



ACA

AFRICAN
CASHEW
ALLIANCE

10 years

A world map in shades of orange and yellow, with a cashew nut shape overlaid on the African continent.

A DECADE OF TRANSFORMATION

ACA World Cashew Festival & Expo 2016



Bissau, Guinea-Bissau

September 19-22, 2016



Global Competitiveness : the Real Issues and How to
Adress It

Benoît DANDJINOUE – 20 Septembre 2016



Origine et expansion de la culture de l'anacardier

- ❑ Origine : Nord du Brésil.
- ❑ 15^{ième} siècle en Afrique de l'Ouest, en Afrique de l'Est, en Inde et dans le Sud - Ouest de l'Asie (Indonésie, Philippines, Thaïlande, etc.).
- ❑ 1920, production et transformation semi-industrielles dans la région de Goa en Inde / Naissance d'un commerce entre l'Inde (exportatrice) et les Etats-Unis d'Amérique (importateurs).
- ❑ 1950 transformation industrielle en Inde, au Brésil et en Afrique de l'Est (Mozambique, Tanzanie et Kenya) / Croissance de la consommation de manière importante aux Etats-Unis et en Europe.
- ❑ 1957, intensification de sa culture en Afrique de l'Ouest pour lutter contre la désertification



1980 : année décisive

Déclin et effondrement de la filière en Afrique de l'Est :

- Vieillessement des vergers,
- Perte de compétitivité de l'industrie locale de transformation,
- Libéralisation brutale de la filière au Mozambique.
- Inde a augmenté fortement ses parts de marché** et développé une puissante industrie de transformation nécessitant toujours plus de matière première qui l'obligea à s'intéresser au marché de l'Afrique de l'Ouest.
- Développement de **la production dans une nouvelle région du monde : l'Afrique de l'Ouest**

