

OCEANIA

THE PEARL OF THE PACIFIC



spring 1 | 44



04 AROUND THE WORLD / AUTOUR DU MONDE



06 GROUP LIFE / LA VIE DU GROUPE
Oceania the pearl of the Pacific / Océanie : La Perle du Pacifique



10 ENVIRONMENT / ENVIRONNEMENT
Green Innovation: CMA CGM's new eco-calculator / Mesurez votre empreinte carbone avec CMA CGM



12 FACE-TO-FACE / FACE-À-FACE
Fresh ideas: French banana growers join forces / Banane des Antilles : l'union fait la force !



16 FOCUS / DOSSIER
Latin tigers - South America's booming West Coast / L'autre Amérique du Sud



20 TOURISM / TOURISME
Five-star expedition L'Austral sets sail / Expédition 5 étoiles Première croisière pour L'Austral



22 PEOPLE AND EVENTS / CARNET DE BORD

EDITORIAL
RODOLPHE SAADÉ
CMA CGM Executive Officer
Directeur Général Délégué CMA CGM



After consolidating the balance sheet by opening up our capital to investors, we have now completed the final step in the restructuring process: a successful issue of US \$945 million in bonds to European and international investors. Taken together, this gives us the robust financial position we need for continued growth.

The bond issue was launched in a challenging economic climate, with markets reacting strongly to international geopolitics and the resulting rise in oil prices.

CMA CGM's priority, and our main challenge in 2011, is to stay competitive, while continuing to deliver quality service to our customers as well as meeting their needs.

We are more committed than ever. We have modified and enhanced existing services and launched new ones to meet expectations, and we are offering genuine added value to our customers through our new eco-calculator, our Green Ship project and our e-commerce tools.

We have expanded our fleet with nine new large, modern, environmentally responsible container ships ranging from 8,500 to 11,400 TEU. The CMA CGM TITAN, representative of these new ocean-going giants, was christened on May 24 in a ceremony at Dunkirk.

In keeping with our unshakable commitment to innovation and progress, we will continue to adapt to the uncertainties of a changing world and meet the challenges that lie ahead. Our goal remains the same: to create more added value for our customers by being attentive to their needs and expectations, thereby enabling us to provide the best possible solutions and continuously improve the services we offer.

“ We are more committed than ever and we continue to give the very best we have to offer.

Nous restons mobilisés et donnons le meilleur de nous-mêmes. ”

/ Après avoir consolidé nos fonds propres par l'ouverture de notre capital, nous venons de franchir la dernière étape de notre restructuration en lançant avec succès un emprunt obligataire auprès d'investisseurs européens et internationaux pour un montant de 945 millions USD. Le Groupe dispose ainsi d'une structure financière renforcée sur laquelle il s'appuie pour poursuivre son expansion.

Cette émission intervient dans un contexte mondial difficile où les conditions de marchés subissent lourdement la situation géopolitique internationale et la hausse consécutive des prix du baril de pétrole.

Rester compétitif, assurer en permanence un service de qualité à nos clients en étant réactif à leurs demandes, constitue la priorité du Groupe CMA CGM et son défi majeur en 2011.

Plus que jamais nous sommes mobilisés. Nous avons renforcé, réajusté et lancé de nouveaux services afin de répondre à toutes les attentes.

La mise à disposition d'un éco-calculateur, le développement du projet « Green Ship », le déploiement du e-commerce, représentent une vraie valeur ajoutée pour nos clients.

Neuf navires supplémentaires de 8 500 à 11 400 evp sont venus compléter notre flotte, des porte-conteneurs de grande taille, modernes et eco-performants. L'un d'eux, symbole de ces nouveaux géants des mers, le CMA CGM TITAN a été baptisé officiellement à Dunkerque le 24 mai dernier

Grâce à notre forte volonté d'innover et d'aller de l'avant, nous continuerons de nous adapter pour faire face à l'incertitude d'un monde changeant et relever les défis qui nous attendent. Avec toujours la même ambition : créer plus de valeur ajoutée pour nos clients, en restant constamment à leur écoute, afin de leur apporter les meilleures solutions et améliorer la qualité des services que nous leur proposons...

