

Améliorer la qualité et la durée de vie commerciale des mangues

Code essai : 13E-0802

Durée : 2007 – 2008

Auteurs : Ignace HOARAU, Pascal Huet

Partenaires : Cirad (*Projet CAS DAR*)

1. OBJECTIFS

En parallèle de l'enquête effectuée pour le marché de l'export, il a été réalisé une enquête sur le marché réunionnais. Cette dernière avait pour objectif de mieux connaître le marché local afin de cerner les contraintes pouvant limiter la mise en marché de la mangue.

Il a donc été réalisé auprès de l'ensemble des acteurs de la distribution afin de dresser un itinéraire technique complet de la mise en marché du fruit. Aussi, il nous importait lors de cette enquête d'avoir la position des différentes personnes sur l'idée d'un mode de conduite innovant de production de mangue (projet PFI). Dans l'optique que la commercialisation de la mangue, issue de ce mode de conduite soit en partie faite par les grandes et moyennes surfaces (GMS), l'enquête s'est surtout orientée vers ce circuit de commercialisation

De même que l'enquête export, l'objectif était également de répondre aux attentes des distributeurs par la mise en place d'actions pouvant améliorer la qualité de la mangue ainsi qu'une meilleure mise en valeur du fruit.

2. LE MARCHE DE LA MANGUE A LA REUNION

Cultivée sur une superficie de plus de 400 ha, la mangue représente l'une des cultures fruitières les plus importantes à la Réunion après le Litchi. Plus de 3500 tonnes de fruits sont commercialisées chaque année sur les différents marchés : GMS, points de vente F&L, marchés forains...

La commercialisation se fait principalement par les bazariers, sur les marchés forains et/ou en bord de route. Seule une faible part (environ 400 tonnes) transite par les GMS ou encore par l'exportation (50 tonnes)

Parmi les nombreuses variétés rencontrées, deux seules présentent un intérêt commercial : la José (70 % des surfaces cultivées) et la Cogshall, variété destiné principalement au marché de l'exportation.

3. RESULTATS DE L'ENQUETE

3.1 Présentation des établissements

3.1.1.1 Les Centrales d'achat

Ce sont les fournisseurs directs des différentes chaînes de magasins de l'île. Elles sont apparues dans les années 1980 à 2000. Elles sont approvisionnées directement par les producteurs ou des groupements de producteurs (coopérative agricole) ou des Grossistes.

3.1.1.2 SAPRIM (*Société d'Approvisionnement en produits Réunionnais et importés*)

Elle représente la centrale d'achat de la chaîne des magasins Jumbo Score à la Réunion. Cette société localisée dans l'Ouest a été créée en 1978 et compte environ 200 employés. La commercialisation de la mangue se fait depuis la création de la société. Les volumes de mangue commercialisés sont de 50 tonnes annuelle

3.1.1.3 DISTRIDOM

Représente la centrale d'Achat des magasins Leader Price à la Réunion. Cette société créée en 1993 est localisée dans l'Ouest et compte 5 employés. La commercialisation de la mangue se fait que depuis 2006 et concerne une dizaine de tonnes sur l'année

3.1.1.4 SODEXPRO

Représente la centrale d'Achat des magasins Champion à la Réunion. Créée en 2001, elle compte 14 employés et est localisée dans le Sud de l'île. La commercialisation de la mangue a débutée dès la création de la société et concerne aujourd'hui une quinzaine de tonne annuelle.

3.1.1.5 Les Grossistes

Ce sont les principaux fournisseurs des centrales d'achat ou de certaines GMS. On distingue deux types de grossistes :

- Ceux étant à la fois producteurs et grossistes (LAW YAT, JOSIA). Ils ont déjà leur propre production et sont quelques fois amenés à la compléter par des achats directs à d'autres producteurs.
- Ceux achetant la totalité de la production soit par des achats directs aux producteurs soit par l'intermédiaire du marché de gros.

3.1.1.6 LAW YAT

Producteur – Grossiste, ce dernier représente le principal fournisseur des grandes et moyennes surfaces de l'île. Créée en 1980, cette entreprise est localisée dans l'ouest, elle compte quinze employés et commercialise de la mangue depuis sa création. Les volumes de mangue commercialisés représentent 250 tonnes annuellement. Il pèse à lui seul plus de 60 % des volumes commercialisés en GMS.

