

La circulation commerciale de l'açaí bresilien (1999-2016): le reseau geographique international, ses nœuds, ses flux et ses nouvelles formes de production et de reproduction dans l'espace

Francisco Cortezzi

Universidade Estadual do Ceará
Programa de Pós-Graduação em
Geografia - PROP GEO

Revista GeoUECE
ISSN: 2317-028X

<https://revistas.uece.br/index.php/GeoUECE/index>

FICHA BIBLIOGRÁFICA

CORTEZZI, F. La circulation commerciale de l'açaí bresilien (1999-2016): le reseau geographique international, ses nœuds, ses flux et ses nouvelles formes de production et de reproduction dans l'espace. *GeoUECE* (online), v. 09, n. 16, p. 32-61, 2020.



La circulation commerciale de l'açaí brésilien (1999-2016): le réseau géographique international, ses nœuds, ses flux et ses nouvelles formes de production et de reproduction dans l'espace

Francisco Cortezzi
fmcortezzi@gmail.com

Résumé: Originaire du palmier *Euterpe oleracea*, l'açaí est un fruit endémique de la forêt amazonienne, dont la consommation s'est fortement développée au Brésil depuis les années 1990 et est émergente dans d'autres régions du monde. Consommé surtout sous forme de pulpe et érigé en « superfruit » par des acteurs du marketing pour son potentiel antioxydant et nutritionnel, la baie d'açaí traverse un processus dynamique englobant à la fois son circuit spatial de production et de distribution internationale ainsi que sa composition de produits dérivés. Dans cette conjoncture, notre recherche a révélé que l'açaí est à un stade avancé diffusion mondiale, avec un espace commerciale dépassant 70 pays, répartis sur tous les continents. De manière chronologique (1999-2016), cet article cherche à comprendre quelles sont les principales destinations de la pulpe d'açaí et ses dérivés en dehors du Brésil. Pour atteindre cet objectif nous analyserons l'açaí à l'échelle mondiale, c'est-à-dire : le réseau géographique international, ses nœuds, ses flux (intensités et directions) et ses nouvelles formes de production et de reproduction dans l'espace.

Mots-clés: açaí brésilien, réseau géographique international, flux d'exportation.

Introduction

Bien que la restauration rapide soit l'un des grands modèles de la mondialisation de la consommation et de l'alimentation, des produits à forte valeur ajoutée tels que le café, le thé et les condiments ont été les premiers à être diffusés dans de nombreuses régions du monde (Grataloup, 2010). Toutefois, dans le cas des aliments transformés et des aliments plus périssables, le caractère mondial de « prolifération » n'a été possible que grâce à des systèmes plus complexes tels que la pasteurisation, la congélation et des systèmes de transport adaptés à ces types de produits.

Dans ce contexte, les produits de la forêt amazonienne brésilienne intègrent directement ce système mondial de consommation à grande échelle. Après l'exportation du guaraná (un arbuste de la forêt amazonienne dont la graine décortiquée est consommée pour ses propriétés stimulantes en raison de son taux de caféine élevé) et de la noix du Brésil, l'un des exemples les plus récents est le cas de l'açaí, le fruit du palmier *Euterpe oleracea* qui, depuis un peu plus de dix ans, se distingue parmi les « produits tropicaux exotiques » commercialisés en dehors des limites de la forêt.

De grande importance dans l'alimentation et la culture de la population du nord du Brésil, l'açaí a gagné en importance dans d'autres régions brésiliennes et dans ses exportations aux États-Unis, dans les pays d'Europe et en Asie. Le fruit est hautement nutritif et sa grande valeur antioxydante a attiré l'attention des consommateurs nationaux et internationaux. Ce n'est pas un hasard si de nombreux produits dérivés de l'açaí apparaissent constamment sur le marché



international, tels que des boissons, des sucreries, des crèmes glacées, des nutraceutiques, des vitamines, des cosmétiques et des médicaments. Selon l'Institut Brésilien de Géographie et de Statistique (IBGE), la production de ce fruit a plus que doublé au cours de la dernière décennie.

Toute cette dynamique est articulée et structurée à partir d'un réseau géographique complexe comprenant aussi bien des communautés traditionnelles de l'Amazonie que des grandes marques internationales. D'un bout à l'autre de ce circuit, plusieurs nœuds sont créés facilitant l'intermédiation, la direction et l'intensité des flux. Outre les nœuds et les flux, le circuit dans son ensemble est également composé de différents agents participant à la production, à l'industrialisation, au transport et au stockage, ainsi qu'au processus de commercialisation, de vente et de consommation.

L'exportation de l'açaí: une cartographie du marché international¹

Faire une analyse précise de la situation du commerce extérieur de l'açaí brésilien est une tâche très difficile, principalement en raison des enregistrements d'exportation figurant dans la base de données du Ministère du Développement, de l'Industrie et du Commerce extérieur brésilien (MDIC) – la plus grande source accessible pour ce type de recherche. En effet, ces enregistrements mélangent les données de l'açaí avec celles d'autres fruits et jus de fruits, puis ils sont tous regroupés sous des codes de la Nomenclature Commune du Mercosur (NCM), à savoir : 20089900, 08119000 et 20098990². Cependant, avec la publication de la résolution numéro 4 de la Chambre de commerce extérieur (CAMEX) du 26 janvier 2016, la situation tend à s'améliorer, étant donné que la pulpe de l'açaí a déjà son propre NCM (2007.99.21). Malgré ce changement, les enregistrements continuent à être établis dans les nomenclatures appliquées aux fruits et jus en général.

Il est toujours difficile de comprendre le motif de cette logique d'utilisation de plusieurs codes pour le même type de produit. Notre principale hypothèse est que les exportateurs d'açaí ont tendance à négliger les données officielles en tant que stratégie de marché, car les échanges commerciaux sont très prometteurs et il y a relativement peu d'entreprises dans le marché d'exportation de l'açaí.

Cependant, nous avons pris contact directement avec le MDIC par le biais d'une lettre officielle expliquant le besoin de données plus détaillées sur l'exportation de l'açaí et le but de l'utilisation de ces informations. En retour, le MDIC nous a fourni un tableau Excel comportant plus de 3 000 lignes et 17 colonnes qui, en synthèse, est la base de données brutes des trois codes décrits ci-dessus³.

¹ Il est extrêmement important de souligner que toutes les données présentées et analysées dans cette partie de notre travail se rapportent aux informations fournies par le Ministère du Développement, de l'Industrie et du Commerce extérieur du Brésil (MDIC) pour les trois codes d'exportation que l'açaí partage avec d'autres types de produits. Cependant, comme nous avons analysé toutes les données, nous n'avons extrait que les quantités qui faisaient clairement référence à la quantité d'açaí et de dérivés dans le total expédié par chaque fournisseur. Comme c'était un travail difficile et manuel (en lisant toutes les lignes du tableur Excel) et, peut-être, novateur, les données d'exportation de l'açaí peuvent ne pas correspondre aux valeurs exactes des importations de chaque pays. Cependant, en raison de tous les soins et de l'attention consacrés au développement de cette base de données, nous pouvons dire que ces informations sont très proches des données brutes fournies par le MDIC.

² 20089900 – Fruits, et autres parties comestibles de plantes, autrement préparés ou conservés, avec ou sans addition de sucre ou d'autres édulcorants ou d'alcool, non dénommés ni compris ailleurs ; 08119000 - Fruits surgelés, même additionnés de sucre ; 20098990 - Jus (pulpe) d'autres fruits, non fermentés, sans addition de sucre.

³ La vue partielle des données brutes au format Excel fournies par le MDIC se trouve dans la partie des annexes.



Comme chacun des trois codes couvre plusieurs types de produits du même groupe (comme la pulpe de fruit de la passion, de goyave, de cupuaçu, etc.), il était nécessaire de vérifier toutes les lignes du tableau Excel destinées à la description des produits, de ne sélectionner que l'açaí et sa quantité décrite dans la ligne (au format texte), et mettre en place une nouvelle base de données. Comme toute cette procédure a été effectuée manuellement, le résultat de la nouvelle base de données est sujet à des petites hérésies. Cependant, même s'il existe une petite marge d'erreur, le résultat de tout ce travail manuel est très proche de celui d'autres publications qui analysent des années spécifiques d'exportation de l'açaí.

La grande contribution de notre base de données est la possibilité de ne travailler qu'avec les données spécifiques de l'açaí, contrairement à plusieurs autres travaux qui utilisent une valeur proportionnelle pour les exportations d'açaí au sein de l'ensemble des données des trois codes.

Cependant, grâce à la nouvelle base de données que nous avons construite et utilisée de manière spécifique pour ce travail, il a été possible de cartographier les flux et les destinations des exportations de l'açaí brésilien entre 1999 et 2016. En raison de cette série chronologique de 18 ans, nous allons diviser nos analyses ci-dessous en trois périodes, elles-mêmes subdivisées en six années chacune.

Il est important de noter que nos analyses se limiteront à la généralisation des exportations de tous les produits dérivés de l'açaí, car dans plusieurs cas, les données brutes fournies par le MDIC ne montrent pas les discriminations spécifiques du type de produit exporté. Toutefois, selon Bentes et Homma (2017), dans le commerce international de l'açaí, la pulpe congelée correspond en moyenne à 97 % du total commercialisé.

La première période d'exportation de l'açaí brésilien (de 1999 à 2004)

Selon les données du ministère du Développement de l'industrie et du commerce extérieur (MDIC), les exportations de l'açaí brésilien ont commencé en 1999. Avec des flux extrêmement faibles, les premiers pays importateurs officiels ont été les États-Unis et le Portugal (carte 01).



Carte 01 : Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 1999. Source : MDIC, 1999 (élaboration personnelle).



Après la Chine, les États-Unis sont le plus gros importateur de produits brésiliens, représentant 12 % des exportations totales du pays (MDIC, 2017). L'ajout de la vision entrepreneuriale des Américains, ainsi que du grand nombre de Brésiliens résidant dans le pays (environ 1,4 million de personnes - Itamaraty⁴, 2015) et de ce partenariat étroit avec le Brésil dans le commerce extérieur, nous aide à comprendre le résultat de ce premier mouvement international de l'açaí. La deuxième destination, le Portugal, peut être justifiée aussi par le grand nombre de Brésiliens résidant dans le pays, ainsi que par la forte présence culturelle brésilienne. Selon Itamaraty (2015), environ 116 000 Brésiliens vivent au Portugal. Ce contingent fait des Brésiliens la plus grande communauté étrangère vivant au Portugal.

Toutefois, en analysant les données absolues, nous pouvons imaginer que ces flux d'exportation générés en 1999 ne sont qu'une petite initiative commerciale visant à toucher presque spécifiquement les communautés brésiliennes résidant dans ces deux pays.

En 2000, la destination finale des exportations de l'açaí a continué à être uniquement les États-Unis et le Portugal. La principale différence est que le Portugal n'a importé que 20 kg cette année-là, tandis que les États-Unis sont passés de 60 kg en 1999 à 552 kg en 2000. Malgré des chiffres globaux encore faibles, voire anecdotiques, ce qui attire l'attention, c'est la dynamique qui s'est déroulée dans l'intervalle d'un an seulement, où le volume exporté est passé de 100 à 572 kg, soit une augmentation de 472 % (carte 02).

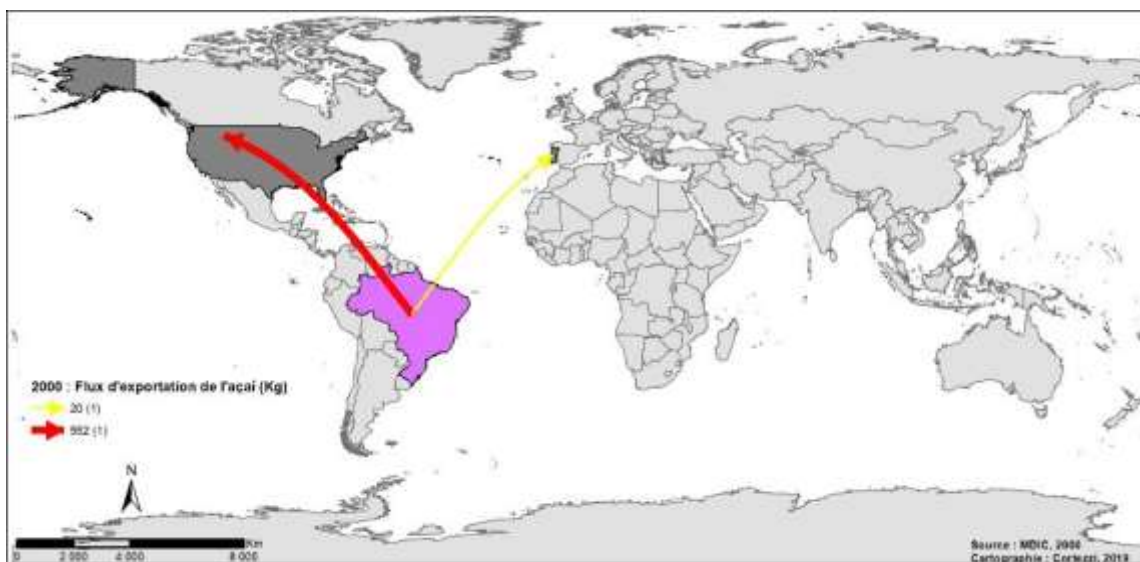
Alors, en 2001, en plus de l'Amérique du Nord, l'açaí atteint l'Europe et l'Afrique. En Europe, les premiers pays à importer de l'açaí ont été l'Allemagne et l'Italie après le Portugal, bien sûr. En Afrique, les données ont montré que l'Angola a été un pays pionnier et la seule destination du continent pour la période en question. Cette année-là, le volume total d'açaí exporté était de 395 kg, avec l'Allemagne étant la destination principale avec un peu plus de 75 % du total exporté (carte 03).

L'année suivante, l'açaí arrive en Asie par le Japon. En plus de la longue portée (en distance), c'est aussi le début des exportations en grande quantité. Répartis entre les États-Unis, l'Italie, la Suisse et le Japon, le Brésil a exporté en 2002 un total de 82,3 tonnes d'açaí (carte 04).

