine des produits:

- Egypte (principalement)
- Tanzanie
- Burkina Faso
- Chili
- Guatemala

Principaux importateurs (par ordre alphabétique):

- Demeter (D)
- Ecobimex (importateur en France d'une société israélienne)
- Euroherb (NL) - Lebensbaum (D)
- Herbaria (D)
- Heuschrecke (D)
- Horst Bode (D)

- Richard de Nyons (F)
- Yogi (NL)

La fleur d'hibiscus, produit apprécié pour ses vertus mais au goût très fort, est intégré dans des thés mélangés ou nature. Cette plante pousse relativement facilement dans un grand nombre de pays. Il se pourrait que ce marché atteigne rapidement une situation de surproduction ce qui, entraînant un écroulement des prix, aurait de graves conséquences pour nombre de petits producteurs.

D'après les opérateurs, il n'existe pas vraiment de critère discriminatoire: le séchage de la fleur d'hibiscus est une technique unique bien maîtrisée. De plus, ce produit s'intégrant dans des mélanges ou étant mis en sachets, son apparence est beaucoup moins importante que pour les fruits.

Ce marché est soumis à une forte concurrence au détriment de la qualité du produit en terme de certification.

Annexe IV.a. :

Description d'un cahier des charges type d'importateurs

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Cahier des Charges type d'un Importateur Européen de Fruits Séchés Bio.

(i) *Préambule*

Dans le cadre du projet « Promotion des produits bio du Cameroun » soutenu par Agro pme/ Aspabic / Geres, après l'atelier de concertation qui s'est tenu le 27 – 28 janvier 2000, nous sommes dans la phase de réflexion qui doit permettre d'élaborer les contours d'un dispositif d'appui au secteur agro-alimentaire biologique.

Aujourd'hui, sur le marché européen, un importateur recherche un (ou 2 maxi) exportateur(s) d'un même pays capable de lui livrer deux containers par an' équivalent à 30à 40 Tonnes/an

Cahier des charges du contrat :

3 fruits : ananas / mangue / banane dans les propositions suivantes (%) : 40 / 30 / 30

- Quantité : Un container (20 T) en mars et un en septembre.
- Forme : petits quartiers (ananas / mangue), rondelle (banane), qualité bio certifié.
- Présentation : emballage barquette fourni par le client, homogénéité.
- Prix FOB douala : 3 600 Fcfa / kg de mélange en cartons 10 kg palette.
- Paiement à 30 jours.
- Avance sur fonds de roulement 33 % à la commande du 1er container.
- Clientèle bio-éthique ⇒ critères du commerce équitable à garantir.

Conditions à remplir pour emporter le contrat :

- Liste des opérateurs (producteurs / transformateurs, exportateurs) certifiés avec mention pour chaque :
  - producteur : type de fruits, surfaces, quantités produites, localisation,
  - transformateur : type de séchoir, capacité de production / sem.
  - Exportateur : localisation.
  -
- Garanties équitables :
  - Production : nb de personnes employées / producteurs, rémunération du personnel par catégorie.
  - Transformation : idem / unité de séchage
  - Exportation : idem.
  - Type de contrat passé entre chaque acteur de la filière ? (durée, prix, conditions).

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Annexe IV.b. :

Note de cadrage du R.I.E.

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

PROPOSITION POUR LA STRUCTURATION DES ACTEURS DU SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE AU CAMEROUN

Fabrice THUILLIER
Aubagne, le 30 mai 2000
Réf. : FT/CF/0005.199.Bio-Sec

NOTE D'AGRO-PME / GERES A L'ATTENTION DES ACTEURS

PREAMBULE

A l'issue de l'atelier n° 2 qui s'est tenu à Douala le 19 mai 2000, les acteurs présents ont entériné les conclusions du diagnostic conduit depuis janvier et s'inscrivent dans un processus de concertation devant aboutir à une meilleure structuration du secteur pour affronter les marchés visés.

