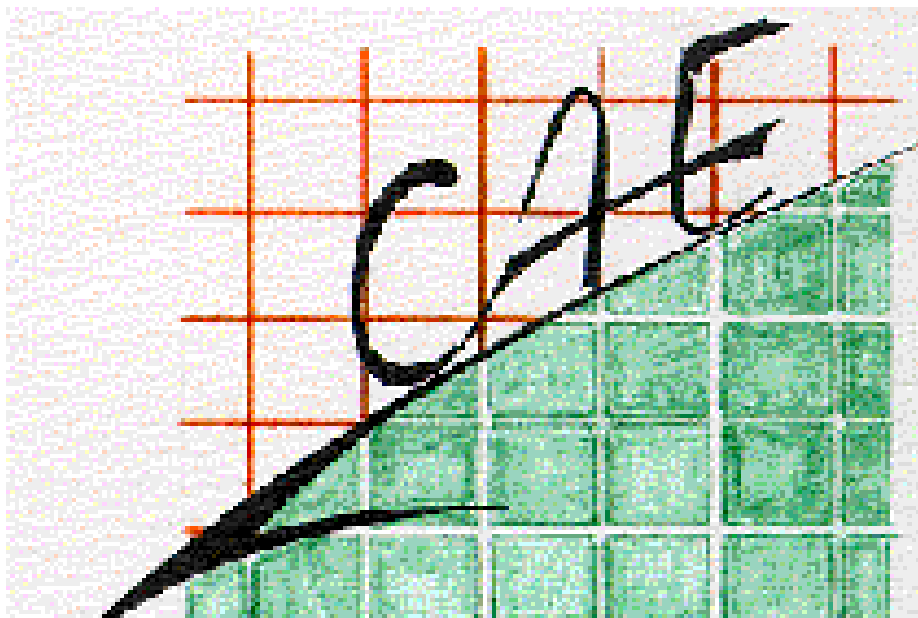




BULLETIN
D'INFORMATION DE MARCHE N° 001:
LE HARICOT VERT EN FRANCE

Centre Agro-Entreprises
Contrat N° 624-C-0098-00012-00
MALI SEG
USAID, Bamako

Janvier 1999

Rue 124, Porte N°310 Korofina Nord - BP 34, Tél. : 24 11 09/24 11 10 Fax : 24 11 09
e-mail : Chemonics@Spider.Toolnet.org – WEB site : www.agromali.com

BAMAKO - MALI

I. INTRODUCTION

Avec les Pays Bas, la France est un des principaux importateurs de haricot vert frais en Europe. Une part de sa consommation est assurée par les importations de contre saison en provenance des pays africains tels que le Maroc, le Kenya ou l’Egypte.

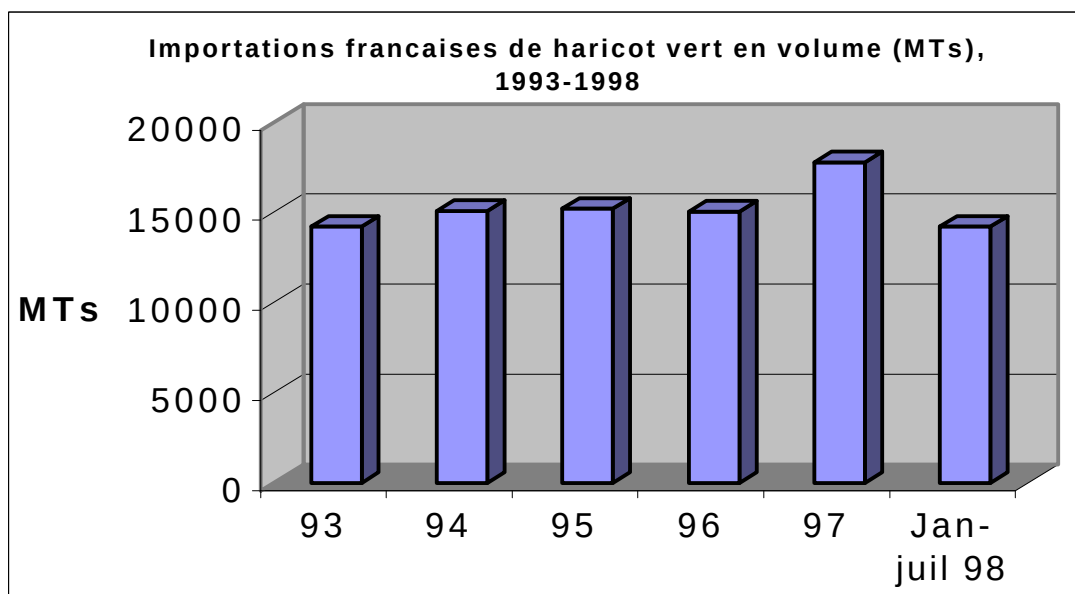
La consommation de haricot vert en France est en hausse depuis près de dix ans. On suppose que la consommation apparente est au moins équivalente au volume des importations (plus de 16.000 tonnes) en 1997.

