

**ETUDE SUR LA COMMERCIALISATION ET LA CONSOMMATION  
DES PRODUITS VIVRIERS HORTICOLES ET FRUITIERS  
EN POLYNESIE FRANCAISE**

**LE MARCHE DE LA DISTRIBUTION, DE LA  
RESTAURATION ET DE LA  
TRANSFORMATION**



**Johann Etienne (CIRAD/SDR)  
Paule Moustier (CIRAD)**

**Février 2001**



# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>2</b>
<b>TABLEAUX</b> .....	<b>3</b>
<b>LISTE DES SIGLES</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>5</b>
I – LES OBJECTIFS .....	5
II – LE CHAMP CONSIDERE .....	5
<b>RESULTATS</b> .....	<b>7</b>
I – LE MARCHE DES COMMERCE DE DETAIL .....	7
I.1 – <i>Présentation des commerces de détail</i> .....	7
I.2 – <i>Le marché des hypermarchés et supermarchés</i> .....	7
I.3. <i>Le marché des magasins</i> .....	14
I.4. <i>L’approvisionnement des marchés de quartier</i> .....	20
II– LE MARCHE DE LA RESTAURATION ET DE L’HOTELLERIE.....	23
II.1 – <i>Le marché des collectivités</i> .....	23
II.2 – <i>Le marché de l’hôtellerie touristique</i> .....	29
II.3. <i>Le marché de la restauration populaire</i> .....	39
III. LE MARCHE DE LA TRANSFORMATION.....	43
IV– LES STRATEGIES DES GROSSISTES .....	46
IV.1. <i>Présentation des grossistes</i> .....	46
IV.2 <i>Les entreprises de gros</i> .....	47
IV.2. <i>Les grossistes individuels</i> .....	49
<b>CONCLUSIONS</b> .....	<b>51</b>
I.    LE POIDS DES CIRCUITS DIRECTS.....	51
II.    UNE FONCTION DE GROS NEANMOINS REPRESENTEE.....	51
III. DES PRODUITS LOCAUX EN LIGNE DE MIRE .....	54
IV.    UNE DEMANDE EN NOUVEAUX PRODUITS.....	55
IV.1. <i>Les produits de diversification</i> .....	55
IV.2. <i>Les produits vivriers transformés</i> .....	55
V.    LES CONTRAINTES D’APPROVISIONNEMENT SPECIFIQUES A DES ILES.....	55
V.1. <i>Le cas des îles touristiques</i> .....	55
V.2. <i>Le cas des Tuamotu-Gambier</i> .....	56

## TABLEAUX

TABLEAU 1 : DISTRIBUTION DES COMMERCES DE DETAIL.....	7
TABLEAU 2 : REPARTITION DES SUPERMARCHES ET HYPERMARCHES PAR ARCHIPELS.....	8
TABLEAU 3 : SURFACE AU SOL DU LINEAIRE (METRE) DES SUPERMARCHES DE TAHITI.....	9
TABLEAU 4 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES SUPERMARCHES.....	10
TABLEAU 5 : APPRECIATION DE L'APPROVISIONNEMENT PAR LES SUPERMARCHES ET HYPERMARCHES.....	12
TABLEAU 6 : PROBLEMES ET RECOMMANDATIONS POUR LES SUPERMARCHES.....	14
TABLEAU 7 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES MAGASINS.....	16
TABLEAU 8 : APPRECIATION PAR LES RESPONSABLES DE MAGASINS DE LEUR APPROVISIONNEMENT.....	18
TABLEAU 9 : PROBLEMES ET RECOMMANDATIONS POUR LES RESPONSABLES DE MAGASINS.....	20
TABLEAU 10 : ESTIMATION DES ACHATS EN FRUITS, LEGUMES ET PRODUITS VIVRIERS PAR LES COLLECTIVITES.....	25
TABLEAU 11 : PROBLEMES ET RECOMMANDATIONS POUR L'APPROVISIONNEMENT DES COLLECTIVITES.....	29
TABLEAU 12 : INFORMATIONS SUR L'HOTELLERIE EN POLYNESIE.....	30
TABLEAU 13 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES HOTELS.....	33
TABLEAU 14 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES BATEAUX ET LES HOTELS.....	34
TABLEAU 15 : PROVENANCE DES PRODUITS SUR L'ILE DE BORA-BORA.....	36
TABLEAU 16 : PROBLEMES ET RECOMMANDATIONS POUR L'APPROVISIONNEMENT DES HOTELS.....	39
TABLEAU 17 : ESTIMATION DES ACHATS DES SNACKS ET ROULOTTES.....	41
TABLEAU 18 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION (TONNES/AN).....	43
TABLEAU 19 : GAMMES DE QUANTITES ET PRIX D'ACHAT PAR TAHITI CHIPS.....	44
TABLEAU 20 : PROBLEMES SPECIFIQUES AUX DIFFERENTS PRODUITS LOCAUX.....	54
TABLEAU 21 : ESTIMATION DES ACHATS PAR NOMBRE DE LITS ET PAR SEMAINE POUR LES HOTELS.....	57
TABLEAU 22 : ESTIMATION DES ACHATS PAR LES HOTELS DE POLYNESIE.....	59

## FIGURES

FIGURE 1 : REPARTITION DES COMMERCES D'ALIMENTATION GENERALE ET SUPERETTES (SOURCE : ISPF).....	14
FIGURE 2 : REPARTITION DE LA CAPACITE HOTELIERE ENTRE LES ARCHIPELS.....	30
FIGURE 3 : GRAPHE DE L'APPROVISIONNEMENT DES HOTELS DE BORA-BORA.....	36
FIGURE 4 : GRAPHE DE LA FILIERES DES FRUITS, LEGUMES ET VIVRIERS.....	52
FIGURE 5 : FLUX SIMPLIFIES DES FRUITS ET LEGUMES EN POLYNESIE.....	53

## LISTE DES SIGLES

CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
I.D.V.	Iles du Vent
NCI	Nouveaux commerçants indépendants
I.S.L.V.	Iles Sous le Vent
ISPF	Institut des statistiques de Polynésie Française
SDAP	Société pour le développement de l'agriculture polynésienne
SDR	Service de développement rural
SNA	Société de navigation des Australes
T.I.E.	Tahitian Import Export

# INTRODUCTION

## I – Les objectifs

Cette partie de l'étude s'intéresse à l'approvisionnement des commerces (gros et détail), ainsi que du secteur de la restauration et des entreprises de transformation alimentaire, en tant qu'utilisateurs des fruits, légumes et produits vivriers.

L'objectif est d'appréhender :

- L'organisation des filières de commercialisation (nature des fournisseurs et clients, origine des produits, modes de livraison et de paiement)
- Les besoins des distributeurs, restaurateurs et grossistes en termes de quantité, de qualité et de diversité des produits
- L'appréciation par les utilisateurs de la production locale en termes de qualité, de prix, de disponibilité, et de son évolution au cours des dix dernières années
- Les contraintes globales de l'approvisionnement en fruits, légumes, et produits vivriers et des propositions d'amélioration.

## II – Le champ considéré

Les opérateurs considérés sont les intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs finaux polynésiens, ainsi que les importateurs.

Dans le bilan statistique, nous avons estimé que l'approvisionnement, par les circuits classiques, des ménages polynésiens représentait 58% de la consommation totale de légumes (13 000 tonnes sur 21 000 tonnes), 32% de la consommation totale de fruits (11 000 tonnes sur 33 000 tonnes), le pourcentage tombant à 11% pour les produits vivriers (1000 tonnes sur 9500 tonnes). Cet approvisionnement marchand correspond à l'achat de produits frais dans les différents points de vente, ainsi qu'aux volumes absorbés par la restauration et les entreprises de transformation agroalimentaire.

Les points de vente sont constitués :

- des magasins
- des supermarchés et hypermarchés
- des marchés de détail

Le secteur de la restauration comprend :

- les collectivités : cantines scolaires, hôpitaux, aviation
- les restaurants des hôtels et bateaux et autres restaurants touristiques
- les snacks et roulottes

Les entreprises de transformation agroalimentaire interviennent dans la transformation des fruits (jus, confitures,..) et des produits vivriers (chips, *poe...*).

La répartition des ventes entre ces différentes catégories est la suivante <sup>1</sup>:

- pour les légumes, dans l'ordre, les supermarchés (35%) ; les magasins (26%) ; les marchés (21%) ; les hôtels (12%) ; les collectivités (6%)
- pour les fruits, les magasins (22%) ; les supermarchés (20%); les hôtels (20%); les marchés (19%) ; les entreprises de transformation (11%) ; les collectivités (8%)
- pour les vivriers, les marchés (44%), les magasins (21%) ; les supermarchés (16%) ; les hôtels (12%) ; les entreprises de transformation (5%) ; les collectivités (2%).

La grande distribution représente un débouché majeur (c'est le premier en pourcentage pour les légumes), mais son poids est cependant à relativiser. Les magasins représentent un tonnage du même ordre, ou légèrement inférieur, pour l'ensemble des produits. Dans le cas des fruits, le poids des marchés, ainsi que des hôtels, est équivalent à celui de la grande distribution. Pour les produits vivriers, le premier débouché marchand est représenté par les marchés de quartier.

Les entreprises de commerce de gros ont également été interrogées sur leur approvisionnement.

Des précisions sur la collecte de données seront données pour les différentes catégories d'établissement interrogés.

---

<sup>1</sup> Nous rappelons que dans ce bilan, les snacks n'apparaissent pas, car leurs achats proviennent principalement des marchés et supermarchés.

# RESULTATS

## I – Le marché des commerces de détail

### I.1 – Présentation des commerces de détail

Comme nous l'avons indiqué plus haut, il existe trois types de points de vente en détail des produits alimentaires en Polynésie Française, représentant chacun de 20 à 35% des débouchés totaux :

- les supermarchés et hypermarchés
- les magasins, regroupant des commerces d'alimentation générale et des supérettes.
- Les marchés de quartier.

Leur distribution géographique est indiquée dans le Tableau 1 et les cartes ci-après.

**Tableau 1 : Distribution des commerces de détail**

	Australes	I.D.V.	I.S.L.V.	Marquises	Tuamotu Gambier	Total
Commerces d'alimentation générale	69	201	85	71	206	632
Supérettes		49	9	2		60
Supermarchés		18	4			22
Hypermarchés		1				1
Total Commerces d'alimentation générale + supérettes	69	250	94	73	206	692
Total Supermarchés + hypermarchés	0	19	4	0	0	23
TOTAL	69	269	98	73	206	715

Source : ITSTAT, 2000

Alors que les supermarchés, hypermarchés et supérettes sont concentrés dans les Iles du Vent et les Iles sous le Vent, les commerces d'alimentation générale (ou magasins) sont fortement présents dans tous les archipels.

### I.2 – Le marché des hypermarchés et supermarchés

#### *Présentation des hypermarchés et supermarchés*

Les services de la statistique annoncent 18 supermarchés et 1 hypermarché dans les Iles Du Vent. En réalité sont présents sur les Iles Du Vent 21 supermarchés et hypermarchés, dont deux hypermarchés (voir Tableau 2)

**Tableau 2 : Répartition des supermarchés et hypermarchés par archipels**

	Australes	I.D.V.	I.S.L.V.	Marquises	Tuamotu Gambier	Total
Supermarchés		19	4			23
		18 à Tahiti, 1 à Moorea	2 à Bora, 1 Huahine, 1 à Raiateia)			
Hypermarchés		2 (Tahiti)				2
Total Supermarchés et hypermarchés	0	21	4	0	0	25

Source : Recensement J. Etienne

Un des deux hypermarchés fait partie du groupe Continent, ainsi que les quatre supermarchés Champion. En 2000, 11 des 14 supermarchés non rattachés à Continent se sont regroupés sous la dénomination : « Nouveaux commerçants indépendants » (NCI). Par commodité de langage, nous emploierons dans le reste du texte le terme de supermarché au sens large, comprenant également les hypermarchés.

Une mesure des linéaires au sol a été effectuée de manière exhaustive à Tahiti pour obtenir une indication de l'importance relative des différents hypermarchés et supermarchés (voir Tableau 3). Nous avons vérifié à cette occasion que les linéaires au sol de fruits et de légumes sont égaux. Le groupe « Continent » représente à lui seul 40% des linéaires au sol.

#### ***Les enquêtes réalisées***

18 supermarchés ont été enquêtés au total. Dans les Iles du Vent, les deux hypermarchés ont fait l'objet d'enquêtes, ainsi que 14 des 19 supermarchés présents. Les 4 supermarchés des Iles Sous Le Vent ont été tous enquêtés. Les seuls supermarchés non enquêtés sont trois supermarchés de petite taille de Tahiti: Libre Service Faa, Tahiti Cash Api, Supermarché Marina, Tairapu Nui, et Hamuta. L'ensemble des supermarchés enquêtés représente 80% des linéaires au sol.

#### ***Estimation des achats***

L'extrapolation des quantités achetées par les supermarchés a été effectuée en fonction des mètres linéaires au sol. Les résultats sont présentés dans le Tableau 4, page 10.

**Tableau 3 :Surface au sol du linéaire (mètre) des supermarchés de Tahiti**

<b>Nom du Supermarché</b>	<b>Fruit</b>	<b>Légume</b>	<b>Total</b>
<i>Continent Punaauia</i>	62	64	126
Continent Arue	20,5	20,5	41
<i>Tropic Super U</i>	40	41,5	81,5
Champion paofai	13,9	12,7	26,6
Cash & Carry	17	17,7	34,7
Libre service Faaa	9,9	7,6	17,5
Tahiti Cash Api	7,5	7,5	15
Champion Faaa	10	10	20
Supermarché Marina	11,5	8,5	20
Super manava	15,5	15,5	31
Tamanu Punnaauia	14,5	14	28,5
Paea Cash Api	11,1	13,5	24,6
Tamanu iti	15,5	15,5	31
Champion Taravao	8,9	10,8	19,7
Taiarapu Nui	9	9	18
Hyper Champion taravao	13	12,5	25,5
Vénustar	25	23	48
Hamuta	7	9	16
Yinket	7	9	16
Cécile Emile Léogite	10,5	9,5	20
<b>Total (20)</b>	<b>329,3</b>	<b>331,3</b>	<b>660,6</b>

\* En italiques, les hypermarchés

Source : mesures V. Baron, J. Etienne et S. Barbo-Ferrer

**Tableau 4 : Estimation des achats par les supermarchés**

FRUITS	Tonnes/an	%	LEGUMES	Tonnes/an	%	VIVRIERS	Tonnes/an	%
banane	207	8%	tomate	687	15%	taro	78	48%
papaye	200	8%	chou chine	155	3%	Patate douce	33	20%
mangue	41	2%	chou pommé	268	6%	tarua	15	9%
avocat	44	2%	Pomme de terre	1068	24%	uru	0	0%
pastèque	312	12%	Salade	395	9%	fafa	1	0%
melon	171	7%	Concombre	309	7%	fei	37	22%
citron	172	7%	carotte	664	15%	Igname	0	0%
orange	238	10%	Courgette	86	2%	Manioc	0	0%
pamplemousse	76	3%	Poivron	79	2%	<b>Total vivriers</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>
Pomme	388	15%	Oignon vert	13	0%			
Poire	160	6%	Oignon	457	10%			
Ananas	144	6%	Persil	18	0%			
mandarine	39	2%	Coriandre	7	0%			
coco	141	6%	Aubergine	44	1%			
fraise	12	0%	Haricot long	27	1%			
raisin	83	3%	Navet	79	2%			
Prune	25	1%	Potiron	12	0%			
pêche	21	1%	Menthe	1	0%			
kiwi	17	1%	Poireau	35	1%			
Autres	12	0%	Radis	11	0%			
<b>Total fruits</b>	<b>2505</b>	<b>100%</b>	Céleri	33	1%			
			Gingembre	21	0%			
			Brocolis	9	0%			
			Autres	47	1%			
			<b>Total légumes</b>	<b>4526</b>	<b>100%</b>			

Source : Données d'enquête J. Etienne

Nous tirons de ces calculs les éléments marquants ci-dessous.

Les ventes de **fruits** dans les supermarchés de Polynésie représentent près de **2 500 tonnes** par an.

Les **pommes** sont en tête des ventes (15% des fruits vendus), suivies de la **pastèque** (12%), des **oranges** (10%), des **bananes** (8%) et **papayes** (8%), des **melons** (7%) et des **citrons** (7%). Ces 7 fruits assurent plus des 2/3 des ventes dans les supermarchés.

Les ventes de **légumes** dans les supermarchés sont beaucoup plus importantes, avec près de **4500 tonnes** par an.

En volume, les **pommes de terre** arrivent en tête des ventes (24% des tonnages de légumes), suivies des **carottes** (15%) et des **tomates** (15%), des **oignons** (10%), des **salades** (9%), des **choux** (9%) ; ces six légumes assurent plus de 80% des volumes de légumes commercialisés.

Les ventes des **produits vivriers** dans les supermarchés représentent **150 tonnes** par an seulement .

