

PROJET GLO/02/GO3

HAÏTI : SUIVI À LA TABLE RONDE SUR LE COMMERCE – PHASE PILOTE
DU CADRE INTÉGRÉ.

LE SECTEUR DES MANGUES ET AUTRES FRUITS/LÉGUMES
(EXPORTATIONS NON - TRADITIONNELLES)

Joel Ducasse, Consultant, 12/02

Table des matières

ETUDE SECTORIELLE SUR LES FRUITS ET LÉGUMES

Liste des acronymes utilisés

Liste des adresses d'accès internet des documents cités

Liste des noms des sociétés et des personnes à contacter en Haïti

Termes de référence de l'étude

Conclusion et synthèse des recommandations

CHAPITRE I : STRUCTURE, ORGANISATION ET PERFORMANCE

1. Structure et organisation

Production et commercialisation interne de la matière première

LES FRUITS

A. La mangue

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

B. La banane

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

C. La papaye

1. *Caractéristiques de la matière première*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

D. La limette

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*
2. *Transformation primaire et secondaire*
3. *Commercialisation à l'exportation*

LES LÉGUMES

A. Les plantains

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

B. L'igname

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

C. Le malanga

1. *Caractéristiques de la matière première*
2. *La récolte*
3. *Transformation primaire et secondaire*
4. *Commercialisation à l'exportation*

D. Le pois congo

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*
2. *Transformation primaire et secondaire*
3. *Commercialisation à l'exportation*

E. Les champignons

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*
2. *Transformation primaire et secondaire*
3. *Commercialisation à l'exportation*

2. Performance

Production

Les fruits (mangue, banane, papaye, limette) et légumes (plantains, igname, malanga, champignons)

- *Evolution de la production nationale durant la période 1990-2001 et perspectives*
- *Développements concernant l'amélioration des cultivars*
- *Principaux facteurs ayant influencé les performances de production. Les contraintes concernant la certification et contrôle de qualité des produits biologiques*

Transformation

Evolution et perspectives de production des produits transformés des fruits (mangue, banane, papaye, limette)

- *Types de produits transformés commercialisés à présent*
- *Principaux facteurs ayant influencé les performances des entreprises de transformation (infra structurels, socio-économiques et/ou politiques)*
- *Perspectives de développement à court et à moyen terme*

Evolution et perspectives de production des produits transformés des légumes (plantains, igname, malanga, pois congo, champignons)

Exportations

La mangue

- *Analyse des exportations des produits transformés du secteur entre 1990 et 2001, par type de produit et par destination*
- *Degré et mode d'organisation et de coordination de la filière et son incidence sur les performances à l'exportation*
- *Qualité des produits exportés : normes et laboratoires existants d'analyse et de certification de la qualité, incidence de la qualité des produits sur les performances à l'exportation.*

CHAPITRE II : ANALYSE DES ATOUTS ET DES CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS DU SECTEUR

- *Collecte/Production (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)*
- *Transformation (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)*
- *Certification pré-exportation, accès à l'information sur les normes requises par les clients importateurs*
- *Commercialisation à l'exportation*
- *Politiques nationales de production et de commercialisation*
- *Autres contraintes*

CHAPITRE III : DEMANDE INTERNATIONALE DES FRUITS ET LÉGUMES ET INCIDENCE DES ACCORDS COMMERCIAUX SUR LES EXPORTATIONS EN PROVENANCE D'HAÏTI

- *Evolution des importations en quantité et en valeur et la part des exportations de Haïti dans le commerce mondial*
- *Evolution des prix à l'importation et des prix des exportations de Haïti*
- *Accords commerciaux affectant l'exportation des fruits et légumes et leur incidence sur les exportations*
- *Perspectives de développement et de diversification des exportations des fruits et légumes*

CHAPITRE IV : IDENTIFICATION DES PROJETS ET DES ACTIVITÉS POUR FAIRE FACE OU POUR CONTOURNER LES CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT

- ***Production***

Les fruits

La mangue :

La banane :

La limette :

Les légumes

Les plantains :

L'igname :

Le malanga :

Le pois congo :

Les champignons :

- ***Transformation***

Les fruits

La mangue :

La banane :

La limette :

Les légumes

Les plantains :

L'igname :

Le malanga :

Le pois congo

Les champignons :

- *Commercialisation et promotion des exportations des fruits et légumes*
- *Amélioration, certification et assurance de la qualité des exportations des fruits et légumes*
- *Organisation de la filière et coopération régionale sur les fruits et légumes*

CHAPITRE V : STRATÉGIE ET POLITIQUES NATIONALES FAVORISANT LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR

- *Résumé de la stratégie actuelle de développement du secteur*
- *Lignes directrices éventuellement fixées par les associations et les groupements professionnels. Il contiendra des recommandations quant aux modifications de stratégie qui pourraient favoriser le développement des exportations nationales.*

ANNEXES

- Informations sur les programmes d'assistance et les activités récentes de développement de la filière, ainsi que sur la stratégie sectorielle en vigueur
- Principaux acteurs économiques des filières
- Liste des principales personnes rencontrées
- Bibliographie
- Liste des entreprises exportatrices de fruits et légumes
- Exportations de mangues pour la période 1990 - 2001

Liste des acronymes utilisés

| | |
|---------|---|
| ACDI | Agence Canadienne pour le Développement International |
| AGOA | African Growth and Opportunity Act |
| CCI | Centre du Commerce International |
| CONASA | Conserverie Nationale SA |
| CNUCED | Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement |
| CTA | |
| DSLIP | Document Stratégique de Lutte contre la Pauvreté |
| FINTRAC | |
| FMI | Fonds Monétaire International |
| HAP | Hillside Agriculture Project |
| IQF | Individually Quick Frozen |
| MARNDR | Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural |
| OMC | Organisation Mondiale du Commerce |
| PDR | Projet de Développement Rural |
| PICV | Projet d'Intensification des Cultures Vivrières |
| PMA | Pays Moins Avancés |
| PNUD | Programme des Nations Unies pour le Développement |
| PPI | Petits Périmètres Irrigués |
| USDA | United States Department of Agriculture |

Liste des adresses d'accès internet des documents cités

Statistiques des importations d'igname aux USA

<http://www.haitihap.org/pdf/yam.pdf>

Statistiques de la production des champignons aux USA

<http://usda2.mannlib.cornell.edu/reports/nassr/other/zmu-bb/mush0802.txt>

Statistiques des importations de champignons aux USA

<http://www.ams.usda.gov/fv/rpmushroom.html>

Statistiques des importations de piments aux USA

<http://www.haitihap.org/pdf/ScotchBonnet.pdf>

Liste des noms des sociétés et des personnes à contacter en Haïti

| Nom de l'entreprise | Nom du responsable | Titre | Adresse | Téléphone | Email |
|--|---------------------|-----------------------|--|-------------------|--|
| AGRICORP | Paul Duret | PDG | 173, Turgeau | 509-244-0735 | plduret@yahoo.fr |
| Association Nationale des Agro Porfessionnels Haïtiens ANDAH | | | 11, rue Montjoli, Turgeau | 509-245-0847 | |
| ARCA | Anne Rose Durocher | PDG | Dubois Shopping Center - Delmas | 509-246-3337/o773 | |
| Bio Récolte SA | Joel Ducasse | PDG | Co El Rancho Hotel | 509-257-0396 | biorisa@yahoo.com |
| Fondation Vincent | Jacques Charles | Directeur | Entrée Barrière Bouteille, Cap Haïtien | 509-262-2106 | fondavin@aol.com |
| GIEDAH | Henri Chatelain | Président | C/of IICA | 509-245-6859 | |
| IICA | Alfredo Mena | Représentant en Haïti | 1 ^{ère} impasse Lavaud | 509-245-6859 | iica@acn2.net |
| JMB SA | Jean Maurice Buteau | PDG | Route de Damien | 509-250-5995 | |
| Jardins Hydroponiques d'Haïti | François Benoit | PDG | Fermathe | 509-255-9086 | ebene@acn2.net |
| MARNDR | Sébastien Hilaire | Ministre | Damien | 509-298-3010 | |

LE SECTEUR DE LA MANGUE ET DES FRUITS ET LÉGUMES (EXPORTATIONS NON TRADITIONNELLES),

I. Introduction

La phase pilote du cadre intégré (Plan Global intégré en faveur des PMA, adopté en 1996 lors de la première conférence ministérielle de L'OMC) et le Programme de coopération pour l'assistance technique liée au commerce destinée à Haïti de six organisations internationales, notamment la Banque mondiale, le CCI, la CNUCED, le FMI, l'OMC et le PNUD, permettent de financer certaines activités prioritaires d'assistance technique liées à l'intégration de la composante commerce dans les plans de développement et stratégies de lutte contre la pauvreté en Haïti.

Dans ce cadre, un plan d'actions a été arrêté sur la base de consultations entre les six organisations internationales susmentionnées et une délégation haïtienne de haut niveau. L'objectif global de ce plan d'actions est de renforcer les capacités du Gouvernement pour réaliser l'intégration du commerce extérieur dans le plan de développement du pays, et plus particulièrement dans le DSLP (Document Stratégique de Lutte contre la Pauvreté).

En novembre 1999, le Gouvernement de la République d'Haïti a organisé une Table Ronde sectorielle sur le commerce extérieur, avec les six agences du cadre Intégré, ainsi qu'avec les autres acteurs concernés et les pays donateurs. Cette table ronde a permis d'identifier un plan d'action avec trois objectifs immédiats. Un de ces objectifs, portant spécifiquement sur le commerce comme outil de développement vise à :

- *Identifier les secteurs porteurs pour relancer et diversifier les exportations et faire le diagnostic de l'offre exportable, en vue de la formulation d'une stratégie visant à une croissance accélérée axée sur les exportations.*

Dans le cadre de ce programme, un consultant a été recruté afin de :

1. Effectuer l'étude à l'exportation des trois secteurs retenus, en analysant les contraintes au développement des exportations d'ordre général, ainsi que celles spécifiques aux secteurs, notamment pour :
 - Secteur des huiles essentielles (exportations traditionnelles),
 - Secteurs des mangues et autres fruits et légumes (exportations non traditionnelles) ;
 - La filière des produits biologiques dans ces deux secteurs sous mentionnés ;
 - Secteur de la petite agro industrie ;
2. Analyser les tendances de la demande internationale de ces produits à moyen et à long terme ainsi que l'incidence des accords commerciaux tels que les

accords de l'OMC, de Cotonou et l'AGOA sur les exportations de ces produits en Haïti

3. Analyser les performances à l'exportation des produits de ces secteurs et considérer le potentiel d'exportations de ces produits par marché cibles, y compris les marchés sous régionaux.
4. Recommander des choix stratégiques pour la promotion et le développement des exportations des produits sélectionnés, en tenant compte de la capacité et du degré de compétitivité des entreprises exportatrices haïtiennes.

II. Conclusion et synthèse des recommandations

Le présent rapport traite du potentiel à l'export sur les marchés européens et Nord américains des fruits et légumes, huiles essentielles et produits de la petite industrie comprenant principalement les produits de confiserie et les produits de transformation des racines et tubercules.

Les données sur les marchés extérieurs proviennent principalement des statistiques d'organisations internationales comme la FAO, ou le CTA, d'agences nationales telles la USDA ou l'ACDI, ou de certaines études spécifiques sur les secteurs commandités par le Gouvernement auprès de firmes privées.

Ces données ont été complétées auprès d'intervenants au niveau de ces filières, particulièrement auprès des exportateurs de fruits et légumes et d'huiles essentielles et de différents producteurs de produits de confiserie sur le marché.

La représentation locale de l'IICA a aussi été consultée au titre de son implication dans les consultations locales ayant abouti à la déclaration conjointe des Ministres de l'Agriculture souscrivant à un agenda agricole hémisphérique, et pour ses efforts dans la promotion avec la CABA, de l'agriculture biologique dans la Caraïbe.

Au niveau gouvernemental, nous avons consulté au fur et à mesure de l'avancement des travaux des cadres et les titulaires du MCI, du MARNDR et du PLAN.

Au niveau de la promotion de l'agriculture biologique en Haïti, nous avons consulté l'unique agence internationale s'adonnant à la certification des productions biologiques en Haïti, la société allemande OKO Garantie représentée par madame Anne Rose Durocher, et la société Bio Récolte SA, entreprise de service au secteur agricole intervenant au niveau de la production de semences intéressant les cultures d'exportation à fort potentiel (banane et plantain, igname, malanga, papaye), ainsi que dans la production de d'inoculum de champignons gourmets ainsi qu'au niveau de bio fertilisants et de bio pesticides.

Des suggestions ont aussi été recueillies auprès d'organisations de la société civile tels l'Association Nationale des Agro professionnels Haïtiens (ANDAH), ainsi que le Groupe d'intérêt Economique pour le Développement de l'Agriculture en Haïti (GIEDAH).

Conclusions sur les fruits et légumes

A. Les marchés

La promotion des exportations des produits agricoles a sa meilleure opportunité dans la disposition EBA qui donne pour les Pays les Moins Avancés (PMA) l'accès libre de droits et taxes aux produits agricoles frais ou transformés. A noter que Haïti est la seule PMA de l'hémisphère américain. La même opportunité d'accès au marché des USA existe pour les pays africains dans le cadre de l'AGOA. Haïti est en train de chercher activement les mêmes privilèges octroyés à ces pays. Cependant, le fer de

lance de ce lobbying est représenté par l'Association des industries d'Haïti (ADIH) qui s'intéresse principalement à l'industrie d'assemblage.

1. Les fruits

1.1. *les fruits frais*

- a) *La mangue*, produit vedette au niveau des exportations de fruits frais peut augmenter son chiffre d'affaires en frais à cause de la forte demande de la mangue francisque sur le marché Nord Américain. Des opportunités certaines existent aussi sur l'Europe pour la mangue francisque en frais qui est un produit exclusif haïtien. Il s'agira d'augmenter l'offre en étalant les nouvelles plantations sur la plus grande variété de microclimats afin de continuer bénéficier de la disponibilité à l'année de ce fruit dont la période de récolte est la plus étendue de la région.
- b) *Les autres fruits frais qui offrent par ailleurs les meilleures opportunités sont la banane et la papaye* à cause de la diminution projetée de la compétitivité des pays producteurs de la région tels la Martinique et de la Guadeloupe pour la banane, et de la Jamaïque pour la papaye à la faveur de la disposition EBA. Il est à noter que ces pays disposent encore d'un dispositif de protection pour quatre produits sensibles dont la banane. La protection dont jouit la banane subit une érosion annuelle de 20% l'an commencée à partir de janvier 2000, qui culminera le 1^{er} Janvier 2005. Dans l'intervalle, il est justifié en regard des subventions dont les pays exportateurs de banane continueront à bénéficier ces deux prochaines années, de prévoir des mesures compensatoires pour l'agriculteur haïtien. Ces mesures peuvent comprendre la diffusion massive à prix subventionné des nouveaux cultivars aux zones de production, le soutien à la fourniture des intrants de la production organique (bio fertilisants et bio pesticides) et la modernisation de l'équipement d'irrigation ainsi que l'extension de l'irrigation goutte à goutte aux aires sèches sur financement de l'Etat et concession d'exploitation aux entreprises privées suivant le modèle appliqué en République Dominicaine)

1.2. Les fruits transformés

Les grades supérieurs des trois fruits retenus (mangue, banane, papaye) seront utilisés pour l'exportation en frais ; les fruits de moins bonne conformation pourront fournir la matière première pour certaines transformations dont la production de IQF (Individually Quick Frozen), de jus, de nectar et de produits de confiserie.