3.1.1.7 SEVETIAYE

Grossiste en fruits et légumes, cette entreprise basée dans le Sud est le fournisseur de certaines GMS de l'île. Créée en 1974, elle compte 4 employés et commercialise de la mangue depuis sa création. Les volumes commercialisés représentent 10 tonnes annuellement.

3.1.1.8 JOSIA

Producteur – Grossiste, cette entreprise est basée dans le Sud. Créée en 1992, elle ne compte pas d'employés et commercialise environ 70 tonnes de fruits par an dont 40 tonnes de sa propre production et 30 tonnes d'achat direct au producteur. Les fruits sont écoulés vers les grossistes, magasin en fruits et légumes et bazarriers par l'intermédiaire du marché de gros, ainsi que sur les divers marchés forains de l'île.

3.1.1.9 Les GMS

Elles ont été créées dans les années 1990 à 2000 et comptent de 100 à 450 employés. L'approvisionnement se fait par l'intermédiaire des centrales d'achat propre à chaque chaîne de distribution. L'échantillon des personnes enquêtées représente 21% des volumes commercialisés en GMS.

3.1.1.10 Les points de vente F & L

Il représente une part non négligeable dans la distribution de la mangue sur le marché réunionnais. Cependant, face à l'indisponibilité de ces derniers pour répondre au questionnaire, il n'a pu être obtenu qu'un faible échantillon (2 structures enquêtées). Les résultats sont donc donnés à titre indicatif. Les points de vente F&L, de dimension beaucoup plus réduite emploient le plus souvent de la main-d'œuvre familiale et ne comptent pas ou peu d'employés. Ils s'approvisionnent soit par l'intermédiaire du marché de gros ou des grossistes (bazarriers).

3.2 L'itinéraire technique

3.2.1 Transport et logistique

3.2.1.1 Chez les Centrales d'achat et Grossistes

Ces deux derniers ont de part leurs similitudes dans l'itinéraire technique été regroupé pour l'analyse des résultats. La quasi totalité des fruits commercialisés par ces derniers proviennent directement des producteurs, seule une structure représentant 12 % des volumes s'approvisionne à la fois chez un producteur et un grossiste (Saprim).

Deux structures possèdent leur propre production :

- Law Yat : 80 à 100% des volumes commercialisés
- Josia : 57% des volumes commercialisés

Le transport jusqu'à la centrale d'achat est assuré par le fournisseur lui-même avec une durée allant de 20 minutes à 1 heure. Les conditions de transport se font principalement à l'air ambiant, seul le grossiste alimentant la centrale d'achat la Saprim possède un moyen de transport adapté (camion frigorifique à 6 – 8° C).

3.2.1.2 Chez les GMS

L'approvisionnement des GMS se fait principalement par le grossiste. Seule une structure représentant 6% du volume de l'échantillon (1.2% des volumes commercialisés en GMS) est à la fois approvisionnée par le grossiste et la centrale d'achat. De même, le transport est assuré par les fournisseurs et aucun ne disposent de matériel adapté.

3.2.1.3 Chez les points de vente F&L

L'approvisionnement de ces points de vente se fait généralement soit par l'intermédiaire du marché de gros de Saint Pierre, soit par achat direct chez le producteur. Le transport est assuré par l'acheteur lui-même ou quelque fois par le producteur. Les conditions de transport se font à l'air ambiant, aucun ne disposant de matériel spécifique.

3.2.2 Qualité des fruits à l'arrivée

3.2.2.1 Chez les Centrales d'achat et Grossistes

Les fruits arrivent à un stade de maturité mi-mure à mure. Ils sont de façon générale ferme, seule la Sodexpro (4% des volumes) affirme quelque fois recevoir sur des lots des fruits mous. Ils sont de coloration vert/jaune à jaune pour la variété José et vert/jaune/rouge à jaune/rouge pour la Cogshall.

Toutes les catégories de fruits sont commercialisées. Ils sont cependant calibrés : 78% des volumes commercialisés sont jugés de calibre homogène.

67% des volumes de fruits commercialisés sont jugés de maturité homogènes, Deux structures représentant 33% des volumes ne sont pas satisfaites de l'homogénéité de la maturité.

La qualité gustative des fruits est jugée bonne par l'ensemble des personnes interrogées. La présence de maladies (anthracnose) sur fruits est quelque fois signalée, elle concerne 33% de la production commercialisée.

Des pertes en fruits sont occasionnées par la présence de maladies (anthracnose) et surtout par écrasement du à un empilement des fruits dans les caisses. Elles vont de 0 à 20 % sur certains lots.