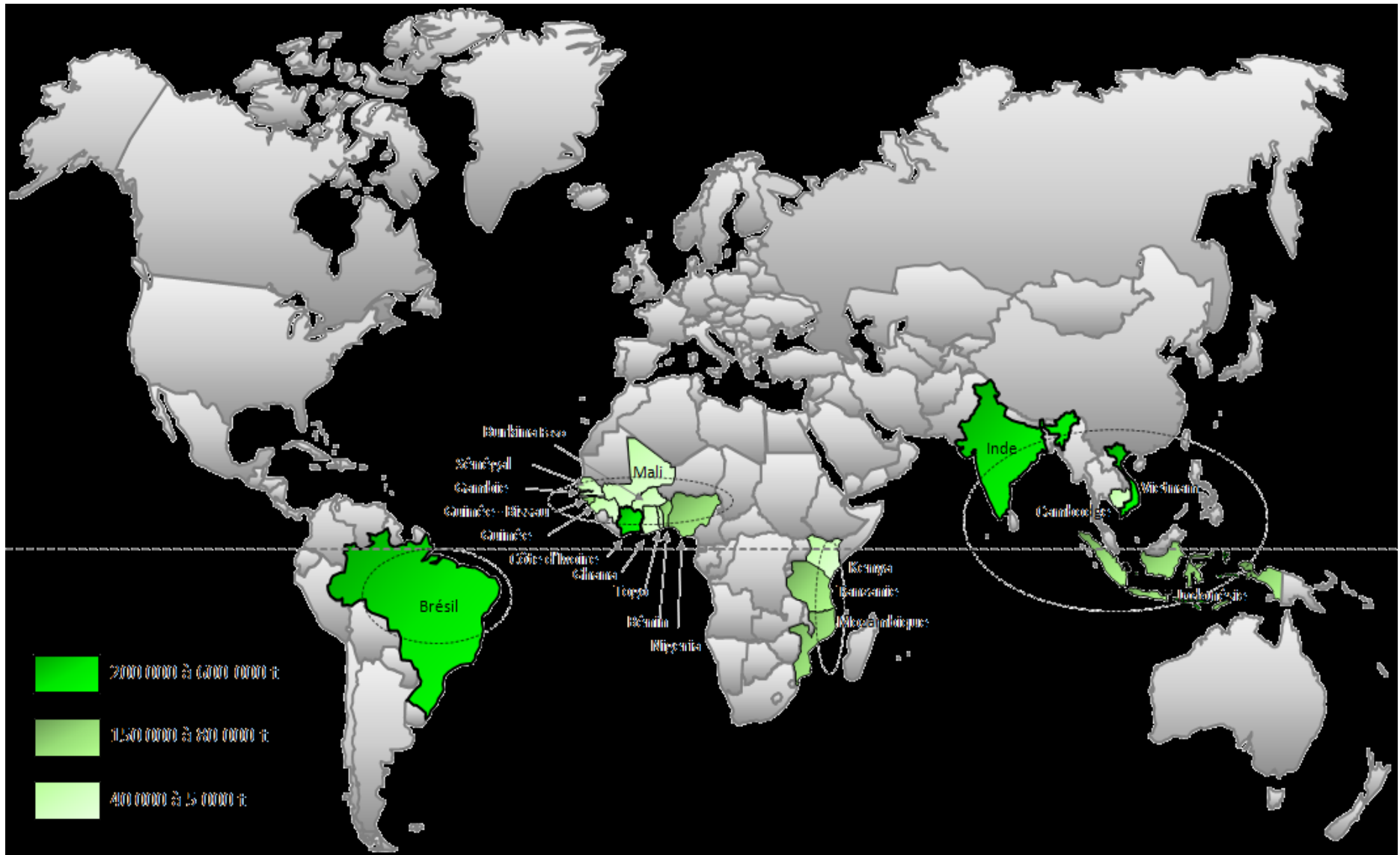


Origine et expansion de la culture de l'anacardier





L'Offre d'anacarde dans le monde: La production d'anacarde dans le monde





Les périodes de récolte de l'anacarde et le rendement moyen

- Pays producteurs au Nord de l'Equateur (80 % de la production) Nigeria – Bénin - Ghana - Côte d'ivoire - Burkina Faso – Mali - Guinée – Inde - Vietnam - Cambodge - Guinée Bissau - Gambie – Sénégal et les récoltes s'y font généralement de février à mai.
- Pays producteurs l'hémisphère Sud (20%) Indonésie – Brésil – Tanzanie - Kenya - Mozambique récoltent entre septembre et décembre.
- **Une grande partie de l'offre de noix de cajou brute est donc concentrée en début d'année,**
- **L'importance des récoltes de l'hémisphère Nord détermine la disponibilité de produit pour l'année.**
- Les rendements sont fonction des variétés, des conditions d'entretien et l'âge des plantations.
- Meilleurs rendements à l'hectare : 2 t /Ha (Inde, Vietnam et le Brésil)
- Afrique de l'Ouest, (entre 600 kg et 1t /Ha) (âge entre 15 et 25 ans).
- **Facteurs climatiques** : . pluies régulières (entre juin et octobre) et températures pas trop élevées (entre 20 et 34 °C) pendant la saison sèche (entre décembre et mai).



Que vend on et quelles sont les qualités marchandes?

La noix de cajou brute et ses qualités :

- **Le grainage** : 160 (grosses noix) et 240 (très petites noix).
Le taux de défaut : supérieur à 15%, le lot est refusé
Le rendement en Amande ou KOR (Kernel Ouptut Ratio) C'est l'indicateur le plus important. Le KOR varie normalement entre 42 et 56 lbs livres (0,45 kg) .
- **Le taux d'humidité** : doit être inférieur à 10% sinon le lot d'anacarde va s'abîmer rapidement. Il doit être supérieur à 5% sinon la transformation des noix va être plus difficile.

L'amande de cajou : Sa qualité se base principalement sur 3 paramètres : la taille des amandes, leur couleur et les dégâts qu'elles ont subis lors du processus de transformation. On peut distinguer plus de 24 grades d'amande de cajou.

La pomme de cajou Faux fruit très juteux, très sucré et très riche en vitamine. Seul le **Brésil** consomme environ 20% de sa production.