### ***Les circuits et modes d'approvisionnement***

#### *Cas des produits importés :*

L'ensemble des supermarchés est impliqué dans l'importation, via son groupe d'affiliation (Continent ou NCI), ou directement (cas de deux supermarchés). Un supermarché passe cependant par l'intermédiaire d'un grossiste pour les produits importés.

#### *Cas des produits locaux :*

L'ensemble des supermarchés s'approvisionne directement auprès des producteurs, qui livrent sur place, pour les produits locaux. Un supermarché a déclaré s'approvisionner en complément chez un grossiste. Le responsable des achats de Continent déclarait en 2000 s'approvisionner auprès de six producteurs au total pour l'ensemble des légumes de Tahiti, et auprès d'un grossiste pour les légumes des Australes.

A Bora-Bora, les supermarchés sont approvisionnés principalement par les grossistes de Tahiti, et également par des producteurs et grossistes des Iles Sous le Vent pour les melons et pastèques, des Marquises pour les citrons, et de manière marginale, par des producteurs de Bora-Bora pour des fruits locaux comme les bananes, les papayes, les mangues, les avocats, les cocos secs (voir Figure 3, p.36).

Les produits sont livrés par bateau une à trois fois par semaine.

Les produits sont payés en fin de mois, ou à la livraison lorsqu'il s'agit de quantité faible.

La régularité et la qualité sont pour les supermarchés les critères principaux du choix des fournisseurs, les supermarchés ne voulant pas multiplier les fournisseurs et donc les factures.

### ***Les difficultés d'approvisionnement***

Douze enquêtes ont été retenues pour l'analyse des difficultés d'approvisionnement des supermarchés (les autres enquêtes étant incomplètes pour ces observations). Ces difficultés sont présentées dans le Tableau 5.

**Tableau 5 : Appréciation de l'approvisionnement par les supermarchés et hypermarchés**

Produits	Observations
<b>Banane</b>	4/12, soit 1/3 des interrogés se plaignent de difficultés d'approvisionnement en bananes ; le manque de producteurs spécialisés est cité.
<b>Papaye</b>	5/12, soit 40% des interrogés annoncent des difficultés d'approvisionnement en papaye ; c'est la qualité (« présence de bêtes »), et le type de variété de papayes qui sont remis en cause (la variété Solo est recherchée).
<b>Mangue</b> <b>Avocat</b>	3/12, soit 25% des interrogés ont des difficultés d'approvisionnement pour ces produits fortement saisonniers et peu récoltés. La demande en variété et en production de contre saison est très forte.
<b>Pastèque</b>	3/12, soit 25% ont des difficultés d'approvisionnement en pastèque, ces problèmes étant ponctuels.
<b>Melon</b>	4/12, soit 1/3 se plaignent : « il n'y en pas assez ».
<b>Citron</b>	8/12, soit 2/3 citent des problèmes d'approvisionnement en citron, surtout en saison creuse.
<b>Orange locale</b>	11/12, soit 90% s'en plaignent : la qualité bien sûre est remise en cause. Pour les îles (Moorea, ISLV), le manque d'approvisionnement en oranges locales pendant la période de blocage des importations est également cité.
<b>Pamplemousse</b>	Tous les interrogés en sont satisfaits.
<b>Ananas</b>	4/12, soit 1/3 se plaignent de la qualité des ananas livrés (cœur noir).
<b>Tomate</b>	0% déclare des problèmes d'approvisionnement ou de qualité pour la tomate.
<b>Choux chinois</b>	Seulement 2/12 (17%) se plaignent de ruptures d'approvisionnement.
<b>Choux pommés</b>	10/12 (83%) citent les problèmes liés au chou (en période chaude, ruptures fréquentes). Aucun problème de qualité n'a été cité.
<b>Pomme de terre</b>	Pour 11/12 (92%) des responsables de supermarchés, la pomme de terre locale pose plus de problèmes que la pomme de terre importée (qualité, régularité, prix)
<b>Salade</b>	Personne ne déclare des problèmes d'approvisionnement ou de qualité pour la salade.
<b>Concombre</b>	Seulement 2/12 (17%) se plaignent de problèmes d'approvisionnement et de ruptures. Pas de problèmes de qualité cités.
<b>Carotte</b>	7/12 (58%) critiquent la qualité de la carotte locale. Taille, propreté, homogénéité sont remis en cause.
<b>Courgette</b>	5/12 (42%) ont des ruptures dans leur approvisionnement en courgette.
<b>Poivron</b>	11/12 (92%) déclarent qu'il n'y a aucun problème pour le poivron. Le manque en poivron rouge a été cité une fois.
<b>Oignon</b>	Tout le monde est satisfait
<b>Aubergine</b>	11/12 (92%) déclarent qu'il n'y a aucun problème pour l'aubergine.
<b>Haricot long</b>	6/12 (50%) ont des problèmes d'approvisionnement en haricot long. Le marché pour ce légume ne semble pas couvert.
<b>Navet</b>	6/12 (50%) ont des problèmes d'approvisionnement en navet. Le marché pour ce légume ne semble pas couvert.
<b>Potiron+ Citrouille</b>	Aucun problème cité. Ces produits se conservent longtemps.
<b>Poireau</b>	11/12 (92%) déclarent qu'il n'y a aucun problème pour le poireau.
<b>Radis</b>	11/12 (92%) déclarent qu'il n'y a aucun problème pour le radis, le marché étant

Produits	Observations
	faible.
<b>Taro</b>	6/12 (50%) citent des problèmes dans l'approvisionnement en taro : la qualité est fortement remise en cause (en diminution), et les variétés cultivées ne correspondent pas au marché.
<b>Patate douce</b>	6/12 (50%) citent des problèmes dans l'approvisionnement et des ruptures. Contrairement au taro, ce n'est pas la qualité qui est mise en cause mais les quantités cultivées, le marché ne semble donc pas couvert.
<b>Tarua</b>	C'est un produit peu commercialisé en supermarché.
<b>Uru</b>	C'est un produit peu commercialisé en supermarché.
<b>Fafa</b>	C'est un produit peu commercialisé en supermarché.
<b>Fei</b>	11/12 (92%) déclarent des problèmes d'approvisionnement en fei : la production serait largement inférieure à la demande du marché.

Source : Enquêtes J. Etienne

Le manque de fiabilité des producteurs pour honorer leurs commandes est souvent cité lors des entretiens (5 sur 12 l'ont évoqué spontanément).

Le responsable des achats de Continent nous a communiqué des différences de vitesse d'écoulement entre produits locaux et importés pour appuyer ses déclarations sur les problèmes de qualité des oranges et carottes locales :

- 300 à 600 kg/jour orange importée
- 30 à 60 kg/jour orange locale
- 400 à 500 kg/jour carotte importée
- 150 à 200 kg/jour carotte locale

Notons que ces données doivent être relativisées par l'observation suivante : la période d'importation est une période de pénurie en produits locaux, les achats en grande surface de fruits et légumes sont alors plus importants du fait de la moindre possibilité pour les ménages de recourir aux jardins et vergers familiaux.

### **Conclusions**

Les problèmes exprimés par les responsables de supermarchés sont résumés dans le Tableau 6, ainsi que les recommandations pour y apporter des solutions.

**Tableau 6 : Problèmes et recommandations pour les supermarchés**

Problèmes	Recommandations
Des ruptures d'approvisionnement en bananes, mangues, citrons, avocats, choux pommés.	Meilleure communication entre les producteurs et les distributeurs sur les besoins du marché et les sources d'approvisionnement.
Des approvisionnements insuffisants pour melon, orange, courgette, haricot long, navet, patate douce et fei.	Développement de ces cultures souhaitable car marché insuffisamment satisfait.
Des productions dont les variétés ou la qualité ne correspondent pas à la demande des supermarchés : papaye (variété et qualité), orange (qualité), pomme de terre (qualité), carotte (qualité), taro (qualité et variété).	Amélioration de ces cultures possibles pour une meilleure adaptation au marché.
Des vivriers encore peu commercialisés en supermarchés : Tarua, uru, fafa.	Développement souhaitable de la commercialisation de ces productions en supermarché.

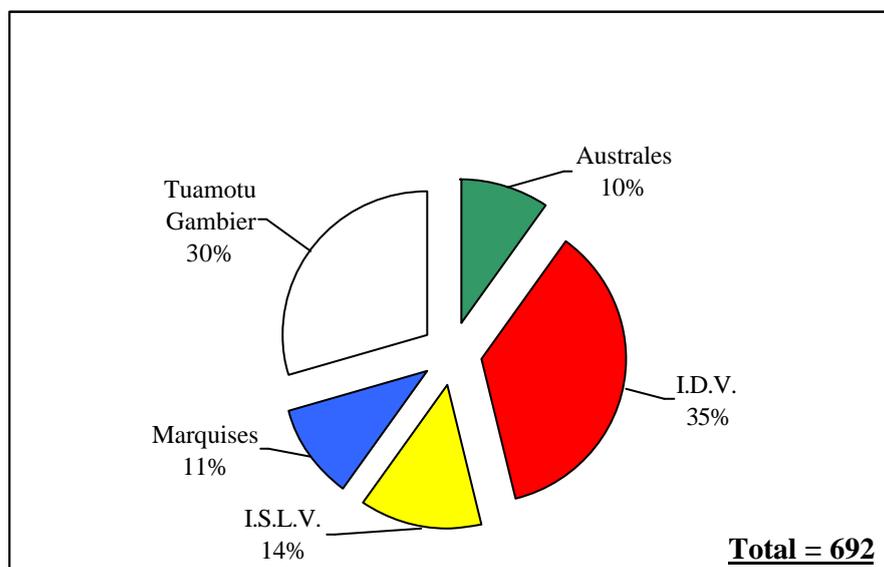
### I.3. Le marché des magasins

#### *Présentation des magasins en Polynésie*

Par commodité de langage, nous désignons sous le vocable « magasin » l'ensemble des supérettes et commerces de détail.

La Figure 1, représente la distribution des magasins en Polynésie.

**Figure 1 : Répartition des commerces d'alimentation générale et supérettes (Source : ISPF)**



35% des magasins se situent dans les Iles Du Vent, 14% dans les Iles Sous Le Vent, respectivement 10% et 11% dans les Australes et Marquises, et 30% dans les Tuamotu / Gambier.

On sait par des enquêtes réalisées pendant la foire agricole que les magasins des Tuamotu/Gambiers fournissent peu de fruits et légumes ; l'approvisionnement des résidents se fait principalement à l'arrivée des bateaux. Cette observation s'applique aussi aux Australes et aux Marquises où l'auto approvisionnement, les échanges, les trocs et les ventes directes sont importants.

### ***Les enquêtes réalisées***

L'analyse des ventes s'est limitée aux Iles Du Vent qui représentent l'essentiel des ventes de fruits et légumes des magasins; cependant, des enquêtes qualitatives ont eu lieu dans les Australes, les Marquises et les Iles Sous Le Vent. Les magasins ont été enquêtés avec un souci de diversité en termes de taille et de diversité géographique :

- Iles Du Vent : 27 enquêtes ont été réalisées, 24 étant retenues pour l'analyse.
- Iles Sous Le Vent : 4 enquêtes ont été réalisées.
- Marquises : 1 enquête a été réalisée.
- Australes : 7 enquêtes ont été réalisées (Tubuai : 3, Rurutu : 4)

### ***Estimation des achats***

Le Tableau 7 présente les données extrapolées en fonction du chiffre d'affaires des achats annuels par les différents commerces d'alimentation générale et supérettes des Iles du Vent.

Plus de 6000 tonnes de fruits, légumes et vivriers sont commercialisées dans ces commerces. Les fruits et légumes ne sont pas vendus en proportion égale, les légumes représentant 57% des ventes.

#### Fruits :

Les ventes de fruits dans les commerces d'alimentation générale et supérettes des Iles Du Vent représentent entre 2500 et 3000 tonnes par an.

Contre toute attente, les fruits importés et les fruits locaux sont vendus à part égale dans ces commerces. Facilité d'approvisionnement, difficultés de collecte et aussi concurrence des bords de route et de l'autoconsommation en sont certainement la cause.

Pommes et oranges avec près de 1000 tonnes (35%) sont les fruits les plus vendus, suivi des citrons (11%), des bananes (8%), pastèques (8%), coco sec (8%), poire (6%), melon (4%). Ces fruits représentent 80% des ventes en tonnage.

#### Légumes :

Les ventes de légumes dans les commerces d'alimentation générale des Iles Du Vent se situent entre 3000 et 3500 tonnes par an.

Les pommes de terre représentent 20% des ventes, suivis des oignons (15%) et des tomates (15%), des carottes (10%), salade (8%) et concombre (8%), et des choux (12% avec respectivement 7% et 5% pour les choux pommés et les choux chinois). Ces seuls légumes représentent 88% des ventes. Il s'agit des légumes de base de l'alimentation en Polynésie.

#### Vivriers :

Ces produits ne sont que peu commercialisés dans les commerces d'alimentation générale des Iles Du Vent ; ils représentent seulement 200 à 250 tonnes par an.

Le taro a lui tout seul fait 59% des ventes de vivriers, la patate douce 19% et le fei 16%. Ces trois produits représentent 92% des ventes de vivriers.

**Tableau 7 : Estimation des achats par les magasins**

<b>FRUITS</b>	<b>Tonnes/an</b>	<b>%</b>	<b>LEGUMES</b>	<b>Tonnes/an</b>	<b>%</b>	<b>VIVRIERS</b>	<b>Tonnes/an</b>	<b>%</b>
banane	217	8%	tomate	495	15%	taro	126	59%
papaye	90	3%	chou chine	175	5%	Patate douce	40	19%
mangue	23	1%	chou pommé	219	7%	tarua	7	3%
avocat	29	1%	Pomme de terre	654	20%	uru	6	3%
pastèque	210	8%	Salade	275	8%	fafa	1	1%
melon	113	4%	Concombre	273	8%	fei	33	16%
citron	289	11%	carotte	332	10%	<b>Total vivriers</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>
Orange importée	434	16%	Courgette	38	1%			
Orange locale	57	2%	Poivron	48	1%			
pamplemousse	33		Oignon vert	13	0%			
Pomme	496	1%	Oignon	506	15%			
Poire	159	19%	Persil	17	1%			
Ananas	80	6%	Coriandre	4	0%			
mandarine	61	3%	Aubergine	15	0%			
coco	215	2%	Haricot long	38	1%			
fraise	0	8%	Navet	92	3%			
raisin	68	0%	Potiron	3	0%			
Prune	36	3%	Menthe	2	0%			
pêche	21	1%	Poireau	96	3%			
kiwi	19	1%	Radis	1	0%			
Autres		1%	Céleri	7	0%			
<b>Total fruits locaux</b>	<b>1357</b>	51%	Gingembre	15	0%			
<b>Total fruits importés</b>	<b>1293</b>	49%	<b>Total légumes</b>	<b>3318</b>	100%			
<b>Total fruits</b>	<b>2650</b>	100%						

Source : Données d'enquête J. Etienne

### ***Les circuits et modes d'approvisionnement***

Pour la totalité des magasins enquêtés, l'approvisionnement en produits importés se fait auprès des grossistes, et les fruits et légumes locaux principalement auprès des producteurs, avec le recours aux grossistes, soit de manière occasionnelle, soit pour des produits spécifiques, comme les légumes des Australes. Seul un commerçant a dit s'approvisionner au marché de Papeete (ce qui revient à s'approvisionner chez le producteur, mais c'est le commerçant qui se déplace).

Le mode de paiement est également toujours le même, les grossistes sont payés en fin de mois et les producteurs à la livraison en «cash».

Le critère principal du choix du fournisseur est la régularité (84% citent ce critère), puis la qualité des produits livrés (80%), le prix (72%), le large choix (40%), la forme de paiement (25%), et enfin 8% citent la fidélité.

A Moorea, une exception est à noter : des producteurs collecteurs démarchent sur l'île pour vendre aux magasins (3 ont été dénombrés).

### ***Les difficultés d'approvisionnement***

9 personnes interrogées reconnaissent une amélioration de la qualité (due sans doute en grande partie aux serristes) et de la régularité des produits locaux depuis une dizaine d'années, 3 ont un avis plus négatif, et les autres n'ont pas d'avis. Quelques problèmes sont cependant cités :

#### **Manque de fiabilité et de régularité des producteurs :**

12/25, soit près de la moitié des personnes interrogées s'expriment spontanément sur le manque de sérieux et de régularité des producteurs locaux. (deux personnes ont demandé lors des enquêtes des noms de producteurs «sérieux»).

21/25, soit 84% de commerçants disent que la régularité est un critère essentiel dans le choix du fournisseur; ce critère joue en faveur des ventes de fruits importés.

#### **Observations par produits**

L'appréciation par les responsables de magasins de leur approvisionnement est résumée dans le Tableau 8, p. 18.