Seules 2 structures représentant 20% des volumes commercialisés vont réaliser un tri avant de diffuser à leurs clients.

3.2.2.2 Chez les GMS

Les fruits sont à l'arrivée à un stade de maturité mi-mure à mure. Ceux sont des fruits fermes, de coloration vert/jaune pour la José et vert /jaune/rouge à jaune/ rouge pour la Cogshall.

57% de ces structures (56% des volumes) commercialisent de tous les calibres, les 43% restants étant plutôt des calibres moyens. Ils présentent tous une parfaite homogénéité des calibres et de la maturité.

La qualité gustative est jugée à l'unanimité excellente, cependant la présence de maladies (anthracnose) est signalée par certains magasins (29% des volumes).

Des pertes sont signalées par certains magasins, elles peuvent atteindre jusqu'à 15 % sur certains lots. Elles sont dues à une sur maturité des fruits ou encore à des problèmes d'écrasement liés au conditionnement.

Un tri sera effectué par 71% des magasins (62 % des volumes de l'échantillon) avant la mise en rayon.

3.2.2.3 Chez les points de vente F&L

Les fruits sont à l'arrivée à un stade de maturité mi-mure. Ils sont en générale fermes, de coloration vert/jaune pour la José et vert/jaune /rouge pour la Cogshall. Ces derniers effectuant eux même les achats choisissent la qualité de leurs fruits qui reste malgré tout hétérogène tant en calibre qu'en maturité.

La qualité gustative est jugée satisfaisante bien que la présence de maladies (anthracnose) soit signalée lors de mauvaises conditions météorologiques.

Les pertes en fruits restent relativement élevées du au conditionnement utilisé. Elles peuvent atteindre jusqu'à 20 % sur certains lots du principalement à l'écrasement.

3.2.3 Conditionnement des fruits à l'arrivée

3.2.3.1 Chez les Centrales d'achat et Grossistes

Les fruits sont à l'arrivée conditionnés en caisse plastique rigide d'une capacité de 5 à 25 kg ou en carton d'une capacité de 5 à 8 kg. Le nombre de fruits allant de 12 à 40 fruits pour les cartons, de 20 à 30 fruits pour les caisses de petites capacités en mono couche et de 50 à 100 fruits pour les caisses de 25 kg conditionnés sur plusieurs couches.

L'état de l'emballage est jugé bon quelque soit le type d'emballage.

La présentation est jugée bonne par 83% des personnes interrogées (soit 83% des volumes commercialisés) pour le carton. Elle est jugée bonne par 33 % d'entre eux pour la caisse de moins grande capacité conditionnée en monocouche. En ce qui concerne la caisse de grande capacité, elle est jugée mauvaise.

3.2.3.2 Chez les GMS

On retrouve chez les GMS principalement la caisse de petite capacité pour un poids allant de 8 à 12 kg soit 20 à 40 fruits selon la variété. Le carton est quelque fois utilisé par deux magasins.

L'état de l'emballage est jugé bon quelque soit le type d'emballage utilisé.

La présentation est jugée bonne à moyenne quelque soit le type d'emballage. Les fruits sont généralement soit remis en rayon dans leur emballage initial soit exposé en vrac. Ceci occasionnant des pertes importantes allant de 5 à 20% par la manipulation des clients.

3.2.3.3 Chez les points de vente F&L

Les fruits sont ici conditionnés en caisse de 25 à 30 kg sur plusieurs couches. Le nombre de fruits allant de 50 à 100 selon la variété et le calibre. L'état de l'emballage est jugé bon et la présentation mauvaise. Les fruits sont généralement remis en vrac sur les étales.

3.2.4 Le stockage

3.2.4.1 Chez les Centrales d'achat et Grossistes

Peu de structures disposent de moyen de conservation. Ils ne font pas ou peu de stockage et ont opté pour une gestion des commandes à flux tendu. Trois sociétés représentant 83% des volumes, font une conservation de façon standard, c'est à dire une seule chambre froide pour l'ensemble des produits. Aucune d'entre elles ne possèdent de moyen de régulation de l'hygrométrie ni de la maturation.

Les températures de conservation vont de 5 à 12°C. Les délais de distribution vont de 0.5 à 2 jours maximum.