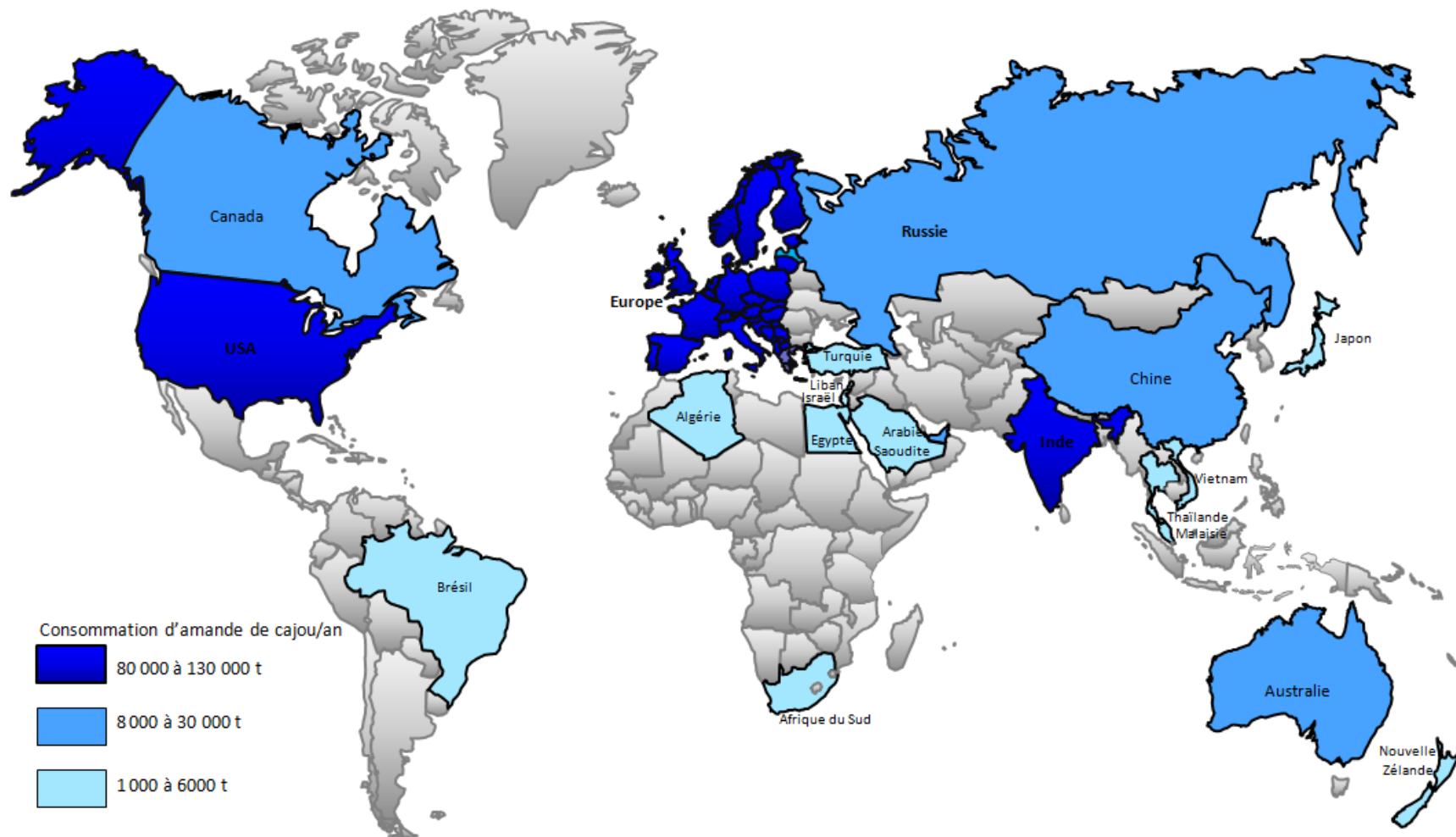
Le baume de cajou ou CNSL (Cashew Nut Shell Liquid)

- Pour que l'extraction soit rentable, il faut de très grandes quantités de coques. Si bien que seules les très grosses usines **du Brésil, d'Inde et du Vietnam** le valorisent.

La coque de noix de cajou La coque de la noix est un sous-produit de la transformation généralement utilisé comme combustible.