II. VOLUMES DES ECHANGES COMMERCIAUX

A. L’évolution des importations de haricot vert en France entre 1993 et 1998

Entre 1993 et 1996, les importations françaises de haricot vert en provenance des pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) étaient quasi constantes avec une augmentation de 6 % en quatre ans. Ces importations ont augmenté de 25 % en 1997 en passant à 17 787 tonnes. Les volumes de 1998¹ ne couvrent pas l’ensemble des importations de cette année car les chiffres d’Octobre à Décembre ne sont pas pris en compte². (Cf. graphique 1 et tableau 1 en annexe).

Graphique 1



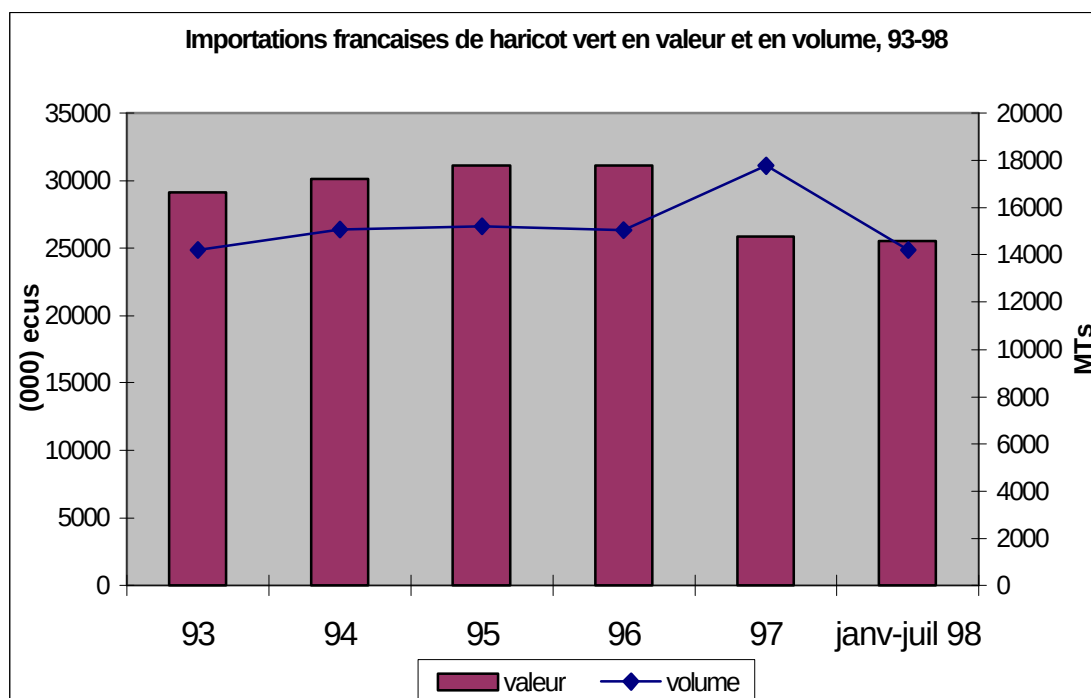
Source : Eurostat

¹ Les données 1998 couvrent Janvier à Juillet.

² Octobre / Décembre est une période traditionnelle de grandes importations.

Entre 1993 et 1998, le niveau des importations en valeur est resté quasi constant sauf en 1997 (cf. graphique 2). Cette année, les volumes étaient en hausse et les valeurs³ en baisse, car les cours du haricot vert étaient à la baisse. En général, ces situations sont consécutives à la mauvaise qualité des produits ou à la saturation des marchés.