Les zones de Marmelade et de Thiotte présentent une excellente opportunité pour la production de jus d'agrumes.

2. Les légumes

2.1. *les légumes frais*

Les légumes présentant la meilleure opportunité à l'exportation sont les produits à consommation ethnique à destination du marché caribéen et nord Américain comme les racines et tubercules. La pomme de terre est un produit d'exportation important vers la République dominicaine ; cependant, l'extension de sa production n'est pas recommandée parce qu'elle se réalise au détriment de la Forêt des Pins dont la destruction atteint le niveau de catastrophe écologique. Par contre, Haïti dispose d'un avantage comparatif dans la production pour l'exportation d'igname et de malanga. Il en est de même du pois congo.

2.2. *Les légumes transformés*

La pâte assaisonnée de malanga qui sert à la fabrication d'acras présente un potentiel important.

2.3. *Autres produits du rayon de légumerie*

Le champignon local ou djondjon, propre à Haïti, présente un potentiel à l'export extrêmement intéressant. Il en est de même de la production de certains champignons gourmets tels le shiitake et la pleurote dont les vertus médicinales sont de plus en plus reconnues.

B. L'Amélioration de la disponibilité du produit exportable

1. Les fruits frais

- Extension des plantations d'arbres fruitiers

Un effort important a été consenti au niveau de la distribution aux agriculteurs durant ces dix dernières années, de plants de manguiers francisque, particulièrement au niveau du Département du Sud. Ces efforts commencent à porter des fruits où on peut constater une plus grande disponibilité de fruits exportables ces trois dernières années.

La variété Cœur d'Or, vulgarisée par l'Organisation Non Gouvernementale Ore, est un fruit de choix pour la production de IQF, à cause de son pourcentage élevé de pulpe.

- Création de vergers modernes

Certains exportateurs considèrent de plus en plus d'établir des vergers d'importance afin d'assurer la disponibilité d'une partie de leur matière première. Ils sont confortés en cela par l'appui qui leur est apporté par le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural. Les principaux produits envisagés sont la mangue et l'avocat. Les firmes ayant montré un intérêt pour l'établissement de fermes entre 50 et 300 ha dans différents endroits du pays sont la Shaisa, la JMB SA, Transagri, Bio

Récolte SA et La Finca pour la mangue, et Reimers pour l'avocat sur une superficie de 1,000 ha à la Forêt des Pins.

Le Ministère de l'Agriculture a envisagé de mettre des terrains de l'Etat à la disposition de ces entreprises suivant un bail à long terme à prix modique, moyennant leur mise en culture dans les six mois qui suivraient la concession.

- *Amélioration du transport routier dans les périodes de fructification*

Certains exportateurs estiment qu'une amélioration du transport routier dans les périodes de récolte pourrait contribuer à doubler la disponibilité de l'offre exportable de mangues. Ceci est particulièrement valable pour les Départements du Nord Ouest et du Plateau Central.

Le cas de la banane – proposition de stratégie

- Promotion de la filière organique
- Création de quatre pôles de production/transformation (Nord Ouest, Nord, Beaumont, deuxième plaine de Petit Goave),
- Extension des variétés résistantes à la Sigatoka noire acceptées sur le marché international (Fhia 18 et Fhia 23)

2. Les fruits transformés

- Financement de l'équipement aux industriels de la place pour la production de IQF et de jus et nectar.
- Réalisation d'études de faisabilité pour la production intégrée de jus d'agrumes et d'huiles essentielles à partir de ces fruits.

3. Les légumes frais

- Etablissement de champs semenciers stratégiques de plantains résistants à la Sigatoka noire, d'igname et de malanga dans la Grand Anse, le Sud et le Sud Est pour la production de semences et de matières premières destinées à la consommation locale en frais et à la transformation en vue de la consommation locale et/ou l'exportation des produits frais et transformés.
- Intensification de la production de certains piments à fort potentiel d'exportation (habanero, scotch bonnet), etc.

4. Les légumes transformés

- Promotion de la production de la pâte assaisonnée de malanga au Borgne, au Dondon et au bas Plateau central.
- Promotion de la culture des champignons sur les déchets de café et de cacao.

- Promotion de la production de sauces piquantes.
- Mise en boîte du pois congo à destination du marché ethnique de Porto Rico et de New York.

C. Organisation de l'infrastructure de transport

Amélioration des voies de désenclavement terrestre, pour l'accès aux ports et aux aéroports ; négociation collective des prix avec les transporteurs ; investissement dans les infrastructures et le stockage à quai.

D. Financement des développements

- Continuation du support de l'UE à la filière semencière des racines et tubercules.
- Financement de l'infrastructure d'irrigation pour la mise en valeur de certaines terres arides inexploitées et octroi de concessions à des entrepreneurs pour leur mise en exploitation ;
- Recherche d'éventuels partenariats avec des producteurs de banane des territoires européens d'Outre-Mer intéressés à des délocalisations.
- Promotion de la petite industrie : production des jus, nectars, produits de confiserie – transformation de certaines épices dont la production de sauces piquantes.

Recommandations

Considérant la diversité et la complexité des problèmes inhérents à ce secteur, il est spécialement recommandé de promouvoir après les études appropriées un projet intégré de longue durée comportant plusieurs phases d'intervention couvrant les secteurs agronomique, technologique, économique et commercial qui devrait être mis en place à court terme.

Il s'agira dans ce cadre d'assurer :

- le renforcement des associations existantes et leur mise en réseau à l'effet de faciliter des échanges d'informations ;
- l'organisation des filières et l'émergence de grappes d'industries de nature à favoriser une intégration verticale de la production des huiles essentielles, des fruits et des légumes ainsi que des services associés ;
- la concertation intra-sectorielle propice à une nette et claire définition aussi bien des objectifs que des moyens à mettre en œuvre en vue de les atteindre.

CHAPITRE 1: SECTEUR DES FRUITS ET LÉGUMES : STRUCTURE, ORGANISATION ET PERFORMANCE

Le secteur des fruits et légumes, avec un chiffre d'affaires mondial estimé à plus de 100 billions de dollars, occupe une place importante dans le commerce international. Les produits frais d'origine tropicale se taillent une part appréciable de ce marché à cause de leur caractère exotique et de leur disponibilité à longueur d'année.

Les fruits

Les fruits tropicaux commercialisés sur le marché international sont par ordre d'importance :

- 1) les citrus (orange, chadèque, citron, tangerine),
- 2) la banane,
- 3) la mangue,
- 4) la papaye,
- 5) L'ananas.

Viennent ensuite la goyave, le cantaloup et l'avocat.

Le fruit le plus important dans les exportations d'Haïti est la mangue, avec un chiffre d'affaires annuel dépassant dix millions de dollars. De l'avis des exportateurs, il existe un potentiel à l'export pour les citrus sur le marché américain à cause de la maladie appelée citrus canker, des vagues de froid et des développements immobiliers qui détruisent progressivement les plantations de Floride. Le produit phare du groupe citrus serait la limette. Les autres fruits à développer seraient la banane, la papaye et les avocats. Ces produits sont choisis en fonction des paramètres suivants : marché important, récolte non mécanisable, et production de long terme.

D'autres fruits offrant une production à cycle court pourraient être produits sur la base de contrats de court terme comme le melon, le cantaloup, etc.

Les légumes

Les principaux légumes tropicaux commercialisés sur le marché international sont la pomme de terre, les piments et poivrons, l'aubergine, etc. Les conditions ne se prêtent pas en Haïti pour le développement de ces productions en vue de leur exportation. En effet, ces cultures se réalisent sur de grandes superficies, sont hautement mécanisées et le fait qu'elles soient à cycle court fait qu'il est difficile de conquérir sur le long terme de nouvelles parts de marché. Une exception doit être faite pour les piments sur lesquels il est possible de développer un effet de marque (surtout sur le produit transformé) ; certains produits à destination de la clientèle ethnique caribéenne présentent aussi un intérêt (portions de giraumont IQF, pâtes assaisonnées de malanga, le Jamaican Yellow Yam, certains champignons gourmets et le djondjon local).

Les principaux fruits et légumes exportés d'Haïti sont pour les fruits frais : la mangue et le cantaloup ; le potentiel et l'intérêt existent pour la banane, la papaye, l'ananas et

l'avocat. Les légumes exportés sont principalement la pomme de terre, les piments et poivrons, l'aubergine.

Les bateaux de croisière accostant à Labadie (10,000 croisiéristes par semaine) peuvent représenter un marché pour les fruits et légumes s'apparentant à une quasi exportation.

1. Structure et organisation

Production et commercialisation interne de la matière première

A. La mangue

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*

La production de mangues en Haïti a été estimée par la FAO à 230,000 TM en 1993. Le volume actuel de la production se situerait autour de 400,000 TM. On ne peut en aucun cas en déduire même un nombre approximatif des arbres en production. On peut considérer qu'un manguier entre 10 et 30 ans produit en Haïti de 0 à 1,000 kg de fruits.¹

La seule mangue exportée en frais d'Haïti est la mangue Francisque. Ce fruit, d'un poids moyen de 350 à 600 grammes est oblong, avec des joues aplaties et présente un léger bec à son sommet ainsi qu'un renflement au niveau de l'épaule dorsale près de leur attache pédonculaire. Sa longueur est comprise entre 15 et 20 cm, sa largeur entre 8 et 11 cm. L'épiderme solide et lisse enveloppe une chair jaune abricot, juteuse et goûteuse et un noyau aplati, assorti de quelques fibres assez courtes.

Les unités de production de ce fruit sont très dispersées. L'agriculteur moyen type (900,000 exploitations agricoles et une surface agricole utile de 1,300,000 ha) dispose de un à quatre arbres en moyenne. L'arbre-type en production est âgé d'une vingtaine d'années, a cinq mètres et plus de hauteur et est souvent attaqué par des maladies fongiques débilantes comme l'anthracnose, etc. Les expériences de création de vergers modernes ont été réalisées dans certaines régions du pays (plaine du Cul de Sac, plaine de Léogane, Plaine des Cayes, Cap Haïtien). Ces initiatives ont été peu nombreuses (moins d'une dizaine d'entrepreneurs).

Le fruit de la mangue francisque est bien différencié par rapport à sa forme, son goût, sa couleur jaune (en rapport avec le fruit rouge de la mangue américaine Tommy Atkins) et sa durée à l'étagère.

2. *La récolte*

Les manguiers sont récoltés généralement par des équipes spécialisées grâce à une gaule munie d'un sac en vue de protéger le fruit. Haïti dispose d'une

¹ Référence APROMA, 1996.

multitude de micro climats qui lui permet d'avoir une récolte étalée sur près de 8 à 9 mois contrairement aux autres pays producteurs de la région. Ceci constitue un avantage unique, le client réclamant la disponibilité du même produit à longueur d'année.

3. Transformation primaire et secondaire

Les exportations de mangue francisque se font en frais en frais. La firme d'exportation de Ralph Perry exporte d'autres variétés de mangues vertes qui sont pelées et mises en saumure ; ces mangues rentrent dans la production de chutney, un condiment utilisé par les communautés hindoues en Angleterre et à Trinidad. Il y a environ 20 ans, la Conasa aujourd'hui fermée basée à l'époque au Cap, exportait du jus de mangue à destination de l'Europe.

4. Commercialisation à l'exportation

La totalité des exportations d'Haïti part vers l'Amérique du Nord (USA et Canada). La succession des opérations aboutissant à l'exportation des mangues est la suivante :

- Les mangues sont achetées au producteur par un spéculateur qui assure en général le transport après s'être attaché les services de cueilleurs spécialisés, et revend les fruits à la douzaine après un premier tri à l'usine ;
- Ceux ci sont lavés, triés, mis en caisses plastiques puis en palettes, bac ou panier et subissent un traitement à l'eau chaude pour éliminer les larves de la mouche du fruit *Anastrepha obliqua* (75 minutes à 115 – 116 degrés F). La bonne réalisation de ce traitement est systématiquement contrôlée par un agent de l'USDA, à l'aide d'enregistreurs automatiques (nombreuses sondes par bac) reliées à un terminal informatique. En cas d'anomalie due le plus souvent à des coupures d'électricité non relayées par la mise en route rapide de générateurs, le traitement complet est repris ;
- Le tri proprement dit et le calibrage « à l'œil » précèdent généralement la mise en carton manuelle, avant sa fermeture et le report d'informations sur le produit (variété, nombre de fruits par carton). Le nombre de mangues par carton est de 12, 13, ou 14 pour un poids moyen de 5.5 kg, soit un poids moyen par fruit de 550, 460 ou 390 g. les fruits dont le poids moyen est supérieur à 600 g sont exclus pour des problèmes d'efficacité du traitement. L'emballage porte en général le nom du produit, de la société, sa marque et dans certains cas et la recommandation d'une conservation optimale à 50 – 55 degrés F. parfois l'appellation « organic » correspondant à un produit biologique est imprimée sur l'emballage ;
- Les cartons sont ensuite stockés avant un nouveau tri qui intervient deux jours après, fermés définitivement et mis sur palettes (15 à 17 rangs de dix unités) ;
- Les palettes de cartons de mangues sont ensuite acheminés sur le port ou l'aéroport où elles sont chargées dans un conteneur (40 pieds, soit

- 18 à 20 palettes) dans le premier cas, re conditionnées dans le second par l'exportateur, dans des LD3 contenant chacun 250 cartons ;
- A l'arrivée, les fruits sont réceptionnés, contrôlés et dispatchés par l'importateur, ce qui porte le délai entre la cueillette de la mangue et sa mise en vente au détail à environ 8 jours, intervalle de temps permettant sa bonne commercialisation.