**Tableau 8 : Appréciation par les responsables de magasins de leur approvisionnement**

	Observations
<b>Banane</b>	4/25 (16%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier
<b>Papaye</b>	5/25 (20%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier
<b>Mangue</b>	Il s'agit de produits fortement saisonniers et vendus en bord de route. Les ventes sont faibles.
<b>Avocat</b>	
<b>Pastèque</b>	4/25 (16%) ont des problèmes de régularité en pastèque et melon. Ces produits sont aussi beaucoup vendus en bord de route.
<b>Melon</b>	
<b>Citron</b>	6/25 (24%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier
<b>Orange locale</b>	6/25 (12%) se plaignent de l'orange locale (qualité, prix) et préfèrent vendre l'importée.
<b>Pamplemousse</b>	Peu de vente, pas de remarques.
<b>Ananas</b>	L'ananas est un fruit très peu commercialisé dans les commerces d'alimentation générale : la vente en bord de route et en stations essence est prédominante. Pas de remarques de la part des commerçants.
<b>Tomate</b>	2/25 seulement (8%) déclarent avoir des ruptures
<b>Choux chinois</b>	6/25 (24%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier
<b>Choux pommés</b>	
<b>P. de t.</b>	10/25 (40%) se plaignent du prix (et de la petite taille) des pommes de terre locales.
<b>Salade</b>	Rien à signaler
<b>Concombre</b>	2/25 (8%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier
<b>Carotte</b>	7/25 (40%) se plaignent de la qualité de la carotte locale. C'est le goût et la fermeté qui sont toujours remis en cause et non pas le prix.
<b>Courgette</b>	1 personne seulement (sur 25) se plaint de rupture d'approvisionnement.
<b>Poivron</b>	1/11 seulement (8%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier.
<b>Oignon</b>	Rien à signaler (produit entièrement importé)
<b>Aubergine</b>	1 personne seulement (sur 25) se plaint de rupture d'approvisionnement.
<b>Haricot long</b>	1 personne seulement (sur 25) se plaint de rupture d'approvisionnement.
<b>Navet</b>	3/22 (12%) déclarent spontanément des irrégularités dans l'approvisionnement
<b>Potiron</b>	Rien à signaler
<b>Poireau</b>	1 personne seulement se plaint de rupture d'approvisionnement.
<b>Radis</b>	Peu de ventes « ça ne marche pas »
<b>Taro</b>	Rien à signaler
<b>Patate douce</b>	Rien à signaler
<b>Tarua</b>	Rien à signaler
<b>Uru</b>	Rien à signaler
<b>Fafa</b>	Rien à signaler
<b>Fei</b>	2/25 (8%) déclarent spontanément que l'approvisionnement est irrégulier.

Source : enquêtes J. Etienne

### ***Les souhaits de changement***

Les souhaits exprimés par les commerçants interrogés sont résumés ci-dessous :

- Plus de sérieux de la part des producteurs (et amélioration de la qualité) : 12/25 (48%)
- Plus large choix de fruits et légumes proposés : 7/25 (28%)
- Souhait de traiter avec une coopérative pour des raisons de facilité de paiement, de régularité et de qualité : 6/25.

### ***Conclusions***

Les principaux problèmes d'approvisionnement exprimés par les responsables de magasins sont résumés dans le Tableau 9, ainsi que les recommandations pour y apporter des solutions.

**Tableau 9 : Problèmes et recommandations pour les responsables de magasins**

<b>Problèmes</b>	<b>Recommandations</b>
Des ruptures d'approvisionnement fréquentes en produits locaux.	Meilleure communication entre producteurs et distributeurs.
Des problèmes graves sur pommes de terre, carottes, et oranges locales.	Amélioration du prix de la pomme de terre, de la qualité (goût et fermeté) de la carotte, et amélioration de la qualité en oranges.
Une volonté de diversification en fruits et en légumes.	Prospecter de nouvelles voies de production (fruits et légumes).
Volonté et besoin d'une meilleure présentation des produits frais fruits et légumes.	Mise en place d'un groupe de travail sur l'amélioration de la présentation des fruits et légumes dans les commerces d'alimentation générale .

## I.4. L'approvisionnement des marchés de quartier

### *Présentation des marchés de quartier*

#### Une place spécifique dans la vente au détail

Les marchés de Papeete, Faa, Pirae et Mahina sont des lieux de vente en détail de produits alimentaires, surtout actifs le matin. Ils jouent un rôle important pour les habitants de Tahiti sans moyen de locomotion. Le marché de Pirae, situé dans un quartier résidentiel de la banlieue de Papeete, draine plutôt une clientèle aisée de quartier. D'une manière générale, le caractère esthétique et convivial des marchés attire une clientèle diversifiée, en complément des achats en grande surface. Les marchés de quartier représentent un lieu important pour l'approvisionnement en produits alimentaires traditionnels. Ainsi, ces marchés remplissent une fonction sociale et culturelle. Enfin, la présentation des produits est souvent plus attractive que dans les rayons des grands distributeurs ou que dans les magasins.

Cependant, le marché de Papeete est en perte de vitesse depuis l'installation de la grande distribution. Les flux de légumes ont chuté entre 1989 et 1997 de 43 à 20 tonnes par an<sup>2</sup>. D'après le responsable du marché, des projets sont en cours pour inverser la tendance : aménagement d'une aire de stationnement, extension des horaires, aménagement d'une plateforme à l'entrée.

Au cours d'une journée de décembre 2000, nous avons recensé une vingtaine d'étals de fruits, légumes et produits vivriers sur le marché de Papeete, six au marché de Faa, cinq au marché de Pirae, et trois au marché de Mahina. Le taro était présent sur huit étals à Papeete, six étals à Faa, trois à Pirae et trois à Mahina. Les jours de jeudi et de dimanche sont les plus actifs, les volumes et nombre d'étals peuvent doubler par rapport à un jour de semaine.

<sup>2</sup> Source : statistiques de la direction du marché de Papeete

### Une place spécifique dans la vente en gros

Tous les dimanches matin, le marché de Papeete constitue un véritable marché de gros – ou plutôt de demi-gros. Ce jour-là, les producteurs viennent vendre directement aux abords du marché. Ils s'installent tout au long de la nuit du samedi à dimanche. Le marché est surtout actif entre 6 heures et neuf heures du matin. Les clients sont des consommateurs, et également des responsables de petits restaurants. Le directeur du marché estime à 400 environ le nombre de producteurs présents sur ce marché, dont 200 présents tous les dimanches. Au total, ce serait un millier de producteurs qui viendraient y vendre, de manière régulière ou occasionnelle.

Pour certains producteurs, notamment ceux de la presqu'île de Taravao, il s'agit d'un débouché régulier, pratique car il permet de combiner un déplacement vers Papeete pour commercialiser et se ravitailler en diverses denrées. Pour d'autres, il s'agit d'un lieu de vente résiduelle où est commercialisé ce qui n'a pas été vendu dans la semaine aux clients réguliers.

Du fait sans doute de son caractère très matinal, ce marché semble peu visible et peu mentionné par les personnes qui s'intéressent au secteur alimentaire de Papeete. Or, son existence nous semble tout à fait stratégique dans ce secteur :

- Nous l'avons dit, il joue un rôle important de débouchés pour des producteurs, soit qui n'ont pas de clients fixes du fait de leur isolement, soit qui n'ont pu tout écouler auprès de leurs clients fixes.
- C'est finalement le seul lieu physique de concentration et de rencontre possible entre offre des producteurs et demande des acheteurs. A ce titre, il peut être considéré comme un véritable marché de gros. Or il est tout à fait symptomatique des particularités du marché polynésien que la majorité des acheteurs soient les utilisateurs finaux des produits, et non des distributeurs. Cette réalité est le reflet de l'importance des circuits directs dans l'approvisionnement des distributeurs. Ainsi, si un nouveau marché de gros était aménagé, il est probable que son fonctionnement aurait les mêmes caractéristiques que celui du dimanche matin de Papeete, c'est-à-dire une vente directe entre producteurs et consommateurs, et il ne jouerait donc pas ou peu de rôle dans l'approvisionnement des distributeurs, alors que c'est souvent l'argument évoqué pour justifier un tel aménagement.

### ***Estimation des ventes***

Les chiffres communiqués par la Direction des marchés de Papeete et Pirae donnent les informations suivantes pour l'année 1999:

- Les ventes de fruits s'élevaient à 75 tonnes à Papeete et 50 tonnes à Pirae. Pastèque, banane, ananas et papaye représentent 80% des ventes de fruits.
- Les ventes de légumes s'élevaient à 460 tonnes à Papeete et 230 tonnes à Pirae. Tomate, concombre, chou de Chine, chou pommé, salade, carotte, navet et poivron représentent 85% des ventes de légumes.
- Les ventes de produits vivriers s'élevaient à 75 tonnes à Papeete et 50 tonnes à Pirae, composées pour 75% de taro et patate douce.

Ces données nous ont servi de base d'extrapolation pour l'estimation des quantités vendues sur l'ensemble des marchés (Papeete, Pirae, Mahina, Faa, Arue) y compris la vente de dimanche matin de Papeete<sup>3</sup>. Cette estimation conduit aux chiffres suivants : 1810 tonnes de fruits ; 2700 tonnes de légumes ; 495 tonnes de produits vivriers.

### ***Modes d'approvisionnement***

En ce qui concerne le marché du dimanche matin de Papeete, nous avons indiqué qu'il était directement ravitaillé par des producteurs, des différentes zones de production de Tahiti. On trouve également des intermédiaires, généralement parents de producteurs, pour les légumes des Australes.

Des enquêtes menées auprès de 16 détaillants (9 à Papeete, 3 à Faa, 2 à Mahina, 2 à Pirae), ont permis de préciser les modes d'approvisionnement.

La plupart des détaillants commercialisent leur propre production ou une production familiale, au moins pour quelques produits : c'est le cas de onze détaillants sur les seize interrogés ; en plus de la production familiale, les détaillants se font livrer par d'autres producteurs les produits qui leur font défaut (c'est le cas de dix des onze détaillants-producteurs). Les cinq détaillants non producteurs sont livrés par des producteurs. Les zones de production citées sont dans l'ordre: Papara (19 citations), Taravao (14 citations), Papeari (8 citations), Faa (2 citations), Huahine (une citation pour le taro et le uru), les Marquises (une citation pour le citron). L'achat à des grossistes intervient pour les produits importés comme la pomme de terre et la carotte à certaines périodes de l'année, et également pour les produits des Australes.

Le paiement est en espèces à 80% des cas. Le paiement par chèque est également cité.

### ***Appréciation de l'approvisionnement***

#### **Problèmes d'approvisionnement**

Onze des seize détaillants interrogés – producteurs et non producteurs - disent ne pas rencontrer de problèmes d'approvisionnement. Les problèmes d'approvisionnement cités par cinq détaillants sont relatifs à la tomate et au chou (prix, qualité, régularité), à la carotte locale (prix, qualité), à la carotte importée (prix, qualité), à l'orange importée (prix, qualité) et à la régularité d'une manière générale. Un détaillant non producteur de Faa cite également des problèmes d'approvisionnement (prix, qualité) pour la papaye, la pastèque, le citron local et importé, le taro, le uru, la patate douce et le taroa.

#### **Comparaison produit local/produit importé**

##### **➤ Carotte**

Huit vendeurs sur quatorze ne marquent pas de préférences entre produit local et importé ; cinq indiquent une préférence pour la carotte importée, du fait d'une qualité jugée supérieure (goût, aspect, taille, dureté) et d'un prix inférieur.

##### **➤ Pomme de terre**

Les avis sont très partagés, trois sont indifférents, trois préfèrent la pomme de terre locale (pour des raisons de prix et qualité (propreté, facilité d'épluchage), deux l'importée, deux disent que cela dépend de leur disponibilité.

---

<sup>3</sup> En considérant, après discussion avec les responsables de marché, que les ventes du dimanche matin représentent trois fois le total des ventes de l'intérieur du marché de Papeete, et que les marchés de Faa, Mahina et Arue correspondent chacun au marché de Pirae en termes de volumes de ventes.

➤ Orange

Quatre vendeurs sont indifférents, trois expriment une préférence pour l'orange locale pour des raisons de goût, mais en précisant que cela dépend des périodes de l'année ; deux pour l'orange importée, pour des raisons de goût, et également de couleur et de prix.

Évolution de la qualité des produits locaux

Quatorze sur seize détaillants déclarent avoir observé une amélioration de la qualité des produits locaux au cours des dix dernières années.

Douze détaillants sur seize considèrent cependant que les légumes de serre ont moins de goût que les légumes de plein champ.

*Appréciation de l'écoulement*

Neuf détaillants sur seize déclarent ne pas connaître de problèmes d'écoulement. Les sept détaillants qui en déplorent sont des producteurs de légumes (tomate, chou, salade), ils citent des problèmes d'écoulement entre juillet et octobre.

*Appréciation de l'organisation du marché*

Seulement six détaillants sur seize déclarent qu'il ne faut pas imposer de marge de commercialisation, quatre qu'il faut ouvrir les importations toute l'année, et autant qu'il ne faut pas imposer de quotas d'importation.

Confrontés au choix entre diverses propositions, dix détaillants sur seize recommandent en priorité l'amélioration du marché sur lequel ils opèrent à l'heure actuelle (agrandissement, accès, protection).

## **II– Le marché de la restauration et de l'hôtellerie**

Dans cette partie, nous abordons les trois principaux secteurs de la restauration : les collectivités (cantines, hôpitaux, armée, restaurants d'entreprise) ; les restaurants de l'hôtellerie touristique ; les restaurants populaires (snacks et roulottes). Ces secteurs représentent des débouchés importants sur le plan quantitatif, et peuvent représenter des débouchés intéressants pour de nouveaux produits, notamment transformés.

### **II.1 – Le marché des collectivités**

*Présentation des collectivités*

Le marché des collectivités regroupe dans notre étude l'ensemble des repas préparés dans les écoles, les cuisines centrales (qui ravitaillent les lycées), les hôpitaux et cliniques, les restaurants d'entreprise, et les établissements militaires.

### Les cantines scolaires:

Des informations sur les cantines scolaires sont disponibles grâce à une étude du ministère de la solidarité et de la famille de 1998. Cette étude fournit les données suivantes :

- 60059 enfants et adolescents déjeunaient à l'école en 1997, soit un taux de 80%.
- 10 millions de repas sont servis par an dans les cantines scolaires, soit 150 repas par an et par élève.
- 271 établissements et 180 lieux de production des repas scolaires ont été recensés
- 78% des repas scolaires sont situés dans les Iles du Vent.

L'étude a caractérisé les cantines selon leur mode d'approvisionnement :

- cantines où l'unité de préparation est sur le lieu de restauration. Il s'agit de cuisines à gestion autonome (lycée de Taaone) et de cuisine à gestion communale
- cantines approvisionnées à partir de cuisines centrales. Il s'agit des 7 cuisines centrales des municipalités (Punaauia, Teva I Uta, Faaa, Mahina, Tairapu Ouest, Paea et Papeete), qui préparent 3000 repas par jour.
- Cantines approvisionnées à partir de sociétés de restauration privées :
  - la SHRT, société hôtelière et de restauration touristique ; son chiffre d'affaire s'élevait à 1 750 000 000 FCFP en 1997
  - la SODEXHO, société d'exploitation hôtelière ; son chiffre d'affaires s'élevait à 765 000 000 FCFP en 1997

### L'armée

Les restaurants d'entreprises de l'armée, ainsi que les bateaux et les différentes bases sont approvisionnés à partir de la centrale d'achat militaire appelée SAOM, « *Service d'Approvisionnement des Ordinaires et des Marins* ».

### La restauration d'avion

La filiale *Catering* du groupe SHRT fournit les restaurants de l'aéroport et a le monopole sur les repas servis dans les avions.

### ***Les enquêtes réalisées***

Pour les cantines, les responsables des établissements suivants ont été enquêtés :

- Cuisine Centrale de Papeete
- Cuisine Centrale d'Arue
- Cuisine Centrale De Punaauia
- Cuisine Centrale de Faaa
- Cuisine Centrale de Mahina
- Cuisine Centrale de Paéa
- Le lycée du Taone
- Sodexho
- Cogeres : filiale de SHRT

Ces cantines et entreprises enquêtées représentent un total de repas fournis de 4 433 130, soit 44% du total.

Les entreprises assurant le ravitaillement de l'armée, des hôpitaux et cliniques, ainsi que des restaurants d'avion ont toutes été enquêtées.

### *Détermination des achats des collectivités*

Le Tableau 10 rassemble les données sur les besoins annuels des différents restaurants de collectivités.