Pour compléter les discussions et documents remis lors de l'atelier, cette note a pour objet d'aider à la discussion interprofessionnelle.

Le dispositif d'appui proposé par l'équipe projet AGRO-PME / GERES est destiné à l'attention d'un groupe d'acteurs porteurs d'une vision commune du développement de ce secteur que nous appelons RIE (Regroupement d'Intérêt Economique). Il concerne autant les filières « frais » que « séché »

I. LES ATTENTES D'AGRO-PME / GERES

Suites à donner :

- La liste des destinataires de ce document est fournie par ampliation.
- Deux noyaux ont été désignés pour recueillir les avis de chacun et animer la réflexion :

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France
Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56
Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/
Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

- à Yaoundé : Groupe TALESS / KLYNE FOOD
- à Douala : Groupe TPN / TERRESPOIR

- Une réunion est programmée mi-juin. AGRO-PME sera tenu informé de la date.

- Une réunion de restitution à AGRO-PME devra se tenir à Yaoundé dans la semaine du 19 juin 2000. Une personne de chaque pôle sera désignée pour participer à cette réunion et apporter les premières réflexions sur chacun des points II, III et IV.

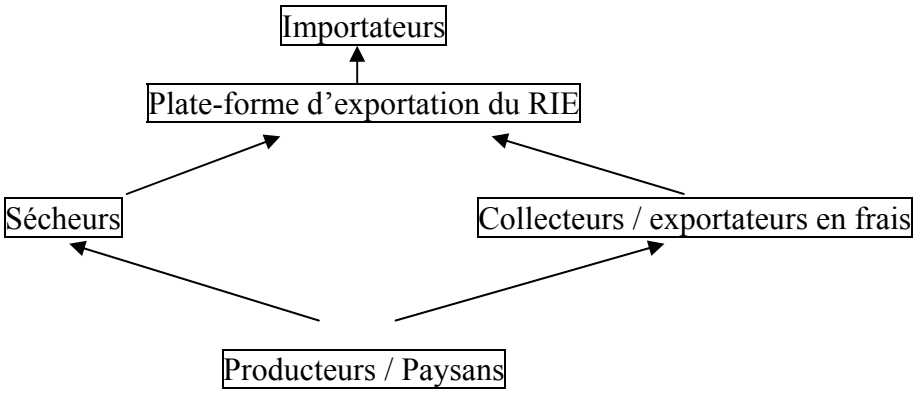
- A l'issue de cette réunion, AGRO-PME / GERES présentera ses conclusions quant aux bénéficiaires retenus dans la mise en œuvre de l'étude.

II. LE SCHEMA FONCTIONNEL DU RIE

Les discussions à venir doivent porter plus sur le schéma fonctionnel du RIE que sur les textes organiques. Pour aller dans ce sens, AGRO-PME / GERES propose un schéma organisationnel du RIE sur lequel les acteurs doivent se prononcer. A l'issue des discussions, il doit ressortir clairement parmi les participants, ceux qui adhèrent au schéma et y trouvent leurs places.
Les autres peuvent soumettre leurs suggestions / propositions à AGRO-PME / GERES.