Graphique 2



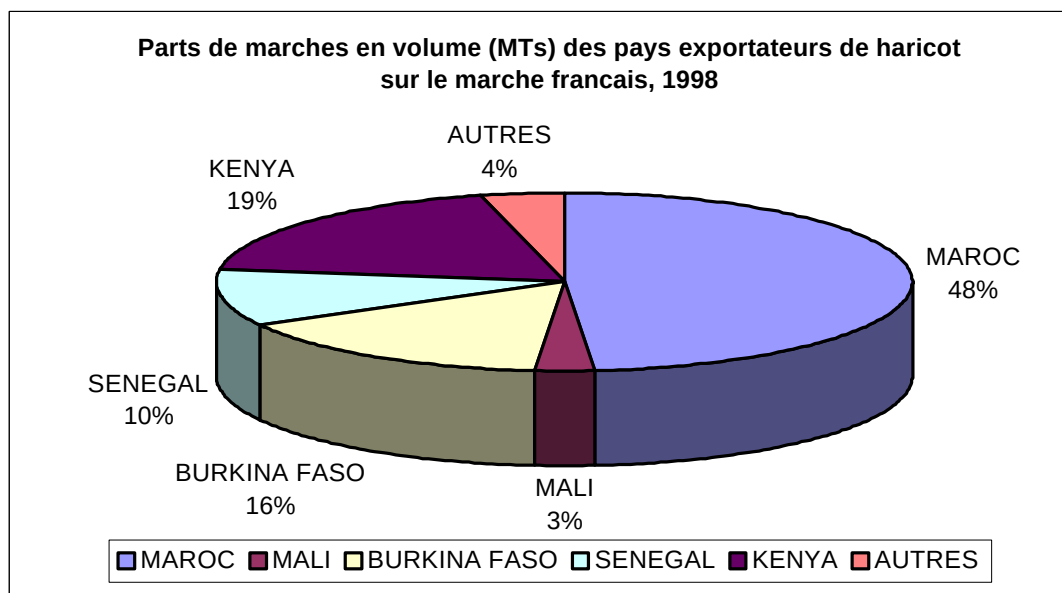
Source : Eurostat

Selon les différentes sources, ce marché reste encore porteur pour les années à venir, pour preuve le nombre de pays fournisseurs a augmenté.

B. Les Parts de marché des pays fournisseurs

Les principaux pays ACP exportateurs de haricot vert sur la France sont le Kenya, le Maroc et le Mali pour le Haricot fin et extra fin, le Sénégal et la Burkina Faso pour le haricot Bobby. Le Mali avec 3 % des importations en volume, fait de petites quantités de haricot extra fin et fin de Décembre à mi Mars. En volume, le Kenya occupe près de 19 % des parts de marchés contre 16 % pour le Burkina Faso et 10 % pour le Sénégal. (cf. graphique 3)

³ Cours moyen de l' ECU en 1998 = 6,60141 FF = 660,141 Fcfa (source : <http://www.ecu.org>)

Graphique 3

Source : Eurostat

Après avoir vu ses parts baisser depuis quelques années, le Maroc a reconquérit le marché français en faisant 48 % des importations en volume en 1997. Les chiffres du Maroc prennent en compte aussi le haricot transformé, mais la nomenclature Eurostat ne permet pas d'en faire la distinction.