**Tableau 10 : Estimation des achats en fruits, légumes et produits vivriers par les collectivités**

	Total des achats tonnes/an	Cantines % des achats	Armée % des achats	Avion % des achats	Hôpitaux % des achats
banane	23	79%	10%	4%	7%
papaye	44	58%	1%	34%	7%
mangue	0	0%	100%	0%	0%
avocat	6	93%	7%	0%	0%
pastèque	159	67%	7%	23%	3%
melon	95	65%	4%	30%	1%
citron	21	35%	12%	53%	1%
Orange + mandarine	121	84%	7%	7%	2%
pamplemousse	60	54%	2%	41%	2%
pomme + poire	127	79%	12%	8%	2%
ananas	159	43%	6%	46%	5%
Autre	12	0%	15%	85%	0%
<b>TOTAL FRUITS</b>	<b>827</b>	<b>64%</b>	<b>7%</b>	<b>26%</b>	<b>3%</b>
tomate	156	73%	12%	10%	6%
chou chine	42	93%	2%	4%	1%
chou pomme	59	90%	4%	1%	5%
Pomme de terre	163	88%	3%	7%	3%
salade	104	67%	17%	11%	4%
concombre	91	87%	5%	5%	3%
carotte	93	83%	8%	3%	6%
oignon	55	80%	13%	6%	1%
oignon vert	1	69%	31%	0%	0%
autre	25	45%	17%	29%	9%
<b>TOTAL LEGUMES</b>	<b>789</b>	<b>80%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>
taro	23	88%	1%	0%	11%
tarua	0	0%	100%	0%	0%
uru	0				
fei	1	10%	10%	80%	0%
fafa	1	76%	24%	0%	0%
patate douce	3	46%	0%	0%	54%
<b>TOTAL VIVRIERS</b>	<b>29</b>	<b>79%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1646</b>				

Source : enquêtes J. Etienne

La consommation de fruits, légumes et vivriers des collectivités dépasse les 1600 tonnes par an. L'utilisation en tonnage de fruits et de légumes est sensiblement voisine, de l'ordre de 800 tonnes pour chaque groupe; à noter que les vivriers sont très peu utilisés (30 tonnes).

Ces achats représentent respectivement 6% et 5% du marché des fruits et légumes (voir dossier statistique).

L'achat des cantines scolaires et cantines centrales représentent près de 80% des achats de légumes et vivriers et 65% des achats de fruits de l'ensemble des collectivités. Les fruits représentent un peu moins avec 65%. En effet, en raison de problèmes de prix et de commodité, les fruits sont peu utilisés dans les repas scolaires (des menus types fournis par les cantines montrent que leur utilisation est faible, aux alentours d'une fois toutes les deux semaines); les desserts lactés, gâteaux, pommes, et autres desserts préparés sont préférés.

Cinq fruits représentent 80% des achats des collectivités : ananas, pastèque, pomme, orange et melon. Les pommes et oranges importés représentent à eux seuls le tiers de la consommation.

### ***Détermination des circuits et modes d'approvisionnement***

#### Les circuits d'approvisionnements

Les entreprises de restauration collective ou cuisines centrales ont des sources d'approvisionnement très variées : producteurs, collecteurs, grossistes, supermarchés et marchés. Dans tous les cas enquêtés, les différentes sources d'approvisionnement sont combinées.

L'approvisionnement par des producteurs offre des avantages certains sur les prix (limitation des intermédiaires) et la possibilité de discussion de la qualité; en contre partie, les grossistes et supermarchés offrent des avantages sur la facilité de commande, de manutention et de paiement.

11/12 acheteurs pour collectivités s'approvisionnent directement chez des producteurs ou des producteurs/collecteurs; 10/12 chez des grossistes, 2/12 au marché le plus proche, et également 2/12 au supermarché le plus proche.

Le nombre de producteurs en relation avec les restaurants de collectivité varient de 10 à 20; pour chaque produit, 1 à 2 producteurs livrent chaque collectivité.

#### Les modes d'approvisionnement

Si pour les cantines scolaires, le prix des produits est un critère d'achat ou de non-achat de certains produits, ce critère n'intervient pas dans le choix du fournisseur. *Pour 90% des interrogés, la régularité est le critère principal du choix du fournisseur.* Suivent la qualité des produits livrés (45%), le prix (23%), le mode de paiement (23%)<sup>4</sup>, et enfin le large choix (11%).

Dans tous les cas (sauf courses au supermarché ou au marché), les produits sont livrés sur place.

Deux modes de paiement sont pratiqués : les grossistes et gros producteurs sont payés en fin de mois, tandis que les petits producteurs (qui ne livrent qu'occasionnellement) sont payés à la livraison.

<sup>4</sup> Des cantines en difficultés financières ne peuvent pas payer immédiatement les petits producteurs à la livraison.

Aucune pratique de contrats écrits n'a été signalée ; dans la pratique des contrats oraux sur la régularité, des quantités, et des prix réguliers sont cités.

### ***Détermination des difficultés d'approvisionnement***

#### Légumes

Aucun responsable des restaurants de collectivités enquêtés ne se plaint de difficulté d'approvisionnement en légumes de Tahiti (tomates, salades, concombres, poivrons, ...). La satisfaction est globale tant sur la régularité d'approvisionnement que sur la qualité des produits fournis.

Deux légumes semblent poser des problèmes : la pomme de terre et la carotte.

- Pomme de terre : 5/12 des personnes interrogées se plaignent de problèmes d'approvisionnement sur la pomme de terre. La qualité serait variable tant pour les pommes de terre locales que pour les importés. Ces personnes pour des raisons de commodité préfèrent utiliser des surgelés.
- Carotte : 5/12 des personnes interrogées se plaignent de problèmes d'approvisionnement sur la pomme de terre, pour des problèmes de qualité (taille, goût,...), ou de disponibilité. Cependant, les personnes enquêtées déclarent que ces problèmes de qualité et de disponibilité se situent principalement en début de campagne. Comme pour la pomme de terre, les cantines disent utiliser en grande proportion des surgelés.

#### Fruits

Comparativement aux légumes, l'utilisation dans les restaurants de collectivité de fruits est plus problématique. En effet, plusieurs contraintes sont à signaler :

- Un fort besoin de main d'œuvre pour la découpe des fruits locaux comme l'ananas, la pastèque, le melon.
- Des difficultés pour trouver la quantité suffisante de fruits locaux mûrs pour fournir les 2 à 3 mille repas quotidiens. Ces problèmes concernent surtout la papaye, la banane, la mangue, et l'avocat et sont détaillés ci-dessous.

Ananas, pastèque, pomme, orange importée et melon représentent 80% de la consommation de fruits dans les collectivités et sont des fruits qui posent peu de problèmes de qualité et quantité pour les collectivités. A l'opposé, bananes, oranges locales, avocats, mangues et papayes sont des fruits problématiques :

- Oranges locales : 10/12 (70%) des personnes interrogées se plaignent des oranges locales : 55% de la qualité gustative, 20% de difficultés d'approvisionnement (« *les producteurs n'arrivent pas à fournir en quantité suffisante* »), et 10% de la couleur. Pour ces raisons, l'orange locale n'est que très peu utilisée par les cantines.
- Bananes : 7/12 (55%) des collectivités n'utilisent pas de bananes pour des problèmes d'approvisionnement en quantité. Dans 30% des cas, l'aspect « noir » de la banane est un problème. Ainsi, la consommation de bananes représente moins de 3% de la consommation de fruits des collectivités, alors que c'est « *l'un des fruits préférés des enfants* ».
- Avocats: L'avocat est un fruit à faible durée de vie ; 4/12 (40%) des interrogés se plaignent de difficultés d'approvisionnement. Les autres n'utilisent pas ce produit.
- Papayes : Comme pour la banane, les papayes ne sont que peu utilisées pour des raisons de difficultés d'approvisionnement en quantité suffisante.

- Mangues : Elles ne sont pas du tout utilisées dans les repas scolaires, alors que le tiers des personnes interrogées aimerait en servir. Des problèmes d'approvisionnement semblables à la banane et à la papaye sont cités.

A cause de ces difficultés, même si les fruits locaux sont généralement moins chers, les fruits importés comme la pomme sont préférés, pour des raisons de facilité de préparation et d'approvisionnement. Le prix moyen d'un dessert dans un repas scolaire est de 40 FCP, le prix d'une pomme est d'environ 35 FCFP, alors qu'une banane ne coûterait que 15 à 20 FCP.

### Vivriers

Les produits vivriers ne sont que très peu utilisés dans les repas scolaires : purée, riz et pâtes sont des féculents mieux appréciés des élèves et de préparation plus facile.

De plus, le prix est facteur important de non-utilisation. En effet, selon les dires des enquêtés, l'utilisation de vivriers dans les repas scolaires augmenterait le coût de matière première de 100 FCP, en le faisant passer de 250 à 350 FCP, tout en augmentant la difficulté de préparation, alors justement que les coûts et la main d'œuvre disponible sont très contraignants.

### Les autres problèmes cités

- Prix : 4/12, soit le tiers des enquêtés déclarent que leur consommation de fruits et de légumes augmenterait si le prix diminuait.
- Pertes : 3/12, soit le quart des enquêtés déclare que les pertes sur les produits frais sont trop importantes, ce qui accentue la facture.
- Pas de définition claire des produits locaux : 4/12, soit le tiers des enquêtés aimerait trouver des produits mieux calibrés, avec des temps de conservation définie, et des variétés connues.
- Manque de fiabilité des producteurs : ils ne livreraient pas en temps prévus ni en quantité et en qualité prévue.

### ***Les besoins futurs et les souhaits de changement***

#### Marché de gros ?

Pour 8/12 (70%) des personnes interrogés le système actuel de commercialisation est satisfaisant; 2 souhaitent la mise en place d'un marché de gros, et 2 ne s'expriment pas. Même si le système actuel de commercialisation avec des circuits très courts convient parfaitement pour les acheteurs, certains considèrent intéressante l'idée de mise en place d'un lieu ou d'un organisme où pourront se rencontrer les acheteurs et les vendeurs pour échanger les informations.

#### Vivriers préparés

En raison du manque de main d'œuvre, 8/12 des interrogés seraient intéressés par l'utilisation de vivriers préparés (surgelés / découpés ou en flocon), sous réserve d'un prix intéressant.

#### Fruits en conserve

De même que pour les vivriers, les conserves de fruits locaux ou autre préparation de fruits (commodité), intéressent 5/12 des interrogés, sous réserve d'un prix intéressant et d'un emballage adéquat.

### Définition des produits

Une meilleure définition des calibres, temps de conservation, et variétés sont nécessaires pour 4/12 acheteurs.

### Programme d'hygiène alimentaire

4/12 enquêtés ont parlé spontanément de la nécessité de mettre en place des programmes d'hygiène alimentaire, de programmes éducatifs à l'alimentation, des contrôles des rations. Pour ces personnes, l'éducation alimentaire doit se faire à la base, dans les écoles, ce qui n'est pas encore le cas.

### **Conclusions**

Des parts de marché pour les fruits, de légumes et vivriers locaux peuvent être conquises dans les cantines et restaurants de collectivité, en répondant aux problèmes résumés dans le Tableau 11.

**Tableau 11 : Problèmes et recommandations pour l'approvisionnement des collectivités**

<b>Problèmes</b>	<b>Recommandations</b>
Une main d'œuvre insuffisante dans les cantines scolaires	Développement des produits transformés en fruits et en vivriers (salade de fruits, purée de vivriers, vivriers découpés et congelés)
Prix des légumes et vivriers jugés élevés par rapport aux contraintes de coût de fabrication des repas	Offrir des légumes et produits vivriers à prix plus bas
Approvisionnement insuffisant pour de nombreux fruits locaux dont les prix sont jugés intéressants (banane, papaye, mangue, avocat, ....)	Meilleure organisation de la collecte de fruits locaux, et/ou installation d'entreprises de production de grande échelle
Qualité des oranges et carottes locales jugée insatisfaisante	Améliorer la qualité des oranges et carottes locales
Manque de reconnaissance de la valeur nutritionnelle des fruits et légumes	Programmes d'éducation à la nutrition

## **II.2 – Le marché de l'hôtellerie touristique**

### ***Présentation de l'hôtellerie en Polynésie***

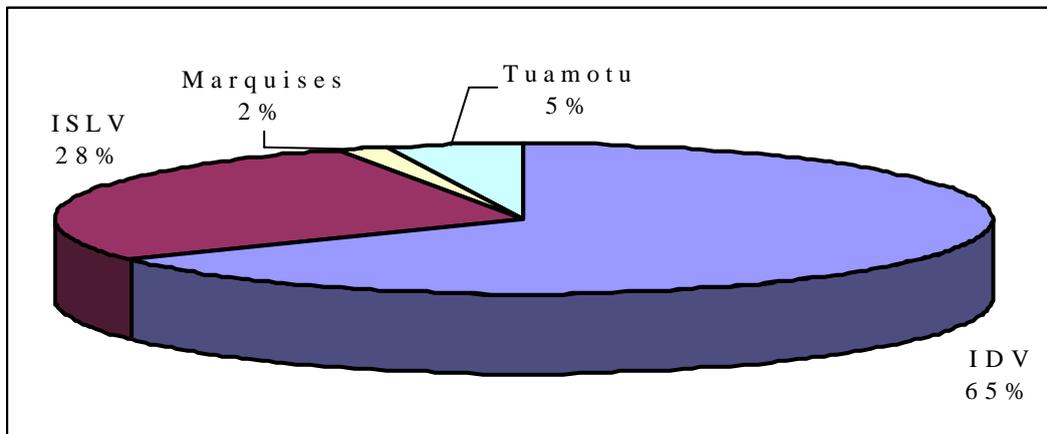
Dans cette partie nous nous intéresserons principalement aux grands hôtels de tourisme, étant donné que ce sont les principaux acheteurs des produits alimentaires considérés. Une partie des achats par les pensions sera prise en compte dans l'analyse des achats des snacks, les deux activités étant souvent combinée. Le listing des hôtels touristiques de Polynésie, leur capacité et leur taux de remplissage a été fourni par le Service Du Tourisme. Ces données sont présentées dans le Tableau 12 et la Figure 2.

**Tableau 12 : Informations sur l'hôtellerie en Polynésie**

Îles	Nb d'hôtels	Nb de lits	% par rapport au total
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>3500</b>	<b>100%</b>
<b>IDV</b>	<b>24</b>	<b>2306</b>	<b>66%</b>
Tahiti	11	1246	36%
Moorea	12	1043	30%
Tetiaroa	1	17	0%
<b>ISLV</b>	<b>22</b>	<b>974</b>	<b>28%</b>
Bora Bora	13	756	22%
Raïatea / Tahaa	4	65	2%
Huahine	5	153	4%
<b>Marquises</b>	<b>3</b>	<b>55</b>	<b>2%</b>
<b>Tuamotu</b>	<b>5</b>	<b>165</b>	<b>5%</b>
Fakarava	1	15	0%
Rangiroa	2	79	2%
Tikehau	1	30	1%
Manihi	1	41	1%

Source : service du tourisme

**Figure 2 : Répartition de la capacité hôtelière entre les archipels**



Source : service du tourisme

Les hôtels situés à Tahiti, Moorea et Bora Bora représentent 87% de la capacité hôtelière de Polynésie (hors pension de famille).

Les trois bateaux de croisière de luxe : Le Gauguin, Le Renaissance R3 et le Renaissance R4, doivent être également considérés dans l'hôtellerie touristique.

### ***Les enquêtes réalisées***

Des enquêtes approfondies ont eu lieu dans les zones de Tahiti, Bora Bora, Moorea et Rangiroa. La liste des hôtels enquêtés est présentée ci-dessous :

#### **Tahiti :**

- TH1 : Sofitel Maeva
- TH2 : Outreager, Sheraton
- TH3 : Méridien
- TH4 : Mandarin
- TH5 : Tahiti Beach Comber Parkroyal
- TH6 : Royal Tahitien

#### **Moorea :**

- MH1 : Tipaniers
- MH2 : Bali Hai
- MH3 : Club Med
- MH4 : Iaora sofitel
- MH5 : Beach club
- MH6 : Moorea Beach Comber

#### **Bora Bora :**

- BBH1 : Maitai
- BBH3 : Club Med
- BBH4 : Sofitel
- BBH5 : Bora Bora Hôtel
- BBH6 : Beach Parkroyal
- BBH7 : Méridien
- BBH2 : Beach Club

#### **Rangiroa :**

- RH1 : Kiaora

Ces hôtels représentent une capacité de 2266 lits, ce qui représente 65% de la capacité hôtelière de Polynésie.

Par ailleurs, les responsables d'approvisionnement des bateaux RIII et RIV des renaissances ont pu être interrogés.

### ***Détermination des besoins en produits alimentaires frais des hôtels***

#### **Des besoins différents selon les archipels**

L'analyse des achats en fruits et légumes des hôtels de Polynésie montre des différences très nettes en fonction du site de l'hôtel. En effet, le tableau de l'Annexe 1 met en avant des achats plus importants par lit et par semaine sur l'île de Bora Bora par rapport à celle de Tahiti,

Moorea étant intermédiaire. Ceci s'explique par le fait que les hôtels de Tahiti sont davantage des hôtels de passage, alors que sur les autres îles, les touristes font de longs séjours où ils souhaitent consommer une alimentation riche en fruits et légumes.

L'extrapolation sur l'ensemble des hôtels de Polynésie, présentée dans le Tableau 13 tient compte de ces différences.

Contrairement aux restaurants de collectivités, les fruits et légumes locaux sont préférés par les hôteliers : c'est la carte de l'exotisme.

#### Fruits :

Ananas (31% des besoins en fruits), pastèque (12%), coco sec (11%), melon (9%), orange (8%), pamplemousse (7%), citron (5%), banane (5%), papaye (5%) représentent à eux seuls 93% des achats en fruits des hôtels. Ce sont les fruits locaux qui dominent, et c'est l'occasion ici de rappeler le lien étroit qui existe entre le tourisme et l'agriculture.