Chez l'exportateur Haïtian Tropical Manufacturing SA cité dans le rapport APROMA 1996, les fruits à la sortie de l'eau chaude sont refroidis 20 minutes dans de l'eau à la température ambiante, avant d'être triés sévèrement, brossés, cirés et calibrés mécaniquement (calibreuse réglable à rouleaux). Les mangues sont ensuite mises en cartons, stickées puis palettisées de manière adéquate (rangs alternés, films plastiques, cornières renforcées et cerclage). Cette succession de travaux et de soins permet le conditionnement d'une trentaine de palettes par jour.

Dans le cas de la Haïtian Tropical Manufacturing SA continue le rapport, on peut considérer que la chaîne de conditionnement permet de conserver correctement la qualité du produit d'origine, bien qu'une mise à froid dès l'achèvement des palettes apporterait un plus indéniable, quant à la durée de vie commerciale du produit.

Par contre, dans les autres cas de figure, les multiples manipulations l'absence de brossage qui donne un aspect net et brillant au produit, et l'inévitable approximation qui découle du calibrage manuel, déprécient sensiblement la qualité des mangues.

B. La banane

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*

Haïti produit environ 100,000 TM de bananes. Les zones de grande concentration de cette production sont le Nord, le Sud Est et la Grand Anse. C'est traditionnellement une culture que l'on retrouve dans les montagnes humides. Elle peut cependant être plantée en plaine, de préférence dans les zones sèches sous irrigation pour prévenir l'apparition du mal de la Sigatoka noire qui dévaste les Cavendish, le bananier traditionnel en Haïti.

2. *La récolte*

Les régimes de bananier sont récoltés à même le champ et amenés au bord des routes pour être vendus et transportés dans les grandes villes sans dépaillage. Un volume important de feuilles de bananier séchées sont utilisées comme matelas en vue de la protection du produit lors du transport.

3. *Transformation primaire et secondaire*

La banane est généralement consommée en frais en Haïti.

4. *Commercialisation à l'exportation*

Bien qu'ayant été un exportateur important dans les années 40, de banane Gros Michel, Haïti n'exporte plus de banane actuellement. La disparition des exportations a été causée en partie par le mal de Panama qui a décimé les plantations, ainsi que par les troubles politiques survenus vers la fin des années 40.

Les opportunités de reprise des exportations sont cependant certaines, en regard de la conjoncture.

C. La papaye

1. *Caractéristiques de la matière première*

La papaye est produite à petite échelle dans toutes les régions du pays. Elle fait face depuis quelques années, particulièrement dans la plaine du Cul de Sac à des maladies virales propagées par la mouche blanche.

Il existe une grande diversité de cultivars sur le marché fournissant des papayes de toutes tailles, couleur et consistance. Les variétés à petits fruits de moins de 2.5 kg sont les plus appréciées sur les marchés extérieurs.

2. *La récolte*

Les fruits sont généralement récoltés à partir de neuf mois et la récolte s'étale sur une période de neuf mois durant laquelle, l'arbre fournit entre 30 et 60 fruits. La récolte du fruit frais se fait avant maturité. Les fruits sont commercialisés au travers d'un réseau de marchandes qui écoulent leur production au bord des routes ou dans les marchés urbains.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Le produit n'est pas transformé. Les feuilles et le fruit contiennent la papaïne qui sert comme adoucisseur des viandes. Les graines de papaye sont anti helminthiques.

4. *Commercialisation à l'exportation*

Bien que le potentiel à l'export soit réel, les exportations sont épisodiques et négligeables.

D. La limette et es autres citrus de consommation en frais

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*

La culture des citrus est assez répandue et l'offre locale comprend principalement les oranges, la chadèque et la limette. Les principales zones de plantations regroupées sont Thiotte, Marmelade et Chalon.

Il existe des zones de forte concentration de la production d'oranges et de chadèque. La zone qui présente la meilleure opportunité est la Commune de Thiotte qui compte environ 4,000 ha de café dont la plupart sont plantées en compagnonnage avec des orangers et des chadéquiers. Chalon dans le Sud et Marmelade dans le Nord sont aussi des zones de forte concentration.

La production de la limette en Haïti elle, est éclatée au travers de centaine de milliers de petits exploitants qui comptent dans leurs jardins quelques arbres placés généralement auprès des cases, et bénéficiant de la fertilisation organique apportée par les animaux de base cour. Il n'existe pas de grande plantation en Haïti.

2. *La récolte*

Les oranges et chadèques sont récoltées et mises en sacs en vue d'être transportées vers Port-au-Prince pour être vendues. La filière est très mal organisée, ce qui cause des pertes énormes pouvant aller jusqu'à 50% de la production, surtout pendant et après la saison pluvieuse où les routes sont les plus dégradées. Les fruits de la limette, appelés citrons en Haïti, sont récoltés par les familles et vendus par bidons d'une contenance de 28 lbs à des intermédiaires qui les apportent sur les marchés urbains.

La consommation de bouche a fait disparaître l'utilisation de la limette comme matière première pour la production d'une huile essentielle qui était par ailleurs très appréciée par les producteurs de boissons gazeuses américains.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Les oranges et chadèques sont généralement consommées en frais ainsi que la limette.

4. *Commercialisation à l'exportation*

La limette dispose d'un marché local appréciable, comme condiment dans la consommation des fruits de mer, dans la consommation de boissons alcoolisées (bières et cocktail au rhum), quand il n'est pas consommé sous

forme de jus contre la grippe². La limette a donné lieu dans le temps à des exportations épisodiques en frais. Elle dispose très certainement d'un potentiel à l'export que pourrait renforcer la prime biologique élevée qui est payée pour ce produits sur certains marchés.

LES LÉGUMES

A. Les plantains

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*

Haïti est un grand producteur de plantains (400,000 TM). Certaines zones sont quasiment des zones bananières en monocultures (plaine de l'Arcahaie sur près de 5,000 ha, le Nord Ouest, etc.). La culture plantains a commencé à se développer dans de nouvelles zones dont la plaine du Nord où elle tend à remplacer la culture de la canne à sucre. La culture se pratique dans les zones d'une pluviométrie allant de 1,200 à 1,600 mm. C'est une culture irriguée en général.

2. *La récolte*

La récolte se fait à la main en coupant le régime entier qui est transporté à dos d'homme ou d'animal hors des champs. La production est chargée au bord des routes en régimes entiers dans des camions qui amènent la production vers les marchés urbains de gros qui redistribuent la production vers les marchés de quartier.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Les plantains généralement consommés bouillis ou frits dans de l'huile bouillante après avoir été aplatis. Cette transformation se réalise au niveau des ménages, et dans une moindre mesure au niveau de la cuisson populaire.

4. *Commercialisation à l'exportation*

Les bananes plantains ont été traditionnellement exportées en petite quantité vers les petites Antilles voisines sur des voiliers à partir de la zone de Port de Paix dans le Nord Ouest.

B. L'igname

1. *Caractéristique de la matière première et du produit fini*

L'igname est produite un peu partout dans le pays, dans les terroirs des montagnes humides. On retrouve de grandes concentrations de cette

² La collecte des pelures de limette dans les grandes agglomérations urbaines pourrait fournir la matière première si cruciale pour la production d'huile essentielle de limette.

production dans la Grand Anse, le Sud Est le Nord et la zone d'Anse à Foleur. C'est aussi l'une des cultures de substitution dans les écosystèmes caféiers de montagne. La production annuelle d'igname est estimée à environ 100,000 TM.

Des principales variétés d'igname produites en Haïti, on considère que celles offrant un potentiel à l'export sont l'igname blanche, l'igname jaune, et l'igname sel aussi appelée igname cush cush.

La culture de l'igname en Haïti fait face à deux problèmes majeurs qui sont la rareté de la semence, et les attaques en champ des larves de cucurlionidae et scarabidae (marocas) qui s'attaquent aux tubercules et déprécient la récolte.

2. *La récolte*

L'igname est généralement plantée en janvier – février – mars et récoltée de septembre à décembre.

3. *Transformation primaire et secondaire*

L'igname est généralement consommée en frais.

4. *Commercialisation à l'exportation*

Un début de commercialisation à l'exportation pour l'igname en frais est observé depuis un an, soutenu par le projet HAP financé par l'USAID. Ceci nouveau produit intéresse énormément les producteurs de mangues qui cherchent à maintenir ouvert leurs infrastructures dans la saison creuse.

C. Le malanga

1. *Caractéristiques de la matière première*

Le malanga est généralement planté en mars et la récolte intervient principalement en décembre. Le tubercule produit est aussi utilisé comme semence. Cette culture fait face à la rareté d'une semence de qualité. Les rendements sont diminués sensiblement par des maladies virales, mais ceci peut être contré par l'utilisation la micro propagation des plants devant servir de semences.

Le malanga à chair rose, variété locale appelée Lilac est en demande pour l'exportation. D'autres variétés cubaines à haut rendement ont été introduites par la société Bio Récolte SA en Haïti au cours de l'année 2002.

2. *La récolte*

Le malanga est fouillé à la main. Le tubercule est récolté et nettoyé de la terre. Il est amené au bord des routes par charge à dos d'animal d'où il est acheté et

transporté dans les milieux urbains. Il est généralement vendu en petits lots disposés à même le sol dans les marchés urbains.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Le malanga est souvent consommé en frais. Il est aussi râpé en vue de produire la pâte de malanga qui sert à la production d'une friture appelée acra qui est très appréciée en Haïti et sur les marchés ethniques caribéens et de leur diaspora en Amérique du Nord. La farine de malanga présente aussi la plus faible granulométrie de toutes les farines de tubercules, ce qui la rend la plus digestible de ces farines, et à ce titre, elle est très utilisée comme aliment hypo allergénique dans la nourriture des nourrissons et des vieillards.

4. *Commercialisation à l'exportation*

Le projet HAP assure la promotion des exportations de malanga en frais sur les USA depuis 2001, en mettant les organisations de producteurs en contact avec les exportateurs, et en aidant ces derniers à pénétrer le marché nord Américain.

D. Le pois congo

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*

Le pois congo est une culture traditionnelle que l'on retrouve surtout dans le Nord et le Plateau Central. C'est une culture annuelle qui vient généralement dans les rotations maïs - pois congo ou maïs - petit mil - pois congo.

La variété la plus plantée est le Kaki, qui est très appréciée sur les marchés extérieurs (République Dominicaine, Porto Rico et diaspora portoricaine de New York).

2. *La récolte*

Les variétés plantées en Haïti sont photopériodiques avec une récolte étalée de décembre à février. On estime la production locale à 30,000 TM.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Le pois congo est commercialisé en frais.

3. *Commercialisation à l'exportation*

La Conserverie Nationale SA, basée au Cap Haïtien achetait au début des années 80 une partie de la production locale qu'elle conditionnait dans des boîtes métalliques pour la vente sur le marché extérieur. La CONASA est fermée depuis 1987.

E. Les champignons

Les champignons qui seront mentionnés dans ce rapport sont le djondjon local et les champignons gourmets dont la pleurote, le volvariella et shiitake.

1. *Caractéristiques de la matière première et du produit fini*

Ces champignons sont des saprophytes qui se développent sur les déchets cellulosiques (trunks d'arbres morts, résidus de culture comme la paille de riz, la bagasse de canne, la sciure et copeaux de bois, les feuilles de bananes séchées, etc.). Les champignons séchés sont riches en protéines, vitamines et minéraux. Ils ont en plus des propriétés médicinales reconnues (propriétés anti bactériennes, anti tumorales, anti fongiques et anti virales. Certains de leurs extraits permettent de lutter contre le cholestérol. Le marché des champignons gourmets, de 18 milliards pour l'année 2001, dépasse celui du café et montre une croissance annuelle de l'ordre de 20%.

Le djondjon Le champignon local communément appelé djondjon pousse sur les troncs d'arbres morts tels le manguier, l'avocat, etc. c'est une production spontanée qui se manifeste en saison des pluies. Il est exclusif à Haïti dans l'hémisphère Nord.

Les champignons gourmets La pleurote pousse à l'état endémique dans certaines zones du pays telles la Grand Anse et le Morne des Commissaires. Il est appelé dans ces lieux le djondjon blanc. Des spores de pleurote, de volvariella et de shiitake ont été importées par la société Bio Récolte SA et la production de ces champignons gourmets testées avec succès sur différents matériaux cellulosiques dont certains déchets de culture (paille de riz, etc.) ainsi que la sciure de bois et les déchets de cartons. Des protocoles de production en milieu rural ont été développés par cette société en vue de la promotion de ces cultures.

La filière de production des champignons gourmets dans les pays du sud est asiatique comprend classiquement un laboratoire de production de blanc (semence du champignon) qui approvisionne des microentrepreneurs producteurs de champignons. Lorsqu'une densification de la production intervient au sein d'une communauté rurale, apparaît ainsi un type d'opérateur intermédiaire, le producteur de sacs de substrat stérilisé.

2. *La récolte*

Les djondjons sont obtenus par récolte des chapeaux qui apparaissent à la saison des pluies. La maîtrise de l'hygrométrie permettrait d'obtenir des récoltes toute l'année, faisant passer cette production de la cueillette au statut de culture maîtrisée.

3. *Transformation primaire et secondaire*

Les djondjons après récolte sont mis à sécher au soleil pendant deux jours au bout desquels ils sont emballés en sacs et envoyés dans les villes pour être vendus.

Le produit bien séché se conserve pendant des mois.

Les champignons gourmets peuvent être commercialisés en plus du frais sous forme séchée, ou en saumure.

3. *Commercialisation à l'exportation*

Le champignon local, communément appelé djondjon dispose local important, ainsi qu'un marché extérieur constitué de la diaspora à l'extérieur. Le Kg de djondjon séché se vend environ USD 50.00 aux importateurs sur les marchés américains et japonais.

Les champignons gourmets sont vendus en frais entre 4 et 10 dollars américains le Kg. Séchés, leur prix peut être multiplié par dix.

2. **Performance**

Production

Les mangues

Haïti est le 5^{ème} producteur mondial de mangues d'après la FAO avec une production annuelle de 358,000 tonnes (1986). Les autres pays producteurs sont l'Asie – Océanie 11,600,000 tonnes, l'Amérique du Sud 718,000 tonnes, le Mexique 714,000 tonnes, et les autres pays des Caraïbes 378,000 tonnes. Les fruits sont essentiellement dans les jardins des petites exploitations. Il n'existe que très peu d'exploitations de grande taille.