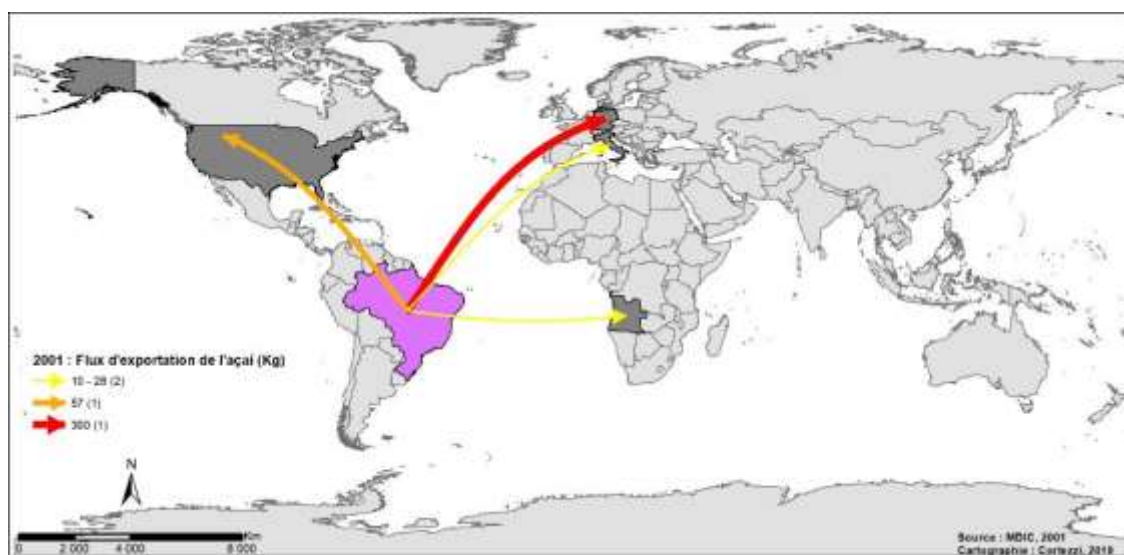
En 2003, l'Australie plaçait l'Océanie sur la cartographie de l'açaí. Important un total de 2 tonnes, il ne s'agissait que du 4^{ème} plus grand volume d'importation au cours de l'année en question, parmi les 5 destinations enregistrées par les données du MDIC. En cette cinquième année d'enregistrement de données, les États-Unis ont importé 375 tonnes, suivis du Japon (16 tonnes) et de l'Italie (5,4 tonnes). La Suisse est la cinquième destination en importance des flux, qui n'importe que 248 kg (carte 05).

L'année 2004 clôt la première période d'analyse établie par nos recherches. Cette année-là, le Brésil a exporté un peu plus de 132 tonnes d'açaí et le fruit originaire de l'Amazonie était présent dans cinq grandes régions du monde : Amérique du Nord, Europe occidentale, Moyen-Orient, Asie de l'Est et Australasie (carte 06).

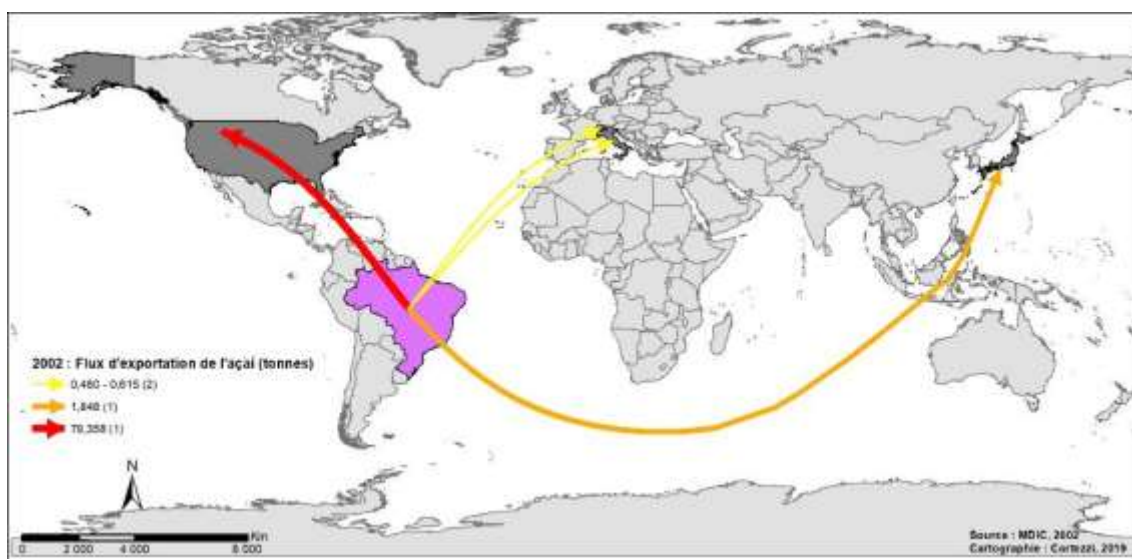
⁴ Le ministère des Affaires étrangères, aussi connu comme Itamaraty, est le ministère des Affaires étrangères du gouvernement de la République fédérative du Brésil et est responsable de la préparation et la mise en œuvre de la politique étrangère du pays.



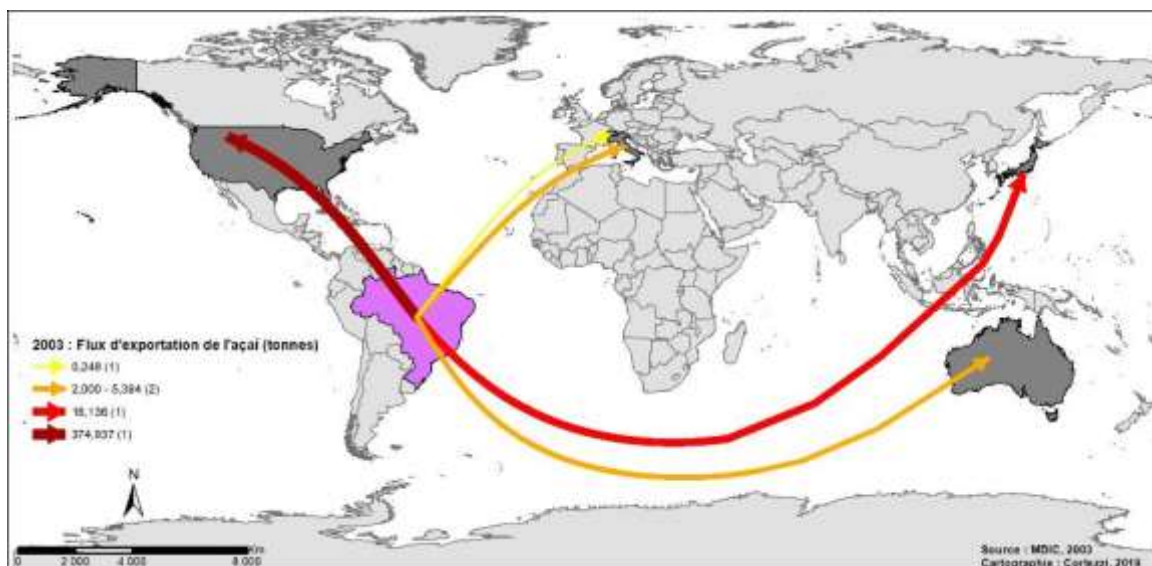
Carte 02: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2000. Source: MDIC, 2000 (élaboration personnelle).



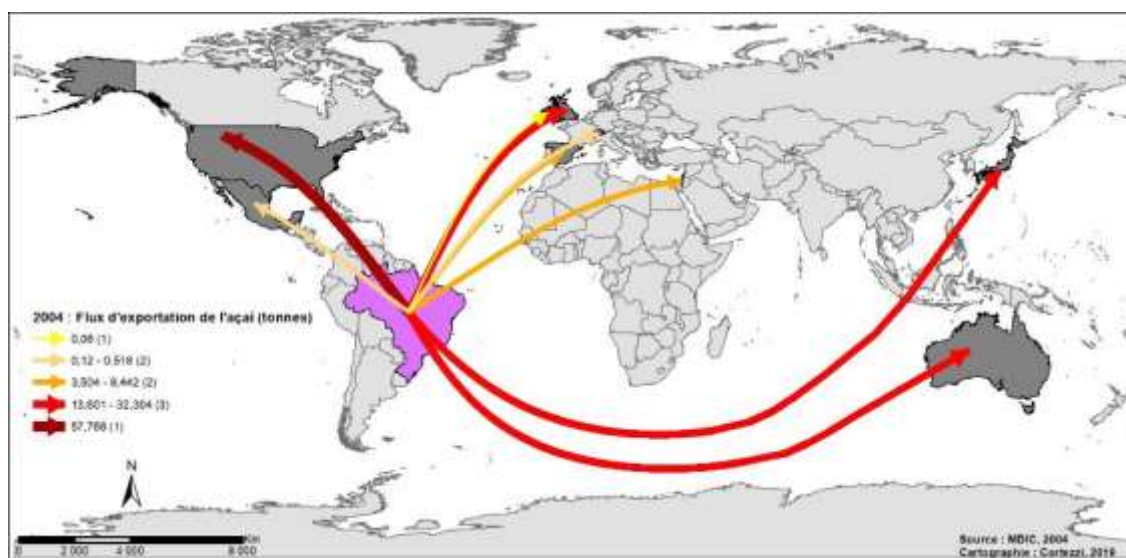
Carte 03: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2001. Source: MDIC, 2001 (élaboration personnelle).



Carte 04: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2002. Source: MDIC, 2002 (élaboration personnelle).



Carte 05: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2003. Source: MDIC, 2003 (élaboration personnelle).



Carte 06: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2004. Source: MDIC, 2004 (élaboration personnelle).

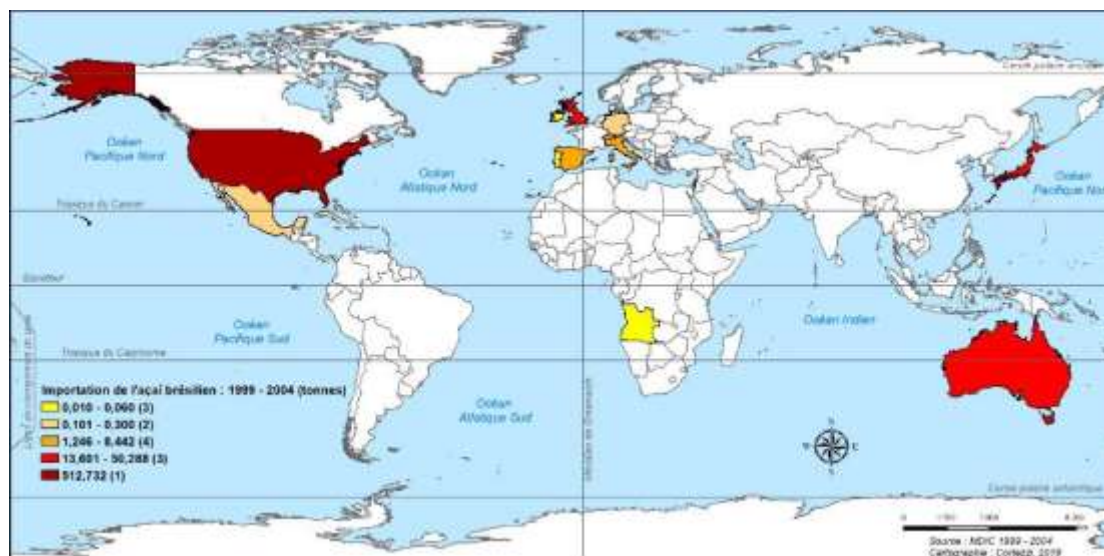
En analysant les données pour l'ensemble de la période, on peut constater que le Brésil a augmenté ses exportations d'açaí de 100 kg en 1999 à un peu plus de 132 tonnes en 2004 (tableau 01) soit une augmentation de 131 900 %. En ce qui concerne la portée spatiale, l'açaí est arrivé en six ans d'exportation dans 13 pays différents, répartis sur quatre continents (carte 07).

Cl	Pays	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total (kg) 1ère période
1	États-Unis	60	552	57	79 358	374 937	57 768	512 732
2	Japon	-	-	-	1 848	16 136	32 304	50 288
3	Australie	-	-	-	-	2 000	15 984	17 984
4	Royaume-Uni	-	-	-	-	-	13 601	13 601
5	Israël	-	-	-	-	-	8 442	8 442
6	Italie	-	-	28	615	5 394	-	6 037
7	Espagne	-	-	-	-	-	3 504	3 504
8	Suisse	-	-	-	480	248	518	1 246
9	Allemagne	-	-	300	-	-	-	300



10	Mexique	-	-	-	-	-	101	101
11	Irlande	-	-	-	-	-	60	60
12	Portugal	40	20	-	-	-	-	60
13	Angola	-	-	10	-	-	-	10
	Total par an	100	572	395	82 301	398 715	132 282	614 365

Tableau 01 : Première période d'exportations de l'açaí brésilien : destinations, année et volume importé (kg). Source : Élaboration propre basée sur les données du MDIC (1999-2004).



Carte 07:

Importation de l'açaí brésilien: 1999-2004. Source: MDIC, 1999-2004 (élaboration personnelle).

Le tableau 01 présente l'image générale de la première période d'exportation. On peut ainsi observer la dynamique annuelle des volumes exportés et la participation de chacun des pays importateurs entre 1999 et 2004. Outre le volume total exporté (qui a atteint 614 tonnes), un autre détail qui a retenu notre attention au cours de la première période est la présence d'Israël en tant que cinquième pays importateur de l'açaí, avec un total de 8,4 tonnes.

La deuxième période d'exportation de l'açaí brésilien (de 2005 à 2010)

Le marché international étant légèrement plus consolidé, l'açaí entame sa deuxième période d'exportation, atteignant 684,6 tonnes de produits commercialisés en dehors du Brésil. Ce volume ne concerne que les exportations de 2005, soit 11,6 % de plus que le total des exportations enregistrées au cours de toute la première période. En plus d'un début très représentatif, où une année a dépassé la valeur cumulée des six premières années d'exportation, 2005 a également été marquée par l'arrivée du deuxième pays africain (Cap Vert) et du deuxième pays d'Océanie (Nouvelle-Zélande) dans la cartographie de l'açaí (carte 08).