Les fruits consommés par les hôtels de Polynésie représentent un total de 2200 tonnes par an.

#### Légumes :

Ils représentent une consommation annuelle de 1350 tonnes. Généralement, les ventes de fruits et de légumes sont égales en volume dans les commerces ; dans le cas des hôtels, cette égalité ne se vérifie pas, les fruits étant beaucoup plus consommés dans les cocktails, pâtisserie, petit déjeuner : c'est « l'envie fraîcheur »).

Pomme de terre, salade, tomate, oignon, carotte, poivron, chou pommé et navet, représentent près de 90% des achats.

#### Vivriers :

Leur consommation dans les hôtels ne représente qu'un total de 115 tonnes, la patate douce étant leader (37%), puis vient le taro (25%), le fei (13%) et le uru (13%).

Leur utilisation se pratique lors de Maha Tahiti (1 fois par semaine en moyenne), et rares sont les plats de la carte accompagnés de vivriers locaux. Les chefs cuisiniers sont souvent des métropolitains de passage qui connaissent mal la cuisine de ces produits. Des travaux de mise en valeur des vivriers locaux auprès des hôtels sont donc bienvenus.

#### ***Détermination des besoins en produits alimentaires frais des bateaux***

Les responsables d'approvisionnement des bateaux Renaissance RIII et RIV ont fourni une liste de demande annuelle en fruits et légumes en juin 99. Cette liste n'est pas complète, mais peut servir néanmoins de base d'extrapolation, avec les données sur les nuitées communiquées par les responsables des bateaux. Les données sont résumées dans le Tableau 14.

Les achats en fruits des bateaux représentent un peu moins de 20% de ceux des hôtels, ceux en légumes, un peu moins de 30%. Ces chiffres sont à mettre en relation avec les capacités de nuitée : Les bateaux représentent 29% des nuitées des hôtels.

L'ensemble des achats de l'hôtellerie touristique, bateaux compris, représenterait 4330 tonnes.

**Tableau 13 : Estimation des achats par les hôtels**

FRUITS	Tonnes/an	% dans le groupe de produit	LEGUMES	Tonnes/an	% dans le groupe de produit	VIVRIERS	Tonnes/an	% dans le groupe de produits
banane	116	5%	tomate	203	15%	taro	29	26%
papaye	113	5%	chou chine	31	2%	Patate douce	43	37%
mangue	22	1%	chou pommé	61	4%	tarua	7	6%
avocat	14	1%	Pomme de terre	242	17%	uru	15	13%
pastèque	268	12%	Salade	141	10%	fafa	5	5%
melon	192	9%	Concombre	107	8%	fei	15	13%
citron	108	5%	carotte	125	9%	<b>Total vivriers</b>	<b>115</b>	
orange	184	8%	Courgette	53	4%			
pamplemousse	150	7%	Poivron	62	5%			
Pomme	46	2%	Oignon vert	9	1%			
Poire	9		Oignon	141	10%			
Ananas	682	30%	Persil	7				
mandarine	11		Coriandre	1				
coco	238	11%	Aubergine	36	3			
fraise	18		Haricot long	7				
raisin	10		Navet	49	4%			
Prune	3		Potiron	40	3%			
pêche	1		Menthe	1				
kiwi	17	1%	Poireau	10	1%			
<b>Total fruits</b>	<b>2203</b>		Radis	2				
			Céleri	11	1%			
			Gingembre	10	1%			
			<b>Total légumes</b>	<b>1350</b>				

Source : enquêtes J. Etienne

**Tableau 14 : Estimation des achats par les bateaux et les hôtels**

Tonnes /an	Bateaux	Hôtels de Polynésie	Total Tourisme	% Bateaux
<b>FRUITS</b>				
banane meia	65	116	180	36%
papaye iita	16	113	130	12%
mangue vi	2	22	24	7%
avocat avota	2	14	16	13%
pastèque merini	4	268	272	2%
Melon	149	192	340	44%
citron taporo	36	108	144	25%
Orange	65	184	248	26%
Pamplemousse	32	150	182	18%
Ananas	43	682	725	6%
Total	413	1849	2263	18%
<b>LEGUMES</b>				
tomate tomati	208	203	411	51%
PDT umara putete	22	242	264	8%
Salade	6	141	147	4%
concombre totoma	28	107	135	21%
carotte tarote	65	125	190	34%
Poivron	12	62	75	17%
Persil	5	7	12	41%
Aubergine	29	36	66	44%
Haricot long	5	7	13	43%
Navet	5	49	54	9%
Poireau	11	10	21	52%
Gingembre	1	10	11	5%
Taro	4	29	34	13%
Total	401	1030	1431	28%

Source : Données d'enquête J. Etienne

***Détermination des circuits et modes d'approvisionnement*****Circuits d'approvisionnements des hôtels de Tahiti**

Les hôtels de Tahiti ont le même système d'approvisionnement que les restaurants de collectivités.

Ces hôtels ont des sources d'approvisionnement très variées : producteurs, collecteurs, grossistes, (supermarchés et marchés en complément). Dans tous les cas enquêtés, les différentes sources d'approvisionnement sont combinées.

L'approvisionnement par des producteurs offre des avantages certains sur les prix (limitation des intermédiaires) et la possibilité de discussion de la qualité ; en contre partie, les grossistes et supermarchés offrent des avantages sur la facilité de commande, de manutention et de

paiement. Marchés et supermarchés sont des sources d'approvisionnement qui servent exclusivement en complément.

Le nombre de producteurs en relation avec les hôtels varie de 10 à 20, les hôtels faisant affaire avec 1 à 2 producteurs par produit.

Si pour les hôtels, le prix des produits est un critère de négociation entre les différents fournisseurs, ce critère prix n'intervient pas dans le choix du fournisseur ; certains économistes d'hôtels vont jusqu'à déclarer que le prix est sans importance. Pour l'ensemble des hôteliers interrogés, la régularité est le critère principal du choix du fournisseur. Suivent la qualité des produits livrés (70%), et le prix (35%) ; le mode de paiement (0%) ,et le large choix (11%) ne sont pas des critères de choix déclarés.

Dans tous les cas (sauf courses au supermarché ou au marché), les produits sont livrés sur place. Deux modes de paiement sont pratiqués : les grossistes et gros producteurs sont payés en fin de mois, tandis que les petits producteurs (qui ne livrent qu'occasionnellement) sont payés à la livraison. Aucune pratique de contrats écrits n'a été signalée ; dans la pratique des contrats oraux sur la régularité, des quantités, et des prix réguliers sont cités.

#### Circuits d'approvisionnements des hôtels de Moorea

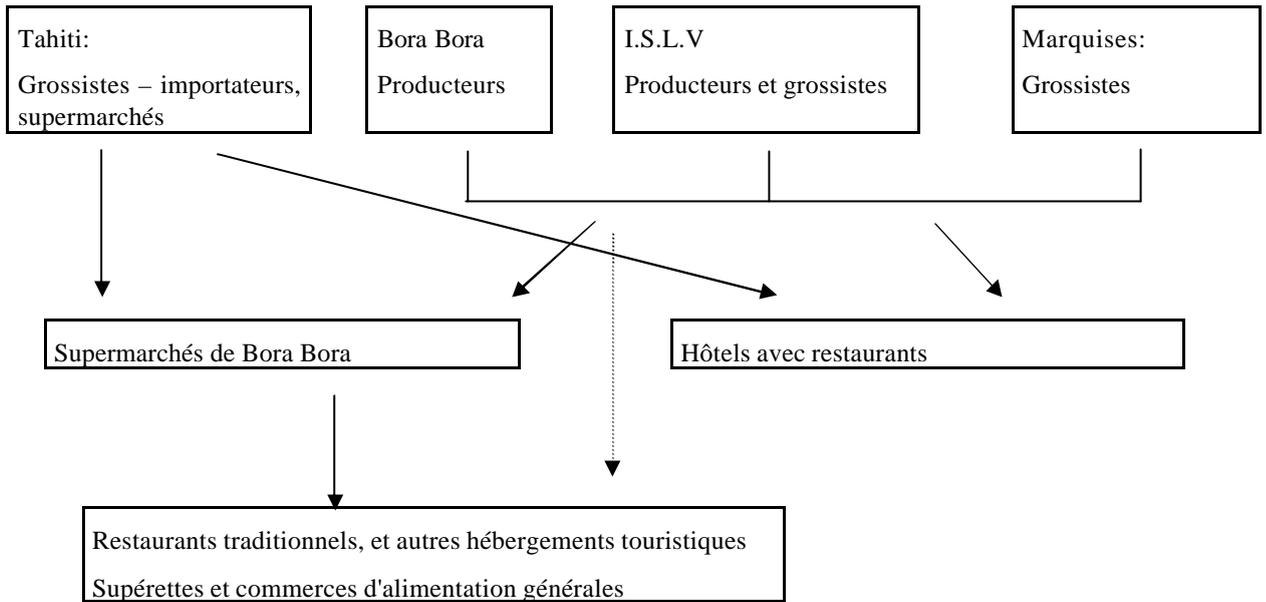
Le système d'approvisionnement des hôtels de Moorea est en tout point semblable à celui des hôtels de Tahiti, à une différence près : les producteurs de Tahiti ne livrent pas les hôtels de Moorea, ce sont des collecteurs (trois ont été dénombrés) qui collectent les produits sur Tahiti avec leur camionnette et démarchent à Moorea, deux fois par semaine. Les grossistes et importateurs de Tahiti fournissent également l'ensemble des hôtels de Moorea. Un regret est exprimé par les hôteliers de l'île : le manque flagrant de producteurs sur Moorea (sauf pour l'ananas, et quelques autres fruits). Le lycée agricole de Moorea sert cependant de source d'approvisionnement en fruits et légumes de certains hôtels.

#### Circuits d'approvisionnements des hôtels de Bora Bora

Les fruits et légumes proviennent en majorité de grossistes de Tahiti, et d'un producteur maraîcher de Raïatea. Des fruits locaux tels que les melons et pastèques peuvent provenir des îles Sous le Vent voisines, et les agrumes (orange et citron) directement des Marquises. Seuls quelques fruits proviennent directement des producteurs de Bora Bora et ce de façon irrégulière. Les supermarchés de Bora Bora sont approvisionnés de la même façon, et peuvent approvisionner en retour des petits restaurants et magasins.

Les observations faites sur place permettent de synthétiser le circuit de la façon suivante (voir Figure 3 et Tableau 15).

**Figure 3 : Graphe de l'approvisionnement des hôtels de Bora-Bora**



**Tableau 15 : Provenance des produits sur l'île de Bora-Bora**

FRUITS	Tahiti	Bora Bora	Raïatea Tahaa	Huahine	Maupiti	Marquises
banane	**	***	*			
Papaye	*	****	*			
mangue en saison	**	***				
avocat en saison	**	**	*			
pastèque + melon	**	**		*	*	
citron	**		**			*
orange	**					*
pamplemousse	**					*
Ananas	***	*	*			
coco		***				
FRUITS IMPORTES	***					
LEGUMES	***		***			
Potiron		*				
VIVRIERS	*	*				
taro	**	*	*			
Patate douce	**		*			
tarua	**					
uru		**	*			
fafa	*	*	*			
fei	**	*	*			

Source : enquêtes J. Etienne

D'une manière générale tous les fruits et légumes peuvent provenir de Tahiti (grossistes + supermarché + importateurs).

Certains fruits locaux et vivriers sont produits sur l'île de Bora Bora: il s'agit des bananes, des papayes, des mangues et avocats en saison, des cocos secs, ananas (peu), du *uru*, et des taros.

Les légumes maraîchers sont dans une grande proportion issus de l'île de Raïatea; en effet, les légumes de l'île voisine sont préférés par les utilisateurs (les légumes de Tahiti passent à l'autoclave de désinsectisation et sont donc de qualité inférieure).

Les agrumes proviennent majoritairement de Tahiti via les grossistes (ils sont alors importés), mais peuvent également provenir directement des îles Marquises, par l'intermédiaire d'un collecteur.

Quelques collecteurs dans les Iles Sous le Vent voisines se chargent d'approvisionner le marché de Bora Bora en fruits (notamment pour les pastèques et melons).

Les produits sont livrés par bateau 1 à 3 fois par semaine.

Le choix du fournisseur se porte principalement sur la régularité de l'approvisionnement et ainsi, la fidélisation et le clientélisme sont de rigueur.

### ***Détermination des difficultés d'approvisionnement***

Dans la globalité, les économes des hôtels rencontrés ne se plaignent pas de graves problèmes d'approvisionnement, ni en qualité, ni en quantité. En effet, le système actuel de commercialisation, avec des circuits très courts et un contact direct avec les producteurs permet de créer des relations de confiance de discuter des prix et de la qualité.
---

Les personnes rencontrées pensent que le client – touriste est en attente d'une consommation de produits locaux. Des progrès sont constatés depuis près de 10 ans par les responsables d'hôtels en termes de qualité de ces produits.

Les problèmes rencontrés sont mentionnés ci-après :

#### Mangue et avocat :

Ces sont des produits saisonniers, que l'on trouve facilement dans les jardins de Polynésie. Cependant, les hôtels jugent que leur commercialisation manque d'organisation. Plus du tiers des personnes interrogées parlent de leurs problèmes d'approvisionnement pour ces produits, même en période de production (ces problèmes n'existent cependant pas lorsque l'hôtel possède des arbres dans le jardin).

#### Orange locale :

Plus de la moitié des enquêtés parlent spontanément des problèmes de l'orange locale. Tout d'abord, la qualité est remise en cause, ce qui fait référence à la qualité gustative (elle ne serait pas bonne pour les jus) et à la qualité visuelle (les traces d'acariens ne sont pas souhaitables pour la présentation en buffet).

Outre la qualité des oranges, leur disponibilité est mise en cause. A Moorea et à Bora Bora, les hôtels se plaignent de leur non-disponibilité en période d'importation. Comme les quotas sont jugés insuffisants et que les îles «sont servies en dernier », les hôtels souffrent alors de pénuries d'orange. Un avantage de l'orange local est néanmoins cité par les hôteliers de Bora-Bora : son prix, jugé inférieur à celui de l'orange importée.

### Pomme de terre, carotte

Seulement 3/19 (16%) des hôteliers se plaignent de la qualité des pommes de terre et des carottes locales. Si ce chiffre peut paraître faible, les pommes de terre et les carottes sont cependant les produits les plus critiqués dans la catégorie des légumes. Certains hôteliers précisent que les carottes et pommes de terre importées ne sont pas forcément de meilleure qualité.

### Citron

Les hôteliers souffrent d'une cruelle pénurie en période de non-production locale, problème de courte durée, mais les repas traditionnels comme le poisson cru ne sont alors plus servis.

### Papaye

Comme pour la pomme de terre et la carotte, 3/19 (16%) des enquêtés se plaignent de rupture fréquente d'approvisionnement.

### Fei et Won bock

"Il faut produire plus", déclarent les hôteliers au sujet de ces deux produits qui posent de nombreux problèmes d'approvisionnement.

### Fafa et épinard

Les produits surgelés importés sont utilisés, les épinards remplaçant le *fafa*.

### Fruits exotiques

4/19 des hôteliers déclarent spontanément ne pas trouver de fruits exotiques (fruits de la passion, carambole, ...); ces produits seraient surtout utilisés en décoration sur les buffets; les faibles besoins (en moyenne 1 kg / hôtel / fruit / semaine) ont peu d'effet d'entraînement sur la production locale.

### Herbes aromatiques

Comme pour les fruits exotiques, plus d'1 enquêté sur 5 déclare ne pas trouver en quantité suffisante des herbes aromatiques fraîches. D'autres ont encouragé des producteurs à la production. Si les besoins, encore non comblés, sont faibles en quantité, ils le sont beaucoup moins en valeur.

### ***Les besoins futurs et souhaits de changement***

Le système actuel de commercialisation avec des contacts directs entre le producteur et le client, avec un complément d'approvisionnement par les grossistes importateurs convient parfaitement aux hôteliers. Seul l'un d'entre eux a évoqué l'intérêt d'un marché de gros.

Tous les hôtels reconnaissent l'intérêt des fruits locaux (sauf pour l'orange) tant du point de vue de la qualité gustative que des prix. Les fruits locaux correspondent d'ailleurs à une demande de la clientèle. De même les légumes, depuis l'arrivée des serristes, ne posent plus de problèmes; seules la pomme de terre et la carotte suscitent des critiques, surtout en période de transition entre importations et production locale.

A propos des vivriers, les hôtels n'utilisent ces produits qu'exclusivement lors des *maha Tahiti* (1 fois par semaine en moyenne ou moins). La demande d'information sur de nouvelles recettes est forte, de même que l'intérêt pour les purées en flocon de fei, patate douce, uru, manioc .... A titre d'exemple, le *fafa*, considéré comme introuvable, n'est pas acheté par les hôtels, et il est remplacé par des épinards surgelés.

La demande nouvelle des hôteliers se situe surtout sur la diversité : avoir accès à de nouveaux fruits et légumes, comme des fruits de la passion, des fraises, des herbes aromatiques. L'un des économes rencontrés dit à ce sujet : « Il faut varier plus, faire des artichauts, des asperges, des fraises, des endives, ....., Nous sommes fatigués du chou ».