Haïti, selon la American Society of International Agriculture, est le seul pays disposant d'une récolte de mangue étalée sur dix mois, alors que la plupart des pays ont une production sur 6 à 7 mois. Cette longue période de production est due à la variété de micro climats rencontrés en Haïti, et aux différentes altitudes des sols.

Le volume de la production exportée se répartit comme suit :³

- Plaine du Cul de Sac 34%
- Passe Reine – Gros Morne 29%
- Léogane 14%

³ Source Asdem

- Cabaret – Arcahaie 12%
- Saint Marc – Artibonite 11%

Les principales régions de production sont le bassin de Port-au-Prince pour les récoltes de début de saison, et la région de Gros Morne pour la fin de saison.

- *Evolution de la production nationale durant la période 1990-2001 et perspectives*

Voir annexes.

- *Types de produits. Pour les produits agricoles, développements concernant l'amélioration des cultivars*

Mangues : La variété Cœur d'Or a été isolée par l'ONG Ore à Camp Perrin. Elle est en train d'être multipliée dans la plaine des Cayes et intéresse au plus haut chef la JMB SA qui compte l'utiliser pour la production de cubes de mangues congelés.

Banane : le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) est en train de mener des essais multilocaux sur des plants de banane obtenus au travers de l'IICA, ce en vue de contrer la maladie de la Sigatoka noire d'introduction récente en Haïti. De ces souches, les plus prometteuses sont le Fhia 18 et le Fhia 23 qui rencontrent une bonne acceptation sur les marchés d'exportation. La société Bio Récolte SA a initié la micropropagation de ces variétés sur la fin de l'année 2002.

Papaye : la variété Maradol Roja a été introduite en Haïti par Bio Récolte SA. Ses caractéristiques (port bas entre 1.2 et 1.7 mètres, moins de 2% de plantes à fleurs mâles, fruit à chair rouge résistant aux chocs et d'un poids standard compris entre 1.6 et 2 kg) lui offrent un avenir. Elle représente 60% des exportations du Mexique sur les USA.

Avocats : les plantations de la variété Hass, petit avocat le plus demandé sur le marché international est en train d'être vulgarisé par l'exportateur de mangues Reymers, qui envisage de planter 1,000 ha dans la région du Morne-des-Commissaires.

Les légumes

L'igname jaune Jamaïcaine Le prix de cette igname qui est exporté en frais sur le marché des USA se maintient à plus du double de celui des autres ignames. La JMB SA a confié des souches de cette igname obtenue d'un importateur américain à Bio Récolte SA qui est en assure la micro propagation. Cette initiative peut éventuellement déboucher sur la réalisation d'un projet d'emblavement de deux fermes de 100 ha chacune (ferme Kay Ben à Pestel dans la Grand Anse, une autre ferme dans le Département de l'Ouest)

qui serviront de réserve semencière stratégique, et de centre d'approvisionnement pour les exportateurs.

Le malanga La variété Lilac à chair blanche et à pelure mauve est la plus appréciée sur le marché international. La société Bio Récolte SA est en train d'assurer la micro propagation de cette variété ainsi que d'autres en vue de rendre disponible la semence. Le potentiel se retrouve dans l'exportation en frais et de pâtes de malanga assaisonnée prête à l'emploi.

Les champignons gourmets et le djondjon local : Les cultures du shiitake, de la pleurote et du volvariella peuvent être maîtrisées par les agriculteurs paysans ; Ils peuvent être produits à partir de résidus de cultures qui sont en grande abondance en Haïti : parches de café, cabosses de cacao, paille de riz, bagasse de canne, faux troncs de banane, etc. Les premiers résultats obtenus en Haïti dans la production de ces trois champignons gourmets sont prometteurs. Le djondjon local dispose d'un important marché ethnique en Amérique du Nord (USA, Canada) et dans la région Caraïbéenne. Pour le moment, il est obtenu par cueillette. la société Bio Récolte SA travaille à la maîtrise des conditions de production des trois champignons gourmets mentionnés précédemment, et du champignon local appelé djondjon.

- *Principaux facteurs ayant influencé les performances de production.*

Ces informations porteront principalement sur les mangues qui sont le principal produit d'exportation de la filière fruits et légumes.

Les performances de la production de mangues en Haïti ont montré les tendances suivantes :

- L'augmentation de la production. Cette augmentation significative que les exportateurs situent à près de 30% pour ces dix dernières années est dûe aux efforts de diffusion de plants de manguiers greffés consentis sur la période, particulièrement dans la plaine des Cayes.
- Le changement dans les périodes de disponibilité des mangues. On a pu observer une variabilité dans les dates de récoltes de la mangue ces dernières années, qui sont attribuées à l'effet de El Niño. Ces changements qui sont bénéfiques pour le secteur parce que les mangues hors saison jouissent en général d'un meilleur prix ;
- La diminution relative de volumes transportés. Les résultats positifs obtenus par le secteur sont mitigés par un volume important de fruits qui n'arrivent pas à être transporté à cause du mauvais état des routes. Il est à noter aussi que l'insécurité foncière a empêché la récolte de des fruits produits sur la ferme d'un exportateur trois années de suite.

Il est à noter par ailleurs pour la banane et les plantains l'apparition en Haïti au cours de l'année 1998, du mal de la Sigatoka noire, maladie fongique qui ne peut être combattue économiquement que par l'introduction et la diffusion massive de variétés résistantes.

Transformation

Evolution et perspectives de production des produits transformés

Il n'y a pas eu d'investissements majeurs dans le domaine de la transformation ces vingt dernières années à l'exception de la Conserverie nationale SA qui est aujourd'hui fermée.

- *Types de produits transformés commercialisés à présent*

Il existe une petite transformation décentralisée de fruits qui écoule sur le marché local des confitures, gelées et marmelades. Ces petites unités de production se retrouvent surtout dans la région métropolitaine, dans la zone de Saint Marc, dans le Sud Est, à Pestel dans la Grand Anse, et dans la zone de Petit Goave.

- *Principaux facteurs ayant influencé les performances des entreprises de transformation (infra structurels, socio-économiques et/ou politiques)*

Le contexte socio économique difficile de ces dix dernières années, n'a pas vu naître de grands changements au niveau de l'augmentation de l'offre énergétique, ou de l'amélioration des conditions de transport aérien, maritime et terrestre, conditions primordiales pour l'investissement industriel.

- *Perspectives de développement à court et à moyen terme*

Deux entreprises pensent à la réalisation d'investissements majeurs dans le domaine : ce sont la JMB SA, entreprise exportatrice de mangues qui est en train d'établir une unité de production de cubes de fruits IQF (projection de mise en opération en mars 2003), et la SHAISA qui envisage l'établissement d'une unité de production de sauce piquante.

Exportations

- Analyse des exportations des produits primaires et des produits transformés du secteur entre 1990 et 2001, par type de produit et par destination (*Les statistiques seront données, autant que possible, en quantité et en valeur*)

Voir annexes.

- Degré et mode d'organisation et de coordination de la filière et son incidence sur les performances à l'exportation

Le secteur des fruits et légumes comprend une association : la ANEM (Association des Exportateurs de Mangues), présidée par l'industriel Jean Maurice Buteau. C'est une association bien structurée qui se réunit régulièrement. Elle a pu mener des négociations collectives pour établir un système normalisé de traitement des fruits à l'eau chaude contre la mouche blanche, afin d'obtenir les autorisations d'exportations du FDA vers les USA. Elle a aussi pu obtenir en 1995 une caution de garantie pour le financement de l'achat de la matière première, vu le fort taux de décapitalisation du secteur après l'embargo de 1992-1994.

Une association socio professionnelle, l'ANDAH (Association Nationale des Agro professionnels Haïtiens), est en discussion avec le représentant de OKO Garantie pour un partenariat dans l'établissement du chapitre local de certification organique de cette entité.

La GIEDAH (Groupe d'Intérêt pour le Développement de l'Agriculture en Haïti), nouvellement créée sur le modèle de la Junta Agro empresarial Dominicana, ambitionne de rassembler tous les acteurs des sous filières agricoles dont la filière des fruits et légumes en vue de donner créer un interlocuteur privilégié parlant d'une seule voix au secteur étatique, aux fins pour le secteur privé de travailler constructivement au développement de la production agricole pour la consommation locale et l'exportation au bénéfice de tous les intervenants de la filière de production.

- *Qualité des produits exportés : normes et laboratoires existants d'analyse et de certification de la qualité, incidence de la qualité des produits sur les performances à l'exportation.*

La USDA a convenu avec l'État Haïtien et les exportateurs de mangues, d'un protocole pour le traitement de la mangue à l'eau chaude contre la mouche du fruit. Les exportations de toutes les entreprises sont contrôlées par des inspecteurs de la USDA qui contrôlent in situ la bonne réalisation des opérations de traitement, ce, aux frais de l'exportateur. L'ANEM paie USD 400,000 annuellement à la USDA pour ces inspections.

Le Ministère du Commerce et de l'Industrie a mis en place avec l'assistance technique de la FAO un programme de contrôle de qualité des aliments.

CHAPITRE II : ANALYSE DES ATOUTS ET DES CONTRAINTES AU DÉVELOPEMENT DES EXPORTATIONS DU SECTEUR

Position compétitive d'Haïti sur le marché des fruits et légumes⁴

Haïti dispose d'avantages comparatifs pour gagner une place sur le marché d'exportations des fruits et légumes. Le pays comporte aussi d'importances faiblesses.

La plupart des avantages comparatifs sont fournis par la nature, plutôt qu'ils ne soient créés par l'Homme. Haïti est plus proche des principaux marchés d'Amérique du Nord que la plupart des pays de la Caraïbes, et de l'Amérique Latine, ce qui implique des temps de transit plus courts, un transport moins coûteux, et une plus grande facilité à faire des affaires.

La culture haïtienne, particulièrement sa longue histoire agricole, la tradition de travailler ensemble, et une très forte éthique du travail sont aussi des avantages importants. L'absence de la mouche méditerranéenne est aussi importante parce que cela permet à Haïti de produire et d'exporter des papayes et d'autres fruits tropicaux exotiques vers les USA alors que d'autres pays du CBI ne le peuvent pas.

Haiti possède aussi des faiblesses cruciales qui empêchent de nouveaux investissements et des progrès sur des plans d'exportation déjà établis. En tout premier lieu, il est évident que l'instabilité politique, économique et sociale empêche l'évolution de ce sous secteurs tout comme des autres secteurs d'activités économiques du pays. Cette instabilité se manifeste par un taux élevé d'inflation, un taux de chômage élevé et de vol, un manque de crédit à long et court terme, et une carence de résultats au niveau des institutions engagées dans la recherche, l'éducation et l'extension. Pour empirer les choses, le sous secteur fruits et légumes restent très petit et manque d'une voix unifiée au niveau des producteurs et des exportateurs. En dehors de la situation politique, la production agricole fait face à la faible dimension des exploitations et à l'insécurité foncière. La plupart des terres sont affectées par une érosion sévère, la déforestation et le manque de bassins versants protégés, et peuvent être frappées à tout moment par des cyclones tropicaux d'une plus grande sévérité que les autres pays du CBI comme le Costa Rica.

- ***Collecte/Production***

Une analyse SWOT (Forces – Faiblesses – Opportunités – Menaces) montre que le secteur fruits et légumes offre des opportunités indéniables.

Forces : la principale force de ce secteur est la diversité de microclimats que l'on retrouve en Haïti qui assure un étalement des productions des fruits et légumes à l'année. Ces productions se réalisent à proximité du grand marché nord Américain, et au sein des pays de la Caricom dont la plupart ont un niveau très élevé d'importation de fruits et légumes tropicaux pour nourrir les touristes qui les visitent à longueur

⁴ Reproduction partielle du rapport de Markets and Technology partners, INC, du 31 Janvier 1996 sur le potentiel d'exportation des fruits et légumes frais sur les USA et le Canada.

d'année. L'étalement des productions a assuré la réussite de la commercialisation de la mangue francisque, et peut jouer pour les autres fruits (particulièrement pour la banane, la papaye) et les légumes (igname, malanga, plantain, champignons gourmets et djondjons).

Liste des points forts d'Haïti pour l'exportation de produits agricoles non traditionnels

- plus de 200 zones écologiques
- pas de gel
- grande variété de type de sols (y compris les sols limono argileux similaire au Guatemala)
- plusieurs grandes plaines à différentes élévations
- pas de mouche méditerranéenne du fruit
- possibilité de certification organique pour certaines zones et certaines cultures
- longue tradition agricole
- main d'œuvre abondante
- forte éthique de travail
- désir de travailler ensemble
- support du Gouvernement
- bon accès aux intrants agricoles
- infrastructure portuaire acceptable
- temps de transit maritime comparativement rapide
- infrastructure aéroportuaire acceptable
- bas coût du transport aérien
- transport hebdomadaire à Montréal
- possibilité de produire et d'expédier à contre saison des USA et du Canada
- Succès antérieurs à la période d'embargo
- Peu de tracasseries administratives à l'exportation

Faiblesses : l'ensemble de ces productions se réalise sur des micro propriétés et font face à de sérieux problèmes de disponibilité du crédit et d'accès pour l'évacuation de ces productions.

Liste des points faibles d'Haïti pour l'exportation de produits agricoles non traditionnels

- Instabilité politique continue
- Insécurité personnelle continue
- Conjoncture économique continuellement incertaine
- Manque de crédit pour la production agricole et les activités de transformation et d'exportation
- Taux d'inflation élevés
- Institutions publiques faibles
- Mauvaises routes
- Infrastructure d'irrigation limitées
- Coûts de l'énergie élevés
- Coupures d'électricité fréquentes
- Risque élevés d'orages tropicaux

- Faible taille des propriétés
- Insécurité foncière
- Erosion sévère
- Présence de la mouche blanche
- Rareté d'exportateurs expérimentés
- Absence d'une association forte de producteurs agricoles
- Absence d'une association forte d'exportateurs de produits agricoles
- Connaissance limitée des marchés
- Carence de techniciens au niveau de la production

Opportunités : la principale opportunité se retrouve dans la disposition EBA.

Menaces : la principale menace est l'instabilité politique qui risque de couper Haïti de ses marchés.

Sélection des productions prioritaires exportables

A. Les plans d'exportations (produce deals)

La plupart des fruits et légumes ont une saison de production bien définie, souvent limitée par la nature, et de ce fait, pour avoir une production à l'année de ces cultures, il s'agit de les produire dans des endroits différents. Pour cette raison, les gens de l'industrie aux USA utilisent des phrases comme « le plan d'exportation des fruits d'hiver chiliens » - the Chilean winter fruit deal – ou « the Haitian mango deal ».