AROUND THE WORLD
AUTOUR
DU MONDENEW GREEN SOLUTIONS
FOR CMA CGM VESSELS

Since 2007, CMA CGM has expanded the Green Ship project, designed to improve solid waste management aboard Group vessels. Outpacing current regulatory requirements, CMA CGM has adopted a proactive "zero waste at sea" policy, and over the last three years, more than 48 vessels – 40% of the company-owned fleet – have implemented it. Over the long term, the Group plans to reduce the volume and toxicity of waste at the source, to add targeted solutions for unloading and treating hazardous waste, and ultimately to expand the project to all company-owned vessels.

De nouvelles solutions écologiques
pour les navires du Groupe

Depuis 2007, CMA CGM développe le projet « Green Ship » visant à améliorer la gestion des déchets solides de ses navires. Devançant les réglementations actuellement en vigueur, le Groupe a choisi de mettre en place une politique « zéro déchet en mer ». Au cours des 3 dernières années, plus de 48 navires en propriété ont intégré ce programme, soit 40% de la flotte détenue en propriété. A terme, le Groupe envisage de réduire la source des déchets (tant en volume qu'en toxicité), d'apporter des solutions spécifiques pour le débarquement et le traitement des déchets dangereux et enfin d'étendre le projet à l'ensemble de sa flotte en propriété.

AEO CERTIFICATION FOR CMA CGM
UK AND CMA CGM DENMARK

In early 2011, European customs authorities granted Authorized Economic Operator (AEO) status to CMA CGM agencies in the UK and Denmark. The certification, which sets standards for safe cargo shipping and operational quality, assures the Group's customers that their goods will be delivered safely and reliably. Certified companies are also entitled to simplified procedures for customs declarations within Europe and can have consignments fast-tracked through customs – a major advantage. CMA CGM UK and CMA CGM Denmark have now joined 14 other AEO-certified CMA CGM Group regional offices.

Des certifications OEA pour CMA
CGM UK et CMA CGM Denmark

En début d'année, les agences CMA CGM UK et CMA CGM Denmark se sont vu attribuer le statut d'Opérateur Économique Agréé (OEA) délivré par les Douanes Européennes. Cette certification, qui prend en compte à la fois la sûreté dans le transport des marchandises et la qualité opérationnelle des entreprises, garantit à la clientèle du Groupe un acheminement fiable et sécurisé de ses cargaisons. Autre atout majeur, les entreprises certifiées bénéficient de procédures simplifiées pour leurs déclarations douanières intra-européennes et d'un traitement prioritaire de leurs marchandises. CMA CGM UK et CMA CGM Denmark rejoignent ainsi les 14 autres bureaux régionaux du Groupe déjà certifiés OEA.



CMA CGM FLEET EXPANDS IN 2011

The Group has welcomed no fewer than nine new container ships in the first half of 2011, adding to a fleet that is already among the youngest on the market. In April, the Group took delivery of three 8,500-TEU vessels: the CMA CGM DALILA, TITUS and ALMAVIVA. All three will join the MEX service, the Group's leading Asia-Mediterranean line. Between March and May, CMA CGM also took delivery of six 11,400-TEU vessels – the CMA CGM COLOMBA, CENTAURUS, TITAN, CASSIOPEIA, GEMINI and LYRA. All will be deployed on the storied FAL 3 Asia-Europe line to keep pace with 2011 market growth, projected to exceed 7%* in the Asia-to-Europe direction.