Si l'année 2005 est marquée par le dépassement de toute une période d'exportation et constitue donc un tournant, 2006 dépasse cette marque et est illustrée par les mille premières tonnes d'açaí expédiées hors du Brésil. Au cours de cette année, environ 3 510 tonnes du produit ont été exportées, un volume considérable pour un fruit qui, il y a dix ans, était très peu connu en dehors de la forêt



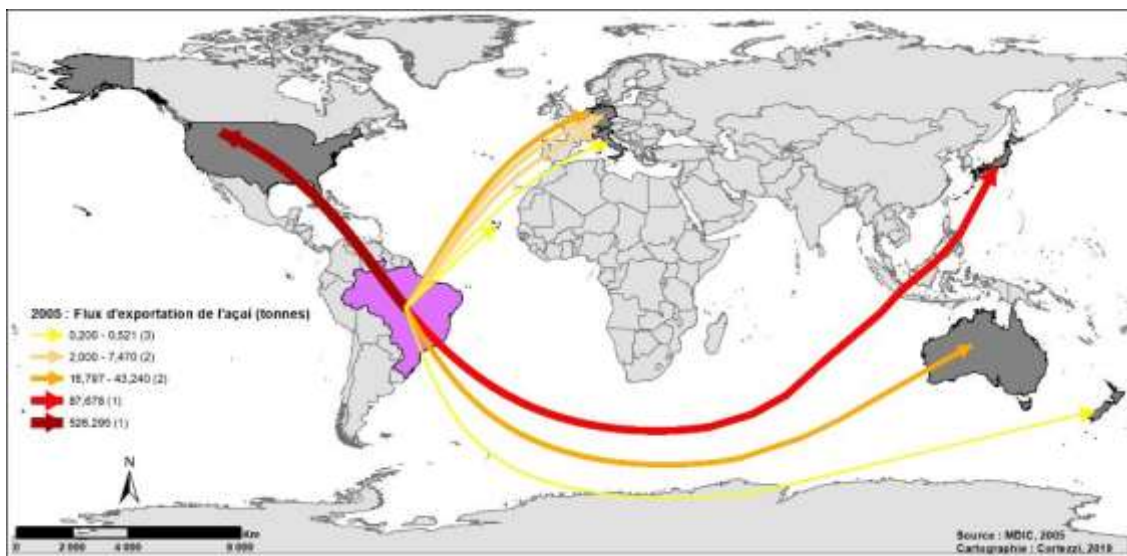
amazonienne. En ce qui concerne la cartographie, le point culminant est l'expansion de l'açaí en Amérique du Nord, avec l'entrée du Canada dans le circuit des pays importateurs (carte 09).

En 2007, il convient de souligner deux points : le premier concerne l'intensification des exportations d'açaí vers Israël. Cette année, le pays a importé un peu plus de 5 tonnes de ce produit. Le deuxième point est l'entrée de la France dans le circuit spatial du fruit. Objet particulier du chapitre suivant, la France entre plutôt timidement dans son premier volume d'açaí importé, enregistrant, selon les données du MDIC, un total de 140 kg. En ce qui concerne le volume total exporté en 2007, l'açaí a dépassé les valeurs de 2006, atteignant un peu plus de 4 910 tonnes, réparties dans 15 pays (carte 10).

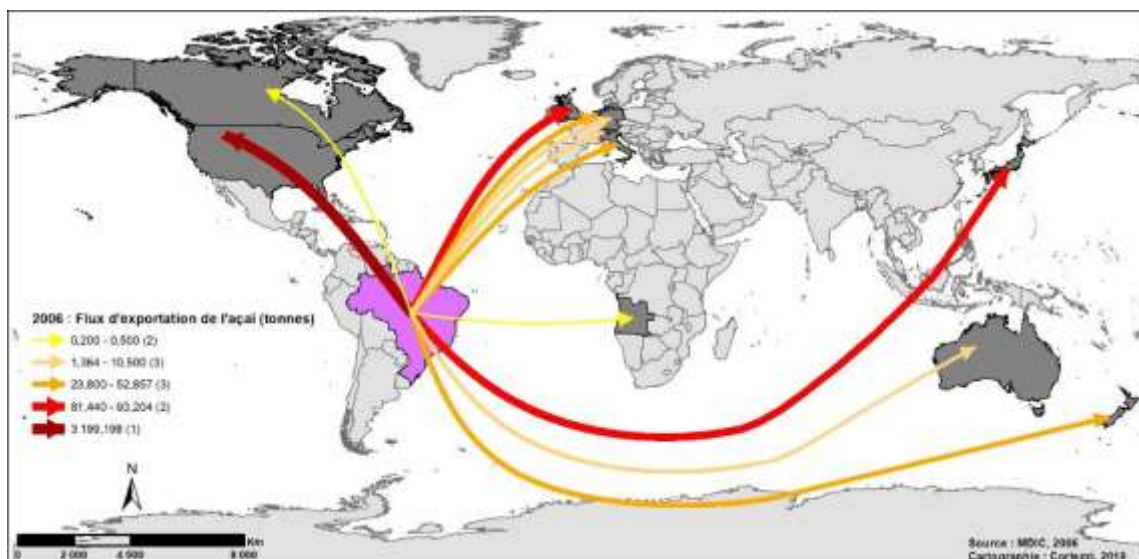
L'image de rafraîchissement, de tropicalité et de chaleur n'était pas un obstacle à l'arrivée de l'açaí dans le nord de l'Europe (carte 11). En 2008 seulement, le Danemark, la Norvège et la Suède ont importé au total 31,3 tonnes de ce produit. Selon le site « yelp.com », il y a à Copenhague 20 établissements qui proposent du açaí bowl dans leurs menus. Selon les mots du site « scandinaviastandard.com », l'açaí est une tendance mondiale et le Danemark contribue et participe de plus en plus à cette tendance.

Selon les données du MDIC, l'année 2009 montre une diminution d'environ 27 % des exportations d'açaí brésilien par rapport à 2008. Selon notre hypothèse, cette baisse, ainsi que celle d'autres produits d'exportation brésiliens, est directement liée à la crise économique mondiale qui a débuté en 2008 et s'est étalée sur trois années. Toutefois, les exportations de notre produit en question ont représenté un volume total commercialisé d'un peu plus de 3 847 tonnes, volume qui reste important pour un produit qui, pour le moment, n'était sur le marché international que depuis 10 ans (carte 12).

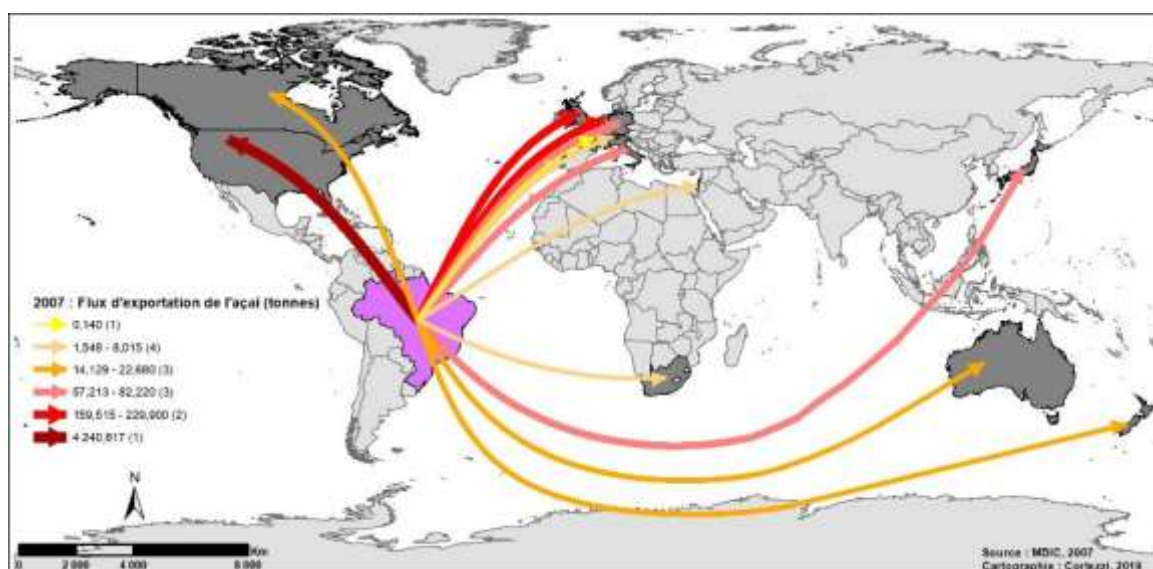
Malgré la mauvaise conjoncture économique mondiale, en 2009 l'açaí a progressé spatialement avec la première importation faite par Singapour. Cette expansion vers l'Asie du Sud-Est est une nouvelle preuve du caractère de mondialisation traversé par l'açaí.



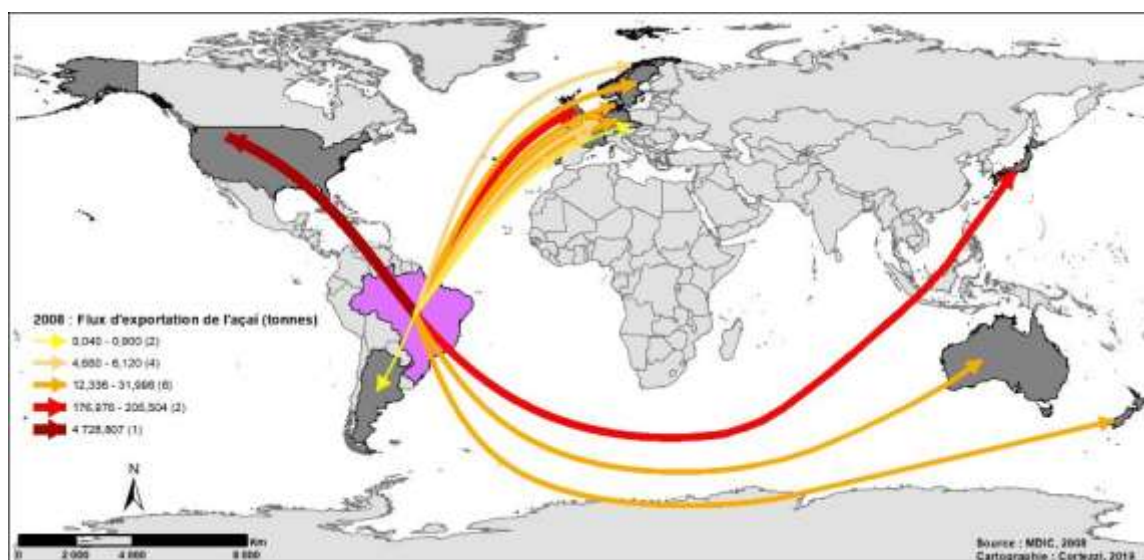
Carte 08: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2005. Source: MDIC, 2005(élaboration personnelle).



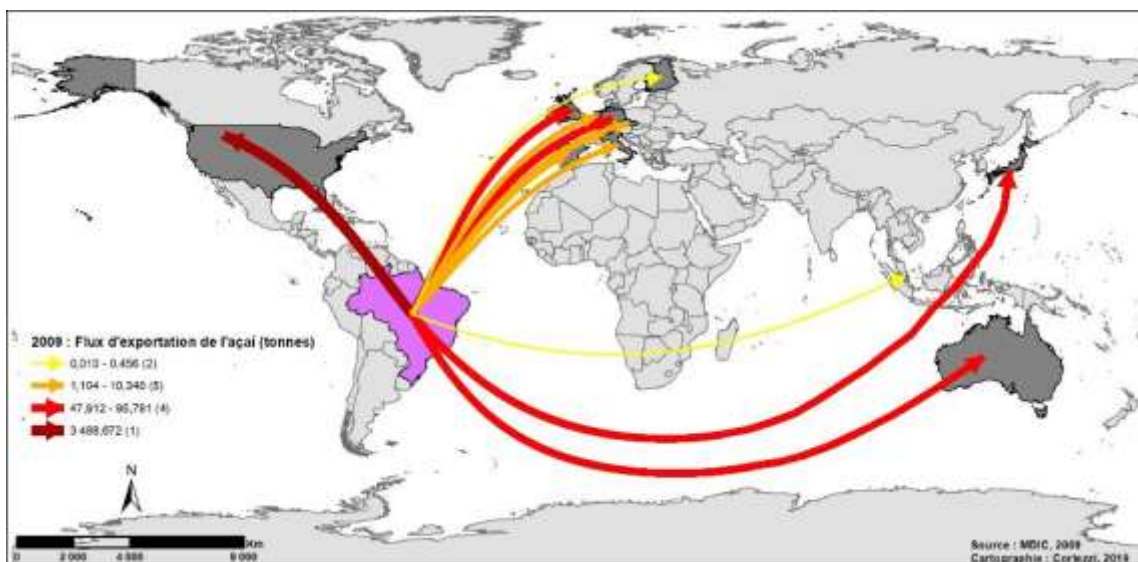
Carte 09 : Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2006. Source : MDIC, 2006 (élaboration personnelle).



Carte 10: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2007. Source: MDIC, 2007 (élaboration personnelle).



Carte 11: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2008. Source: MDIC, 2008 (élaboration personnelle).

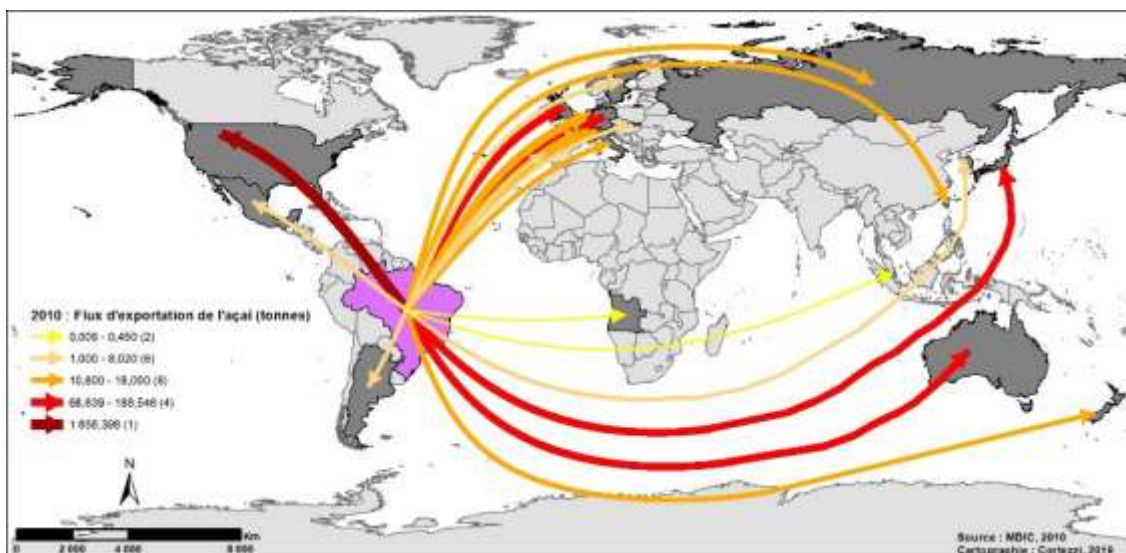


Carte 121: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2009. Source: MDIC, 2009 (élaboration personnelle).

Malgré une nouvelle baisse du volume total des exportations, 2010 représente l'année avec le plus grand nombre de pays importateurs d'açaí depuis le début des activités commerciales internationales. Dans cette année, l'açaí a été importé par 21 pays, répartis sur presque tous les continents. Avec un volume total d'un peu plus de 2 292 tonnes, les dérivés du fruit provenant du palmier *Euterpe oleracea* sont arrivés pour la première fois en Russie, en Slovaquie, à Taiwan et en Corée du Sud (carte 13).