Un plan d'exportation implique une culture, une provenance, un marché et une saison.

Exemple de plan d'exportation

| | | Plan d'exportation | | |
|-------------|------------------------|-----------------------|---------------------------------------|------------------------|
| SOURCE | PRODUIT | | MARCHÉ | SAISONNALITÉ |
| Pays | Espèce | | Receveur | Commencement et fin |
| Zone | Variété | | Termes de la vente | Rythme de livraison |
| Producteur | Partie de la plante | | Mode de transport/ transporteur | |
| exportateur | Forme | | Itinéraire | |
| | Présentation | | Pont de transfert | |
| | Grade | | Volume anticipé | |
| | | | Distribution | |
| | | | Utilisation finale | |

Durabilité du plan d'exportation

Alors qu'un plan d'exportation dure généralement une saison, les producteurs et les exportateurs partie prenante voudront travailler sur une activité durable financièrement et pratiquement, au moins sur trois ans et de préférence sur dix années et plus.

D'un autre côté, le Gouvernement et les bailleurs de fonds seront intéressés à supporter des cultures dont la production est soutenable sur le long terme du point de vue économique, environnemental et social.

En vue de satisfaire à ces deux points de vue, il s'agira d'identifier et d'adapter en Haïti des espèces et cultivars :

- dont la production pour l'export n'aura pas un impact inacceptable sur l'environnement local ;
- qui pourront être produits selon des standards à l'intérieur des limites d'utilisation des produits agro chimiques prescrits localement et dans le marché visé ;
- qui produiront des rendements exportables acceptables pour le producteur ;
- qui pourront supporter la manutention locale et les procédures de transport ;
- qui pourront arriver au port d'entrée du marché visé dans des conditions acceptables ;
- qui garderont une vie à l'étagère et une condition suffisamment convenable après le transit, pour répondre aux attentes du marché ;
- qui pourront générer sur le temps un revenu suffisant pour couvrir les coûts, fournir un profit à l'agriculteur, et payer un salaire suffisamment attractif aux ouvriers agricoles.

Méthodologie de sélection de plan d'exportation prometteurs

Test AML (Admissibilité, Marché et Logistique)

Les résultats de ce test sur 31 cultures dans l'étude intitulée : Fresh produce exports to the USA and Canada : opportunities and constraints for Haïti, janvier 1996, réalisée par la firme Market and Technology Partners (MTP) recommandent la mangue et la papaye sous plusieurs formes, certains types et variétés de bananes et plantains, le mangosteen et le litchi, et finalement le blackberry et le red raspberry pour les fruits, et principalement l'échalotte, les piments, et le pois d'angole pour les légumes.

Fruits potentiellement exportables

| | | | USA | | |
|------------|---------------------|---------------|-----------|------------|--|
| | Forme | Admissibilité | Potentiel | Logistique | Recommandations étude |
| Mangues | Frais entier | Avec TEC* | Elevé | Bon | Poursuivre – promouvoir expansion |
| | Frais tranché | TEC | Moyen | Mauvais | Poursuivre – explorer les technologies, sanitation |
| | Frais – jus | TEC | Moyen | Moyen | Poursuivre – explorer les technologies, la compétition |
| | Frais – pulpe | REC | Moyen | Moyen | Poursuivre – explorer les technologies, les marchés |
| | Congelé - cubes | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |
| | Congelé – concentré | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |
| | Tranches - séchées | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – explorer la technologie, les marchés |
| | | | | | |
| Papaye | Frais entier | Avec TEC | Elevé | Bon | Poursuivre – explorer la production, compétitivité |
| | Frais tranché | TEC | Moyen | Mauvais | Poursuivre – explorer les technologies, la sanitation |
| | Frais – jus | TEC | Moyen | Moyen | Poursuivre – explorer les technologies, la compétition |
| | Frais – pulpe | REC | Moyen | Moyen | Poursuivre – explorer technologies et marchés |
| | Congelé - cubes | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |
| | Congelé – concentré | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |
| | Tranches - séchées | Oui | Moyen | Bon | Poursuivre – explorer la technologie, les marchés |
| | | | | | |
| Bananes | Frais Cavendish | Oui | | | Abandonner – pas compétitif |
| | Frais – FHIA | Oui | | | Poursuivre – essais de marché nécessaires |
| | Frais – à cuire | Oui | | | Poursuivre – essais de marché nécessaires |
| | | | | | |
| Plantain | Frais FHIA | Oui | Bon | Bon | Poursuivre - essais d'adaptation, et tests de marché nécessaires |
| | | | | | |
| Mangosteen | Frais | Oui | Excellent | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |
| Litchi | Frais | Oui | Excellent | Bon | Poursuivre – chercher entrepreneurs intéressés |

* Traitement à l'Eau Chaude.

Légumes potentiellement exportables

| | | | <u>USA</u> | | |
|-------------|---------------------------|---------------|------------------------------------|------------|---|
| | Forme | Admissibilité | Potentiel | Logistique | Recommandations étude |
| Oignons | Frais, Doux | Oui | Elevé | Bonne | Poursuivre – essais d'adaptation nécessaires |
| | Frais, Rouge | Oui | Bon | Bonne | Poursuivre – essais d'adaptation nécessaires |
| Echalotte | Frais, Rose | Oui | Elevé, mais marché restreint | Bonne | Poursuivre – vérifier les dimensions locales |
| Poireaux | Frais | Oui | Bon, mais marché restreint | Bonne | Poursuivre – vérifier la dimension du marché |
| Piments | Frais Habaneros | Oui | Excellent | Bonne | Poursuivre - vérifier la compétitivité avec le CBI |
| | Frais Scotch Bonnet | | Excellent | Bonne | Poursuivre - vérifier la compétitivité avec le CBI |
| Squash | | | | | |
| Pigeon peas | Fresh | Oui | Bon | bonne | Poursuivre - vérifier la compétitivité avec le CBI |
| | IQF* | Oui | Bon | bonne | Poursuivre - vérifier la compétitivité avec le CBI et la capacité de produire le IQF |

* Individually Quick Frozen

Test LAR (Local Adaptability Ranking)

Les produits ayant passé le test AML ont été priorisés et évalués à partir d'un second jeu de critères dont :

- l'expérience (histoire à succès/échec) d'autres pays de la CBI dans l'exportation du produit (oui 1 point, non 0 point);
- la non augmentation de la dépendance par rapport à des intrants importés (1 point chacun pour les fongicides, herbicides, semences, insecticides, fertilisants, matériaux d'emballage, avec le meilleur score à 6 et le plus mauvais à 0);
- les conditions de croissance pour cette culture (1 point chacun pour les températures, les précipitations, la luminosité, la disponibilité en eau et la topographie) ;
- la possibilité de valeur ajoutée au niveau de la transformation et de l'emballage (oui 1 point, non 0 point) ;
- l'existence d'un marché local pour le produit (qui peut absorber les rejets et les volumes excédentaires) (oui = 1, non = 0) ;
- l'accord avec les priorités de développement fixées par le Gvt (oui = 1, non = 0) ;
- le durée de temps pour que le produit devienne un succès commercial

| | |
|-----------|----------|
| > 24 mois | 0 points |
| 24 | 1 |
| 18 | 2 |
| 12 | 3 |
| 6 | 4 |

- le volume de capital requis (bas = 3, moyen = 2, haut = 1)
- le volume de main d'œuvre requise (bas = 1, moyen = 2, haut = 3) ;
- les besoins en technologie (bas = 1, moyen = 2, haut = 3) ;
- les besoins en infrastructures additionnelles pour le développement de la culture (oui = 1, non = 0).

Le test LAR a donné les résultats suivants dans l'étude précitée :

| Culture | Classement | Pourcentage |
|------------------------|------------|-------------|
| Plantains* | 22 | 75.9% |
| Papaye* | 22 | 75.9% |
| Piments* | 22 | 75.9% |
| Oignons doux* | 21 | 72.4% |
| Poireaux* | 18 | 62.1% |
| Echalottes | 17 | 58.6% |
| Racines et tubercules | 17 | 58.6% |
| Specialties vegetables | 17 | 58.6% |
| Cooking bananas** | 15 | 51.7% |
| Berries | 12 | 41.4% |

Les cultures marquées d'un astérisque sont également adaptées à l'exportation qu'à l'écoulement local de la production. La culture marquée d'un double astérisque n'a pas encore un marché à l'export en frais prouvé, mais est hautement recommandée à cause de l'impact potentiel sur la disponibilité alimentaire, grâce à des rendements supérieurs et à la résistance à la Sigatoka noire qui a atteint Haïti.

A cette liste, nous proposons d'ajouter l'avocat au niveau des fruits, et les champignons gourmets au niveau des légumes, à produire à partir des résidus de culture.

- *Transformation*

Forces : les entreprises d'exportation ont montré leur résilience durant la période de l'embargo et ont su réagir rapidement après pour reprendre les parts de marché perdues. Elles ont aussi su faire face collectivement au défi posé par la mouche des fruits en obtenant de la USDA et de la FDA l'acceptation du traitement des fruits à l'eau chaude.

Faiblesses : Les entreprises sont sous capitalisées face aux défis qui les attendent.

Opportunités : La mangue francisque fournit une opportunité unique pour la promotion des autres cultures d'exportations de fruits et légumes. Ceci couplée à la disposition EBA pourrait amener une délocalisation de producteurs de banane de Martinique et de Guadeloupe qui amèneraient leur connaissance des marchés européens, leur surface financière et leurs équipements.

Menaces : la principale menace consiste dans l'instabilité politique qui peut causer des pertes de clientèle au cas où la régularité des approvisionnements de la clientèle viendrait à être compromise.

- *Certification pré-exportation, accès à l'information sur les normes requises par les clients importateurs*

Les entreprises productrices ont en général accès à l'information sur les normes requises par les clients importateurs.

- *Commercialisation à l'exportation*

Les entreprises productrices ont une grande expérience du marché et assurent-elles mêmes la commercialisation de leur production.

- *Politiques nationales de production et de commercialisation*

La politique nationale de production en vigueur prône l'intensification des cultures vivrières ainsi que l'augmentation des exportations agricoles en vue de l'obtention des devises.

- *Ministères et autres organismes gouvernementaux concernés par le développement sectoriel*

Le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) intervient au niveau de la production vivrière et fruitière, dans le cadre de trois projets d'envergure sur financement de l'Union Européenne, du Fida et de l'USAID). Le Projet Petits Périmètres Irrigués (PPI) d'une enveloppe de financement à hauteur de 22 millions de dollars, assure l'établissement de l'infrastructure d'irrigation principalement dans le Nord Ouest, l'Ouest et le Sud. Ce projet intervient aussi au niveau de la mise en valeur de ces périmètres où on observe l'emblavement accru de plantains, la plupart du temps au détriment de la canne à sucre (les trois usines sucrières privées dont la HASCO qui desservait la plaine du Cul-de-Sac dans l'Ouest, la Plaine du Nord dans le Nord et la Plaine des Cayes dans le Sud ont toutes fermées leurs portes depuis quinze ans) .

- *Autres contraintes*

Les principales contraintes auxquelles fait face le secteur des fruits et légumes sont :

- le mauvais état des routes et le coût élevé du transport aérien, maritime et terrestre ;
- le manque d'organisation et de coordination des intervenants des sous filières de production ;
- le manque de crédit disponible pour les différents intervenants à tous les niveaux de la filière ;
- le manque d'accès aux financements de long terme pour les investissements industriels ;
- le manque d'accès aux technologies de transformation

CHAPITRE III : DEMANDE INTERNATIONALE DES FRUITS ET LÉGUMES ET INCIDENCE DES ACCORDS COMMERCIAUX SUR LES EXPORTATIONS EN PROVENANCE D'HAÏTI

- *Evolution des importations en quantité et en valeur et la part des exportations de Haïti dans le commerce mondial*

Les pays développés montrent une tendance à l'augmentation de la consommation des fruits et légumes et à une diminution de la consommation de viande. Les chiffres de la FAO révèlent que les importations de fruits et légumes sont passés de 38 billions de dollars américains en 1986, à 58.4 billions en 1993, soit un taux de croissance de 54 pour cent, alors que l'augmentation de 1980 à 1986 était de 2.5%.

La mangue

Le marché américain est la cible privilégiée des exportateurs de mangues haïtiens. Avec plus de 12,000 TM expédiées, Haïti est le deuxième fournisseur des USA après le Mexique.

La consommation per capita américaine de mangues est passée de 30g en 1970, à 400 g en 1993. Le MARNDR estime qu'il existe un marché de 100,000 TM aux USA pour la mangue francisque. D'autres estimations plus conservatrices estiment que le marché se situerait aux environs de 36,000 TM pour 2002, soit le triple des exportations actuelles, ce avec une croissance de 4% l'an.

La banane :

La meilleure opportunité en volume se situe au niveau de la banane.

Les importations de banane dans le commerce mondial Les importations de banane à travers le monde ont augmenté régulièrement, passant de 6.078 millions de tonnes en 1986, à 10.061 millions de tonnes en 1995. La comparaison entre les moyennes quinquennales de 86-90 et de 91-95 montrent une différence absolue de 2.804 millions de tonnes, qui correspond à une moyenne de 40.6%. Ce taux annuel de croissance des importations de banane, de l'ordre de 4 pour cent est dû principalement à l'UE, l'Amérique du Sud, les USA et l'Europe de l'Est.

Les plus grands importateurs de banane sont les USA qui comptaient pour 34.5 pour cent des importations mondiales en 1995. Le second importateur est représenté par l'UE avec 29 pour cent.

Les changements absolus les plus significatifs dans les importations pour les périodes de 86-90 et 91-95 sont dus à l'UE dont les importations ont crûs de près de moitié, avec 1.95 millions de tonnes. La deuxième plus grande croissance a eu lieu dans des pays très variés, qui ont totalisé une augmentation des imports de l'ordre de 701,000 tonnes pour la période concernée. Ces pays sont la Chine, la Corée, le Mercosur, la Nouvelle Zélande, la Turquie, les Emirats Arabes, et l'Arabie Saoudite.

Une autre région qui a montré une augmentation significative a été l'Europe de l'Est, dont les importations sont passées de 86,000 tonnes en 1986, à 1.301 millions de tonnes en 1995, avec une croissance encore plus accélérée pendant le deux dernières années de la période concernée.