Les zones de consommation de noix de cajou dans le monde





Les périodes de consommation



Chine, Asie du Sud-Est
Nouvel An Chinois



Asie et Afrique du Nord
Ramadan
(Dates variables)



Inde
Diwali



USA – Europe
Noël/Nouvel An





Les produits concurrents

Les principaux Fruits à coque :

1) **L'amande** : production mondiale = environ 1 400 000 T (décortiquées)

- Arbre : amandier

- Anglais : *almond*

- Principaux lieux de production : USA, Syrie, Iran, Espagne



2) **La pistache** : production mondiale = environ 550 000 T (décortiquées)

- Arbre : pistachier

- Anglais : *pistacho*

- Principaux lieux de production : Iran, USA, Turquie, Syrie



3) **L'anacarde** : production mondiale = environ 500 000 T (décortiquées)

- Arbre : anacardier

- Anglais : *cashew*

- Principaux lieux de production : Inde, Côte d'Ivoire, Vietnam, Brésil



4) **La noix** : production mondiale = environ 450 000 T (décortiquées)

- Arbre : noyer

- Anglais : *walnut*

- Principaux lieux de production : Chine, USA, Iran, Turquie, Inde



5) **La noisette** : production mondiale = environ 350 000 T (décortiquées)

- Arbre : noisetier

- Anglais : *hazelnut*

- Principaux lieux de production : Turquie, Italie, USA



6) **La noix de pécan** : production mondiale = environ 50 000 T (décortiquées)