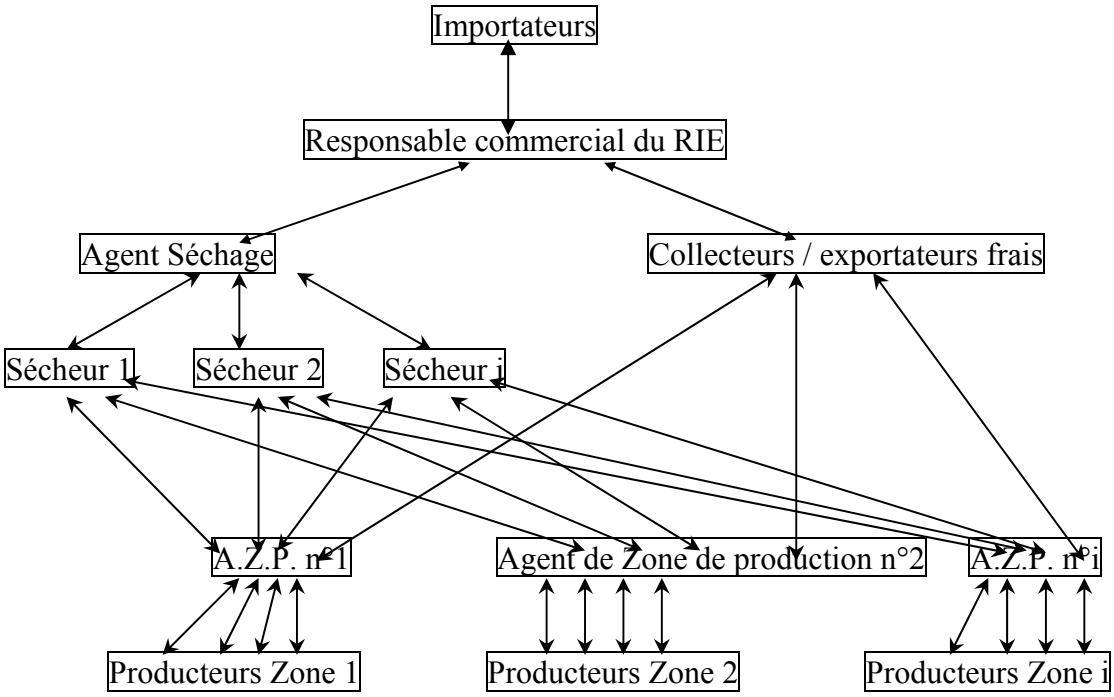
Ci-dessous, les schémas à retenir :

Schéma 1 Circuit des produits des membres du RIE



2, cours Foch • 13400 Aubagne • France
Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56
Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/
Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

Schéma 2 Circulation de l'information commerciale



a) Commercialisation

L'objectif du RIE est de renforcer les liens existants avec les actuels importateurs par une confiance accrue (crédibilité, rapport qualité / prix).

Pour assurer sa fonction commerciale, il faut que les produits séchés (schéma 1) et les relations avec l'importateur (schéma 2) soient centralisées. Le RIE doit donc disposer d'une plate forme d'exportation : lieu de conditionnement / contrôle avant expédition supervisée par un responsable commercial.

La plate forme d'exportation, propriété[11] du RIE, ne peut servir exclusivement qu'aux membres du RIE pour les activités du RIE.

Une fois arrivés à la plate forme, les produits « frais » ou « séchés » triés selon le cahier des charges clients, sont re-conditionnés sous l'appellation du RIE avec une référence « fournisseur » sur l'origine du produit.

→ *Un avis des clients actuels sur le schéma proposé sera sollicité au cours de cette réflexion.*

[11] Les infrastructures peuvent être dans un premier temps acquises à titre locatif.

b) Membres et salariés du RIE

Les membres du RIE sont des opérateurs productifs et économiques du secteur ayant chacun une entité morale distincte. Le RIE pour être représentatif de la filière doit comprendre : producteurs (représentant) / sécheurs / collecteurs – exportateurs.

La liste des futurs membres du RIE doit distinguer chaque catégorie d'acteurs de manière distincte. Pour le cas des producteurs, compte tenu de la diversité géographique et de leur atomisation, une représentation est à envisager.

Pour faciliter la circulation et l'exportation des produits des membres (schéma 1), le RIE doit disposer de moyens humains supplémentaires de coordination. Il s'agit :

- d'un « responsable commercial » : chargé de coordonner l'offre et la demande au niveau de la plate forme, c'est un salarié du RIE, recruté par un comité des membres du RIE, associé à des personnes ressources compétentes.

- d'un « agent séchage » : faisant partie du service commercial du RIE, il s'occupe plus spécifiquement de la filière « séché ». Il transmet les commandes aux sécheurs, recueille leurs offres et a un rôle technique de Contrôle Qualité.