3.2.4.2 Chez les GMS

La conservation des fruits se fait généralement de façon standard. Seule une structure (6% de l'échantillon soit 1.2% des volumes commercialisés en GMS) dispose d'une infrastructure lui permettant de stocker selon l'espèce. Aucune des structures n'est équipée de moyen de régulation de la maturation, cependant, 43% d'entre elles soit 54% des volumes de l'échantillon possèdent un moyen de régulation de l'hygrométrie. Les températures de conservation vont de 4 à 15°C. Les délais de vente vont de 1 à 3 jours au maximum

3.2.4.3 Chez les points de vente F&L

Aucune structure ne possède de moyen de conservation. Ils ne font pas ou peu de stockage et ont opté pour un approvisionnement régulier. Le délai de distribution est de 2 à 4 jours au maximum.

3.2.5 Les attentes des clients

3.2.5.1 Chez les Centrales d'achat et Grossistes

Les avis sont partagés quant au choix de la variété. Le conditionnement attendu est la caisse rigide de 5 à 20 kg par 67% des personnes interrogées (84% de la production) ou le carton de 5 à 10 kg par les autres.

Les clients attendent des fruits de maturité mi-mure (67%) à mure (33%). Le prix attendu par ces derniers est de 1 à 1.50 €/kg à l'achat.

3.2.5.2 Chez les GMS

De même que chez les centrales d'achat, il n'y a pas de préférence d'une variété par rapport à l'autre. Les clients ne recherchent pas de conditionnement particulier et préfère le vrac afin de pouvoir choisir leurs fruits.

La maturité attendu est des fruits mi-mures à mures pour un prix allant de 1.50 à 2.70 €/kg au stade consommateur.

3.2.5.3 Chez les points de vente F&L

Pour ces derniers, on observe depuis quelque temps une préférence pour la variété Cogshall. De même qu'en GMS, les clients sont attachés au fait de pouvoir choisir leurs fruits et préfèrent du vrac.

Le prix attendu est de 2 €/kg.

3.3 Les attentes sur la qualité et le conditionnement

3.3.1 Attentes sur la qualité des fruits

3.3.1.1 Les Grossistes et Centrale d'achat

A ce niveau de la chaîne de distribution, ils attendent des fruits de coloration vert/jaune pour la variété José (83% des enquêtées) et vert/jaune/rouge pour la Cogshall, (50% des enquêtées).

67% d'entre eux veulent des fruits de maturité mi-mure (soit 21% des volumes de l'échantillon) à mure. Ils attendent des fruits fermes voir durs pour une société.

Les calibres souhaités sont des calibres moyens allant de 150 à 200 g pour la José et de 200 à 300 g pour la Cogshall. Les fruits doivent être d'excellente qualité gustative.

L'existence d'un label pourrait selon 67% des personnes enquêtées (94% des volumes de l'échantillon) être un plus pour la commercialisation des fruits. Le prix plafond se situerait entre 2.50 et 10 €/kg selon l'offre du marché.

La meilleure période de commercialisation reste la période des fêtes.

3.3.1.2 Chez les GMS

Les GMS veulent à l'unanimité des fruits de coloration vert/jaune pour la José et 43% d'entre elles des fruits de coloration vert/jaune/rouge pour la Cogshall. Les fruits doivent être de maturité mi-mure à mure et doivent être ferme. De plus, les calibres les plus attendus sont des calibres moyens de 150 à 300g selon la variété (57% des personnes enquêtées soit 46% des volumes commercialisés). La qualité gustative doit être excellente.

Selon 86% des personnes enquêtées, l'existence d'un label pourrait être un plus dans la commercialisation de la mangue. Le prix plafond se situerait entre 3 et 8 €/kg.

La période idéale serait d'arriver avant la saison des letchis pour s'étaler jusqu'en janvier.

3.3.1.3 Chez les points de vente F&L

En terme de coloration, ces points de vente veulent des fruits de coloration vert/jaune pour la José et jaune/rouge pour la Cogshall. Les fruits doivent être fermes et de maturité mi-mures, de calibre moyen à gros. La qualité gustative doit être excellente. Ces derniers se disent également intéressés par l'existence d'un label. Le prix plafond serait de 7€/kg.

La période idéale se situerait de début Novembre à Janvier.

3.3.2 Attentes sur le conditionnement

3.3.2.1 Les Grossistes et Centrale d'achat

L'emballage qui serait le plus adapté serait selon 67% des personnes enquêtées le carton plus plateau alvéolé qui permettrait à la fois une bonne protection et une meilleure mise en valeur du fruit. Le nombre de fruits allant de 12 à 40 pour un poids de 5 à 10 kg.