Une autre demande des hôteliers, qui rejoint les demandes des autres utilisateurs, porte sur le sérieux des agriculteurs en termes d'aptitude à honorer leurs commandes. Les hôteliers aimeraient un peu plus de fiabilité dans les relations commerciales.

Enfin, de nombreux hôteliers seraient très intéressés par des campagnes d'information sur les caractéristiques des fruits et légumes locaux (variétés, temps de conservation, etc).

### Conclusions

Les hôtels en Polynésie sont concentrés à Tahiti, Bora Bora, et Moorea). Ces hôtels sont satisfaits de leur approvisionnement. Des opportunités de développement de leurs achats ont cependant été identifiées par les enquêtes (voir Tableau 16).

**Tableau 16 : Problèmes et recommandations pour l'approvisionnement des hôtels**

Problèmes	Recommandations
Une forte demande de la clientèle en fruits locaux, non entièrement couverte	Développement de culture de fruits nouveaux ou non commercialisés (fraises, fruits tropicaux) Amélioration de la qualité des fruits actuels (melon, pastèque, banane, ...) Organisation de la collecte de mangues et d'avocats. Développement des cultures en contre-saison.
Des problèmes sur l'approvisionnement en oranges locales	Amélioration de la qualité des oranges (gustatives et visuelles) Augmentation de la production (ou ouverture des quotas)
Une demande de diversification en légumes et herbes aromatiques	Développement de nouvelles cultures (asperges, artichauts, endives, ...) en légumes et diversification des variétés pour les légumes existants Développement des cultures aromatiques à forte valeur ajoutée, sur les îles.
Une méconnaissance des produits locaux	Mise en place de publications d'informations (variétés, temps de conservation, cuisines...), et valorisation de ces produits
Une demande en vivriers transformés	Développement de filières de transformation de ces produits.

## II.3. Le marché de la restauration populaire

### Présentation de la restauration populaire

A partir des données du service du tourisme, nous avons estimé à 523 les restaurants populaires, dont plus des deux-tiers sont situés dans les Iles du Vent. Il s'agit principalement des snacks et roulottes. Ces établissements ont des particularités dans leur utilisation de produits locaux dans le sens où leur carte présente de nombreux plats d'origine chinoise ou polynésienne, comme le *maa tinto* ou le *chau men*, fortement utilisateurs de légumes comme les choux et les carottes, ainsi que le poisson à la tahitienne où sont présents citron et lait de coco. C'est pourquoi ces établissements ont fait l'objet d'enquêtes spécifiques. 36 établissements ont été visités, 32 à Tahiti, deux à Moorea, 1 à Bora-Bora, un à Huahine.

### ***Estimation des achats des snacks et roulottes***

L'estimation des achats à partir de nos enquêtes extrapolées au nombre total estimé de snacks et roulottes est présentée dans le Tableau 17.

Les conclusions de l'examen de ces données chiffrées sont les suivantes :

- Les achats par les snacks des produits qui nous intéressent sont bien supérieurs à ceux de l'hôtellerie touristique : 5 494 tonnes à comparer à 4 330 tonnes.
- Ces achats sont composés à 65% de légumes, à 32% de fruits et à 3% de produits vivriers ; alors que les achats des hôtels sont composés de fruits pour 60%.
- Les principaux légumes achetés sont : le chou pommé (16% des achats de légumes) ; la tomate (15% des achats) ; la pomme de terre (11%) ; la carotte (11%) ; le concombre (10%) ; le chou de Chine (9%) ; la salade (9%) ; l'aubergine (8%). Ainsi, l'ensemble des choux représente 25% des achats de légumes, alors qu'il ne constitue que 6% des achats des hôtels.
- Parmi les fruits, le coco et le citron représentent des pourcentages plus élevés que dans les hôtels (17% et 15% au lieu de 11 et 5%), ce qui reflète l'importance du poisson à la tahitienne dans les snacks et roulottes.
- Pour les snacks comme pour les hôtels, les achats de produits vivriers sont faibles, de l'ordre d'une centaine de tonnes par an.

### ***Modes d'approvisionnement***

Les trois principaux modes d'approvisionnement des snacks et roulottes sont :

- Le marché de Papeete du dimanche matin (15 citations), qui concerne tous les produits, surtout les légumes, et le citron local – avec parfois, le recours aux supermarchés en complément.
- L'achat au supermarché (15 citations) – avec, parfois, le recours au marché en complément ; les snacks y achètent tous les produits (5 cas), ou, plus généralement des produits spécifiques, comme la carotte (6 citations), l'orange importée (2 citations), le citron importé ou local (3 citations) et, de manière plus surprenante, les vivriers locaux (deux citations), la papaye (1 citation), la mangue (1 citation), la banane (1 citation).
- La livraison par des producteurs (10 citations), qui concerne tous les produits, surtout les légumes, et le citron local.

Les autres modes d'approvisionnement cités sont :

- L'achat à un grossiste (7 citations) : il concerne principalement la carotte et la pomme de terre
- L'achat chez un producteur (4 citations) ; il concerne principalement les fruits.

### ***Appréciation de l'approvisionnement***

Les principaux critères de choix des produits cités sont le prix (20 citations) ; la qualité (18 citations) ; la connaissance du fournisseur (6 citations).

**Tableau 17 : Estimation des achats des snacks et roulottes**

	Tonnes/an	Part de chaque groupe de produit dans le total	Part de chaque produit dans le groupe
Banane	113		6%
Papaye	70		
Mangue	20		4%
Avocat	4		1%
Pastèque	172		10%
Melon	114		6%
Citron	259		15%
Orange	136		8%
Pamplemousse	60		3%
Pomme	59		3%
Ananas	268		15%
Coco	471		17%
<b>TOTAL FRUITS</b>	<b>1 746</b>	<b>32%</b>	
Tomate	520		15%
Chou chine	326		9%
Chou pommé	583		16%
Pomme de terre	390		11%
Salade	327		9%
Concombre	358		10%
Carotte	385		11%
Courgette	45		1%
Poivron	161		4%
Oignon vert	48		1%
Oignon	302		8%
Aubergine	60		2%
Gingembre	52		1%
<b>TOTAL LEGUMES</b>	<b>3 557</b>	<b>65%</b>	
Taro	112		58%
Tarua	11		5%
Uru	21		11%
Fei	19		10%
Fafa	10		5%
patate douce	18		9%
<b>TOTAL VIVRIERS</b>	<b>191</b>	<b>3%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>5 494</b>		

Source : enquêtes J. Etienne

Les produits jugés difficiles pour l'approvisionnement sont principalement:

- Le citron local : 10 citations ; les problèmes de prix et irrégularité sont déplorés
- La tomate : cinq citations font référence à des problèmes de prix et régularité

Un enquêté déplore l'absence de fournisseur de brocolis.

En ce qui concerne la différence et les préférences entre produits importés et locaux pour la carotte, la pomme de terre et l'orange :

- La carotte importée est généralement préférée à la carotte locale (15 citations sur 26 réponses), pour des raisons de prix et qualité (aspect, taille, goût, dureté). Huit ne font pas une différence systématique ; seulement trois déclarent préférer la carotte locale pour des raisons de goût.

- Pour la pomme de terre, les avis sont plus mitigés : sur 28 réponses, douze ne trouvent pas de différence systématique, ou disent que cela dépend des périodes ; onze expriment une préférence pour la pomme de terre importée, du fait de différences de prix et de qualité (propreté, taille, facilité d'épluchage). Un enquêté déclare que les pommes de terre ont un goût excellent mais qu'elles sont trop petites. Cinq enquêtés déclarent préférer acheter la pomme de terre locale à la pomme de terre importée, pour des raisons de goût.
- Pour l'orange, sur 8 réponses, 6 accordent une préférence à l'orange importée, du fait de différences de prix, de couleur et de goût ; deux ont des avis mitigés.

Les enquêtés étaient également interrogés sur l'intérêt d'un nouveau marché de gros par la question suivante : « Si un marché de gros de vente par les producteurs était créé à Punauia, vous y approvisionneriez-vous ? ». Il était important de préciser dans cette question une localisation réaliste<sup>5</sup> afin que les enquêtés se représentent effectivement ce marché, et parce que la localisation d'un marché de gros est le critère fondamental de rejet ou d'acceptation d'un marché de gros par les utilisateurs potentiels.

Sur trente réponses à cette question, 18 expriment un avis mitigé : tout dépend des caractéristiques de prix et de régularité sur le nouveau marché, par rapport aux autres lieux d'approvisionnement, comme le marché de Papeete et les supermarchés. Neuf expriment un avis négatif à cause de contraintes de déplacement qui leur fait préférer le marché de Papeete ou la livraison sur place. Trois seulement sont spontanément favorables, parce qu'ils sont localisés à proximité de Punauia ; l'un d'entre eux déclare que le marché de Papeete est contraignant du fait de problèmes de stationnement.

---

<sup>5</sup> C'est celle qu'envisageait l'ancien responsable du service des affaires économiques.

### III. Le marché de la transformation

Un premier recensement des entreprises de transformation utilisant les produits de notre étude avait produit la liste suivante :

- Deux fabricants de chips (Tahiti Chips, Mahina Chips)
- Quatre fabricants de confiture et confiserie (Délices de Tahiti, Laiterie confiserie Roche, Maeva Polynésie, Mulatier Eric, Tahitian Import Export)
- Trois fabricants de glace (Raomanu industrie, Gelati Nui, Comat Laiterie Sachet)
- Deux fabricants de jus de fruits (usine de jus de fruits de Moorea, Vaianu)
- Un fabricant de yaourts (Papetai)

Nous avons enquêté les entreprises les plus importantes dans chaque catégorie, ce qui représenterait plus des trois-quarts des achats de ce secteur :

- Tahiti Chips, fabricant de chips à partir de vivriers locaux : taro, patate douce, uru et tarua.
- Délices de Tahiti. Fabricant de Chutney, de sauce papaye et de *maroline*, les délices de Tahiti utilisent des mangues, des pommes citères, des papayes et des patates douces.
- Tahitian Import Export (T.I.E.) a une activité de fabrication de *poe* banane, et également de confiserie et de confitures qui utilise quelques fruits locaux (banane, coco, mangue). Il s'appuie sur le savoir-faire développé par le Service de développement Rural en termes de transformation.
- Raumanu industrie, glacier
- Usine de jus de fruits de Moorea

Il s'avère que ni Mahina Chips, ni Raumanu n'utilisent de produits locaux. Pour Raumanu, le coût, la régularité, la fiabilité et la praticité des arômes importés sous forme de pulpes de fruits sont les facteurs expliquant la non-utilisation des fruits locaux. Il a toutefois cité des projets d'utilisation de citrons et de melons locaux : mais les besoins exprimés sont très faibles : une cinquantaine de kilos par mois pour chaque fruit.

#### *Estimation des achats*

L'estimation des achats est résumée dans le Tableau 18 .

**Tableau 18 : Estimation des achats par les entreprises de transformation (tonnes/an)**

	Tahiti Chips	Usine Moorea	Délices de Tahiti	TIE	Total
<b>FRUITS</b>					
Ananas		1080			1080
Pamplemousse		125			125
Papaye		0,2			0,2
Banane			1,08	16	16,08
Mangue			12		12
<b>VIVRIERS</b>					
Taro	14,4				14,4
Tarua	7,2				7,2
Uru	9				9
Papate douce	14,4		2,6		17
Total	45	1205,2	15,7	16	1281,9

Source : enquêtes J. Etienne

Les industriels enquêtés utilisent 1300 tonnes de fruits par an (90% d'ananas), 50 tonnes de vivriers, et pas de légumes, ce qui représente respectivement 4%, 1% et 0% de la production polynésienne totale.

### ***Modes d'approvisionnement***

#### Usine de fruits de Moorea

L'usine de jus de fruits de Moorea s'approvisionne en ananas auprès de la coopérative des producteurs d'ananas de Moorea, la COPAM. Cette coopérative connaît des difficultés de fonctionnement, de nombreux producteurs se plaignent du manque de participation aux décisions. Il existe une trentaine de producteurs d'ananas à Moorea, dont une vingtaine de producteurs réguliers. L'approvisionnement en pamplemousse s'effectue auprès des producteurs de Tahiti et des producteurs de Moorea, par l'intermédiaire d'un agent du SDR.

#### Les délices de Tahiti

N'ayant pas besoin de gros volumes, le responsable de l'entreprise s'approvisionne auprès de connaissances pour les fruits ou dans son propre jardin.

#### T.I.E

T.I.E. est livré par des producteurs payés à 10-15 jours. Pour les bananes, T.I.E a un fournisseur qui livre 200 à 400 kg par semaine au prix de 80 FCFP/kg.

#### Tahiti Chips

Etant donnée la rareté d'une production vivrière spécialisée, le responsable de Tahiti Chips a des stratégies d'intégration amont dans la filière. Ainsi, il incite les producteurs à planter les produits dont il a besoin. Il s'implique directement dans la collecte voire la récolte des produits, et il semble qu'il apprécie ce « métier » de contacts. Il est d'ailleurs prêt à jouer le rôle de grossiste réceptionniste pour des produits des Marquises comme le citron ou le miel.

Par ailleurs, il insiste sur la nécessité de circuits courts pour des raisons de prix d'achat de la matière première. Ainsi, il ne juge pas intéressant d'acheter des produits vivriers à un grossiste ; cela expliquerait également le caractère peu développé des ventes à travers des GIE de producteurs.

Des gammes de quantités et prix d'achat sont indiqués dans le Tableau 19.

**Tableau 19 : Gammes de quantités et prix d'achat par Tahiti Chips**

	<b>Kg/mois</b>	<b>FCFP/kg</b>
Tarua	500-600	100
Uru	600-800	80-100
Taro	1000-2000	140-160
Patate douce	1200	Non communiqué

Source : données d'entretien

### ***Modes de redistribution***

Les produits transformés sont écoulés dans les supermarchés, et dans des points de vente à clientèle touristique, comme le magasin de l'usine de jus de fruits de Moorea (qui absorbe pour Tahiti Chips l'équivalent de ses ventes à Tahiti). T.I.E a son propre point de vente, comme l'usine de Moorea.

### ***Appréciation de l'approvisionnement***

#### Usine de Moorea

En pamplemousse, compte tenu des faibles besoins et de la surproduction polynésienne, l'usine ne rencontre pas de difficultés d'approvisionnement.

En ananas, l'usine produit des concentrés qu'elle stocke en période de fortes productions. Les responsables de l'usine déplorent le caractère imprévisible des quantités et heures des livraisons en ananas, qui est défavorable à ses prévisions d'achats et de stocks. Pratiquement toute l'année, les réfrigérateurs sont pleins d'ananas par peur de manquer d'approvisionnement. Elle déplore également l'absence de tri des ananas, qui sont livrés en vrac, avec certains ananas de très bonne qualité qui pourraient être écoulés en frais.

D'après un producteur d'ananas, la prévision de récoltes est rendue difficile par les problèmes d'accès à de nombreuses parcelles (relief, pluviosité).

La qualité de l'ananas de Moorea est jugée exceptionnelle par ces responsables, le taux de sucre étant supérieur aux ananas d'autres origines.

L'extension des activités de l'usine pourrait dynamiser certaines productions fruitières (papaye, mangue, banane, passion...), mais pour ces fruits, la Polynésie n'offre pas d'avantage comparatif en termes de qualité par rapport à des régions voisines comme Fidji.

#### Délices de Tahiti

Un problème relaté par le responsable concerne son approvisionnement en patate douce, pour laquelle il ne trouve pas de fournisseur..

#### T.I.E

T.I.E ne signale aucun problème d'approvisionnement. Il déclare que la qualité des produits locaux progresse.

#### Tahiti Chips

Si des problèmes d'approvisionnement en quantité et en qualité recherchée ont pu être observés au début de la mise en marche de l'usine, aujourd'hui l'usine rencontre des difficultés uniquement dans l'approvisionnement des *uru* en dehors de la saison de ce fruit.

### ***Appréciation de l'écoulement***

L'écoulement des produits transformés ne pose pas problème. Pour les jus de fruits, les responsables de l'usine mentionnent cependant les contraintes de concurrence avec les jus de fruits importés, même s'il s'agit d'autres fruits que l'ananas, les importations de jus d'ananas étant interdites. Le prix d'achat de l'ananas (50 FCFP/kg) empêche d'être compétitif par rapport à ces importations.

### ***Appréciation de l'organisation du marché***

Le responsable de Tahiti Chips jugerait utile une information régulière sur les fournisseurs potentiels en produits vivriers.

Le responsable de T.I.E est favorable à l'arrêt des importations pendant la période de production locale, mais sans quotas, avec des contrats passés entre producteurs locaux et distributeurs pour l'écoulement prioritaire de leurs produits en période d'importation. Il est défavorable aux marges imposées, qui ne sont selon lui respectées par personne.