- Arbre : pacanier

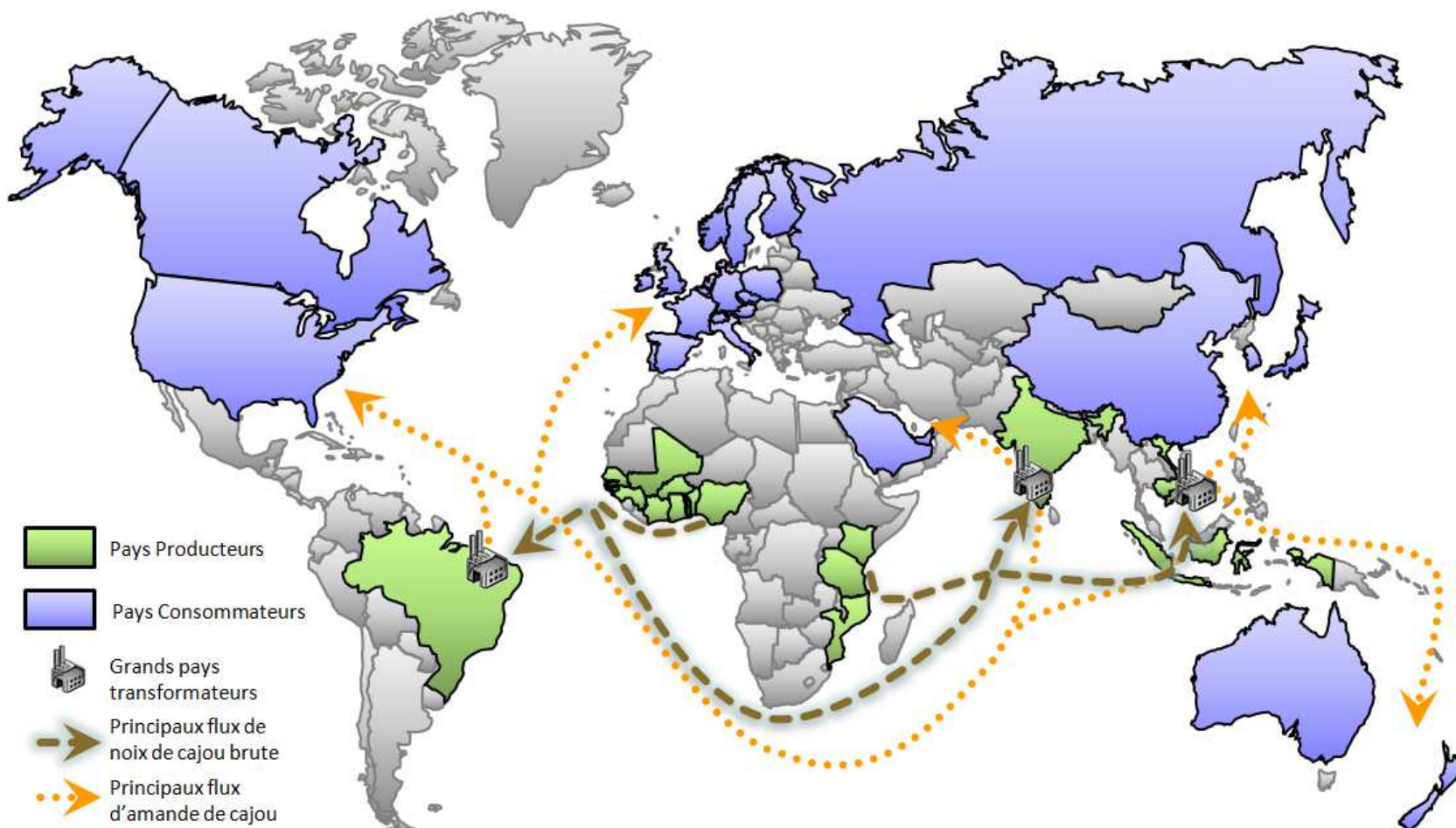
- Anglais : *pecan*

- Principaux lieux de production : USA, Mexique





Les échanges commerciaux d'anacarde





Le marché

- ❑ **L'Asie orientale** est de façon incontestée l'épicentre du marché international de l'anacarde.
- ❑ Pourquoi ?
- ❑ Culture et transformation adaptées à l'agriculture familiale sur de petites surfaces et dans des zones à faible coût de main d'œuvre (le Sud-est asiatique dont surtout Viet Nam et le sud de l'Inde).
- ❑ **Choix de politique agricole aboutissant à un secteur stratégique à partir des années 1960 en Inde et des années 1990 au Vietnam.**
- ❑ **Structuration et développement de la filière.**
- ❑ **Importantes politiques de sélection variétale et d'encadrement de la production**
- ❑ **Politique de crédit spécifique permettant aux transformateurs d'accéder à des facilités d'emprunt pour leurs investissements et leur approvisionnement**
- ❑ **Politique commerciale favorisant les importations de produit brut mais limitant les importations d'amande de cajou pour protéger l'industrie locale.**
- ❑ **La région possède encore un grand nombre d'espaces propices à l'extension de la culture de l'anacarde**



Le marché de la noix brute

- ❑ L'Afrique domine le marché des exportations de noix de cajou en coques : 10 premiers exportateurs mondiaux 1 seul pays asiatique : l'Indonésie.
- ❑ La Côte d'Ivoire, Premier producteur et premier exportateur (Plus de 70% de sa production et plus de 30% des exportations mondiales)
- ❑ Vietnam, Inde ou le Brésil, n'exportent qu'une partie infime (inférieure à 1%) car ils privilégient la transformation des noix pour pouvoir les exporter décortiquées.
- ❑ **La grande majorité de la noix de cajou brute de la sous-région ouest africaine est exportée en direction de l'Inde et du Brésil où elle est transformée, puis, soit consommée sur place, soit expédiée en direction des États-Unis ou de l'Europe.**
- ❑ **En Inde, au Vietnam et au Brésil, chaque élément constitutif du cajou est exploité ou transformé pour générer des revenus supplémentaires (la noix, la pellicule à l'intérieur de la coque, le liquide à l'intérieur de la pellicule ainsi que la pellicule extérieure)**



Les circuits de commercialisation et les prix

- ❑ Les exportations dans la zone CEDEAO sont réalisées par des sociétés commerciales et des coopératives de producteurs agréées.

- ❑ **Samedi 13 février 2016** : Annoncé depuis le mercredi 10 Février 2016 par le Porte-parole du gouvernement d'un pays de l'Afrique de l'Ouest lors du conseil des Ministres, les prix fixés pour la campagne 2016 de commercialisation des noix de cajou qui s'ouvre le lundi 15 février sont établis comme suit :
 - ❑ Le prix bord champ est à 350 FCFA le kilogramme ,
 - ❑ Le prix plancher obligatoire magasin intérieur est fixé à 375 FCFA le kilogramme
 - ❑ Le prix plancher obligatoire magasin portuaire est fixé à 432 FCFA.