Tableau no 1. : Exportations de bananes par région

| Année | Total | Amérique Latine | Asie | Caraïbes | Afrique | UE |
|----------------|----------|-----------------|---------|----------|---------|---------|
| 1986 | 6,557 | 5,124 | 999 | 232 | 199 | 710 |
| 1987 | 7,242 | 5,862 | 951 | 227 | 199 | 641 |
| 1988 | 7,122 | 5,625 | 1,010 | 299 | 186 | 653 |
| 1989 | 7,753 | 6,257 | 975 | 292 | 229 | 633 |
| 1990 | 8,661 | 7,132 | 935 | 340 | 253 | 647 |
| 1991 | 9,547 | 7,932 | 1,069 | 300 | 246 | 637 |
| 1992 | 9,695 | 8,143 | 921 | 351 | 278 | 660 |
| 1993 | 10,165 | 8,287 | 1,246 | 329 | 302 | 604 |
| 1994 | 10,696 | 8,861 | 1,243 | 248 | 343 | 450 |
| 1995 | 11,318 | 9,357 | 1,305 | 284 | 370 | 577 |
| | | | | | | |
| 86-90 | 7,467 | 6,000 | 974 | 278 | 213.2 | 656.8 |
| 91-95 | 10,284.2 | 8,516 | 1,156.8 | 302.4 | 307.8 | 585.6 |
| Valeur absolue | 2,817.2 | 2,516 | 182.8 | 24.4 | 94.6 | -71.2 |
| Part | 37.7% | 41.93% | 18.77% | 8.78% | 44.37% | -10.84% |

Source FAO.

Tableau no 2. : Importations de bananes par région

| Année | Total | UE | USA | Europe de l'Est | Europe de l'Ouest | Autres (1) |
|----------------|---------|---------|---------|-----------------|-------------------|------------|
| 1986 | 6,079 | 1,227 | 3,116 | 86 | 369 | 1,280 |
| 1987 | 6,758 | 1,717 | 3,105 | 119 | 414 | 1,404 |
| 1988 | 7,057 | 2,114 | 2,925 | 159 | 460 | 1,398 |
| 1989 | 7,360 | 2,197 | 3,089 | 177 | 513 | 1,384 |
| 1990 | 7,752 | 2,497 | 3,098 | 154 | 591 | 1,413 |
| 1991 | 8,731 | 2,741 | 3,228 | 348 | 611 | 1,804 |
| 1992 | 9,395 | 3,006 | 3,532 | 485 | 622 | 1,750 |
| 1993 | 9,847 | 2,932 | 3,515 | 579 | 586 | 2,234 |
| 1994 | 10,442 | 2,771 | 3,697 | 1,062 | 611 | 2,302 |
| 1995 | 10,614 | 3,086 | 3,666 | 1,301 | 265 | 2,297 |
| | | | | | | |
| 86-90 | 7,001.2 | 1,950.4 | 3,066.6 | 139 | 469.4 | 1,375.8 |
| 91-95 | 9,805.8 | 2,907.2 | 3,527.6 | 755 | 539 | 2,077.4 |
| Valeur absolue | 2,804.6 | 956.8 | 461 | 616 | 69.6 | 701.6 |
| Part | 40.06% | 49.06% | 15.03% | 44.17% | 14.83% | 51.00% |

(1) incluant le Japon.

Source FAO.

Tableau no 3. : Importations nettes de bananes per capita par région

| Année | Total | UE | USA | Europe de l'Est | Amérique Latine | Asie |
|-------|-------|------|------|-----------------|-----------------|------|
| 1986 | 2.4 | 5.5 | 11.7 | .2 | 4.3 | .1 |
| 1987 | 2.6 | 6.6 | 11.5 | .3 | 3.9 | .1 |
| 1988 | 2.7 | 8.0 | 11.0 | .4 | 4.3 | .1 |
| 1989 | 2.8 | 8.1 | 11.2 | .5 | 4.2 | .1 |
| 1990 | 2.9 | 8.7 | 11.0 | .4 | 4.0 | .1 |
| 1991 | 3.2 | 9.4 | 11.4 | .9 | 4.7 | .3 |
| 1992 | 3.4 | 10.5 | 12.3 | 1.3 | 5.7 | .2 |
| 1993 | 3.6 | 10.1 | 12.1 | 1.5 | 7.0 | .2 |
| 1994 | 3.7 | 9.1 | 12.7 | 2.7 | 8.1 | .3 |
| 1995 | 3.8 | 9.0 | 12.4 | 3.4 | 7.1 | .3 |

Source FAO.

Tableau no 4. : Prix annuels moyens payés pour la banane par les importateurs, grossistes et détaillants (en USD/tonne)

| Année | USA | | | Allemagne | | |
|----------------|-------------|-----------|------------|-------------|-----------|------------|
| | Importateur | Grossiste | Détaillant | Importateur | Grossiste | Détaillant |
| 1986 | 382 | 630 | 848 | 557 | 650 | 1,180 |
| 1987 | 393 | 590 | 905 | 646 | 770 | 1,440 |
| 1988 | 477 | 640 | 922 | 609 | 710 | 1,400 |
| 1989 | 510 | 700 | 989 | 533 | 630 | 1,260 |
| 1990 | 566 | 730 | 1,021 | 749 | 860 | 1,680 |
| 1991 | 572 | 720 | 1,060 | 668 | 740 | 1,550 |
| 1992 | 489 | 670 | 1,010 | 561 | 650 | 1,430 |
| 1993 | 459 | 630 | 982 | 761 | 830 | 1,660 |
| 1994 | 439 | 640 | 1,019 | 1,015 | 1,120 | 2,050 |
| 1995 | 449 | 600 | 1,080 | 1,053 | 1,160 | 2,270 |
| 1996 | 476 | 670 | 1,79 | 944 | 1,040 | 2,090 |
| | | | | | | |
| 87-91 | 5,036 | 676 | 959.4 | 641 | 742 | 1,466 |
| 92-96 | 4,624 | 632 | 1,034 | 866.8 | 960 | 1,900 |
| Valeur absolue | -412 | -34 | 74.6 | 225.8 | 218 | 434 |
| Part | -8.18% | -5.03% | 7.78% | 35.23% | 29.38% | 29.60% |

Source FAO.

La structure des prix sur le marché de la banane en 1996 était la suivante :

| | | Mark up | % |
|---------------------------|-----------|---------|-------|
| Prix payé au producteur : | USD 253 | | |
| Marge de l'importateur | | 365 | 30.0% |
| Prix à l'importateur | USD 618 | | |
| Marge du grossiste | | 233 | 19.3% |
| Prix au grossiste | USD 851 | | |
| Marge du détaillant | | 355 | 29.4% |
| Prix au consommateur | USD 1,206 | | |

La papaye :

La papaye est une culture tropicale dont la production se réalise toute l'année.

Production mondiale (année 2000)

Volume 5,443,702 TM

Principaux pays producteurs

| | |
|-----------|----------|
| Brésil | (26.64%) |
| Nigéria | (13.74%) |
| Inde | (11.83%) |
| Mexico | (11.26%) |
| Indonésie | (8.63%) |

Importations mondiales

Volume 159,828 TM
Valeur USD 139,174,000

Principaux pays importateurs

| | |
|-----------|----------|
| USA | (43.73%) |
| Singapour | (15.87%) |
| Hong Kong | (11.65%) |
| Japan | (3.63%) |
| Canada | (3.06%) |

Principaux pays exportateurs (2000)

Volume 167,411 MT
Valeur USD 105,457,000

Principaux pays exporteurs

| | |
|----------|----------|
| Mexico | (35.73%) |
| Malaisie | (22.10%) |

| | |
|--------|----------|
| Brésil | (12.85%) |
| Inde | (7.12%) |
| USA | (3.70%) |

Source des données : FAOStat Online Database

Les légumes

Les plantains : une partie de la production de plantains du Nord-Ouest s'écoule traditionnellement dans les petites Antilles. Cette production pourrait viser le marché caribéen et le marché ethnique caribéen d'Amérique du Nord. Les estimations d'écoulement portent sur 5,000 TM par an.

L'igname : les exportations d'igname seraient surtout destinées au marché ethnique caribéen et nord Américain. Ce marché est mal connu. On estime que l'exportation d'igname sur ces marchés pourrait viser un volume de 2,000 TM par an.

Le malanga : les exportations de malanga seraient destinées comme pour l'igname au marché ethnique caribéen et Nord Américain. Ce marché est mal connu. On estime que l'exportation de malanga en frais sur ces marchés pourraient viser un volume de 500 TM par an. Les pâtes assaisonnées de malanga pourraient viser un volume de 100 TM et les farines de malanga 2,000 TM par an.

Les champignons gourmets et le djondjon :

La consommation per capita de champignons comestibles aux USA est passée de 3.7 lbs en 1993 à 4.2 lbs en 2001. Le volume des ventes pour l'exercice 2000 – 2001 a été en excès de 853 millions de lbs (701.3 millions de lbs pour le marché en frais et 152 millions de lbs pour le marché des produits transformés). Le champignon de couche a représenté 96% des ventes et les champignons gourmets dont le shiitake et la pleurote 4%.

Les rendements obtenus par les producteurs américains ont été de l'ordre de 5.73 lbs par pied carré, pour un revenu de USD 5.98 par pied carré.

Les importations de champignons aux USA ont totalisé 40.7 millions de lbs, qui ont coûté 45.1 millions de dollars américains. 92% de ce volume et 96% de la valeur a été importé du Canada, et environ 6% du volume et 2% de la valeur de la République de Chine.

Le volume des ventes des champignons gourmets a été de 37.0 millions de dollars. Le prix moyen obtenu a été de USD 2,77/lb, soit près du triple du champignon de couche.

Les ventes de Shiitake ont totalisées 7.89 millions de lbs pour un prix moyen de USD 2.94/lbs. Les ventes de pleurote ont atteint 4.03 millions de lbs pour un prix moyen de USD 2.00/lbs. Les ventes des autres champignons gourmets non spécifiés ont totalisés 1.42 millions de lbs.

De ces volumes, les ventes de champignons organiques ont représentées, à 13.4 millions de lbs, environ 1% des ventes.

On estime que la diaspora haïtienne forte de deux millions d'habitants en Amérique du Nord et dans la Caraïbe peut représenter un marché annuel de deux cent mille lbs de djondjon séché au prix FOB de USD 30/lbs, soit 6 millions.

Haïti pourrait viser en plus un volume à l'export de un million de lbs de champignons gourmets (shiitake et pleurote) pour un chiffre d'affaires de l'ordre de deux millions de dollars.

Les piments frais et transformés

Les produits transformés de l'industrie du piment offrent une grande opportunité pour Haïti. En effet, selon Monsieur Anthony Downs démographe de la Brookings Institute, la population américaine atteindra 322 millions d'habitants en 2020, soit une augmentation de 23%. Près de 79% de cette augmentation sera constituée de minorités qui croîtront à un taux dix fois plus rapide que le reste de la population blanche en terme de pourcentage, et de quatre fois en termes de nombre absolu. Dans 25 ans, plus d'un américain sur trois fera partie d'un groupe minoritaire, contre un sur quatre maintenant.

Ceci impliquera des changements profonds dans la consommation des produits alimentaires frais et transformés. Selon un rapport de l'institut alimentaire, les condiments sont la catégorie la plus active pour l'introduction de nouveaux produits alimentaires sur le marché américain.

Un récent rapport de l'USDA indique que le consommateur américain utilise 48% plus d'épices en 1994 que dix ans plus tôt. Les ventes totales des sauces mexicaines dans les supermarchés ont dépassé les ventes combinées de ketchup et de moutarde pour la première fois en 1991, et on crû depuis de 35% pour atteindre en 1994 un montant de USD 766 millions, ce qui est supérieur de 13% que celles de ketchup et de moutarde qui représentent ensemble un total de USD 680 millions de chiffre d'affaires. L'utilisation croissante des condiments épices et sauces sont liées au cosmopolitisme de la population américaine et à la relative rapidité de la croissance démographique des minorités.

Les hispaniques consomment en moyenne USD 202 par an par personne de fruits frais, comparés à USD 144 pour les non hispaniques, soit 40% de plus ; ils consomment aussi USD 185 par an par personne dans l'achat de légumes frais, comparés à USD 137 pour les non hispaniques, soit 35% de plus.

Les exportateurs de mangues, en collaboration avec le projet HAP, ont ajouté dans le courant de l'année 2002 l'exportation des piments scotch bonnet et habanero dans leur offre à l'export. Le prix d'appel payé de Gdes 10.00 la lbs payé au producteur est apparemment motivant vu la possibilité pour ces derniers de réaliser entre 30,000 et 60,000 lbs à l'ha.

En 2001, les importations ont totalisées 150,000 TM pour une valeur de 181 millions de dollars. Le Mexique fournit 99% de la demande américaine, les autres fournisseurs incluant le Honduras, Bélize, la République Dominicaine, Trinidad et la Jamaïque.

Haïti pourrait viser 2% du marché américain pour un volume total de 3,000 TM valorisé à 3.6 millions de dollars.

- *Accords commerciaux affectant l'exportation des fruits et légumes d'Haïti et leur incidence sur les exportations*

Everything But Arms

La disposition la plus significative pouvant affecter l'exportation des fruits et légumes tropicaux à partir d'Haïti est sans conteste la décision commerciale discrétionnaire, adoptée sous forme d'amendement le 26 février 2001 par le Conseil d'Affaires Générales modifiant le système de Préférences Généralisées de l'Union Européenne. Cette décision parue au journal officiel du 1^{er} mars 2001 est applicable à partir du 5 mars 2001.

Communément appelée « *Everything But Arms (EBA)* » prise en faveur de tous les pays moins avancés (PMA), cette décision libère du paiement des droits et taxes internes toutes les importations des biens en provenance d'un pays PMA sur le territoire de l'UE, y compris leurs exportations vers les Territoires et Départements d'Outre Mer.

Tous les produits agricoles sont couverts y compris les produits sensibles comme le bœuf et d'autres viandes, les produits laitiers, les fruits et légumes frais ou transformés. Sont aussi concernés les céréales, l'amidon, les produits transformés du sucre, ainsi que ceux du cacao, les pâtes alimentaires et les boissons alcoolisées. Seuls trois produits les plus sensibles ne sont pas commercialisés immédiatement : les bananes fraîches, le riz et le sucre. Pour la banane, l'initiative prévoit une libération totale par une réduction tarifaire annuelle de 20% du 1^{er} janvier 2002 au 1^{er} janvier 2006.

Haïti est l'unique PMA de l'Amérique et ceci lui donne un avantage certain par rapport au reste des pays de la région. Il est important de noter à ce sujet l'importance des exportations de banane et de papaye de la région en direction de l'UE.