La présence d'un stickers pourrait être également un plus pour 83 % des personnes interrogées pour la mise en valeur du fruit dans l'hypothèse de l'existence d'un label.

3.3.2.2 Chez les GMS

L'emballage le plus sollicité est le carton de 5 à 10 kg d'une capacité de 6 à 40 fruits. Certains magasins (43%) se disent également intéressés par un conditionnement de capacité moins importante (3 à 4 fruits) avec une protection pour éviter les manipulations des clients et réduire ainsi les pertes en fruits sur les étals.

De même, une majorité (57%) se disent intéressés par la présence d'un stickers qui mentionnerait l'origine (le producteur ou la région) ou un label.

3.3.2.3 Chez les points de vente F&L

Ces derniers restent attachés à leur mode de présentation de fruits en vrac sur les rayons. Cependant, face au conditionnement actuel qui occasionne des pertes importantes, ils seraient intéressés par un conditionnement plus adapté : carton de 30 fruits d'environ 10 kg en monocouche.

La présence d'un stickers ne semble pas être un plus pour la mise en valeur du fruit tout comme l'existence d'un label. Le produit étant déjà fortement connu du consommateur.

3.4 La Mangue idéale

3.4.1.1 Les Grossistes et Centrale d'achat

La mangue idéale est un fruit de maturité mi-mure (67% d'entre eux) à mure (33% d'entre eux), ferme de coloration vert/jaune à jaune pour un calibre compris entre 150 et 300g. Il doit présenter une qualité gustative excellente (sucré, juteux, parfumé).

Le prix idéal afin de garantir une bonne valorisation du produit se situerait entre 1 et 3 €/kg à l'achat aux producteurs.

Le conditionnement idéal serait le carton ou la caisse d'une capacité de 5 à 13 kg avec pour certains un plateau alvéolé.

Les fruits doivent être sains et indemne de toutes maladies, avec une offre régulière sur toute la campagne.

3.4.1.2 Chez les GMS

Les critères de qualité rejoignent en partie ceux des centrales d'achat et grossistes. Les fruits doivent être de maturité mi-mure (57% d'entre eux) à mure, et de coloration vert/jaune/rouge. Le calibre idéal est pour 71% d'entre eux un fruit de taille moyenne d'environ 300g.

De qualité gustative excellente (sucré juteux et parfumé), son prix de vente doit se situer entre 1.50 et 2.50 €/kg.

Le conditionnement le plus adapté serait la caisse ou le carton d'une capacité de 5 à 10 kg voir pour certains (43% d'entre eux) un conditionnement de moins grande capacité (2 kg) qui éviterait les manipulations par les consommateurs.

L'offre doit être régulière et l'état phytosanitaire irréprochable.

3.4.1.3 Chez les points de vente F&L

La mangue idéale doit pour ces derniers être d'excellente qualité :

- de maturité mi-mure à mure, ferme, et de coloration vert/jaune/rouge.
- de calibre moyen à gros
- de bonne qualité gustative
- d'un prix de vente de 3 €/kg

Le conditionnement doit un carton de 10 kg en monocouche pour éviter l'écrasement du fruit. Les fruits doivent être sains et présenter une offre régulière.

4. Conclusion

La réalisation de cette enquête nous a permis de mieux connaître l'itinéraire technique de la mangue sur le marché local. L'élargissement du questionnaire à l'ensemble des acteurs de la commercialisation nous a donné une vision très large du marché. Ainsi, il nous a permis de connaître le niveau d'équipement à différents niveaux de la chaîne de distribution et surtout de recenser les problèmes rencontrés par les uns et les autres.

A tous les niveaux de la chaîne de distribution, le principal problème rencontré reste le mode de conditionnement qui occasionne des pertes en fruits non négligeable. Malgré des efforts entrepris par certains grossistes et centrale d'achat (caisse ou carton conditionné sur une seule couche), des efforts sont à poursuivre pour une réduction des pertes en rayon.

A chaque maillon de la chaîne, les attentes en termes d'emballage sont différentes. Nous avons tenté de répondre à la demande des GMS en testant un nouveau type d'emballage répondant à la fois à leurs attentes et allant dans le sens de la PFI (Production Fruitière Intégrée) : 2 barquettes de capacité réduite (3 et 6 fruits) en bois ont été testées dans 2 grandes surfaces de l'île. Ce test a été accompagné d'une enquête auprès des consommateurs.