### ***Conclusion***

L'utilisation des fruits et des vivriers par les industriels de Polynésie reste faible, et elle est nulle pour les légumes. Or, l'exemple de l'usine de jus de fruits de Moorea (ananas, pamplemousse) montre l'importance de telles structures pour la dynamisation d'une filière. Dans l'ensemble, les entreprises de produits transformés nous ont semblé en bonne santé, et avec des projets de diversification intéressants : par exemple, jus de papaye, flocons de patate douce, poe de papaye.. Par contre, nous n'avons pas eu connaissance de projets durables de fabrication de produits vivriers épluchés congelés.

## **IV– Les stratégies des grossistes**

### **IV.1. Présentation des grossistes**

Il semble légitime d'accorder une attention particulière à la fonction de grossiste, étant donné le caractère éclaté des zones de production et de consommation. Cependant, force est de constater que cette fonction est difficile à observer – du moins dans le sens d'une fonction spécialisée. Lorsque la fonction de gros existe, il s'agit généralement d'une fonction secondaire par rapport à une autre activité : production (cas de Comptoir Cécile), importation (exemple de PolyImport et T.I.E), vente en détail (exemple des supermarchés), transport par bateau (cas de Tahiti Frais).

Il est possible de citer comme grossistes :

#### ➤ Les entreprises de gros

Ces entreprises sont officiellement enregistrées ; elles emploient toutes des salariés (entre 10 et 30), et ont des bureaux et infrastructures à Tahiti (stockage et transport). Il s'agit de quatre entreprises de collecte, importation et vente en gros : Tahiti Frais, Comptoir Cécile, Polyimport, Tahitian Import Export, par ordre d'implication décroissante dans la collecte des produits locaux

Notons également que l'ensemble des supermarchés a une activité secondaire de vente en gros à des restaurants notamment ; rappelons que les supermarchés sont impliqués dans l'importation.

#### ➤ Les grossistes individuels

Il s'agit de particuliers impliqués dans le commerce de gros, qui travaillent seuls ou avec des parents. Leurs immobilisations sont généralement limitées à une camionnette.

## IV.2 Les entreprises de gros

### *Tahiti Frais*

#### ➤ Importance

Tahiti Frais est actuellement l'entreprise la plus importante de collecte de produits frais locaux. Cette entreprise est spécialisée dans la collecte, le transport et la vente des légumes des Australes. En 2000, les achats de produits locaux s'élevaient à 1320 tonnes, dont 800 tonnes de pommes de terre, 140 tonnes de carottes et 280 tonnes de légumes divers (chou, poireau, poivron, etc.), ce qui correspondrait aux deux-tiers des ventes des Australes ; en 1999 les chiffres étaient inférieurs : 570 tonnes de pommes de terre et 280 tonnes de légumes au total (sur 400 tonnes de légumes transportés au total des Australes). Tahiti Frais est également engagée dans l'importation de légumes. D'après les responsables de Tahiti Frais, les importations visent à assurer un flux régulier de produits à certains clients, comme les vendeurs du marché de Papeete, et restent limitées (10 fois moins d'importation que de produits locaux pour la pomme de terre).

Tahiti Frais est un acteur clé pour le développement de la filière des produits frais en Polynésie, non seulement par son poids sur le marché, mais aussi par l'originalité des formes d'organisation qu'il a mis en place, et enfin par son dynamisme.

#### ➤ Historique

Tahiti Frais a été créé en 1996 comme filiale des sociétés SDAP et SNA. La SDAP est actuellement principalement engagée dans l'approvisionnement en intrants agricoles. La SNA gère le transport par bateau des Australes à Tahiti (le Tuhaa Pae).

#### ➤ Organisation

- Tahiti Frais est une société privée assurant l'intégration de différentes fonctions de commercialisation :
- Engagements d'achat auprès des producteurs-fournisseurs ; garantie sur les quantités achetées, mais pas sur les prix
- Possibilité de crédit de campagne avec la banque Socredo, Tahiti Frais servant de garantie, pour achat d'intrants et matériel agricole, fournis par la SDAP.
- Lavage
- Calibrage
- Conditionnement en sacs
- Stockage réfrigéré à Tubuai
- Transport par bateau
- Stockage réfrigéré à Tahiti
- Redistribution à Tahiti aux différentes structures de distribution de détail

Toutes ces fonctions peuvent également être assurées en prestation de service auprès des producteurs non engagés avec Tahiti Frais. Par ailleurs, il n'y a pas d'obligation pour les producteurs engagés vis-à-vis de Tahiti Frais d'achat des intrants et des prestations de mécanisation auprès de cette société. Enfin, Tahiti Frais intervient également en achat spot auprès de producteurs, en complément à ses achats auprès de ces producteurs contractés.

En ce qui concerne les légumes frais (hors pomme de terre), Tahiti Frais a comme fournisseurs quatre gros producteurs de l'île (assurant chacun plus de 10 tonnes par mois de carottes), autonomes sur le plan de leur équipement, et une myriade de moyens et petits producteurs (une centaine), assurant chacun moins de 2 tonnes d'approvisionnement en carottes.

En termes de clientèle, Tahiti Frais mise sur la diversité de ses acheteurs :

- Des magasins
- Des snacks
- Les hypermarchés
- Les vendeurs du marché de Papeete

➤ Projets

Tahiti Frais a engagé des investissements importants que la société cherche à rentabiliser par la vente de quantités importantes de légumes.

A Tubuaï :

- 2 chambres froides de 70 m<sup>3</sup>
- 1 chambre froide de 30 m<sup>3</sup>
- 3 chambres de réfrigération intermédiaire (10°) de 30 m<sup>3</sup>

A Tahiti :

- 2 chambres froides de 140 m<sup>3</sup> à Tahiti
- 1 chambre de réfrigération intermédiaire de 250 m<sup>3</sup> (10°)
- 150 m<sup>3</sup> de cales réfrigérées sur le bateau Tuhaa Pae

Tahiti Frais est intéressé par la collecte des légumes de Tahiti, ainsi que des citrons des Marquises. Il réceptionne déjà des légumes de Tahiti. En ce qui concerne les Marquises, il n'a pas encore obtenu de licence pour assurer une deuxième ligne de transport entre cet archipel et Tahiti, actuellement contrôlée par l'Aranui. L'implication de Tahiti Frais dans les filières locales est justifiée selon ses dirigeants par une approche globale des flux économiques entre les archipels et Tahiti ; ainsi, la rentabilité de l'activité de transport, de passagers comme de marchandises, reposerait sur la génération de revenus grâce au développement d'activités agricoles locales ; en ce sens, les activités de collecte et de transport sont inter-dépendantes.

### ***Comptoir Cécile***

Comptoir Cécile est implanté à Tahiti depuis une vingtaine d'années. Cette enseigne est à la fois impliquée dans la production (par l'entreprise Hortiplus qui produit des légumes sous serre à Tahiti), la vente en gros (réception et redistribution de la production locale et importée) et également la distribution (supermarché Cécile).

Nous avons estimé les ventes de Comptoir Cécile à environ 1100 tonnes par an, dont la moitié serait constitué de légumes de serre, comme la tomate, la salade, les concombres, le reste étant constitué de pommes de terre (achetées à Tahiti Frais), et de légumes et fruits divers (carotte, chou, papaye, mangue, citron, banane, avocat..). En plus de sa production personnelle et des importations, Comptoir Cécile réceptionne les produits d'une cinquantaine de producteurs locaux.

Les clients de Comptoir Cécile sont : des supermarchés, des magasins, des hôtels et restaurants, dans les Iles du Vent et dans les Iles Sous le Vent.

### ***Polyimport et Tahitian Import-Export (T.I.E.)***

L'essentiel de l'activité de Polyimport est l'importation de produits alimentaires, l'achat de produits locaux étant limité aux légumes des Australes via un grossiste collecteur (voir le paragraphe correspondant).

T.I.E. est une entreprise tournée vers l'import-export (notamment l'importation de boissons alcoolisées, et l'exportation de *nono*) et la transformation des produits (voir III). T.I.E n'achète des produits locaux que depuis quelques années. En fin 2000, le responsable déclarait commercialiser 120 tonnes de fruits et légumes par mois, soit 1400 tonnes par an, ce qui serait supérieur à Comptoir Cécile. Des producteurs de Tahiti livrent les produits à l'entreprise, après avoir été contactés par téléphone pour les commandes. Le responsable déclare avoir été mis en contact avec les producteurs grâce à la conférence agricole. Il n'est pas intéressé par les produits des Marquises comme le citron, jugé trop onéreux par rapport à celui de Tahiti.

T.I.E déclare préférer traiter avec des produits frais locaux qu'importés, car les produits importés occasionneraient plus de pertes (il a estimé le niveau de pertes à 5% en valeur). D'autre part, il pense que favoriser la production locale est un levier pour accroître les revenus dans les îles., et donc accroître ses ventes de produits d'importation.

## **IV.2. Les grossistes individuels**

On peut distinguer dans cette catégorie: les grossistes collecteurs, et les grossistes inter-îles.

### ***Les grossistes collecteurs locaux***

Il s'agit de grossistes qui collectent auprès de producteurs et revendent localement, principalement auprès de magasins. Les autres établissements sont en effet directement approvisionnés par les producteurs, et en complément, auprès des grossistes assis. A Moorea, trois grossistes collecteurs de ce type ont été recensés.

### ***Les grossistes inter-îles***

Ces grossistes sont généralement producteurs, ou parents de producteurs. Il s'agit des grossistes qui collectent des fruits des Iles Sous le Vent comme les pastèques et les melons pour les revendre à Tahiti et Bora-bora. Il s'agit aussi de particuliers basés à Tahiti qui réceptionnent les produits de leur famille, en provenance des Australes, des Marquises ou des Iles Sous le Vent, pour les revendre sur des marchés, des magasins ou des snacks. On peut également citer dans cette catégorie des collecteurs, généralement eux-mêmes producteurs, de Tubuai, qui se déplacent occasionnellement sur Tahiti pour vendre auprès de magasins ou de marchés de quartier. A Tubuai, se détachent par leur taille (en plus de Tahiti Frais), deux producteurs-collecteurs, l'un ancien dans l'activité, mais en cours de reconversion, l'autre plus récemment engagé dans l'activité.

Dans les deux cas, comme pour Tahiti Frais, la collecte est organisée sous la forme d'un binôme collecteur-relais à Tahiti assurant la vente aux structures de distribution en détail ou aux grossistes :

- un producteur-collecteur dont le relais à Tahiti - son neveu – avait avant 2000 le marché du groupe principal de la grande distribution, et vendait en complément sur les marchés de Pirae et Papeete. Ce producteur-collecteur avait un réseau d'une dizaine de producteurs de taille moyenne et grande (plus de 1 hectare). Ce producteur est à présent reconverti en quasiment totalité dans la production et la vente de fleurs, et la plupart de ses marchés en légumes ont été repris par Tahiti Frais.
- Une coopérative dont le relais à Tahiti est un grossiste-importateur (Polyimport). Cette coopérative a un réseau d'une quinzaine de producteurs, comprenant quatre gros producteurs, le reste étant composé de petits et moyens producteurs (4 de ses fournisseurs travailleraient sur moins de 1/2 hectare). Ce binôme s'est lancé en 1999 dans une production contractualisée de pomme de terre, produit qui lui était jusqu'alors fourni par Tahiti Frais. Le transport est assuré par la société Taporo.

### ***Les grossistes réceptionnaires des produits des îles***

Il existe également à Tahiti des particuliers qui réceptionnent les produits des îles : légumes des Australes, citron des Marquises, melon et pastèques des Iles Sous le Vent, pour les revendre dans les magasins, ou sur les marchés. Ces grossistes ont des liens de parenté avec des producteurs de ces îles.

# CONCLUSIONS

Dans cette dernière partie, nous présenterons les principaux résultats sur le marché des entreprises de commerce, restauration et transformation. Ces résultats concernent l'organisation des filières, les problèmes généraux d'adaptation de l'offre à la demande, et des problèmes spécifiques à certains archipels. Dans le rapport de synthèse, nous confronterons ce diagnostic à la demande des consommateurs et aux caractéristiques des producteurs, et nous développerons les implications opérationnelles.

## I. Le poids des circuits directs

L'organisation de la filière des fruits, légumes et produits vivriers, en termes d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs, est résumée dans la Figure 4. Par ailleurs, les flux entre production et consommation sont cartographiés de manière simplifiée dans la Figure 5, page 53.

Le graphe de filière reflète le caractère court, voire direct entre production et stade final de mise en marché. Tous les établissements enquêtés, de vente en détail comme de restauration, ont un contact direct avec des producteurs pour leur approvisionnement. C'est le cas de manière quasiment systématique pour les fruits et légumes produits à Tahiti (oranges, citrons, bananes, tomate, salade, concombre, aubergine, poivron, poireau, choux), vendus directement par les producteurs au niveau des marchés, supermarchés, magasins, ainsi que certaines collectivités. C'est également le cas des melons et pastèques des Iles Sous le Vent vendus directement dans les points de vente de détail des Iles Sous le Vent et du Vent par les producteurs. Il existe également un circuit direct, sans intermédiaire, entre le producteur de légumes en hydroponie de Raïatea et les hôtels de Bora-bora.

Les producteurs livrent directement les établissements, après le passage de commandes, et il existe des relations de fidélisation entre producteurs et distributeurs.

## II. Une fonction de gros néanmoins représentée

Les grossistes interviennent principalement pour :

- L'approvisionnement de Tahiti en légumes des Australes, et en citron des Marquises
- Un approvisionnement en complément occasionnel à celui des producteurs pour tous les produits
- L'approvisionnement des collectivités pour l'ensemble des produits
- L'approvisionnement des points de vente et de restauration des archipels pour la majorité des produits

La catégorie de grossistes comprend quatre établissements basés à Tahiti, ainsi que des grossistes individuels intervenant pour les légumes des Australes, les fruits des Iles Sous le Vent et des Marquises, et qui ont des liens de parenté avec des producteurs des archipels.