- d'un « agent de zone de production » : leur nombre reste à déterminer. Il sont basés dans les bassins de productions et ont un rôle d'interface entre les producteurs et leurs clients « sécheurs » ou « collecteurs / exportateurs » de façon à faire correspondre au mieux l'offre et la demande.

c) Le fonctionnement du RIE

Il repose sur des mécanismes de répartition des commandes pour la filière « frais » et « séché ».

→ *A ce stade de la réflexion, les acteurs motivés doivent afficher leur capacité (de production, de séchage) afin d'établir les potentiels d'exportation et proposer des synergies : stratégie géographique…*

d) La cohésion du groupe

Elle repose sur un respect individuel du cahier des charges de production et des règles de certification (cf. § I).

→ *Un système de contrôle interne au RIE est à proposer.*

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

III. LES ENGAGEMENTS DES MEMBRES

Le RIE a pour objectif de répondre aux enjeux du développement du secteur à savoir :

- Consolider et développer ses marchés à l'export, dans un secteur concurrentiel,
- Améliorer la qualité et la compétitivité de ses produits,
- Améliorer la circulation des flux de produits.

Pour cela, les membres doivent s'engager sur un certain nombre de principes, dont :

a) Les membres du RIE s'engagent à servir exclusivement le RIE pour les produits et les marchés couverts par l'activité du RIE. Les listes seront réactualisées chaque année au moment de renouvellement de la certification. En effet, un membre du RIE ne peut travailler en direct sur les mêmes marchés avec les mêmes produits. Pour des produits différents sur des marchés différents où il n'y a pas de concurrence, le problème ne se pose pas dans la mesure où les membres du RIE honorent les commandes du RIE.

b) La certification sera attribuée à l'entité du RIE pour l'ensemble de ses membres afin d'optimiser les échanges. Pour être membre, il faut donc satisfaire aux conditions de certification et chaque année, renouveler son adhésion. (nb. : le dispositif d'appui s'entend à appuyer les futurs membres dans la mise en conformité).

c) Pour accéder aux marchés européens et consolider sa place, il faut pouvoir répondre aux exigences suivantes :

- la maîtrise des coûts de production à l'expédition. les prix suivants, à titres indicatif, sont à retenir comme des valeurs maximales à moyen terme :
  - Matière première certifiée (bord champ) / Ananas : 150 F CFA / tête – Mangue : 80 F CFA / kg – Banane : 70 F CFA / kg.
  - Produits séchés (en vrac) FOB Douala : Ananas : 4.200 F CFA / kg - Mangue : 3.600 F CFA / kg – Banane : 2.700 F CFA / kg.

- l'harmonisation des moyens et des pratiques vers un standard de qualité qui permette de couvrir les segments des marchés de l'économie pure[12] : les membres du RIE doivent faire le constat des points faibles et s'accorder sur les besoins matériels et techniques à mettre en œuvre (avec l'appui du dispositif).

[12] Par économie pure, il est question des acteurs du marché conventionnel et biologique.

IV. FORME JURIDIQUE

La forme juridique adoptée par le RIE doit être en accord avec la diversité des membres fondateurs, le paysage institutionnel et le poids économique à lui donner.

Il convient de se renseigner sur la forme la plus appropriée à savoir le GIE (Groupement d'Intérêt Economique), notamment par rapport au champ d'activités (export → exonération de certaines taxes) et à la souplesse du cadre (non imposition des bénéfices au niveau des GIE).

Fabrice THUILLIER
Aubagne, le 30 mai 2000
Réf. : FT/CF/0005.199.Bio-Sec

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France
Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56
Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/
Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**

2, cours Foch • 13400 Aubagne • France

Tél 33 (0)4 42 18 55 88 • **Fax** 33 (0)4 42 03 01 56

Email : geres@free.fr • **Web :** http://geres.free.fr/

Association loi 1901 • N° SIRET **314 152 836 00024** • Code **APE 731 Z**