La flotte CMA CGM s'agrandit en 2011

Au total, le Groupe devrait accueillir pas moins de 9 nouveaux porte-conteneurs en 2011, au sein d'une flotte qui est déjà une des plus jeunes du marché. En avril, ce sont les CMA CGM DALILA, TITUS, et ALMAVIVA, d'une capacité de 8 500 EVP, qui ont été livrés au Groupe. Ils rejoignent tous la ligne MEX reliant l'Asie à la Méditerranée. Par ailleurs, de mars à mai derniers, CMA CGM a reçu les CMA CGM COLOMBA, CENTAURUS, TITAN, CASSIOPEA, GEMINI et LYRA, d'une capacité de 11 400 EVP. Ils seront tous déployés sur la ligne FAL 3 reliant l'Asie et l'Europe, afin d'accompagner la croissance de ce marché qui devrait atteindre en 2011, dans le sens Asie-Europe, plus de 7%*.

*Drewry estimates, March 2011.

CMA CGM LAUNCHES NEW SERVICE
BETWEEN ASIA AND SOUTH AFRICA

To keep pace with the growing South African market, on May 8 CMA CGM launched a new weekly service linking Asia to South Africa. The new Shaka Express will deploy six vessels with capacities ranging from 4,500 to 6,500 TEU. In addition to offering new reefer capacity for South African exports to Asia, the service includes a call in Hong Kong, enabling customers to benefit from CMA CGM's global service network. The Group now gives South African customers access to destinations all over the globe, with four services to and from South Africa, including weekly calls at Durban, Cape Town and Port Elizabeth.

CMA CGM lance un nouveau service
entre l'Asie et l'Afrique du Sud

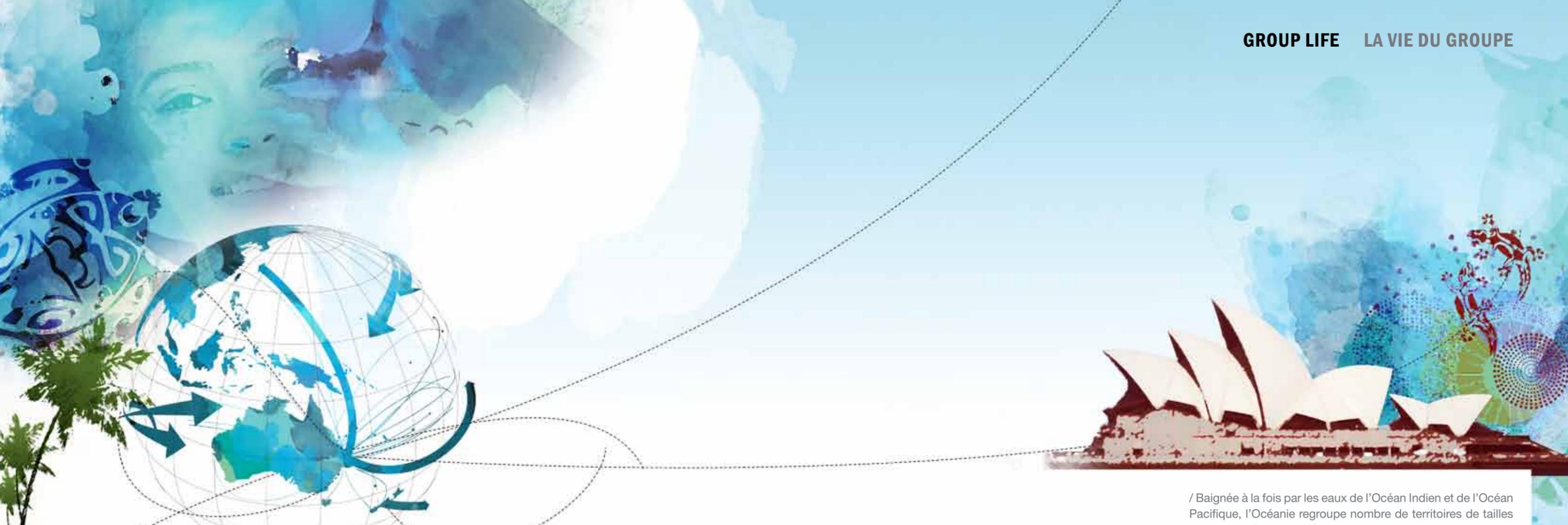
Afin d'accompagner la croissance du marché sud-africain, le Groupe CMA CGM a lancé le 8 mai dernier un nouveau service hebdomadaire reliant l'Asie à l'Afrique du Sud. Baptisé Shaka Express, il déploiera 6 navires de 4 500 à 6 500 EVP. Offrant de nouvelles capacités reefer pour les exportations sud-africaines vers l'Asie, il permettra également à la clientèle du Groupe de bénéficier du réseau global de services de CMA CGM grâce à l'escale à Hong Kong. Aujourd'hui, le Groupe CMA CGM propose, depuis et vers l'Afrique du Sud, 4 services escalant chaque semaine à Durban, Cape Town et Port Elizabeth.