Parmi le total des produits exportés en 2010, les États-Unis sont restés, comme les années précédentes, la principale destination de l'açaí brésilien, recevant plus de 70 % du volume total exporté. La même année, le 24 février, le journal *The New York Times* publie l'un de ses premiers articles sur l'açaí. Intitulé « *Açaí, a Global Super Fruit, Is Dinner in the Amazon*⁵ », l'article décrit les principales caractéristiques du fruit, son processus de production et les premiers impacts économiques et sociaux survenus dans certaines villes amazoniennes qui vivent de l'exploitation du palmier. Toujours selon le reportage, l'exportation d'açaí a augmenté le prix local du produit, ce qui a entraîné des conséquences négatives et positives dans toutes les régions productrices. Parmi les points négatifs, le journal souligne la réduction de l'accès à l'açaí pour les populations locales les plus pauvres. Cependant, avec le point positif de cette valorisation, l'article rapporte que même les petits producteurs de l'açaí de la région Nord du Brésil sont en train de gagner plus d'argent grâce au processus d'exportation. Selon certains rapports présentés par le *The New York Times*, plusieurs familles de l'État de Pará qui vivent directement de l'exploitation du fruit disposent désormais de l'électricité, d'appareils électroménagers et emploient même des personnes pour travailler dans leurs productions et tout cela, selon eux, est un reflet direct du processus de mondialisation du fruit.

5 L'article est également disponible en format numérique sur le site du journal *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/2010/02/24/dining/24acai.html?searchResultPosition=2>).



Carte 132: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2010. Source: MDIC, 2011 (élaboration personnelle).

L'année 2010 clôt la deuxième période des exportations de l'açaí déterminée par nos recherches. Au cours des six années qui composent la totalité de la période analysée (2005-2010), le Brésil a exporté plus de 20 500 tonnes de produits dérivés du fruit, répartis dans 30 pays différents (tableau 02). En dépit de la vaste étendue spatiale parcourue par l'açaí au fil du temps, la deuxième période met en avant les États-Unis en tant que premier importateur mondial et fait de cette position un scénario positif pour la continuité des exportations.

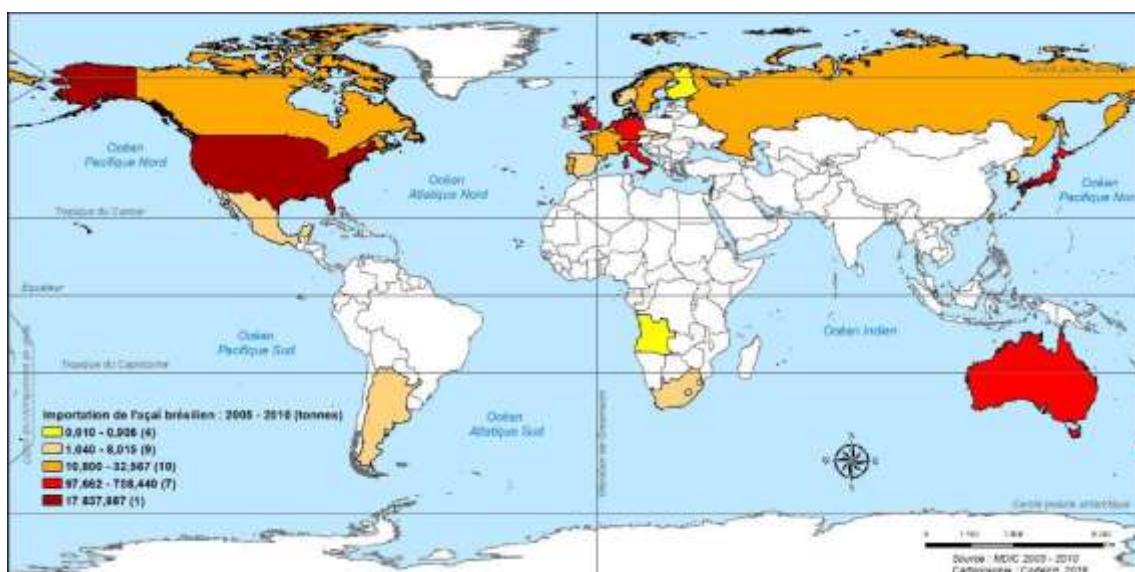
Cls	Pays	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total (kg) 2ème période
1	États-Unis	526 295	3 199 198	4 240 617	4 726 807	3 488 672	1 656 398	17 837 987
2	Royaume-Uni	-	93 204	229 900	205 504	90 000	89 832	708 440
3	Japon	87 678	81 440	72 016	17 6976	90 930	144 162	653 202
4	Australie	43 240	10 500	14 129	22 341	95 791	188 546	374 547
5	Pays-Bas	16 797	23 800	159 515	26 275	10 340	14 526	251 253
6	Allemagne	2 000	1 364	82 220	31 996	47 912	68 839	234 331
7	Italie	408	52 857	57 213		7 344	12 920	130 742
8	Nouvelle Zélande	521	38 497	22 680	21 420	-	14 544	97 662
9	Suisse	7 470	8 000	3 420	-	-	13 677	32 567
10	Suède	-	-	-	12 336	9 759	8 020	30 115
11	Belgique	-	-	-	6 120	-	17 960	24 080
12	France	-	-	140	5 040	-	18 000	23 180
13	Canada	-	500	14 485	-	-	-	14 985
14	Danemark	-	-	-	14 304	-	-	14 304
15	Portugal	-	-	1 548	5 907	-	4 292	11 747
16	Russie	-	-	-	-	-	11 614	11 614
17	Taiwan	-	-	-	-	-	10 800	10 800
18	Afrique du sud	-	-	8 015	-	-	-	8 015
19	Corée du Sud	-	-	-	-	-	6 738	6 738
20	Slovaquie	-	-	-	-	-	6 696	6 696
21	République Tchèque	-	-	-	900	4 923	-	5 823
22	Israël	-	-	5 040	-	-	-	5 040



23	Norvège	-	-	-	4 680	-	-	4 680
24	Mexique	-	-	-	-	-	3 024	3 024
25	Espagne	-	-	-	-	1 104	-	1 104
26	Argentine	-	-	-	40	-	1 000	1 040
27	Singapour	-	-	-	-	456	450	906
28	Angola	-	200	-	-	-	9	209
29	Cap Vert	200	-	-	-	-	-	200
30	Finlande	-	-	-	-	10	-	10
Total par an		684 609	3 509 560	4 910 938	5 260 646	3 847 241	2 292 047	20 505 041

Tableau 02: Deuxième période d'exportations d'açaí brésilien: destinations, année et volume importé (kg). Source: Élaboration propre basée sur les données du MDIC (2005-2010).

De plus en plus présent dans le marché américain, l'açaí fait aussi de plus en plus l'objet d'articles publiés dans des journaux renommés tels que le *Financial Times* et le déjà mentionné *The New York Times*, au-delà d'être diffusé par des célébrités et des influenceurs ou influenceuses numériques américains. La présence médiatique de l'açaí aux États-Unis, qui prend de l'ampleur en 2010, permet de mieux faire connaître le produit à l'intérieur et à l'extérieur du pays, car la publicité nord-américaine est un modèle pour d'autres régions du monde (Refkalefsky, s/d.), et possède l'un des plus vastes réseaux à portée mondiale (Moraes, 2000).



Carte 14: Importation de l'açaí brésilien: 2005-2010. Source: MDIC, 2005-2010 (élaboration personnelle).

La troisième période d'exportations de l'açaí brésilien (de 2011 à 2016)

L'année 2011 commence la troisième période d'exportation de l'açaí brésilien. Avec une légère augmentation des exportations de 1,2 % par rapport à 2010, le volume total de 2 319 tonnes a été importé par 17 pays (MDIC, 2011). L'Uruguay, la Pologne et la Chine font partie des nouvelles destinations. À travers les intensités et les directions des flux réalisés en 2011, représentés par la carte 15, nous pouvons observer la grande dispersion / dimension spatiale atteinte par l'açaí. La dynamique spatiale et le volume total exporté présentés dans cette année montrent que l'açaí a surmonté la crise de 2008 (où les effets ont été ressentis en 2009) et a repris sa croissance de manière progressive.

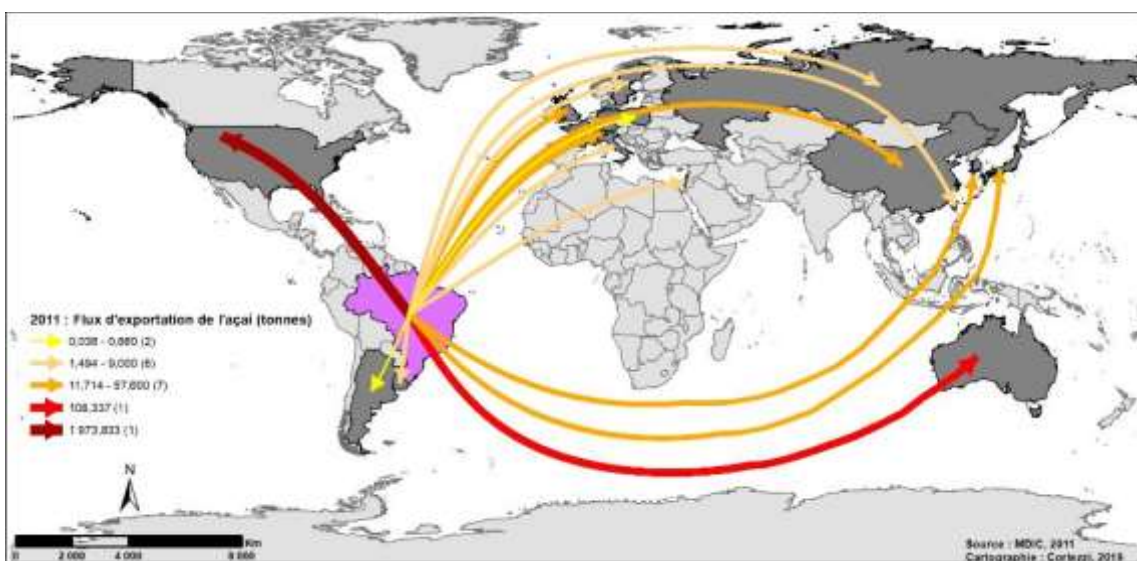


En 2012, cette perception de la croissance devient encore plus claire lorsque le Brésil présente des données d'exportation de l'açaí proches de 4 200 tonnes. Cette augmentation d'environ 44,7 % par rapport à 2011 est principalement due à la hausse des importations en provenance des États-Unis (hausse de 48 % par rapport à 2011) et à l'intensification de la présence de l'açaí en Europe (hausse de 38 % de leurs importations par rapport à l'année 2011). Ensemble, en 2012, les États-Unis et l'Europe ont importé un volume total de 4 046,16 tonnes d'açaí, soit 96,6 % du volume total produit au Brésil pour l'exportation. Contrairement aux chiffres, la cartographie de l'açaí n'a pas changé au cours de cette période.

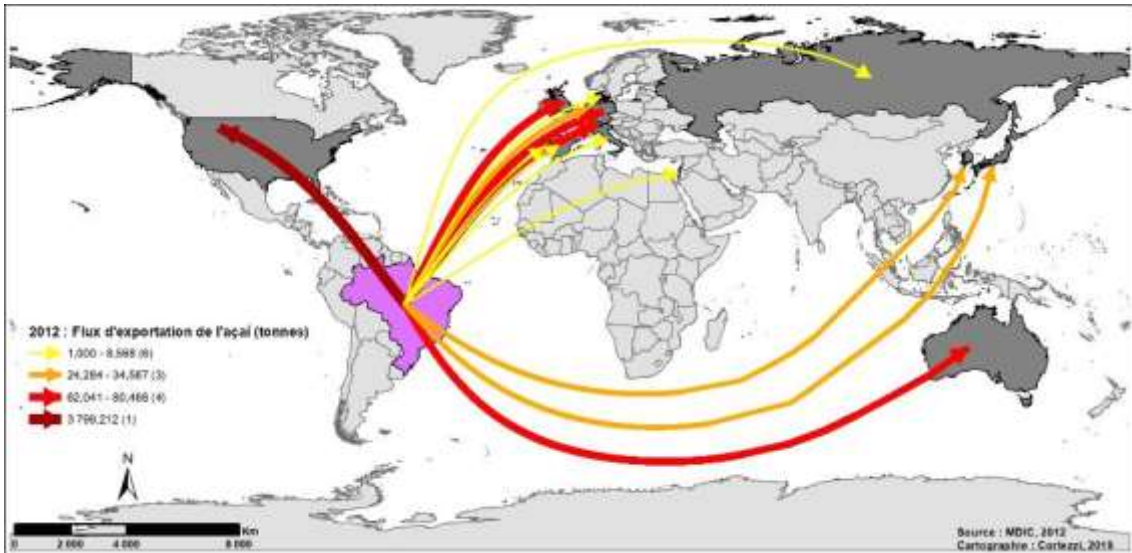
L'année 2013 a également été marquée par la stabilisation de l'expansion spatiale de la cartographie de l'açaí. En l'absence de nouveaux partenaires commerciaux, le Brésil a exporté un total de 3 057,65 tonnes, soit environ 1 000 tonnes de moins par rapport à l'année précédente (MDIC, 2013). En dépit de cette légère baisse, les exportations au Japon ont augmenté de 11,7 tonnes en 2011 et 24,9 tonnes en 2012 à environ 155 tonnes en 2013, soit respectivement une hausse de 92,4 % et 84,3 % des importations. Déjà consolidé en tant que deuxième importateur d'açaí du Brésil au cours de cette période, la reprise du marché japonais est une autre indication du fait que l'açaí a laissé derrière lui la crise ressentie en 2009.

Poursuivant l'augmentation des exportations, l'année 2014 est une année non seulement positive par rapport au volume total exporté (4 983,2 t.), mais surtout par la portée spatiale de l'açaí. En arrivant à 34 pays (MDIC, 2014), cette année a été la plus représentative de la série de données analysées en ce qui concerne la diversité des destinations (carte 18). Il convient également de noter la présence de six pays d'Amérique du Sud (Argentine, Chili, Colombie, Pérou, Uruguay et Venezuela) – le plus grand nombre de pays de cette région enregistrés à ce jour – et la première importation d'açaí par les Émirats Arabes Unis.