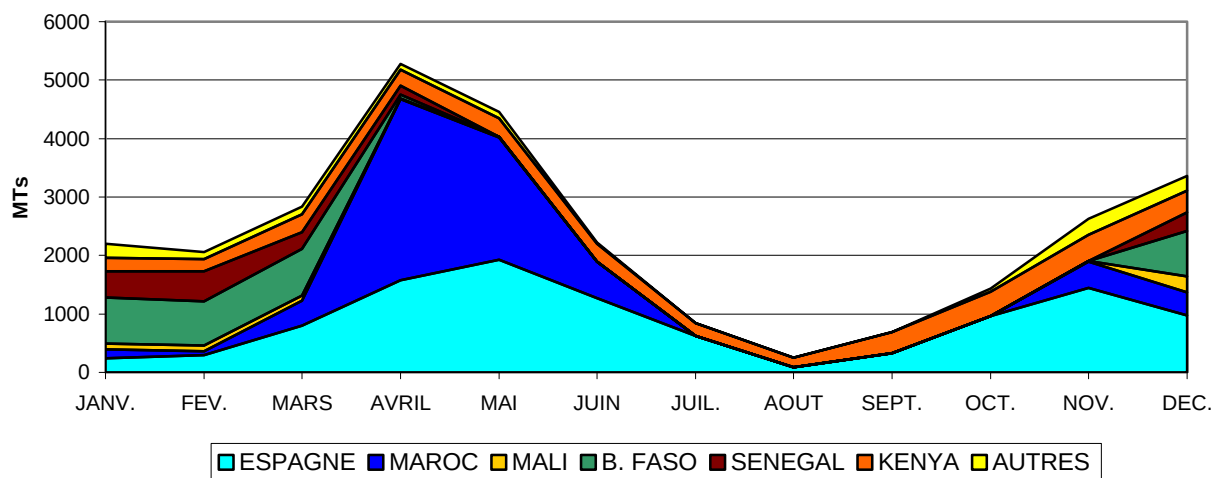
III. FLUCTUATIONS SAISONNIERES DE L'OFFRE ET DES PRIX

A. La saisonnalité des importations

Les importations de haricot vert frais en France sont étalées toute l'année avec des arrivées très importantes entre Octobre et Décembre et entre Février et Juin. Les importations de la première période (octobre/décembre) proviennent principalement du Mali, du Sénégal, du Burkina Faso et du Kenya. Pendant cette période, le haricot fin et extra fin du Mali est en concurrence avec les produits du Burkina Faso et du Sénégal. (cf. graphique 4)

Graphique 4

Saisonnalité des importations françaises de haricot vert par provenance, 1997



Source : Eurostat

La seconde période (février/Juin) est dominée par les haricots d'Espagne et du Maroc. L'été correspond à la saison morte des importations de haricot vert en France, le marché est approvisionné par le Kenya et l'Espagne. (cf. graphique 4)

B. Les prix sur le marché

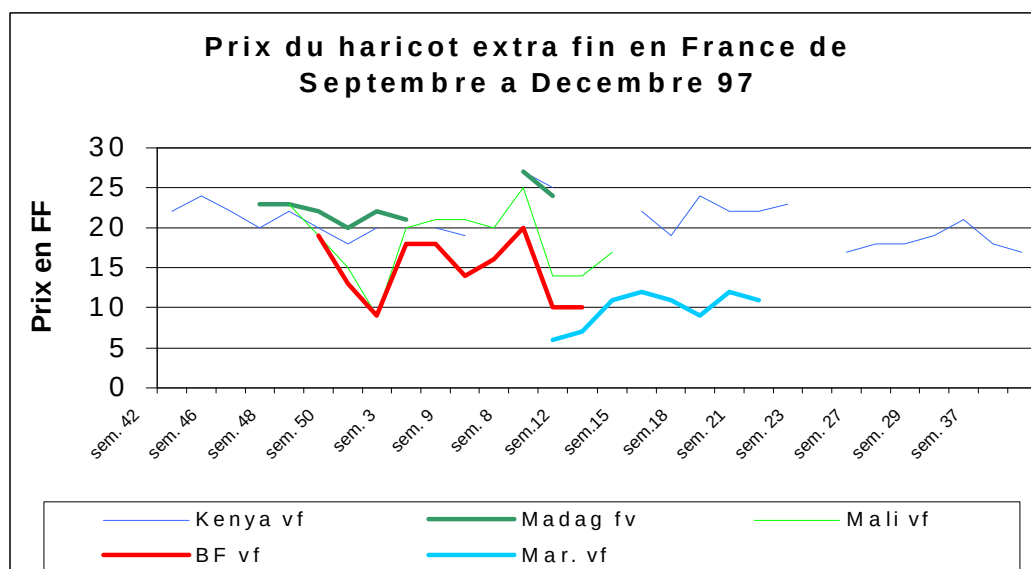
Le prix du haricot vert est fonction de sa variété, plus le haricot est fin, plus son prix est élevé. L'extra fin est plus cher que le haricot fin, qui lui même est plus cher que le Bobby.

En général, les prix du haricot vert connaissent des prix élevés lors des fêtes de fin d'années et à partir du mois de Mars. Après les fêtes de fin d'années, les prix baissent avant d'augmenter à nouveau à partir de Février. Cependant la caractéristique principale du prix du haricot vert est son extrême constance depuis plusieurs années.

Pour la campagne en cours (du 07 Décembre 98 au 07 janvier 99), l'extra fin du Mali s'est vendu à un meilleur prix que celui du Kenya (21 FF le kilo moyenne contre 19 FF pour celui du Kenya), parce que les produits du Mali étaient de bonne qualité.⁴

Par contre la qualité des produits maliens a baissé dans la semaine du 18 janvier 1999, ce qui s'est traduit par une baisse des prix⁵. Ce prix était de 14,5 FF le kilo, contre 17,5 FF celui du Sénégal.

Graphique 5



Source : Centre International du Commerce (ITC), Genève

IV. CONDITIONS D'EXPORTATION DE HARICOT VERT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

A. Réglementations et normes

Le haricot vert doit être cueilli frais, entier et sain d'apparence. La cueillette doit se faire à des moments précis car le calendrier de cueillette détermine la qualité du produit (haricot extra fin, fin ou Bobby).