Mais vers le mois de Juin 2016, les prix ont grimpé jusqu'à 750 F le kilo. Qu'est ce qui s'est passé et sur quelles bases ces prix sont fixés?



Les facteurs liés aux prix

La noix de cajou étant un produit relativement cher et « non essentiel », elle est sensible à la conjoncture économique et devra se réguler en fonction des règles de l'offre et de la demande. Voici quelques facteurs qui jouent énormément sur les prix :

- Les niveaux de production
- La valeur du dollar américain, auquel il est indexé.
- La baisse de l'euro face au dollar, devise de référence pour ce négoce
- La hausse des prix mondiaux peut être fortement amplifiée par la dévaluation des principales monnaies de la sous-région (Ghanean Cedi, Nigerian Naira, Franc Guinéen, Gambian Dalasi), ce qui peut permettre aux producteurs d'obtenir des prix jamais atteints par le passé.
- La congestion d'un port : les achats se feront chaque jour plus rares et les prix continueront de baisser dans les zones de production, faute d'évacuations de produits et des conditions de stockage adéquates.
- L'entente des acheteurs pour que le produit se fasse rare afin d'exercer une pression psychologique et inquiéter les producteurs et les commerçants qui disposeraient encore du produit.



Les facteurs liés aux prix (suite)

- Le niveau des commandes indiennes, brésiliennes et vietnamiennes
- Le niveau de production des gros producteurs
- La demande qui s'accroît plus rapidement que l'offre, augmentant ainsi les prix des noix de cajou,
- Le commerce qui peut se diriger vers des noix de cajou de meilleure qualité.

- La situation d'engorgement au port qui peut ralentir considérablement l'écoulement de la production, ce qui se traduit par une baisse des prix sur l'ensemble du territoire

- Les prévisions de bonne récolte en Inde, avec des estimations de production record peuvent justifier le faible attrait des importateurs indiens pour la noix brute ouest africaine d'où la chute des prix; ces derniers privilégiant dans un premier temps leur production locale .
- Les conditions climatiques comme la sécheresse observée début 2015 en Californie, l'une des principales régions productrices d'amandes et de pistaches (produits qui peuvent remplacer l'anacarde), et qui a poussé les industriels à acheter plus d'anacardes.
- La saison pluvieuse ou sèche anormale**
- Les périodes de demandes des gros consommateurs



Les facteurs liés aux prix (suite)

- ❑ Une crise conjoncturelle peut frapper les transformateurs et exportateurs d'un gros producteur confrontés à des problèmes tels que la quantité limitée des approvisionnements, les coûts excessifs des noix brutes locales et un manque croissant de financements, ce qui impactera négativement sur leurs achats en Afrique de l'Ouest.
- ❑ Un pays peut se trouver dans une situation de suroffre de noix brutes par rapport à la demande internationale, ce qui se traduira par une chute des prix.

En ce qui concerne les amandes, les facteurs à considérer sont :

- ❖ La hausse du coût du transport,
- ❖ Les exigences de plus en plus élevées en termes de qualité ainsi que la hausse de la demande.



Le marché de la noix sans coque et la problématique de transformation

- ❑ Le commerce international des noix de cajou décortiquées représente un tonnage beaucoup plus faible que celui des noix de cajou brutes : **près de deux fois moins.**
- ❑ Toutefois, sa valeur est bien plus importante. En effet, la valeur unitaire de noix de cajou en coques en 2011 était de 1900 dollars par tonne alors que celle de la noix de cajou sans coques étaient de 7560 dollars par tonne.
- ❑ En transformant la noix de cajou brute, **le Vietnam, l'Inde et le Brésil bénéficient** de la majeure partie de la valeur ajoutée de ce produit.
- ❑ La CEDEAO n'exporte que très peu de noix de cajou décortiquées. En effet ses exportations représentent 1,5% des exportations mondiales en 2012 et sont destinées uniquement aux marchés hors région. 2012.
- ❑ L'industrie de transformation au sein des pays de la CEDEAO reste encore très limitée. En effet, les pays de la région rencontrent des difficultés à développer cette activité à cause du manque de connaissances techniques, du manque d'équipements adaptés et à la difficulté à se conformer à certaines règles de sécurité alimentaire.
- ❑ Plusieurs pays de l'Afrique de l'Ouest ont connu l'ouverture de nouvelles unités de transformation locales au cours des dernières années.