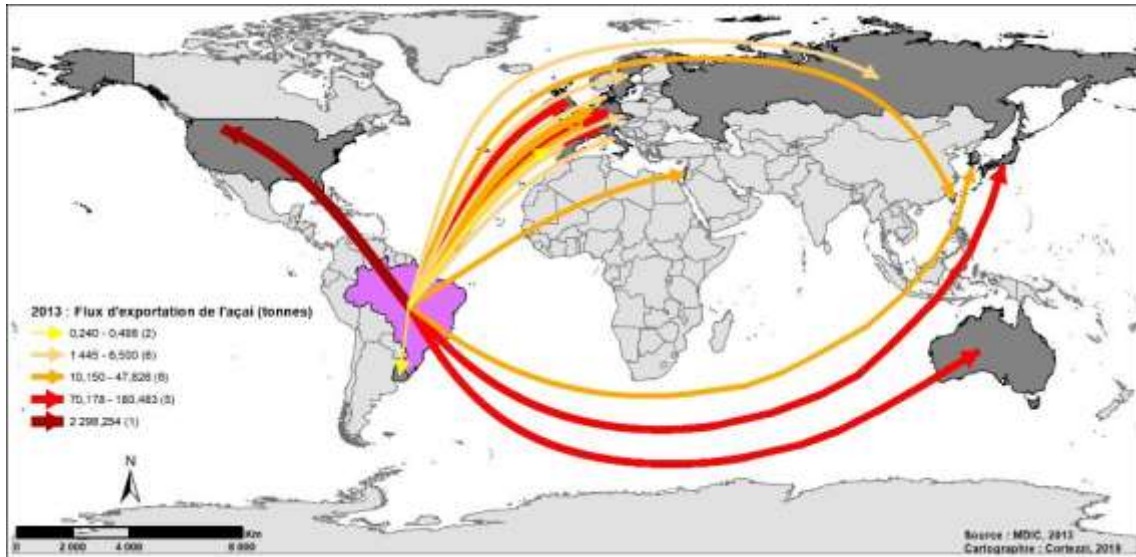
Selon l'Agence Nationale de Presse Arabe-Brasil (ANAB), le « *The Açaí Spot* » est le premier établissement spécialisé dans l'açaí implanté aux Émirats Arabes Unis. La société, créée en 2015, est devenue une franchise et vise à se développer dans la région du Golfe persique et dans d'autres parties du Moyen-Orient, en ouvrant de 30 à 50 magasins au cours des cinq années suivantes (ANAB, 2017). Selon l'ANAB, la franchise *The Açaí Sport* a été créée par un Brésilien avec l'objectif de non seulement attirer des compatriotes expatriés aux Émirats, mais également toutes les communautés locales et internationales vivant dans la région.



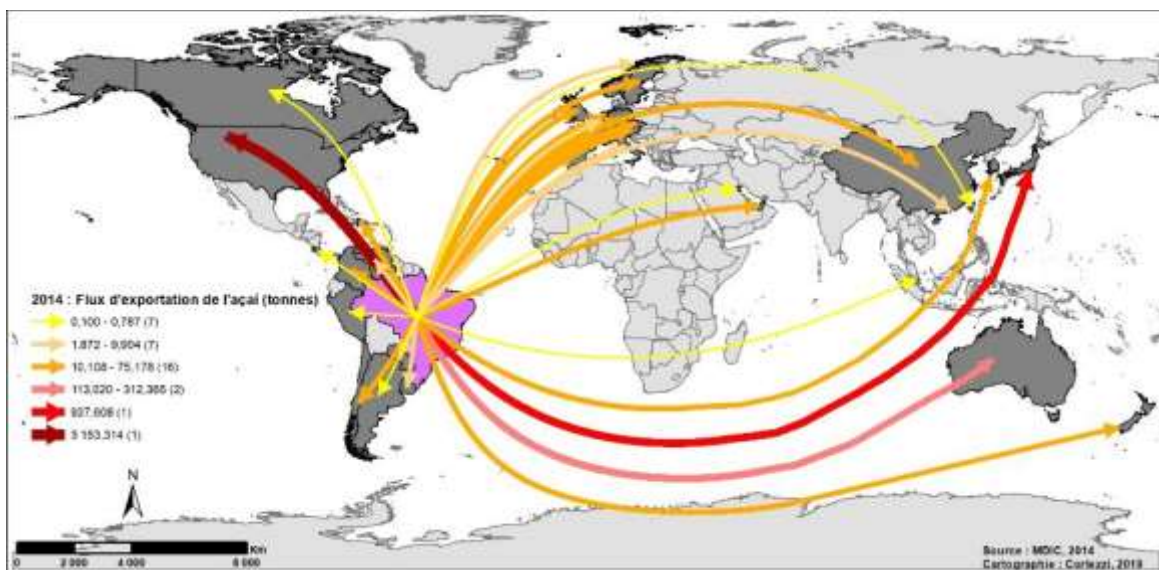
Carte 15: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2011. Source: MDIC, 2011 (élaboration personnelle).



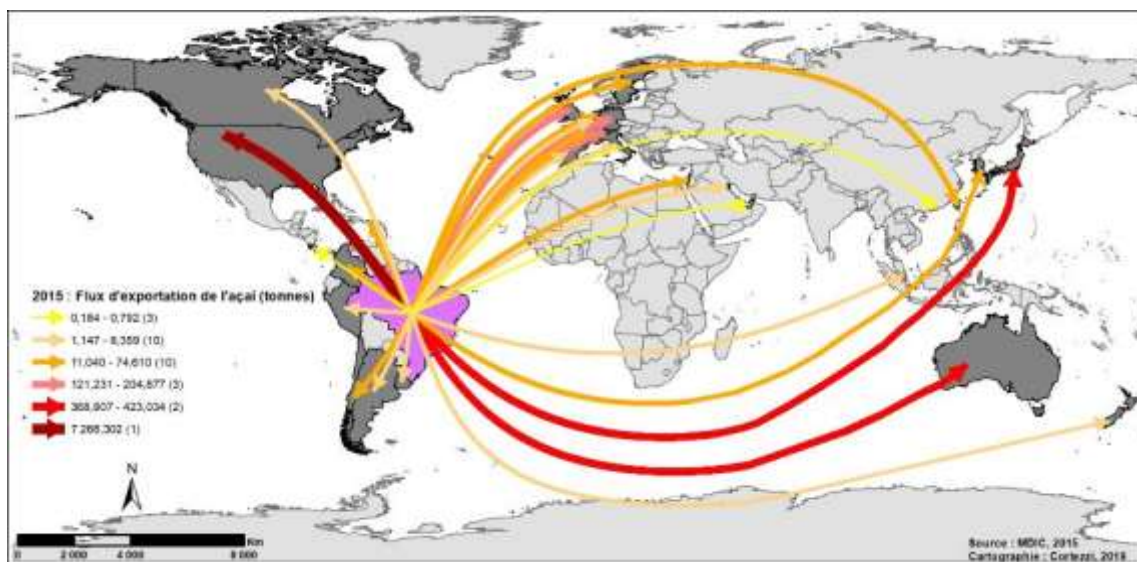
Carte 16: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2012. Source: MDIC, 2012 (élaboration personnelle).



Carte 17: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2013. Source: MDIC, 2013 (élaboration personnelle).



Carte 18: Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2014. Source: MDIC, 2014 (élaboration personnelle).



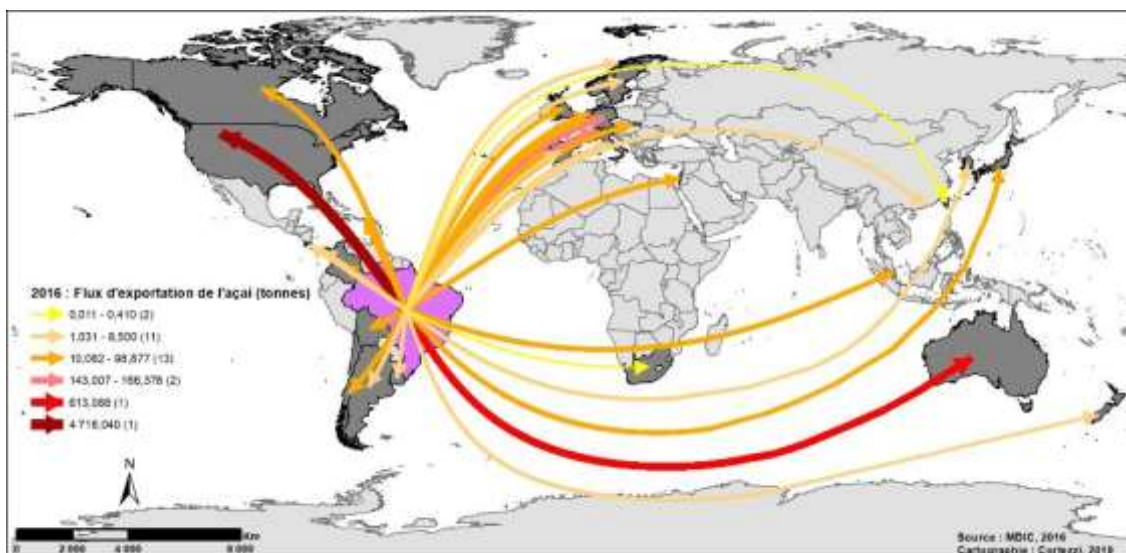
Carte 19: Flux d'exportation de l'çaï brésilien: 2015. Source: MDIC, 2015 (élaboration personnelle).

L'année 2015 est le sommet des exportations d'çaï brésilien. Selon le Ministère du Développement, de l'Industrie et du Commerce extérieur du Brésil, 8 872 tonnes d'çaï ont été exportées cette année-là, réparties dans 29 pays. En plus d'être le plus grand volume total présenté au cours des 16 années de données fournies par le MDIC, 2015 attire également l'attention sur la présence de cinq pays d'Amérique du Sud dans la cartographie de l'çaï (Argentine, Chili, Colombie, Pérou et Uruguay). Malgré la proximité avec le Brésil, les pays d'Amérique du Sud ont montré un intérêt tardif pour le fruit et ses dérivés. Notre hypothèse principale est que l'çaï a d'abord connu le succès aux États-Unis uniquement après son retour en tant que produit attrayant pour son continent d'origine. Cette hypothèse repose sur le puissant pouvoir publicitaire des Nord-Américains qui, par conséquent, possèdent une forte influence culturelle sur le reste du continent : les Sud-Américains se tournent sans cesse vers eux et sont à l'affût de modes ou tendances venant du Nord. Même la Colombie, dont une partie de son territoire est insérée dans la forêt amazonienne, n'a commencé à importer et à commercialiser l'çaï dans les grandes villes qu'à partir de 2014⁶.

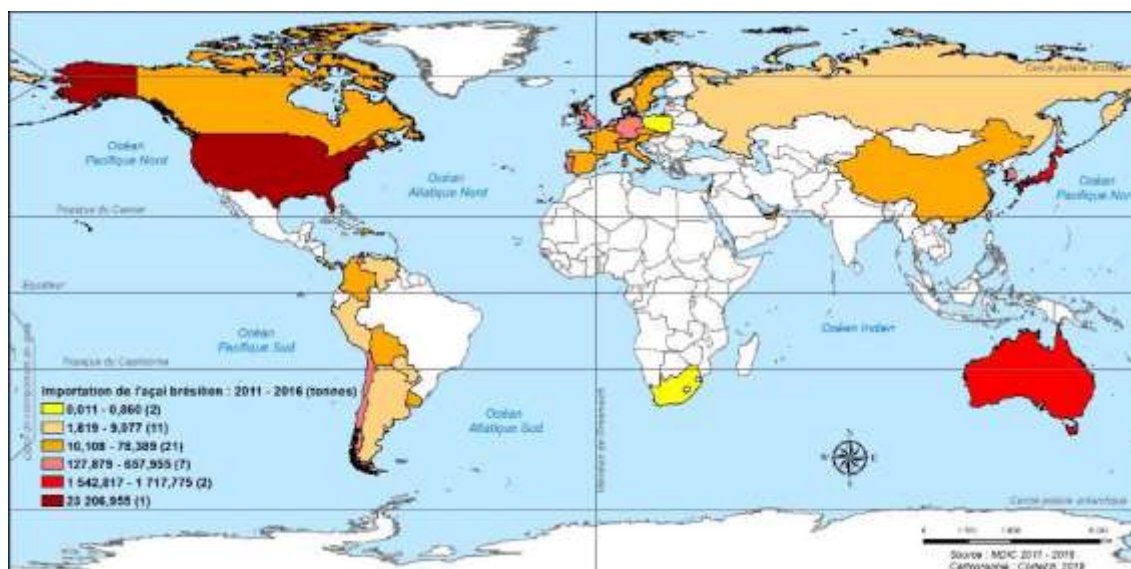
Malgré une baisse significative des exportations par rapport à l'année précédente, 2016 suit pratiquement la même structure spatiale des exportations présentée en 2015. L'un des principaux changements dans la cartographie de l'çaï a été la présence de l'Afrique du Sud qui, selon les données du MDIC, a importé seulement 11 kilos du produit.

Ainsi, atteignant un nombre total de 30 pays, l'çaï brésilien a maintenu son plus important flux international vers les États-Unis (4 716 tonnes importées), a intensifié et consolidé sa présence dans les pays Sud-Américains sur le marché international (en passant de 50,8 tonnes importées en 2015 à 175,6 tonnes en 2016), puis a maintenu sa présence en Europe occidentale, en Asie du Sud-Est, en Asie orientale, en Océanie et en Amérique centrale (carte 20).

⁶ Informations collectées de manière informelle lors de notre voyage en Colombie en décembre 2018 (villes visitées : Bogotá, Bucaramanga et Salento. Parmi ces localités, on ne trouve de l'çaï et des dérivés que dans la ville de Bogotá).



Carte 20 : Flux d'exportation de l'açaí brésilien: 2016. Source : MDIC, 2016 (élaboration personnelle).



Carte 21: Importation de l'açaí brésilien: 2011-2016. Source: MDIC, 2011-2016 (élaboration personnelle).

La troisième période d'exportations de l'açaí du Brésil se présente comme la période la plus productive, tant en nombre de pays concernés (un total de 43) qu'en nombre de produits exportés (29 635,4 tonnes) (tableau 03).