Agoa Le African Growth and Opportunity Act, est une loi introduite par le Black Caucus et votée par le congrès Américain, que le Président Clinton a promulguée en octobre 2000. Elle vise à offrir aux pays du continent africain de nouvelles opportunités de croissance à travers la libéralisation des échanges commerciaux avec les USA. Les avantages inclus dans cette loi prévoient l'exemption complète des droits de douane et un régime de zéro quota pour l'importation aux USA des productions fabriquées dans ces pays à partir d'intrants américains. Cette loi comporte également une règle spéciale pour les PMA africaines, c'est à dire les pays dont le Produit National Brut par habitant est inférieur à USD 1,500. Grâce à cette clause, les exemptions mentionnées plus haut peuvent

s'appliquer quelque soit le pays de provenance des intrants incorporés dans les production destinées au marché américain. Le secteur privé haïtien est en train de rechercher activement auprès du congrès américain un amendement à cette loi qui donnerait aussi à Haïti à l'instar des PMA africaines, la parité AGOA du fait que ce pays soit la seule PMA de l'hémisphère américain, ce qui mettrait le pays par rapport au marché américain, dans la situation privilégiée fournie par l'accord EBA sur le marché européen. Il est à noter que ce lobbying se fait par l'Association des Industries d'Haïti (DIH) qui s'intéresse surtout au secteur de l'assemblage textile.

- *Perspectives de développement et de diversification des exportations des fruits et légumes de Haïti*

De l'avis de la plupart des exportateurs et des experts consultés, les perspectives de développement et de diversification des exportations de fruits et légumes en Haïti portent sur les produits suivants :

Produits frais :

Fruits: les agrumes, la mangue, la banane, la papaye la limette et l'avocat.

Légumes: les plantains, l'igname, le malanga, le pois congo.

Autres produits non traditionnels : les champignons gourmets (shiitake, pleurote, volvariella) et le djondjon local.

Fruits transformés :

Mangues IQF

Papaye IQF

Gelées

Marmelades

Confitures

Légumes transformés

Pâtes assaisonnées de malanga

Sauce piquante locale à partir de piments

Portions de pulpe de Giraumont IQF

Soupes de champignons

CHAPITRE IV : IDENTIFICATION DES PROJETS ET DES ACTIVITÉS POUR FAIRE FACE OU POUR CONTOURNER LES CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT

- ***Production***

Pour la mangue :

Création de vergers modernes
Promotion de la filière organique

Pour la banane

Création de pôles de production et de transformation
Diffusion de variétés résistantes au mal de la Sigatoka noire
Promotion de la filière organique

Les efforts pour la création d'une offre exportable de banane sont à concentrer dans les zones d'intervention suivantes : dans le Nord Ouest, le Nord, la Grand Anse (Beaumont) et l'Ouest (Petit Goave) où des actions concrètes sont déjà menées ou projetées. La stratégie envisage la mise en place d'unités de production et de transformation couvrant la demande locale, l'exportation et la transformation. Ces pôles technologiques amèneront des infrastructures pouvant servir à d'autres productions en frais tels l'igname, et le malanga, ou transformés comme les pâtes assaisonnées de malanga.

L'augmentation de la production de la banane pour l'exportation peut être obtenue par le désenclavement de certaines zones de production excédentaires identifiées (Beaumont pour la banane, l'axe Anse à Foleur – Borgne pour les tubercules), la vulgarisation des variétés résistantes au mal de la Sigatoka noire acceptées sur le marché international, comme les cultivars FHIA 18 et 23, et pour les variétés susceptibles, de l'irrigation des superficies irriguées dans les régions arides pouvant bénéficier de la proximité d'infrastructures portuaires et/ou aéroportuaires disponibles en Haïti ou en République Dominicaine. Les opportunités de vulgarisation des variétés résistantes se retrouvent dans le Nord Ouest, le Nord, l'Ouest (Petit Goave pour la banane biologique) et la Grand Anse (Beaumont). Les opportunités les plus évidentes de renforcement de l'infrastructure d'irrigation sur la frontière haïtiano dominicaine se retrouvent principalement sur la zone frontalière à Ganthier, les Pédernales et le Maribaroux.

Pour l'igname jaune et le malanga

Création de centres semenciers stratégiques et de pôles de transformation
Promotion de la filière organique

Pour la production de champignons :

Promotion d'une filière de production avec comme opérateurs a) un laboratoire producteur de blanc (semence ou inoculum), b) des producteurs de substrat (résidus

de culture compostés et stérilisés) c) des producteurs ruraux et d) des centres de groupage en charge du contrôle de qualité et de la commercialisation.

Promotion de la production des intrants nécessaires à la production organique dont les biofertilisants (compost, vermicompost, mycorhizes) et les bio pesticides (huile de neem, champignons entomopathogènes).

- ***Transformation***

Etudier l'opportunité d'établissement d'unités de production de jus de fruits de citrus à Thiotte, Marmelade et Chalon et de la valorisation des sous produits dans la production d'huiles essentielles et l'alimentation pour le bétail.

Stratégie à établir à établir au niveau de la consolidation de filières pour des produits phares qui sont :

- pour les fruits et légumes en frais la mangue, la banane, la papaye et le piment.
- Pour les produits de transformation les produits IQF de certains fruits tels la mangue, la banane et les plantains, la papaye, la production de farine de tubercules sur les marchés ethniques de la diaspora caraïbéenne en Amérique du Nord .

Les facilités de traitement de la mangue sont toutes concentrées dans la région métropolitaine à l'exception de l'usine de mangues de Agrotechnique SA qui s'est placée dans la vallée de l'Artibonite. Vu le niveau d'investissement requis pour l'établissement d'une usine qui doit obligatoirement comprendre une unité de traitement à l'eau chaude, il s'agira de renforcer l'existant et d'ajouter d'autres produits de transformation de la mangue. L'exportations de la mangue utilisant les facilités des usines en général 7 mois l'an, il est indiqué d'ajouter l'exploitation d'autres produits en frais dont les fruits et légumes (banane, papaye, piment), et les tubercules (igname, malanga) ou transformés, dont les produits IQF pour le marché local et l'exportation.

- ***Commercialisation et promotion des exportations***

La promotion des exportations au niveau des fruits et légumes doit faire intervenir l'Etat au travers du Ministère du Commerce et de l'Industrie, et du Ministère de l'agriculture aux fins de coordonner les actions de mise en valeur agricole avec les autres intervenants de la filière, particulièrement les exportateurs qui devraient participer dans la planification de ces programmes de mise en valeur. Une première intervention pilote conjointe est envisagée sous ce format entre le Ministère de l'Agriculture et le GIEDAH sur le périmètre de la deuxième plaine de Petit Goave.

- ***Amélioration, certification et assurance de la qualité des exportations***

Travailler avec une instance privée assurant la certification de la qualité et pouvant délivrer un label reconnu internationalement.

- ***Organisation de la filière et coopération régionale***

La filière fruits et légumes devrait comprendre en principe en amont les fournisseurs d'intrants et de services d'assistance technique à ces productions, et en aval les opérateurs engagés dans le transport, la transformation et la commercialisation de ces produits.

De tout cela, il existe la ANEM qui est une association d'exportateurs de mangues relativement bien structurée.

Conscient de ce déficit, un groupe d'initiative a créé la GIEDAH, qui se propose de rassembler les voix des différents groupes d'intérêts du secteur agricole en général, et du sous secteur fruits et légumes en particulier pour organiser les filières et présenter les opportunités aux différents secteurs d'activités.

CHAPITRE V : STRATÉGIE ET POLITIQUES NATIONALES FAVORISANT LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR

Résumé de la stratégie actuelle de développement du secteur

Au niveau de la maîtrise de l'eau, le Ministère de l'Agriculture a concentré ses efforts pendant les dernières années dans la mise en place de nouveaux petits périmètre irrigués dans les terres de plaine, et la promotion de la création d'impluvia et de réservoirs communautaires et/ou individuels pour la pratique de l'agriculture de montagne dans la région péri urbaine de Port-au-Prince. Il a aussi promu la création de lacs collinaires (Plateau Central, Nord Est). La mise en valeur des nouveaux petits périmètres irrigués comporte généralement une composante banane et plantains (Nord Ouest, Ouest et Sud).

Au niveau de l'amélioration de l'offre semencière, le Ministère de l'Agriculture est intervenu au niveau des céréales de base (maïs, riz, sorgho, haricot) de façon significative ces dix dernières années. Il récemment initié un programme avec l'UE devant couvrir l'offre semencière au niveau de quatre produits vivriers : la banane et les plantains, la pomme de terre, l'igname et les haricots.

Au niveau de la fertilisation, le MARNDR maintient un programme de subvention des engrais au travers d'un accord de don du Gouvernement japonais. Bien que la plus grande partie de ces engrais sont utilisés dans la région rizicole de l'Artibonite, une partie non négligeable va à la fertilisation des racines et tubercules dans certaines régions (Sud Est).

Au niveau de la lutte phytosanitaire, le Ministère de l'Agriculture a renforcé récemment la quarantaine animale et végétale par la réfection des infrastructures. Il n'y a cependant pas de programme particulier de diffusion e méthodes et/ou produits de lutte contre les principaux parasites des cultures.

Le Ministère de l'Agriculture par ailleurs a en cours trois projets concernant l'agriculture vivrière : le PDR financé par l'UE, le PICV II et le PPI financés par le FIDA. Enfin, il faut aussi mentionner le HAP, financé et supervisé par l'USAID.

Lignes directrices éventuellement fixées par les associations et les groupements professionnels. Il contiendra des recommandations quant aux modifications de stratégie qui pourraient favoriser le développement des exportations nationales.

Position de l'Association des Agroprofessionnels Haïtiens (ANDAH) dans le document du Centre pour la Libre Entreprise et la Démocratie (CLED) à mettre en exergue concernant le soutien à la production des racines et tubercules, et leur transformation.

ANNEXES

Informations sur les programmes d'assistance et les activités récentes de développement de la filière, ainsi que sur la stratégie sectorielle en vigueur

Le projet HAP (Hillside Agriculture Program) en cours d'exécution, financé par l'USAID à hauteur de USD 40,000,000, apporte un appui au niveau de la production et de la commercialisation des produits agricoles dans le Nord et le Sud Est. Projet commencé en 2001 et se déroulant sur quatre ans. L'emphase est mise pour le moment sur le support à certains produits tels les exportations d'igname et de malanga, ainsi que des piments.

Le Projet est exécuté par un consortium comprenant le DAI, le PADF, l'Université de Floride et le CIAT.

Le Directeur du Projet est Mr Timothy Aston, qui l'exécute pour compte de l'USAID. Il n'y a pas de vis à vis au MARNDR pour ce Projet.

Le PDR (Projet de Développement Rural Intégré) financé conjointement par l'UE et le Gouvernement haïtien au travers du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR), assure le support à des productions ayant un potentiel d'exportation frais ou transformés. Le PDR est financé à hauteur de USD 28,000,000. Son aire d'action comprend le Plateau Central et la presqu'île du Sud (Département du Sud et de la Grand Anse). Ce Projet sur 5 ans a aussi été initié en 2001.

Ce projet est exécuté par une Firme néerlandaise, la KIT, en étroite collaboration avec les Directions Départementales du MARNDR. Interface du Projet au MARNDR : M. Mitial André.

Ce projet doit être implémenté avec la participation des entreprises, ONG et organisations de base des aires d'intervention selon le document de base.

Le PICV II (Projet d'Intensification des Cultures Vivrières phase II) financé conjointement par le FIDA et le Gouvernement au travers du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) assure le support à des productions ayant un potentiel d'exportation frais ou transformés. Le PICV II est financé à hauteur de USD 27,000,000. Son aire d'action se situe dans les six communes du bas Plateau Central. Le projet a aussi été initié en 2001 et se réalise sur une durée de 4 ans.

Ce Projet doit être implémenté selon le document de base, avec la participation des élus locaux et des organisations des communautés rurales des six communes concernées.

Le Directeur du Projet est l'Agr. Jackson Shounoune qui est un employé du MARNDR.

Le PPI (Petits périmètres Irrigués) : Ce projet de soutien à la production vivrière se réalise dans les départements du Nord Ouest, de Ouest et du Sud. Il dispose d'une enveloppe d'environ 20 millions de dollars provenant d'un financement du FIDA. Il exécute des programmes d'infrastructures comprenant la construction et/ou la réhabilitation de petits systèmes d'irrigation et des volets de mise en valeur. Ce Projet a été initié en 1999 et a une durée de quatre ans.

Ce Projet doit être implémenté selon le document de base, avec des associations de producteurs qui devront prendre en charge la gestion des périmètres nouvellement mis sous irrigation après une période de formation.

Le Directeur du Projet, M. Jean Robert Jean Noel est un cadre du MARNDR.

À l'exception du Projet de l'USAID, tous les autres sont en relation permanente avec le MARNDR qui supervise leurs activités et peut même intervenir pour orienter ces dernières, en fonction de son plan de développement pour le secteur. Ces projets assurent l'exécution des tâches en général en recrutant des contractants et des firmes de supervision. Des audits périodiques sont réalisés sur leur gestion à l'initiative des structures de l'Etat et des bailleurs de fonds.

Bibliographie

World Market for organic Fruit and Vegetables, opportunities for developing countries in the production and export of organic horticultural products. CCI, CTA, FAO, Rome 2001.

Etude de faisabilité du Projet d'Appui à l'Agriculture péri urbaine de Port-au-Prince, IRAM, 2001.

Commodity development in Latin America and the Caribbean Region, Workshop proceedings, 15 - 19 September 1997. Caracas, Venezuela.

Fresh produce exports to the USA and Canada : opportunities and constraints for Haïti, Market and Technology Partners, INC. Miami Florida, January 31, 1996.

ABC de la agricultura dominicana, Helvetas, mayo de 2001.