Le marché de la noix sans coque et la problématique de transformation

- ❑ L'Inde est par tradition, parmi les premiers pays importateur mondial de noix de cajou brutes non décortiquées, car il est spécialisé dans leur décorticage depuis plusieurs décennies . Il possède, de ce fait, une influence très importante sur le marché international de ce produit de base.
- ❑ Parmi les **premiers pays exportateurs de noix** de cajou sans coques, on retrouve le Vietnam, l'Inde et le Brésil, qui figurent aussi parmi les plus grands producteurs mondiaux d'anacarde.
- ❑ Les Pays-Bas, quant à eux, jouent un rôle de plateforme commerciale en important des noix transformées et en les réexportant dans les autres pays européens.
- ❑ L'exportation de noix de cajou sans coques, a depuis longtemps été une activité indienne. Toutefois, depuis dix ans environ, l'augmentation très forte de la production vietnamienne et l'explosion de ses exportations font du Vietnam un concurrent de taille. Ces deux pays représentent environ 75% du marché mondial des exportations de noix de cajou sans coques.
- ❑ Les pays africains participent très peu aux exportations mondiales de noix de cajou décortiquées. En effet, ils exportent principalement des noix de cajou brutes et il existe très peu d'usines de transformation.



Les concurrents des pays africains et leurs forces (suite)

□ 1920, production et transformation semi-industrielles dans la région de Goa en Inde / Naissance d'un commerce entre l'Inde (exportatrice) et les Etats-Unis d'Amérique (importateurs).

□ 1950 transformation industrielle en Inde, au Brésil et en Afrique de l'Est (Mozambique, Tanzanie et Kenya) / Croissance de la consommation de manière importante aux Etats-Unis et en Europe.

□ **La pomme de cajou** Faux fruit très juteux, très sucré et très riche en vitamine. Seul le **Brésil** consomme environ 20% de sa production.

Le baume de cajou ou CNSL (Cashew Nut Shell Liquid)

Pour que l'extraction soit rentable, il faut de très grandes quantités de coques. Si bien que seules les très grosses usines **du Brésil, d'Inde et du Vietnam** le valorisent.

□ Vietnam, Inde ou le Brésil, n'exportent qu'une partie infime (inférieure à 1%) car ils privilégient la transformation des noix pour pouvoir les exporter décortiquées.

□ **La grande majorité de la noix de cajou brute de la sous-région ouest africaine est exportée en direction de l'Inde et du Brésil où elle est transformée, puis, soit consommée sur place, soit expédiée en direction des États-Unis ou de l'Europe.**



Les concurrents des pays africains et leurs forces (suite)

- ❑ En Inde, au Vietnam et au Brésil, chaque élément constitutif du cajou est exploité ou transformé pour générer des revenus supplémentaires (la noix, la pellicule à l'intérieur de la coque, le liquide à l'intérieur de la pellicule ainsi que la pellicule extérieure)
- ❑ Meilleurs rendements à l'hectare : 2 t /Ha (Inde, Vietnam et le Brésil)
- ❑ Culture et transformation adaptées à l'agriculture familiale sur de petites surfaces et dans des zones à faible coût de main d'œuvre (le Sud-est asiatique dont surtout Viet Nam et le sud de l'Inde).
- ❑ Choix de politique agricole aboutissant à un secteur stratégique à partir des années 1960 en Inde et des années 1990 au Vietnam.
- ❑ Structuration et développement de la filière.
- ❑ Importantes politiques de sélection variétale et d'encadrement de la production
- ❑ Politique de crédit spécifique permettant aux transformateurs d'accéder à des facilités d'emprunt pour leurs investissements et leur approvisionnement
- ❑ Politique commerciale favorisant les importations de produit brut mais limitant les importations d'amande de cajou pour protéger l'industrie locale.
- ❑ La région possède encore un grand nombre d'espaces propices à l'extension de la culture de l'anacarde



Les concurrents des pays africains et leurs forces (suite et fin)