Cl	Pays	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total (kg) 3ème période
1	États-Unis	1 973 833	3 799 212	2 298 254	3 153 314	7 266 302	4 716 040	23 206 955
2	Australie	108 337	80 468	180 483	312 365	423 034	613 088	1 717 775
3	Japon	11 714	24 284	154 944	937 608	368 907	45 360	1 542 817
4	Suisse	26 051	62 649	84 980	113 020	204 877	166 378	657 955
5	Allemagne	40 366	62 041	99 103	53 516	125 217	143 007	523 250
6	Royaume-Uni	57 600	66 645	70 178	75 178	121 231	71 506	462 338
7	Corée du Sud	32 964	31 465	45 260	39 103	64 357	1 504	214 653
8	Pays-Bas	-	34 567	47 826	24 804	74 610	17 280	199 087



9	Portugal	-	8 568	240	55 036	40 214	76 286	180 344
10	Chili	-	-	-	13 564	15 438	98 877	127 879
11	Belgique	-	-	16 858	9 904	4 677	4 6950	78 389
12	France	16 740	-	12 600	11 326	29 885	-	70 551
13	Colombie	-	-	-	24 090	19 800	19 800	63 690
14	Suède	9 000	-	6 500	15 522	16 683	6 399	54 104
15	Israël	5 147	7 371	12 600	-	13 082	10 082	48 282
16	Slovaquie	-	-	-	-	-	46 240	46 240
17	Chine	25 000	-	-	20 676	-	-	45 676
18	Bolivie	-	-	-	-	-	45 390	45 390
19	Puerto Rico	-	-	-	-	24 124	14 402	38 526
20	Espagne	-	1 825	1 445	25 064	3 634	2 240	34 208
21	Canada	-	-	-	598	2 155	26 918	29 671
22	Italie	1 494	6 056	1 600	9 168	7 200	4 000	29 518
23	Taiwan	5 192	-	10 150	100	11 040	410	26 892
24	Singapour	-	-	-	787	6 494	16 754	24 035
25	République Tchèque	-	-	5 410	16 389	-	-	21 799
26	Uruguay	2 813	-	498	2 671	6 062	8 500	20 544
27	Autriche	-	-	-	19 614	-	-	19 614
28	Nouvelle zélande	-	-	-	12 236	3 554	1 031	16 821
29	Emirats Arabes Unis	-	-	-	12 865	698	-	13 563
30	Rép. Dominicaine	-	-	-	10 108	-	-	10 108
31	Russie	1 877	3 600	3 600	-	-	-	9 077
32	Pérou	-	-	-	600	8 359	-	8 959
33	Koweït	-	-	-	648	7 968	-	8 616
34	Costa Rica	-	-	-	509	792	5 256	6 557
35	Hong Kong	-	-	-	3 310	184	2 962	6 456
36	Danemark	-	1 000	5 120	-	-	-	6 120
37	Argentine	36	-	-	588	1 147	3 189	4 960
38	Norvège	-	-	-	1 872	-	2 299	4 171
39	Paraguay	-	-	-	4 080	-	-	4 080
40	Venezuela	-	-	-	3 023	-	-	3 023
41	Panama	-	-	-	-	-	1 819	1 819
42	Pologne	860	-	-	-	-	-	860
43	Afrique du sud	-	-	-	-	-	11	11
	Total par an	2 319 024	4 189 751	3 057 649	4 983 256	8 871 725	6 213 978	29 635 383

Tableau 03: Troisième période d'exportations de l'açaí brésilien: destinations, année et volume importé (kg). Source: Élaboration propre basée sur les données du MDIC (2011-2016).

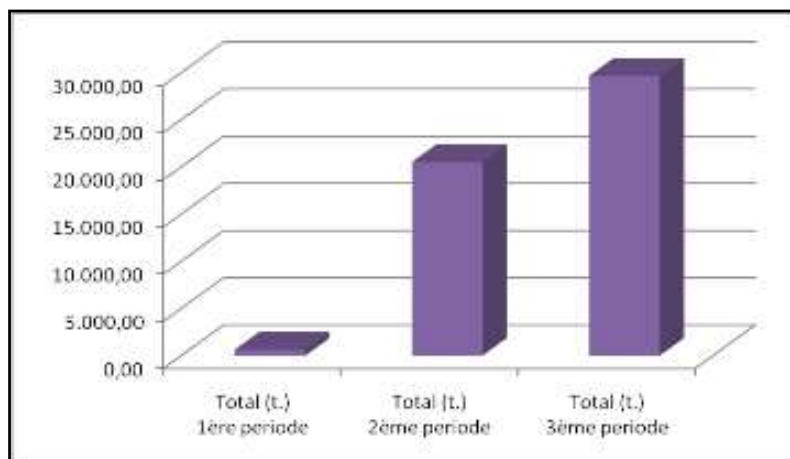
Ce scénario évolutif dans les deux questions principales analysées par nous (volume exporté et pays importateurs), présenté à la fin de la troisième période montre le potentiel des activités d'exportation de l'açaí brésilien, c'est-à-dire : une augmentation significative dans le volume total exporté et l'ajout de nouveaux emplacements en tant que points de destination des produits.



Une synthèse de la cartographie de l'açaí: de la forêt amazonienne au monde

Comme décrit au début de ce chapitre, notre méthodologie d'analyse des exportations de l'açaí brésilien est partie du principe de la division en trois périodes temporelles et chacune de ces périodes était composée d'un groupe de données se rapportant à six années. Cette méthodologie a été principalement utilisée en raison de la configuration des données disponibles par le Ministère brésilien du Développement, de l'Industrie et du Commerce extérieur (MDIC).

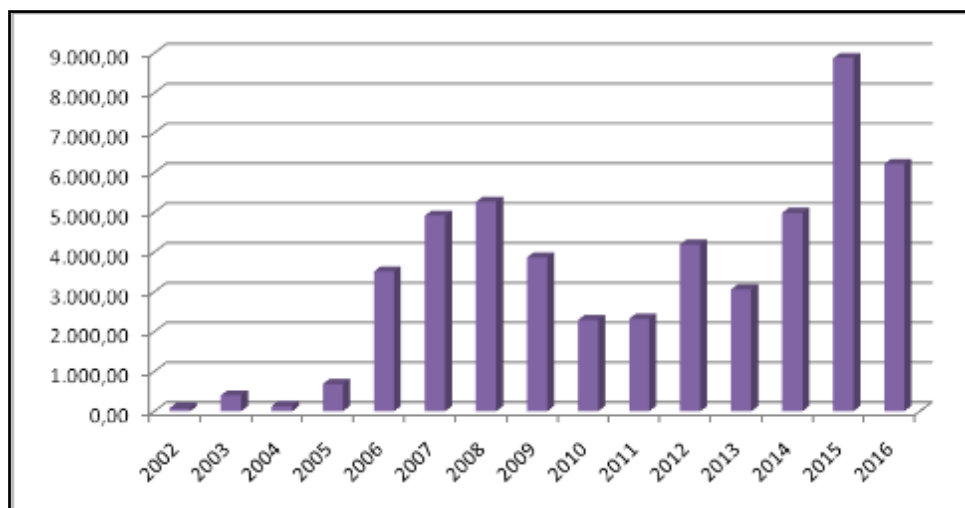
Dans une analyse globale des trois périodes d'exportation de l'açaí, on peut dire que la première est très novatrice comparée aux autres. Ce moment peut être compris comme un pari de l'insertion à l'étranger d'un produit typiquement régional amazonien, avec des traits et des cultures fortement liés aux populations locales. Dans le deuxième moment, ce pari de l'açaí à l'étranger commence à devenir réalité. Un nombre important de pays entrent dans le processus d'importation, même si certains volumes restent très modestes. Dans la troisième période, les niveaux de croissance, de stabilité et d'instabilité des exportations peuvent être analysés plus rigoureusement. Le graphique 01 montre plus clairement cette relation du volume exporté entre les trois périodes analysés.



Graphique 01: Les trois périodes d'exportations brésiliennes d'açaí (volume total en tonnes). *Source: Élaboration propre basée sur les données du MDIC (1999-2016).*

Avec un total de 50 754,8 tonnes exportées et atteignant – en quantités et moments différents – 48 pays, l'açaí brésilien clôture son solde d'exportation pour les trois périodes analysées (de 1999 à 2016). L'année du plus grand volume d'exportation en ordre décroissant a été 2015, suivie des années 2016 et 2008 (graphique 02).

Selon cette même base d'informations, pour l'ensemble des années analysées, les États-Unis étaient responsables de l'importation de 82 % de l'ensemble des açaí exportés du Brésil. Le Japon arrive en deuxième position avec 4,4 % des importations, en troisième, l'Australie, avec 4,2 % et en quatrième, nous avons le Royaume-Uni, qui reçoit 2,3 % du total.



Graphique 02: Exportations de l'açaí brésilien entre 2002 et 2016 (en tonnes). Source: Élaboration propre basée sur les données du MDIC (1999-2016').

En analysant le volume total exporté par an, le graphique ci-dessus montre la grande instabilité des exportations entre 2009 et 2014 et, entre autres, la forte reprise enregistrée en 2015 suivie par une baisse de 30 % des exportations en 2016. Malgré toute cette instabilité au cours des cinq dernières années, une étude de Future Market Insights (FMI, 2016) souligne que le marché mondial de l'açaí tendrait à croître de plus de 220 % au cours des dix prochaines années. Selon l'étude, en valeur, le marché mondial de l'açaí était estimé à 696 millions USD en 2016 et devrait atteindre 2 285,7 millions USD à la fin de 2026. Outre l'augmentation du volume total des exportations, le FMI indique que cette croissance est fortement liée à l'augmentation moyenne de 12,6 % du revenu global des valeurs par tonne exportée.



Graphique 03: Analyse des prix moyens par région, 2016 et 2018. Source: Future Market Insights, 2016.

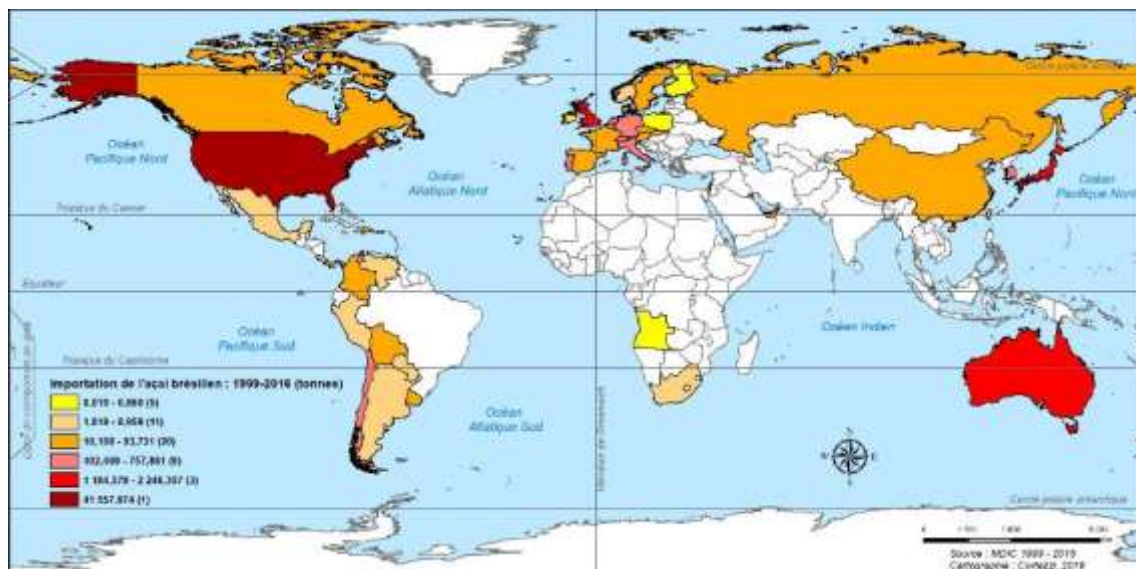
S'agissant de la cartographie de l'açaí proprement dit, plusieurs pays ont participé à cette construction au cours des trois périodes. Bien que la baie soit souvent importée en petites quantités,

7 Les données pour 1999, 2000 et 2001 ne figurent pas sur le graphique en raison de la faible représentativité des chiffres présentés.



ces pays représentent les frontières atteintes dans le monde d'un produit local très prisé, d'un goût, d'une couleur et d'une texture particuliers, originaire de la forêt amazonienne et que jusqu'à il y a un peu plus de vingt ans, n'était même pas connue dans d'autres régions du Brésil. Cette gamme démontre que l'açaí présente des caractéristiques d'adaptation des arômes, de produits dérivés, d'insertion culturelle et, sans aucun doute, un grand potentiel économique de marché.

En représentant ces limites atteintes, la carte suivante montre l'açaí dans le monde. Cette carte représente tous les sites enregistrés par les données du MDIC comme destination de l'açaí et / ou de ses dérivés entre les années 1999 et 2016. Également, cette carte représente l'intensité des importations de chaque pays dans l'ensemble des données. En général, cette carte peut être lue et interprétée de deux manières différentes, bien que complémentaires : 1) les pays atteints par l'açaí ; 2) les pays que l'açaí peut encore atteindre. Cette seconde vision a un caractère très commercial et peut être un outil, même exploratoire, pour les agents impliqués dans la commercialisation internationale de l'açaí brésilien.



Carte 22: Importation de l'açaí brésilien : 1999-2016. Source: MDIC, 1999-2016 (élaboration personnelle).

La carte 22 ne montre que les pays directement liés au Brésil sur le plan commercial. Bien que la quantité exportée ne change pas, la portée de l'açaí peut être légèrement supérieure à celle présentée dans notre cartographie, car il peut y avoir une redistribution de l'açaí importé par certains pays. Dans une recherche sur internet, nous trouvons, par exemple, l'entreprise Ataste Açaí⁸, dont le siège est aux Pays-Bas, qui distribue ses produits importés du Brésil dans d'autres pays en Europe, dont le Luxembourg. Une autre preuve similaire était la découverte de magasins d'açaí en Indonésie. Ce pays n'apparaît dans aucune des périodes analysées par nous comme destination des exportations d'açaí brésilien. Cependant, selon les informations du site de la propre entreprise, la société Nalu Bowls est présente avec quatre établissements dans la ville de Bali et deux établissements dans la ville de Jakarta (image 01).

⁸ <https://www.ataste.eu/atastedistributors>

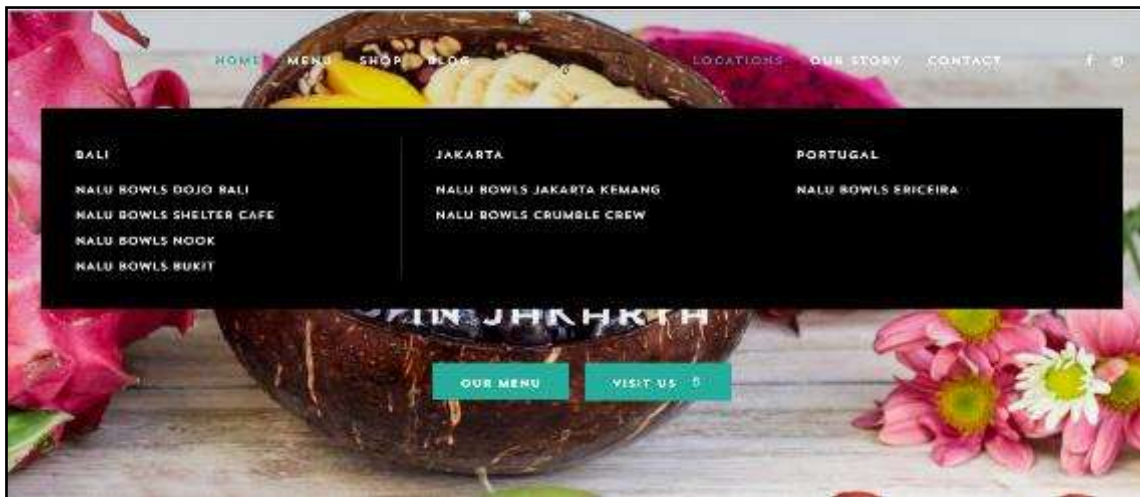


Image 01: Indications de la présence de l'çaï en Indonésie. Source: Site officiel de l'entreprise Nalu Bowls (<https://www.nalubowls.com/>).