Banque de la République d'Haïti, Bulletin Statistique # 42, Janvier – Mars 2002

Banque de la République d'Haïti, Indicateurs Économiques et Financiers, Juin 2002

Entreprises exportatrices de mangues

| | Nom | Personne contact | Adresse | Téléphones |
|----|----------------------------|-------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| 1 | La Finca SA | José Pablo Sylvain | Santo 14, Croix des Bouquets | 509-238-4117 |
| 2 | Sagrimpex SA | | Angle Butte Boyer et Claircine | 509-238-1580 |
| 3 | Double Agro industries SA | | | 509-238-4416 509-238-4417 |
| 4 | JMB Import Export SA | Jean Maurice Buteau | Impasse Cazeau | 509-250-5985 509-250-5995 |
| 5 | Rainbow Agro Industries SA | | | 509-223-7074 509-223-2375 |
| 6 | AEG Import Export SA | | Sarthe, Nationale # 1 | 509-223-7403 |
| 7 | Germain Paul | | Cazeau, P.O. Box 1757 | 509-223-2279 509-223-2269 |
| 8 | Ralph Perry Import Export | | Route de l'Aéroport | 509-249-1258 509-246-3316 |
| 9 | Caribbean Sunshine SA | | Route de l'Aéroport, Frères Simmonds | 509-246-1577 509-246-4895 |
| 10 | Caribbean Produce | | Santo 17, Croix des Bouquets | 509-509-238-3495 509-238-2674 |
| 11 | Jean Jacques Sylvain | Jean Jacques Sylvain | Bon Repos avant le Poste de Police | 509-238-2802 509-238-2949 |
| 12 | HB Plants | Harald Bussenius | | 509-223-7398 |

Entreprises exportatrices de légumes

| Entreprise | Personne contact | Adresse | Téléphones |
|-------------------|-------------------------|--------------------|-------------------|
| First farms | | Croix des Bouquets | |

**Exportations haïtiennes de mangues
Pour la période 1990 - 2001**

| Année | Vol (Kg) | Valeur (US) | Remarques |
|----------------|-----------------|--------------------|----------------------------------|
| 1990 Jan - Déc | 49,561 | 390,997 | |
| 1991 | 88,265 | 1,807,940 | |
| 1992 | 208,478 | 5,163,251 | |
| 1993 | 112,519 | 3,099,430 | |
| 1994 | 115,292 | 2,416,942 | |
| 1995 | 162,724 | 9,106,834 | |
| 1996 | 78,427 | 3,673,642 | |
| 1997 | 84,851 | 3,455,136 | |
| 1998 | | | Non disponible |
| 1999 - 2000 | 144,953 | 6,228,930 | octobre 1999 à septembre 2000 |
| 2000 - 2001 | 52,398 | 3,259,236 | octobre 2000 à septembre 2001 |
| | | | |

Exportations haïtiennes de mangues par destination en quantité et valeur

Premier trimestre de l'exercice 1997 - 1998

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|--------------------|---------------------------|-----------------|--------------------|
| Octobre 1997 | | | | |
| | Mangues vertes | USA | 116,312 | 36,322 |
| | | Canada | 32,828 | 18,591 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 111,110 | 17,056 |
| | | Total | 260,250 | 71,969 |
| Novembre 1997 | | | | |
| | | Total | - | - |
| Décembre 1997 | | | | |
| | Mangues vertes | USA | 73,404 | 31,323 |
| | | Canada | 5,706 | 3,138 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 89,150 | 14,619 |
| | | Total | 168,260 | 49,080 |
| | | Total du trimestre | 428,510 | 121,049 |

Exportations haïtiennes de mangues par destination en quantité et valeur

Deuxième trimestre de l'exercice 1997 - 1998

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|--------------------|--------------------------------|------------------|--------------------|
| | | | | |
| Janvier 1998 | Mangues vertes | USA | 141,872 | 52,262 |
| | | Canada | 25,680 | 10,058 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 19,305 | 12,182 |
| | | Total | 169,457 | 74,502 |
| | | | | |
| Février 1998 | Mangues vertes | USA | 290,207 | 126,139 |
| | | Canada | 27,588 | 15,788 |
| | | Total | 317,795 | 141,927 |
| | | | | |
| Mars 1998 | Mangues vertes | USA | 499,314 | 185,584 |
| | | Canada | 68,355 | 29,807 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 206,344 | 32,881 |
| | | Total | 774,013 | 248,272 |
| | | | | |
| | | Total pour le trimestre | 1,261,265 | 464,701 |

Exportations haïtiennes de mangues par destination en quantité et valeur

Troisième trimestre de l'exercice 1997 - 1998

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|--------------------|--------------------------------|------------------|--------------------|
| Avril 1998 | Mangues vertes | USA | 996,858 | 326,370 |
| | | Canada | 5,800 | 554 |
| | | Total | 1,002,658 | 326,924 |
| Mai 1998 | Mangues vertes | USA | 2,015,245 | 727,386 |
| | | Canada | 8,618 | 4,870 |
| | Mangues en saumure | France | 71,659 | 11,000 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 111,110 | 17,056 |
| | Total | 2,206,632 | 760,312 | |
| Juin 1998 | Mangues vertes | USA | 1,754,821 | 743,850 |
| | | Canada | 20,061 | 10,534 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 176,764 | 34,110 |
| | Total | 1,933,586 | 779,014 | |
| | | Total pour le trimestre | 3,402,676 | 1,866,250 |

Exportations haïtiennes de mangues par destination en quantité et valeur

Quatrième trimestre de l'exercice 1997 - 1998

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|--------------------|----------------------------------|------------------|--------------------|
| | | | | |
| Juillet 1998 | Mangues vertes | USA | 1,191,977 | 555,095 |
| | | Canada | 1,818 | 1,350 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 2,765 | 1,362 |
| | | Total | 1,196,560 | 557,757 |
| | | | | |
| Août 1998 | Mangues vertes | USA | 499,374 | 215,709 |
| | | Canada | 55,374 | 33,308 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 79,364 | 12,182 |
| | | Total | 634,112 | 261,199 |
| | | | | |
| Septembre 1998 | Mangues vertes | USA | 67,641 | 42,738 |
| | | Canada | 16,095 | 9,341 |
| | | Angleterre | 47,618 | 7,309 |
| | | Total | 131,354 | 59,388 |
| | | | | |
| | | Total pour le trimestre | 1,962,026 | 878,344 |
| | | Total exercice 1997 -1998 | 7,054,477 | 3,330,344 |

Exportations haïtiennes de mangues par destination en quantité et valeur

Premier trimestre de l'exercice 1998 - 1999

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|---------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Octobre 1998 | Mangues vertes et en saumure | | 51,686 | 14,034 |
| Novembre | Mangues vertes et en saumure | | 37,949 | 16,462 |
| Décembre 1998 | Mangues vertes et en saumure | | 55,037 | 30,941 |
| Janvier 1999 | | | 172,642 | 105,584 |
| Février 1999 | | | 506,281 | 192,223 |
| Mars 1999 | | | 711,124 | 760,067 |
| Avril 1999 | | | 4,827,615 | 2,327,394 |
| Mai 1999 | | | 2,944,551 | 2,852,305 |
| Juin 1999 | | | 4,122,618 | 2,641,696 |
| Juillet 1999 | | | 3,639,331 | 3,565,326 |
| Août 1999 | | | 428,628 | 365,853 |
| Septembre 1999 | | | 115,272 | 94,394 |
| | | Total | 17,612,734 | 12,666,279 |

Exportations haïtiennes de fruits et légumes par destination en quantité et valeur

Deuxième trimestre de l'exercice 2000 - 2001

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|--------------|--------------------|--------------------------------|----------------|----------------|
| Janvier 1999 | Mangues vertes | Suisse | 2,454 | 1,350 |
| | | USA | 37,792 | 17,110 |
| | | Canada | 8,073 | 4,470 |
| | | Canada | 5,455 | 4,687 |
| | | | 53,774 | 27,617 |
| | Mangues en saumure | Angleterre | 118,865 | 77,967 |
| | | Total | | |
| Février 1999 | Mangues vertes | USA | 506,281 | 192,222 |
| | | | | |
| Mars 1999 | Mangues vertes | Canada | 16,474 | 50,053 |
| | | Bahamas | 1,682 | 1,273 |
| | | USA | 692,968 | 708,741 |
| | | Total | 711,124 | 760,067 |
| | | | | |
| | | Total pour le trimestre | | |

Exportations haïtiennes de fruits et légumes par destination en quantité et valeur

Deuxième trimestre de l'exercice 2001 - 2002

| Période | Produit | Destination | Vol (Kg) | Valeur (US) |
|----------------|----------------|--------------------------------|-----------------|--------------------|
| Avril 2002 | | | | |
| | | | | |
| | | <i>Total</i> | | |
| Mai 2002 | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | <i>Total</i> | | |
| Jun 2002 | | | | |
| | | | | |
| | | <i>Total</i> | | |
| | | | | |
| | | <i>Total pour le trimestre</i> | | |

Papaye – Hawaii

| Année | Surface récoltée | Rendement Par acre | Production | | | Prix | Agric. | |
|-------|------------------|--------------------|------------|--------|------------|-------|--------|-------|
| | en acres | /1,000 lbs | /1,000 lbs | Frais | Transformé | Frais | Transf | Total |
| 1975 | 1,840 | 21.7 | 39,896 | 34,952 | 4,944 | 15.8 | 3.0 | 14.2 |
| 1976 | 1,930 | 25.9 | 50,037 | 43,588 | 6,449 | 13.5 | 3.8 | 12.3 |
| 1977 | 2,155 | 40.6 | 63,548 | 53,987 | 9,561 | 13.2 | 4.7 | 11.9 |
| 1978 | 2,190 | 29.7 | 64,000 | 54,624 | 9,376 | 14.4 | 4.6 | 13.0 |
| 1979 | 2,210 | 37.9 | 41,015 | 36,446 | 5,569 | 25.6 | 4.0 | 23.2 |
| 1980 | 1,950 | 44.4 | 48,916 | 45,360 | 3,556 | 21.7 | 3.4 | 20.4 |
| 1981 | 2,110 | 38.7 | 66,390 | 58,170 | 8,220 | 20.9 | 3.1 | 18.7 |
| 1982 | 2,170 | 36.1 | 52,750 | 44,770 | 7,980 | 25.1 | 3.1 | 21.8 |
| 1983 | 2,120 | 46.3 | 61,400 | 46,300 | 15,100 | 23.6 | 4.4 | 18.9 |
| 1984 | 2,590 | 35.8 | 80,500 | 67,000 | 13,500 | 13.1 | 3.1 | 11.4 |
| 1985 | 2,650 | 35.2 | 60,400 | 49,250 | 11,150 | 16.9 | 2.3 | 14.2 |
| 1986 | 2,355 | 44.7 | 61,000 | 50,100 | 10,900 | 21.7 | 2.3 | 18.2 |
| 1987 | 2,350 | | 67,000 | 56,000 | 11,000 | 19.3 | 2.2 | 16.5 |
| 1988 | 2,300 | | 69,000 | 57,000 | 12,000 | 21.0 | 3.2 | 17.9 |
| 1989 | 2,500 | | 74,000 | 64,000 | 10,000 | 22.0 | 3.0 | 19.4 |
| 1990 | 2,400 | | 68,500 | 58,000 | 10,500 | 25.0 | 2.9 | 21.6 |
| 1991 | 2,025 | | 55,350 | 48,150 | 7,200 | 33.3 | 2.7 | 29.3 |
| 1992 | 2,415 | | 71,300 | 55,800 | 15,500 | 25.0 | 3.0 | 20.2 |
| 1993 | 2,555 | | 63,700 | 58,200 | 5,500 | 23.2 | 3.1 | 21.5 |
| 1994 | 2,200 | | 62,000 | 56,200 | 5,800 | 24.3 | 3.0 | 22.3 |

Les rendements sont basés sur la production totale, incluant la production vendue et celle non vendue à cause des conditions du marché.

Source : National Agricultural Statistics Services, USDA



Press Release 99/28

ORGANIC BANANA SALES GROWING AT 30 PERCENT A YEAR, SAYS FAO; AT AUSTRALIA BANANA MEETING, UN AGENCY ALSO RAISES CONCERN AS RUSSIA'S ECONOMIC DIFFICULTIES LEAD TO SHARP DROP IN BANANA CONSUMPTION

Rome, 6 May - Global imports of fresh organic bananas grew to some 27,000 tonnes at the end of 1998, still a small niche trade when compared to total banana imports of more than 11 million tonnes, the Food and Agriculture Organization (FAO) said today. However, the UN agency added in a document presented at the Intergovernmental Group (IGG) on Bananas and Tropical Fruits meeting in Gold Coast, Australia 4-8 May, imports of organic bananas have been growing at approximately 30 percent per year.

"The main markets are the European Community (EC) and the United States, while Japan and Canada also have substantial organic banana imports," said FAO.

"More than 100 countries produce certified organic commodities, including a significant number of developing countries. The main country producing organic bananas is the Dominican Republic, followed by Mexico, Colombia, Honduras, Costa Rica, the Philippines and a few other countries.

FAO estimates the market for organic foods in the EC at less than 2 percent of total food sales, but it says the EC is "the world's largest organics market." Imports of organic bananas were estimated at between 11,000 and 13,000 tonnes in 1998, with an additional 5,000 tonnes a year of processed organic bananas such as purée and several hundred tonnes of dried bananas.

The Dominican Republic supplied more than 80 percent of European organic banana demand until hurricane Georges severely damaged plantations there last summer, according to the FAO report. The second largest supplier, Colombia, provides the EC with about 2,000 tonnes of organic bananas per year.

FAO says the German market makes up 40 to 50 percent of total organic banana consumption in the EC with sales at over 6,000 tonnes in 1998. "The second largest market is the United Kingdom estimated at 3,000 tonnes in 1998. The market has expanded rapidly due to the strong involvement of the leading supermarket chains. Although organic bananas in the United Kingdom are considered as luxuries and sell at high prices, supermarkets and importers claim that demand greatly exceeds supply."

FAO estimates that organic food sales in the United States have grown by more than 20 percent annually since 1990, with imports of fresh organic bananas estimated at 11,000 tonnes in 1998, or 0.3 percent of total banana consumption. The bulk of Canadian organic banana imports is supplied by the United States with products from

the Dominican Republic, Mexico and Honduras. FAO says Canada imported about 1,800 tonnes of organic bananas in 1998, while it estimates that Japan has imported more than 2,000 tonnes in 1997.

FAO says the prospects for further growth of organic banana sales appear to be good in all major markets, though further growth is limited by the lack of supply, due to constraints in organic banana production in many tropical countries. The greatest obstacle is Black Sigatoka, a fungus prevalent in many banana producing countries. So far, FAO says there is no effective organic treatment for fungus. Soil fertility is also a significant constraint and crown rot still causes problems, especially during long-distance transportation. Logistics is also an impediment to organic banana export. Because volumes are usually small, freight charges are higher. Shipments often await sailings carrying non-organic bananas.

According to FAO, the higher labour input requirements and the benefits of using inter-cropping, or mixed farming systems makes organic banana production well suited to small and medium farms.

"Theoretically," says FAO, "it could improve the economic viability of some of those small banana farms which cannot compete internationally with large-scale production units. Depending on the market, the price premium at retail level may vary from 50 percent to 200 percent. The price premium to producers is substantial, albeit more difficult to estimate."