Figure 4 : Graphe de la filières des fruits, légumes et vivriers

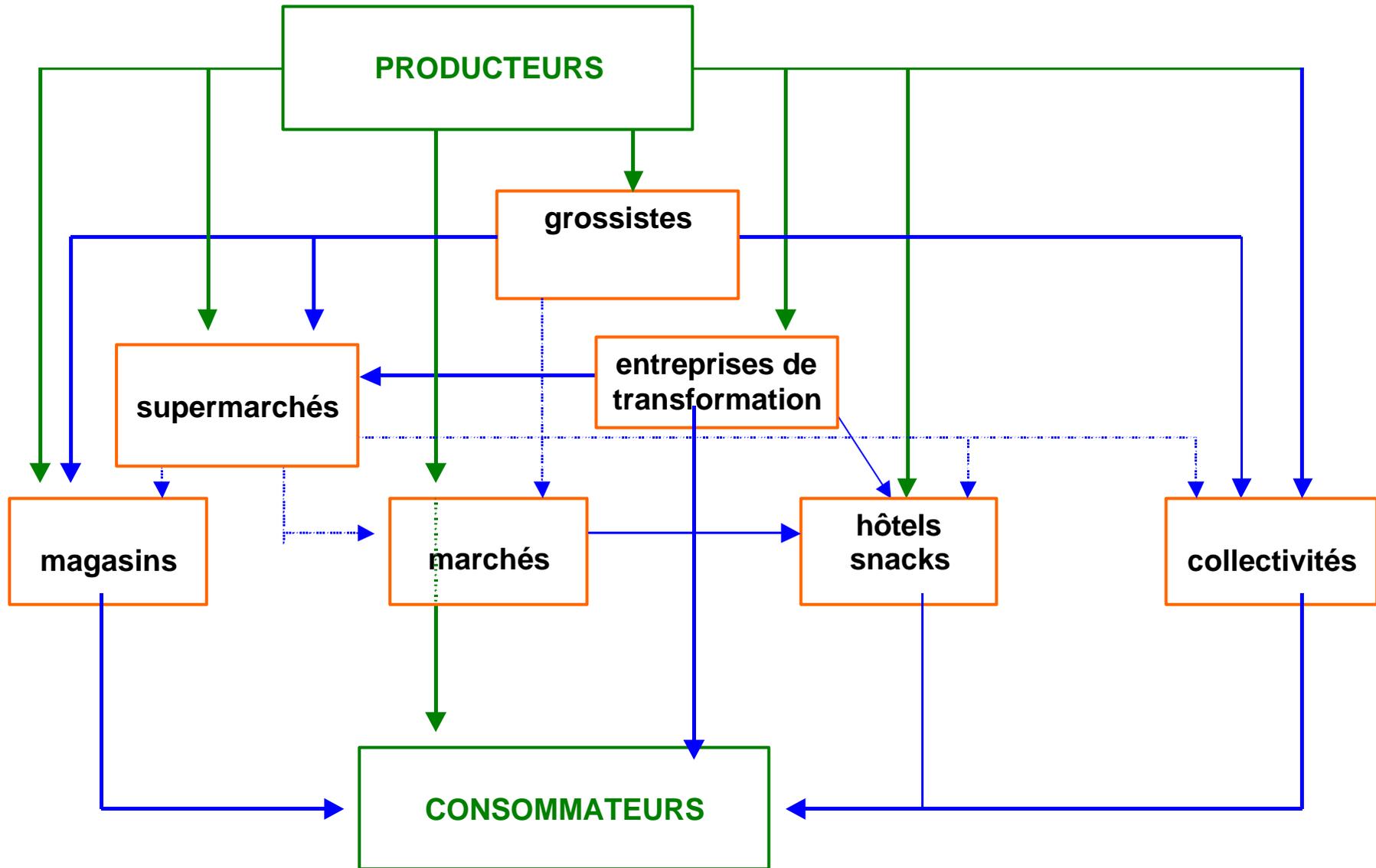
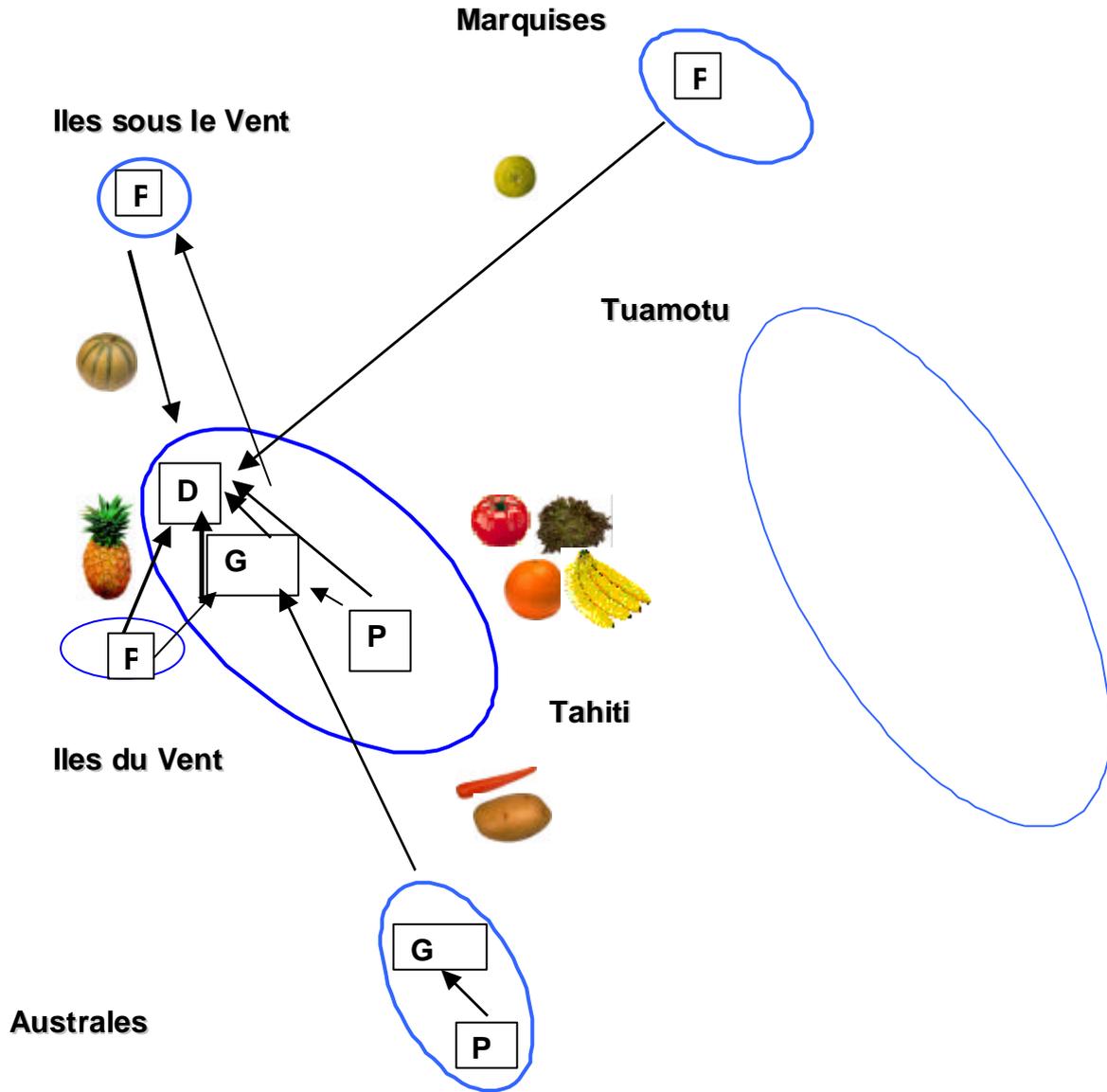


Figure 5 : Flux simplifiés des fruits et légumes en Polynésie



**G** : grossiste collecteur    **P** : producteur    **D** : détaillant

La fonction de gros est donc représentée par des intermédiaires grossistes. Elle est également représentée par le marché de gros du dimanche matin de Papeete. En effet, ce marché rassemble un grand nombre – estimé à 400 - de producteurs de Tahiti, et permet dans ce sens une confrontation de l'offre (même si l'unité de vente est le paquet plutôt que le kilo). Or, il est remarquable que ce marché soit essentiellement fréquenté par des ménagères, ainsi que quelques responsables de snacks, plutôt que par des détaillants. Cette observation révèle l'importance des relations de gré à gré, hors marché, entre producteurs et distributeurs.

Le rôle de marché de gros –ou plutôt de demi-gros- du marché de Papeete doit être préservé. Or, il est probable qu'avec la croissance urbaine, ce marché souffre de congestion et que les problèmes d'accès et de stationnement seront exacerbés. C'est pourquoi il convient de mener dès à présent une réflexion pour prévoir une place suffisante pour le fonctionnement de ce marché, soit à l'emplacement actuel, soit en le déplaçant sur une localisation dont le choix doit résulter d'une concertation approfondie avec ses utilisateurs actuels.

### III. Des produits locaux en ligne de mire

Après avoir interrogé plus de 70 distributeurs et restaurateurs sur leur appréciation de l'offre locale, nous proposons la classification des fruits et légumes locaux en cinq catégories :

- Les produits très problématiques, pour lesquels plus de la moitié des utilisateurs sont insatisfaits :

Il s'agit de l'orange locale et du citron

- Les produits problématiques, qui rencontrent de 40 à 50% d'insatisfaits.

Il s'agit de la carotte locale, de la pomme de terre, et du chou.

- Les produits assez problématiques (30 à 40% d'insatisfaits)

La mangue, l'avocat et la banane rentrent dans cette catégorie.

- Les produits peu problématiques (15 à 30% d'insatisfaits)

Cette catégorie regroupe : la papaye ; la pastèque ; l'ananas ; le chou chinois, la courgette ; le navet ; le radis.

- Les produits sans problème (moins de 15% d'insatisfaits): le pamplemousse, la tomate, la salade, le concombre, le poivron, l'aubergine, le haricot, le potiron.

Les problèmes spécifiques aux différents produits sont résumés dans le Tableau 20.

**Tableau 20 : Problèmes spécifiques aux différents produits locaux**

	Prix	Qualité	Disponibilité
Orange	+++	+++	+++
Citron	+++		+++
Carotte		++	
Pomme de terre		++	
Chou			++
Mangue			+
Avocat			+
Banane			+

+++ : plus de 50% d'insatisfaits

++ : 40-50% d'insatisfaits

+ : 30 à 40% d'insatisfaits

La reconquête du marché local passe par des actions de fond sur ces huit filières, une priorité devant être accordée à la filière orange et à la filière citron. La mauvaise appréciation des oranges locales et les pénuries régulières de citron pénalisent l'image de l'ensemble des filières locales.

Une analyse de ce type est plus difficile avec les produits vivriers. En effet, ces produits sont faiblement présents dans les différents points de vente et de restauration. Pour les collectivités, le principal argument invoqué est le prix de revient et le temps de préparation. Pour les magasins et supermarchés, il s'agirait surtout de contraintes d'écoulement de ces produits. Par contre, ces produits sont présents sur les marchés de détail, et les vendeurs ne mentionnent pas de difficultés d'approvisionnement – recourant le plus souvent à une production familiale.

Les produits vivriers pour lesquels les contraintes d'approvisionnement sont les plus citées sont le fei et le fafa. Pour le fei, il s'agit de problèmes d'irrégularités de l'approvisionnement. Pour le fafa, c'est surtout le manque de fournisseur qui est déploré, surtout par les entreprises de restauration, qui le remplacent par des épinards surgelés.

## **IV. Une demande en nouveaux produits**

### **IV.1. Les produits de diversification**

Les demandes exprimées par les responsables de restaurant ouvrent des créneaux de diversification possible : les fruits exotiques (passion, carambole) et les herbes aromatiques paraissent les plus prometteurs. Le brocoli est par ailleurs demandé par les responsables de restauration comme par des vendeurs de marchés.

### **IV.2. Les produits vivriers transformés**

Les collectivités expriment une demande pour les produits vivriers transformés : taro épluché, purée de patate douce, etc. Ces produits pourraient intéresser l'ensemble des établissements de restauration.

## **V. Les contraintes d'approvisionnement spécifiques à des îles**

### **V.1. Le cas des îles touristiques**

L'essentiel de l'approvisionnement des supermarchés, magasins et hôtels de ces îles provient de Tahiti, ce qui renchérit les coûts ; et pénalise la fraîcheur des produits. Il existe sans doute un créneau pour l'installation de producteurs spécialisés en légumineuses à Moorea. Pour Moorea comme pour Bora-bora, l'installation de collecteurs de fruits actuellement produits sur ces îles mais peu commercialisés (bananes, papaye, mangue, avocat), est également à encourager.

## **V.2. Le cas des Tuamotu-Gambier**

Un grossiste nous a déclaré être peu intéressé par l'expédition de produits frais vers les Tuamotu Gambier. D'après lui, les revenus sont trop irréguliers sur cet archipel pour assurer une garantie de paiement régulier. Ainsi, ce serait plutôt une production locale qui devrait être encouragée, à vocation d'autoconsommation (notamment par des jardins familiaux et scolaires) et de mise en marché (l'hydroponie étant adaptée à cet objectif).

**Tableau 21 : Estimation des achats par nombre de lits et par semaine pour les hôtels**

<b>Kg / nb. Lits/semaine</b>	<b>Tahiti</b>		<b>Moorea</b>		<b>Bora-bora</b>		<b>MOYENNE</b>	
Hôtel	6		6		6		19	
Capacité	922		742		534		2266	
	<b>Moyenne</b>	<b>Écart type</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Écart type</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Écart type</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Écart type</b>
<b>FRUITS MAA HOTU</b>								
banane	0,33	0,17	0,69	0,31	1,15	0,56	0,68	0,51
papaye	0,46	0,21	0,81	0,60	0,80	0,62	0,66	0,51
mangue	0,26	0,10	0,24	0,18	0,47	0,45	0,34	0,29
avocat	0,08	0,04	0,38	0,37	0,17	0,20	0,25	0,28
pastèque	0,88	0,16	1,65	1,14	2,44	1,37	1,58	1,19
melon	0,61	0,33	0,91	0,86	2,07	1,22	1,17	1,04
citron	0,50	0,43	0,65	0,23	0,81	0,55	0,63	0,41
Orange	0,66	0,24	0,90	0,98	1,87	2,10	1,10	1,37
pamplemousse	0,49	0,27	0,97	0,37	1,32	0,92	0,89	0,66
Pomme	0,09	0,08	0,35	0,41	0,44	0,37	0,29	0,33
Poire	0,01	0,02	0,02	0,03	0,14	0,10	0,06	0,09
Ananas	2,30	0,93	4,48	2,16	5,83	2,25	4,18	2,33
mandarine	0,11	0,24	0,08	0,19	0,00	0,00	0,06	0,16
coco	1,63	1,18	1,43	1,04	1,16	0,88	1,31	1,00
fraise	0,06		0,08	0,14	0,19	0,13	0,13	0,14
raisin	0,00		0,03	0,04	0,17	0,20	0,09	0,15
Prune	0,00		0,00	0,01	0,06	0,15	0,03	0,10
pêche	0,00		0,00	0,00	0,03	0,05	0,01	0,04
kiwi	0,03	0,02	0,04	0,04	0,25	0,18	0,11	0,15
<b>LEGUMES MAA TUPU</b>								
tomate	0,62	0,20	1,21	0,34	1,97	1,23	1,21	0,90
chou chine pota	0,25	0,41	0,08	0,08	0,21	0,25	0,18	0,28
chou pommé	0,32	0,19	0,34	0,22	0,44	0,28	0,36	0,22
PDT	0,60	0,39	1,43	1,72	2,52	1,70	1,51	1,56
salade	0,53	0,18	1,10	0,61	0,96	0,93	0,82	0,66
concombre	0,48	0,20	0,58	0,19	0,89	1,35	0,63	0,75
carotte	0,51	0,30	0,45	0,10	1,36	1,95	0,75	1,13
courgette	0,09	0,05	0,11	0,08	0,82	1,14	0,35	0,71
Poivron	0,21	0,15	0,46	0,49	0,48	0,66	0,38	0,47
Oignon vert	0,12	0,13	0,01	0,02	0,02	0,02	0,04	0,08
oignon	0,43	0,49	0,68	0,28	1,52	1,86	0,88	1,16
Persil	0,02	0,00	0,06	0,13	0,05	0,05	0,04	0,08
Coriandre	0,01	0,02	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01
aubergine	0,13	0,11	0,12	0,13	0,43	0,56	0,23	0,36
Haricot long	0,07	0,10	0,00	0,00	0,06	0,11	0,04	0,08
navet	0,20	0,25	0,19	0,14	0,52	0,96	0,30	0,58
Potiron + citrouille	0,35	0,45	0,17	0,19	0,17	0,13	0,20	0,25
Menthe	0,01		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
poireau	0,00		0,03	0,02	0,16	0,23	0,08	0,16
radis	0,01		0,02	0,03	0,02	0,04	0,01	0,03
céleri	0,08		0,02	0,03	0,09	0,18	0,06	0,12
gingembre	0,11	0,12	0,04	0,04	0,03	0,02	0,05	0,07

<b>Kg / nb. Lits/semaine</b>	<b>Tahiti</b>		<b>Moorea</b>		<b>Bora-bora</b>		<b>MOYENNE</b>	
<b>VIVRIERS MAA TUMU</b>								
taro	0,16	0,19	0,08	0,09	0,30	0,21	0,17	0,18
Patate douce	0,09	0,12	0,52	1,12	0,18	0,10	0,26	0,64
tarua	0,01	0,02	0,10	0,18	0,03	0,06	0,05	0,11
uru	0,04	0,05	0,08	0,06	0,15	0,17	0,09	0,11
fafa	0,05	0,07	0,03	0,04	0,01	0,01	0,03	0,04
fei	0,04	0,04	0,10	0,10	0,14	0,06	0,10	0,08

Source : enquêtes J. Etienne

Tableau 22 : Estimation des achats par les hôtels de Polynésie

Tonnes / an	TOTAL	IDV	ISLV	Marquises	Tuamotu
Nb. d'hôtels	54	24	22	3	5
Capacité hôtelière (nb de lits)	3500	2306	974	55	165
<b>FRUITS MAA HOTU</b>					
banane	116	55	54	2	5
papaye	113	69	37	2	5
mangue	22	12	9	0	1
avocat	14	10	3	0	1
pastèque	268	137	114	4	13
Melon	192	83	97	3	9
citron	108	63	38	2	5
Orange	184	85	87	3	9
Pamplemousse	150	79	62	2	7
Pomme	46	23	20	1	2
Poire	9	2	7	0	0
Ananas	682	366	272	11	33
Mandarine	11	10	0	0	0
Coco	238	170	54	3	10
Fraise	18	8	9	0	1
Raisin	10	1	8	0	1
Prune	3	0	3	0	0
Pêche	1	0	1	0	0
Kiwi	17	4	12	0	1
<b>LEGUMES MAA TUPU</b>					
tomate	203	99	92	3	10
chou chine pota	31	19	10	0	1
chou pommé	61	37	21	1	3
PDT	242	109	118	4	12
Salade	141	88	45	2	7
concombre	107	58	42	2	5
carotte	125	53	64	2	6
Courgette	53	11	38	1	3
Poivron	62	36	22	1	3
Oignon vert	9	8	1	0	0
oignon	141	60	71	2	7
Persil	7	4	2	0	0
Coriandre	1	1	0	0	0
Aubergine	36	14	20	1	2
Haricot long	7	4	3	0	0
Navet	49	22	24	1	2
Potiron + citrouille	40	29	8	1	2
Menthe	1	1	0	0	0
Poireau	10	2	7	0	1
Radis	2	1	1	0	0
Céleri	11	6	4	0	0
Gingembre	10	8	1	0	0

<b>Tonnes / an</b>	<b>TOTAL</b>	<b>IDV</b>	<b>ISLV</b>	<b>Marquises</b>	<b>Tuamotu</b>
<b>VIVRIERS MAA TUMU</b>					
Taro	29	13	14	0	1
Patate douce	43	32	8	1	2
Tarua	7	6	1	0	0
Uru	15	7	7	0	1
Fafa	5	5	0	0	0
Fei	15	7	6	0	1

Source : extrapolation J. Etienne à partir de données d'enquêtes et du service du tourisme