Un autre cas similaire a été découvert en Polynésie française où, à la suite d'informations rapportées par des amis, nous avons découvert un établissement spécialisé en açai bowl sur l'île de Tahiti (photographie 01). Selon Gabriela Bagat⁹, qui s'est entretenue en juin 2019 avec les propriétaires du magasin Açai Bowl Tahiti, cet établissement a cinq ans et son menu principal est composé de la pulpe d'çaï congelée, mélangée à de la mangue, de la banane et du kiwi.



Photographie 01 : Etablissement commercial d'çaï bowl à Tahiti. Source: Gabriela Bagat, 2019.

Toute cette portée spatiale identifiée par la cartographie de l'çaï, ajoutée aux autres lieux que nous avons identifiés par le biais de recherches parallèles et encore exploratoires aux données du MDIC, témoigne d'un processus clair de mondialisation du fruit et de ses dérivés. Ce fait corrobore le résultat obtenu grâce au modèle de la « mondialisation des plantes amazoniennes », où l'çaï a obtenu le score 6 sur 8 points déterminés par Beaufort (2017). Cependant, selon le volume exporté, le marché international de l'çaï brésilien reste extrêmement dépendant des États-Unis, qui représentent en moyenne un peu plus de 80 % des volumes exportés.

⁹ Gabriela Bagat est une amie de l'auteur de la thèse et réside sur l'île de Hiva Oa, Marquises en Polynésie française.



Notre analyse sur cette polarisation des États-Unis dans le scénario international de l'açaí est extrêmement positive. En tant que pays disposant de règles d'importation strictes, l'açaí brésilien doit maintenir et / ou toujours se conformer aux normes d'exploitation, aux timbres de certification et aux normes sanitaires imposées par ce pays. Ainsi, afin de répondre aux exigences de son principal importateur, les autorités brésiliennes, de même que les producteurs d'açaí en Amazonie, sont pratiquement obligées de procéder à de plus grandes inspections tout au long du processus de production, dans le but de ne pas interdire l'exportation des produits dérivés. En plus de ces points que nous croyons positifs et fondamentaux pour l'amélioration constante du circuit spatial de production de l'açaí, les États-Unis servent de vitrine au développement du marché étranger de la pulpe surgelée et ses dérivés, de sorte que la « mode américaine » présente des caractéristiques et des tendances fortes qui se propagent dans d'autres parties du monde.

Un autre marché important que le Brésil doit toujours surveiller est celui du Japon. Même si les Japonais sont particulièrement attachés à leur riche patrimoine alimentaire (ref : Baumert par exemple, du labo ENEC), ceux-ci sont aussi friands de modernité et d'exotisme, l'açaí a donc été bien accepté sur cet important archipel du Pacifique Nord (images 02 et 03). Actuellement, le Japon est la deuxième destination internationale de l'açaí brésilien et le deuxième importateur de l'ensemble des données pour les trois périodes analysées. Dans ce cas, à l'instar des États-Unis, les règles d'importation sont toujours très rigides et judicieuses, ce qui oblige encore une fois les autorités brésiliennes et les producteurs à maintenir un niveau de qualité élevé des produits. Ainsi, en plus de contribuer au commerce international, le Japon a également une grande influence en dictant la mode dans le contexte général de l'Asie de l'Est, ce qui peut encore être utilisé en faveur de l'expansion du commerce international de l'açaí.



Image 02 : Açaí au Japon. Source : <https://www.frutafruta.com/fruit/acai/>.



Image 03: Établissements d'Açaí au Japon (Açaíya). Source: http://picdeer.com/acaiya_oficial.

De manière complémentaire, un autre mécanisme qui nous aide à confirmer le processus actuel de mondialisation de l'açaí est l'outil « *Trends* », disponible sur la plate-forme du site de recherche Google. Cet outil permet de vérifier la fréquence à laquelle un terme déterminant (mot, phrases, expressions, etc.) a été recherché dans tous les environnements numériques de l'entreprise. Ainsi, l'outil présente des graphiques et des cartes avec l'intensité dans laquelle le terme a été recherché dans plusieurs régions du monde et dans plusieurs langues. En outre, la plate-forme *GoogleTrends* permet également à l'utilisateur de comparer le volume de recherches entre deux termes ou plus. Ainsi, nous utilisons donc *GoogleTrends* pour vérifier quels pays ont effectué le plus de recherches sur le mot « Açaí » au cours des cinq dernières années. À notre grande surprise, le résultat présenté par l'outil est assez similaire à notre cartographie de l'açaí (carte 23).



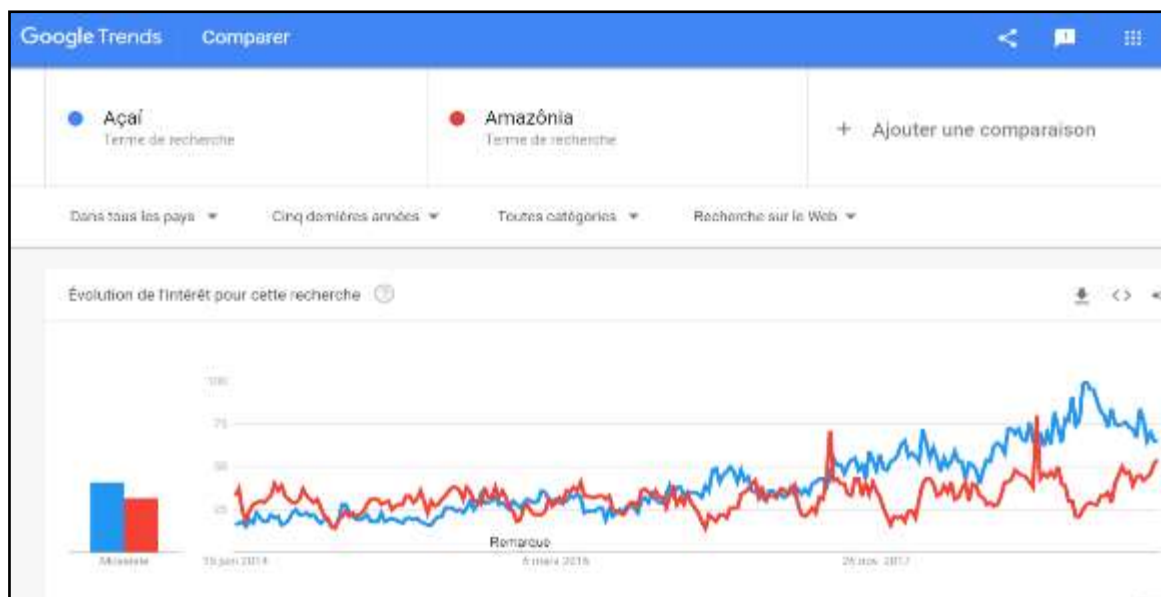
Carte 23: Les pays qui ont le plus recherché le mot « Açaí » sur Google entre 2015 et 2019. Source: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=A%C3%A7a%C3%AD>.



L'une des rares différences entre la carte générée par *GoogleTrends* et notre cartographie a été la présence de l'Inde. Cette grande surprise nous a amenés à rechercher sur internet des signes de l'açaí dans ce pays. Comme *GoogleTrends* l'avait déjà signalé, nous avons trouvé quelques sites de promotion de l'açaí en Inde, dont la société Indiamart (qui vend des produits d'açaí en ligne) et le site de beauté et de mode appelé « *Style Craze* » où, le 6 juin 2019, un article a été publié soulignant les 10 meilleurs suppléments à base d'açaí disponibles en Inde¹⁰.

Tout comme l'article publié dans *Style Craze*, les informations figurant sur le site Web de la société Indiamart remontent à 2016. Cela pourrait justifier l'absence de l'Inde dans la base de données du MDIC. D'un autre côté, ces facteurs nous amènent à penser qu'après 2016, l'açaí brésilien a déjà créé de nouveaux espaces et que son processus de mondialisation se poursuit et est en pleine expansion.

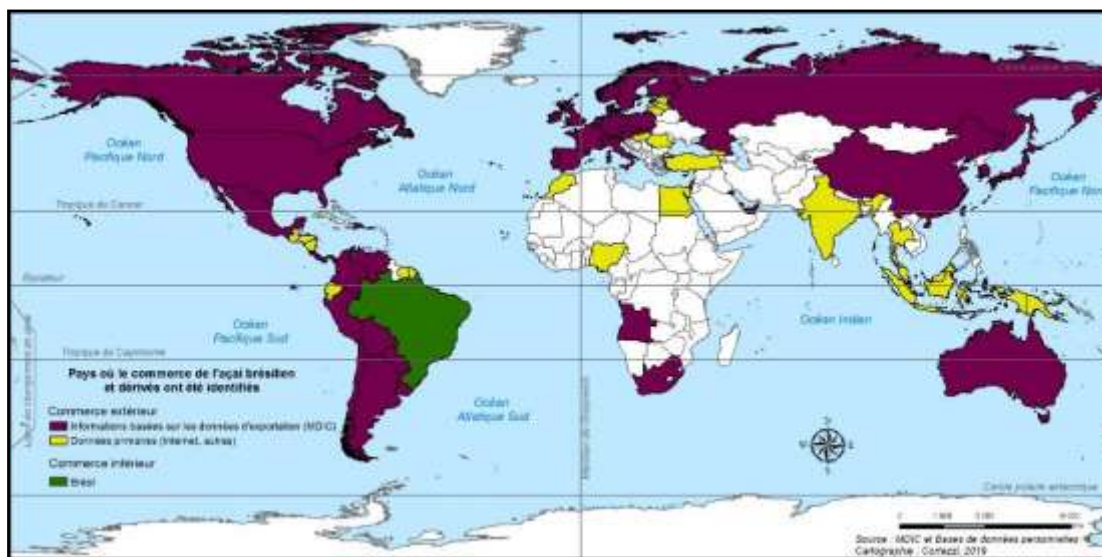
Toujours avec l'outil *GoogleTrends*, nous analysons la relation de recherche entre les mots « Açaí » et « Amazonie » au cours des cinq dernières années. À notre grande surprise, en décembre 2016, le mot « Açaí » a dépassé et est resté comme le plus recherché par rapport au mot « Amazonie » dans tous les environnements de recherche *Google Enterprise* (graphique 04).



Graphique 041: Rapport de recherches entre les mots « Açaí » et « Amazonie » sur le site de recherche Google entre 2015 et 2019. Source: [https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&q=A%C3%A7a%C3%AD,Amaz](https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&q=A%C3%A7a%C3%AD,Amaz%C3%93nia)

Cependant, à partir de l'ensemble de nos recherches, nous avons préparé une proposition cartographique de l'açaí dans le monde. Cette proposition représentée sur la carte 28 met en évidence tous les pays où nous avons identifié le commerce de l'açaí et de ses dérivés. En général, cette carte regroupe les 48 pays importateurs de l'açaí du Brésil entre 1999 et 2016, ainsi que 25 autres pays dans lesquels nous avons identifié un type de commerce de leurs dérivés via internet, des informations sur les résidents et des voyages personnels.

10 <https://www.stylecraze.com/articles/best-acai-berry-supplements-available-in-india/#gref>





Carte 24: Pays où le commerce de l'açaï brésilien et dérivées ont été identifiés. Source: MDIC (1999-2016) et bases de données personnelles (2017-2019).

ID	Pays	ID	Pays	ID	Pays
1	Afrique du sud	26	France	50	Papouasie-Nouvelle-Guinée
2	Allemagne	27	Géorgie	51	Paraguay
3	Angola	28	Guatemala	52	Pays-Bas
4	Argentine	29	Guyane française	53	Pérou
5	Australie	30	Honduras	54	Pologne
6	Autriche	31	Hong Kong	55	Portugal
7	Bahrein	32	Hongrie	56	Puerto Rico
8	Belgique	33	Inde	57	Qatar
9	Bolivie	34	Indonésie	58	République Dominicaine
10	Canada	35	Irlande	59	République Tchèque
11	Cap Vert	36	Israël	60	Roumanie
12	Chili	37	Italie	61	Royaume-Uni
13	Chine	38	Japon	62	Russie
14	Chypre	39	Koweït	63	Singapour
15	Colombie	40	Lettonie	64	Singapour
16	Corée du Sud	41	Lituanie	65	Slovaquie
17	Costa Rica	42	Malaisie	66	Suède
18	Danemark	43	Maroc	67	Suisse
19	Égypte	44	Mexique	68	Suriname
20	Emirats Arabes Unis	45	Nicaragua	69	Taiwan
21	Équateur	46	Nigeria	70	Thaïlande
22	Espagne	47	Norvège	71	Turquie
23	Estonie	48	Nouvelle Zélande	72	Uruguay
24	États-Unis	49	Panama	73	Venezuela
25	Finlande				

Tableau 04: Pays où le commerce de l'açaï brésilien et dérivées ont été identifiés. Source: MDIC (1999-2016) et bases de données personnelles (2017-2019) (Élaboration personnelle).



 Informations basées sur les données d'exportation (MDIC, 1999-2016).

 Informations basées sur les données collectées sur Internet, voyages personnels, etc.

À partir de nos analyses, nous avons construit et observé une image de l'açaí dans le monde mais aussi, parallèlement, dans toutes les recherches sur les magasins, les produits dérivés, etc., nous avons constaté que l'image véhiculée par des produits contenant de l'açaí est la même dans tous les contextes commerciaux (pharmacologie, esthétique, alimentaire etc.) : celle d'un fruit ancré dans une culture et un espace précis, ceux de l'Amazonie. Cela signifie que l'açaí commercialisé au Japon, en Israël ou dans les Émirats Arabes Unis est « l'açaí de l'Amazonie » : celui qui porte avec lui les traits exotiques et mystiques de la plus grande forêt tropicale de la planète, ainsi que la culture et l'image de ses populations autochtones. Cette image est également développée en Europe et aux États-Unis, de sorte que nous pensons que partout dans le monde où l'açaí est déjà arrivé et / ou a fait un premier passage, cette image a également été véhiculée. En dépit de contribuer également à une « image marketing » (qui se vend et fonctionne très bien !), voir ainsi l'açaí en dehors du Brésil suscite une certaine fierté chez les Brésiliens et provoque toujours un sentiment de nostalgie (*saudade*) de leur pays natal, même pour ceux qui ne sont pas originaires de la région amazonienne.