- ❑ **l'Inde, devient à la fois un gros producteur, transformateur et consommateur de cette noix utilisée en cuisine et dans les cosmétiques.**
- ❑ **Jusqu'ici le décorticage était le monopole de l'Inde, réputé pour ses dizaines de milliers de femmes qui décortiquent les noix dans les états de KERALA, ANDHRA PRADESH, KARNATAKA ET MAHARASHTRA.**



Les concurrents des pays africains et leurs forces (suite)

- ❑ En transformant la noix de cajou brute, **le Vietnam, l'Inde et le Brésil bénéficient** de la majeure partie de la valeur ajoutée de ce produit.
- ❑ L'Inde est par tradition, parmi les premiers pays importateur mondial de noix de cajou brutes non décortiquées, car il est spécialisé dans leur décortilage depuis plusieurs décennies . Il possède, de ce fait, une influence très importante sur le marché international de ce produit de base.
- ❑ Parmi les **premiers pays exportateurs de noix** de cajou sans coques, on retrouve le Vietnam, l'Inde et le Brésil, qui figurent aussi parmi les plus grands producteurs mondiaux d'anacarde.
- ❑ Les Pays-Bas, quant à eux, jouent un rôle de plateforme commerciale en important des noix transformées et en les réexportant dans les autres pays européens.
- ❑ L'exportation de noix de cajou sans coques, a depuis longtemps été une activité indienne. Toutefois, depuis dix ans environ, l'augmentation très forte de la production vietnamienne et l'explosion de ses exportations font du Vietnam un concurrent de taille. Ces deux pays représentent environ 75% du marché mondial des exportations de noix de cajou sans coques.
- ❑ L'Inde et le Vietnam bénéficient d'avantages naturels de taille, d'échelle, d'expérience mais aussi de grands marchés locaux et régionaux pour la production, un marché développé pour les sous-produits et de qualité inférieure, une main-d'œuvre qualifiée, abondante et en évolution rapide et une technologie rentable développée sur place



Comment faire pour être compétitif?

- ❑ Produire à des prix inférieurs à ceux des concurrents pour une qualité équivalente. Produire une offre à des coûts inférieurs à ceux supportés par les entreprises du même secteur.

Cela dépendra : des niveaux relatifs des coûts de production, des marges des producteurs et des niveaux du taux de change pour les entreprises qui exportent...

- ❑ Imposer nos produits indépendamment de leur prix (qualité, innovation, services après-vente, image de la marque, délais de livraisons, capacité de s'adapter à une demande diversifiée, etc.). Ceci repose sur la perception de l'offre par les clients, perception qui elle-même se bâtit sur le long terme en fonction de la satisfaction procurée dans le passé. Elle exige aussi beaucoup d'investissements pour développer et maintenir la spécificité de l'offre.

Pour cela , il faut la qualité, les innovations et de la réputation

- *Durabilité*
- *Crédits carbone*
- *Plate forme*
- *Label Afrique de l'Ouest*
- *Formations spécifiques*





Comment faire pour être compétitif?

- ❑ Explorer sérieusement les nouveaux marchés : l'Europe de l'Est dont la Russie, l'Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande), la Chine, le Brésil, l'Asie du Sud - Est (Vietnam, Thaïlande, Malaisie), et le Moyen-Orient (Emirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Liban, Israël), le Maghreb, l'Afrique de l'Ouest dont le Nigéria
- ❑ Développer la transformation en Afrique de l'Ouest - Les atouts/avantages :
 - Création de valeur ajoutée locale ;
 - Création d'emplois, notamment pour les femmes, lutte contre l'exode rural en développant des opportunités en milieu rural ;
 - Développement de services auxiliaires : transport, industrie de l'emballage, de valorisation des sous-produits, brandings...
- Tenir compte :
 - Besoins importants en investissements initiaux ;
 - Besoins importants en fonds de roulement ;
 - Longue période d'apprentissage : période de formation du personnel, deux à trois ans pour atteindre les productivités horaires asiatiques, perte de qualité et de valeur du produit dans la phase d'apprentissage, manque de personnel d'encadrement qualifié ;
 - Capacité à s'approvisionner en quantités suffisantes de noix brutes de qualité ;