Le calibrage du haricot est un élément déterminant de sa qualité, il doit être homogène pour tous les lots. Le haricot extra faire 5 à 6 mm de diamètre, le haricot fin doit mesurer

⁴ Source Coleacp : Cours du haricot extra fin sur le marché de Rungis en décembre 98 et première semaine de janvier 99.

⁵ Source COLEACP : Suivi Haricot vert, n°6 du 18 janvier 1999

entre 10 et 13 cm et faire 6-9 mm de diamètre, la longueur du Bobby doit être de 12 à 16 cm contre 8-12 mm pour son diamètre.

L'état sanitaire doit être très bon (produit dépourvu de trace de pesticide, de piqûres et autres blessures...). De même, les conditions de cueillette sont essentielles, il faut placer les produits cueillis délicatement dans des paniers, les recouvrir de tissus propres et humides et les entreposer à l'ombre. Le produit ne doit pas contenir de résidus de pesticides et d'autres produits non organiques toxiques.

L'emballage doit se faire dans des cartons de trois à quatre kilos selon les provenances (exemple : cartons de 3,5 kilos pour le fin du Maroc et 2,5 à 3 kg pour le Mali). Le nom de la société exportatrice, la variété, le calibre du produit et le lot de la palette doivent être visibles sur les cartons.

La chaîne de froid doit être maintenue jusqu'à l'arrivée des produits à destination.

Le haricot vert comme beaucoup de produits des pays ACP est exempté de taxes à l'exportation au sein de l'Union Européenne.

B. Recommandations pour un meilleur positionnement du haricot vert malien sur le marché français

On note une stagnation des exportations maliennes de haricot vert (680 tonnes en 1997/98, et 1996/97) sur le marché européen. Cette situation est imputable entre autre à :

- La méconnaissance des prix, niveau de la demande, normes de qualité requises sur le marché français par certains exportateurs maliens ;
- La non maîtrise par certains producteurs des périodes propices de récolte ;
- Le non respect par les producteurs des périodes adéquates de semis ;
- Le coût élevé du fret aérien ;
- Le manque de chaîne de froid ;
- Le manque d'emballages adéquats.

Les problèmes évoqués ci-dessus trouvent leurs solutions dans le moyen et le long terme par une implication des pouvoirs publics et surtout de l'interprofession.

Pour le court terme, le Centre Agro Entreprises (CAE) peut apporter les appuis suivants :

- Diffusion d'informations sur les marchés d'exportation : l'évolution des prix hebdomadaires lors des campagnes d'exportation de haricot vert, la liste des principaux importateurs, la liste des commissionnaires, les normes sanitaires... ;
- Diffusion d'informations sur le calendrier des compagnies aériennes à destination des pays importateurs, les coûts de transport, les disponibilités de fret... ;

- Diffusion de la liste des fournisseurs d’emballages dans la sous région et leurs tarifs ;
- Appui à la vulgarisation de paquets techniques auprès des producteurs.

Face au double challenge de la professionnalisation de nos exportateurs et de la croissance de nos exportations, il serait nécessaire de constituer une commission paritaire⁶ (administration et interprofession) qui mènera la réflexion et les actions concrètes en faveur des produits agricoles maliens à l’exportation.

Pour ce faire, les associations professionnelles d’exportateurs doivent jouer un rôle plus actif sur les questions suivantes à moyen et à long terme:

- Déterminer les critères d’éligibilité pour la profession d’exportateur ;
- Elaborer avec les services techniques compétents et les producteurs un cahier des charges pour les itinéraires techniques de production de haricot vert ;
- Gérer les commandes groupées d’intrants, d’emballages... ;
- Gérer le calendrier de location des chambres froides ;
- Coordonner les appuis reçus par l’association ;
- Gérer le fret aérien.

Les structures d’appuis techniques ou financiers quant à elles doivent :

- Aider à la promotion du haricot vert par des voyages de prospection, de la formation auprès des producteurs et des exportateurs ;
- Faciliter les négociations entre les exportateurs et les compagnies aériennes;
- Faciliter la négociation entre l’interprofession et les partenaires extérieurs (COLEACP ADEPTA, Groupements d’importateurs...) ;
- Former les exportateurs en gestion, en négociation de contrats, à la lecture des comptes de vente... ;
- Faciliter les négociations entre exportateurs et producteurs.

⁶ Etude de N’Guessan BI DAH