Remarques finales

Les cartes précédentes montrent à quel point les exportations d'açaí sont polarisées sur ce que le chercheur japonais Ohmae a désigné en 1985 comme la « Triade », soulignant ainsi les stratégies géographiques d'implantation des multinationales dans le monde et leur concentration géographique dans trois pôles : l'Amérique du Nord, l'Europe occidentale et le Japon (à l'époque, sans la Chine). Il s'agit de pays dans lesquels le pouvoir d'achat moyen des habitants est très élevé, ouverts aux modes internationales et dans lesquels les circuits économiques d'importation et de distribution sont particulièrement bien organisés, permettant l'introduction et la diffusion de produits nouveaux tels l'açaí. Les flux de destination de l'açaí correspondent donc parfaitement à une géographie économique mondiale établie dans de nombreux autres domaines, tels les flux de marchandises, financiers, médiatiques, etc.

Nous savons que le processus de production de l'açaí ne favorise pas toujours tous les habitants de la région Nord du Brésil et que le processus de mondialisation a ses côtés positifs et négatifs dans l'impact local. En tout cas, cette cartographie montre le potentiel de l'açaí en tant que produit d'exportation et « vecteur » de la culture amazonienne brésilienne. Seuls ces facteurs sont extrêmement puissants, au point que les autorités brésiliennes considèrent l'açaí comme une source de développement local et régional et qu'elles mettent en pratique des politiques publiques visant à organiser et à promouvoir le développement économique régional de manière judicieuse et durable.

Bibliographie

ALEXANDRE, D., CUNHA, R.L. et HUBINGER, M.D., 2004. Conservação do açaí pela tecnologia de obstáculos, *Ciência e tecnologia de Alimentos*, vol. 24, n°1, p. 114-119.



- AMIN, M. M., 2007. *Cadeia produtiva de frutas tropicais: uma aplicação de SIG na análise dos programas de financiamento do FNO*. Belém: Unama, 131 p.
- AMORIM FILHO, O. B., 1985. *Reflexões sobre as tendências teórico-metodológicas da geografia*. Belo Horizonte : Instituto de Geociências da UFMG, v. 1. 56 p.
- AMORIM FILHO, O. B., 2007. A pluralidade da geografia e a necessidade das abordagens culturais. In : *Caderno de Geografia*. - v.1, n° 1. - Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, p. 30-49.
- ANDEL, T.R.V., 2000. *Non-timber forest products of the north-west district of Guyana (part II)*, Tropenbos-Guyana serie 8B, Georgetown, 340 p.
- ANDERSON, A.B. et IORIS, E.M., 1992. Valuing the rain forest : economic strategies by small-scale forest extractivists in the Amazon estuary, *Human ecology*, vol. 20, n°3, p. 337-369.
- ANDERSON, W.P., 2012. *Economic Geography*, Routledge, London & New York, 408 p.
- ARANGUREN C, GALEANO G., BERNAL R., 2014. Manejo actual del asaí (Euterpe precatoria Mart.) para la producción de frutos en el sur de la Amazonia colombiana. In : *Colombia Forestal* Vol. 17(1) / enero - junio, p. 23.
- ARROYO, M., CRUZ, R., 2015. Território e Circulação: a dinâmica contraditória da globalização. In : *Confis*. [en ligne]. Disponible sur <<https://journals.openedition.org/confins/11879>> [consulté le 10/09/2017].
- AUBERTIN C., 1996. Heurs et malheurs des ressources naturelles en Amazonie brésilienne » in *Cahiers des Sciences Humaines*, volume 32, n°1, p. 29-50.
- AUBLET, A., 1775. *Histoire des plantes de la Guyane Française*, vol. cl. 5ème Mémoire, Observations sur divers palmiers et leurs usages 158 p.
- BADIE, B., 2014. *La fin des territoires*. Paris : CNRS, 254 p.
- BALÉE, W., 1994. *Footprints of the Forest. Ka'apor Ethnobotany – the Historical Ecology of Plant Utilization by an Amazonian People*, Columbia University Press, New York, 420 p.
- BANCO DA AMAZÔNIA, 1997-2018. SIGCONTROPER (données de financement productives, Brésil, 1997 – 2018) [Base de données fournie par email, via demande spéciale de recherche].
- BANCO DO BRASIL, 2010. *Fruticultura, açaí : Desenvolvimento regional sustentável*, vol. 2, Brasília : Banco do Brasil, 48 p.
- BARBOSA, R. L., 2010. *Transmissão oral do trypanosoma cruzi pela polpa de açaí em camundongos*. Dissertação (Mestrado em Parasitologia) - Instituto de Biologia da Universidade Estadual de Campinas. Campinas/SP, 97 p.
- BEAUFORT, B., 2017. *La fabrique des plantes globales : une géographie de la mondialisation des végétaux du Nouveau Monde et particulièrement de l'Amazonie*. Thèse de doctorat. Géographie. Université Paris III Sorbonne Nouvelle / IHEAL, Paris, 554 p.



- BECKER, Be., 1982. *Geopolítica da Amazônia. A Nova Fronteira de Recursos*. Rio de Janeiro : Zahar. 233 p.
- BECKER, B., 2001. *Amazônia*. 6ème édition. São Paulo: Ática, 112 p.
- BECKER, B., 2004. *Síntese da produção científica em ciências humanas na Amazônia: 1990-2002*, Brasília : CGEE, 145 p.
- BEDNIK A., 2016. *Extractivisme : exploitation industrielle de la nature, logiques, conséquences, résistances*, Paris : Essais, 370 p.
- BENTES, E., HOMMA, A., SANTOS, C., 2017. Exportações de Polpa de Açaí do Estado do Pará: Situação Atual e Perspectivas. *ResearchGate* [en ligne]. Disponible sur <https://www.researchgate.net/publication/319465735_Exportacoes_de_Polpa_de_Acai_do_Estado_do_Para_Situacao_Atual_e_Perspectivas> [consulté le 10/09/2017].
- BEREAU, D., 2001. *Huiles et fractions insaponifiables de huit espèces de palmiers amazoniens*, Thèse de doctorat (Sciences des agroressources), Institut national polytechnique de Toulouse, 152 p.
- BLANCHEREAU, M., BOYER, S., DERANCOURT, J.-P., et al., 2010. *Guyane, Rapport annuel 2010*, IEDOM, 220 p.
- BRONDÍZIO, E., et al., 1994. Land use change in the Amazon estuary: patterns of caboclo settlement and landscape management. In: *Human Ecology*. V. 22, p. 249-278.
- BRONDÍZIO, E., SAFAR, C., SIQUEIRA, A., 2002. The urban market of açaí fruit (*Euterpe oleracea* Mart.) and rural land use change: ethnographic insights into the role of price and land tenure constraining agricultural choices in the Amazon estuary. In: *Urban ecosystems*, v. 6, n° 1, Springer US p. 67-97.
- BRONDIZIO, E.S., 2008. *The Amazonian Caboclo and the Açaí Palm. Forest Farmers in the Global Market*, Advances in Economic Botany, volume 16, New York: The New York Botanical Garden Press, 403 p.
- BRONDIZIO, E.S. et LE TOURNEAU F.-M., 2016. Environmental Governance for All. In : *Science*, volume 352, n° 6291, p. 1271-1273.
- CAPOT-REY, R., 1945. *Géographie de la circulation sur les continents*. Paris: Gallimard, 23 p.
- CASTILLO, R., FREDERICO, S., 2010. Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo. In : *Sociedade e Natureza*, v. 22 (3). Uberlândia : UFU, p. 461-474.
- CASTRO, R. et al., 2015. *Asai (Euterpe precatoria): Cadena de valor en el sur de la region amazonica*. Bogota, Colombia: Instituto Amazonico de Investigaciones Cientificas- Sinchi, 142 p.
- CAVALCANTE P.B., 1996. *Frutas Comestíveis da Amazônia*, 6ème édition. Belém : Museu Paraense Emílio Goeldi, 27 p.



CENTENO, G., 2005. *El mercado de las frutas tropicales exóticas en la Unión Europea*. Costa Rica : Alajuela, 4 p.

CIALDELLA, N., ALVES, L., 2014. La ruée vers l'açaí (*Euterpe oleracea* Mart.) : trajectoires d'un fruit emblématique d'Amazonie. In : *Revue Tiers Monde*, vol. 220, n° 4, p. 119-135.

CIALDELLA, N. et al., 2017. L'açaí en Amazonie : fragile coexistence de filières courtes et d'exportation, 2017. In : *XXXIIIèmes Journées du développement de l'Association Tiers Monde* (Colloque), Université Libre de Bruxelles (22, 23 et 24 mai 2017), 18 p.

CLEMENT, C. R., 1999. 1492 and the loss of Amazonian crop genetic resources. I. The relation between domestication and human population decline. In : *Economic Botany*, volume 53, n° 2, p. 188-202.

CORTEZZI, F., 2018. Dynamiques de la circulation commerciale de l'açaí : la baie bio de l'Amazonie, du Brésil à Paris. In : *Annales du Congrès régional de l'Union géographique internationale (UGI / IGU)*, Québec.

CORTEZZI, F., 2019. *Géographie de la circulation commerciale d'un fruit amazonien : le processus de diffusion mondiale de l'açaí, du Brésil au reste du monde - le cas de Paris (France)*. Thèse de doctorat. Géographie. Université Paris IV Sorbonne, Paris, 354 p.

CORTEZZI, F., 2020. L'açaí dans le modèle de mondialisation des plantes amazoniennes: un produit ancien, de nouvelles formes de production et de reproduction dans l'espace. In : *Geosaberes*, Fortaleza, v. 11, p. 493-516.

ERICKSON, C.L., 2008. Amazonia: The Historical Ecology of a Domesticated Landscape. In : SILVERMAN H. & ISBELL W.H. (ed.), *The Handbook of South American Archaeology*, Chapter 11, p. 157-183.

FMI (Future Market Insights, 2016) [rapport technique], 102 p.

GRATALOUP C., 2010. Géohistoire de la mondialisation. Le temps long du monde. 2ème Édition, Paris : Armand Colin, 288 p.

HOMMA, A.K.O., 2012b. Plant extractivism or plantation: what is the best option for the Amazon? In : *Estudos Avançados*, volume 26, n°74. p. 37-51.

INPA, 2007. *Instituto Nacional de Pesquisas na Amazônia* [en ligne]. Disponible sur <<http://portal.inpa.gov.br/index.php/downloads>> [consulté le 25/10/2017].

LAVAL, P., 2011. *La filière des fruits du palmier wassai (Euterpe oleracea) dans la région du bas Oyapock, frontière entre la Guyane française et le Brésil*. Paris : Mémoire de master recherche (Master en Anthropologie de l'environnement) – Muséum National d'Histoire Naturelle - AgroParis Tech, 117 p.

LAVAL, P., 2012. Dynamique des savoirs et des échanges d'un produit de collecte en territoire transfrontalier. In : *Confins* [En ligne], 16 | 2012, mis en ligne le 03 novembre 2012, consulté le 27 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/confins/8027> ; DOI : 10.4000/confins.8027.



LESCURE, J.P. et PINTON, F., 1996. L'extractivisme : une valorisation contestée de l'écosystème forestier. In : HLADICK C.M. et al. (éds), *L'alimentation en forêt tropicale : interactions bioculturelles et perspectives de développement*, vol. 2, p. 1209-1218.

MDIC, 1999-2016. *Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços do Brasil* (données d'exportations du Brésil, 1990 – 2016) [Base de données fournie par email, via demande spéciale de recherche].

THÉRY, H., 1997 (éditeur scientifique), *Environnement et Développement en Amazonie Brésilienne*. Paris : Belin, 208 p.

A CIRCULAÇÃO COMERCIAL DO AÇAÍ BRASILEIRO (1999-2016): A REDE GEOGRÁFICA INTERNACIONAL, SEUS NÓS, SEUS FLUXOS E SUAS NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO E REPRODUÇÃO NO ESPAÇO

Resumo: Originário da palmeira *Euterpe oleracea*, o açaí é um fruto endêmico da floresta amazônica cujo consumo tem crescido fortemente no Brasil desde a década de 1990 e vem se espalhando em outras regiões do mundo. Consumido principalmente na forma de polpa e transformado em "superfruta" pelos agentes de marketing por seu potencial antioxidante e nutricional, o açaí passa por um processo dinâmico que abrange tanto seu circuito espacial de produção e distribuição internacional quanto sua composição de produtos derivados. Nesse contexto, nossa pesquisa revelou que o açaí está em estágio avançado de distribuição global, com um espaço comercial superior a 70 países, espalhados por todos os continentes. Cronologicamente (1999-2016), este artigo busca compreender quais são os principais destinos da polpa de açaí e seus derivados fora do Brasil. Para alcançar este objetivo, analisamos o açaí na escala global, ou seja: a rede geográfica internacional, seus nós, seus fluxos (intensidades e direções) e suas novas formas de produção e reprodução no espaço.

Palavras-chave: açaí brasileiro, rede geográfica internacional, fluxo de exportação.

THE COMMERCIAL CIRCULATION OF BRAZILIAN AÇAÍ BERRY (1999-2016): THE INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL NETWORK, ITS KNOTS, ITS FLOWS AND ITS NEW FORMS OF PRODUCTION AND REPRODUCTION IN SPACE

Abstract: Originating from the palm *Euterpe oleracea*, the açaí is an endemic fruit of the Amazon rainforest, the consumption of which has grown strongly in Brazil since the 1990s and is emerging in other regions of the world. Consumed mainly in the form of pulp and erected as a "superfruit" by marketing players for its antioxidant and nutritional potential, the açaí berry goes through a dynamic process encompassing both its spatial production and international distribution circuit as well as its composition derivative products. In this conjuncture, our research revealed that the açaí is at an advanced stage worldwide distribution, with a commercial space exceeding 70 countries, distributed on all the continents. Chronologically (1999-2016), this article seeks to understand what are the main destinations of açaí pulp and its derivatives outside Brazil. To achieve this objective we will analyze the acai on a global scale, that is to say: the international geographic network, its nodes, its flows (intensities and directions) and its new forms of production and reproduction in the space.

Keywords: brazilian açaí, international geographic network, export flow.

FRANCISCO CORTEZZI

Doutorado em Geografia - Aménagement, Urbanisme et Dynamique des Espaces pela Université Paris IV-Sorbonne, França. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5517-265>.

E-mail: fmcortezzi@gmail.com

Endereço Postal: 14, Place de l'Hôtel de Ville – 92600 – Asnières-sur-Seine / France.