CMA CGM TITAN CHRISTENED
AT DUNKIRK

On May 24 the CMA CGM TITAN, the fleet's newest vessel from Hyundai Heavy Industries, was christened in Dunkirk during her inaugural call at the northern French port. The ceremony was held in the NFTI terminal in the presence of Laurence Parisot, the TITAN's godmother and President of MEDEF, the French employers' association. Delivered in mid-April by the South Korean shipyard, the 11,400-TEU vessel measures 363 meters long by 46 meters wide. Sailing under the Maltese flag, she has joined ten other CMA CGM vessels on the FAL 3 service, one of the Group's storied Asia-Europe lines.

Le CMA CGM TITAN
célébré à Dunkerque

Le 24 mai dernier a été baptisé à Dunkerque le CMA CGM TITAN, dernier-né de la flotte du Groupe. C'est à l'occasion de l'escale inaugurale du navire dans le port nordiste que la cérémonie s'est déroulée au terminal NFTI en présence de la marraine du navire, Laurence Parisot, Présidente du MEDEF. Livré mi-avril par les chantiers sud-coréens, ce navire d'une capacité de 11 400 EVP mesure 363 mètres de long pour 46 mètres de large. Battant pavillon maltais, il a rejoint les 10 autres navires du Groupe déployés sur le service FAL 3, l'une des lignes historiques du Groupe reliant l'Asie à l'Europe.



OCEANIA

THE PEARL OF THE PACIFIC

With raw materials going out and consumer goods coming in, Oceania is a brisk market for shipping. CMA CGM has met the challenges of this remote market, leveraging a long history in the region to build a strong presence and a dense network of complementary services.

/ A la fois pourvoyeur de matières premières et importateur de biens de consommation, l'Océanie constitue un marché très actif où le Groupe CMA CGM, historiquement établi dans la zone, a su relever les défis que posent l'éloignement géographique de ce continent pour y développer une présence forte et un maillage de services complémentaires.

Anchored by Australia and lying between the Indian Ocean and the Pacific, Oceania is a diverse collection of territories that vary widely in size and characteristics. While the Island Continent is the primary driver, the region also includes New Zealand, New Caledonia, Polynesia, Fiji, Micronesia, Papua New Guinea, the Solomon Islands, Samoa, Tonga and Vanuatu. For these exotic, far-flung lands, shipping is vital.

Exotic – and strategic. Oceania is an enormous economic region with abundant natural resources, from mining and fishing to oil and gas. Australia, which holds 45% of global uranium reserves and leads the world in coal exports, is a major source of trade. In addition to uranium and coal, it exports large quantities of fruits, vegetables, grains and wine, and imports manufactured goods, from cosmetics and pharmaceuticals to industrial machinery and chemicals.

And as New Zealand's primary partner, Australia shares its prosperity, accounting for nearly a quarter of its smaller neighbor's trade. Known for its environmental conservation, New Zealand primarily produces meats, dairy products, fruits and vegetables, wine, wood and other agricultural raw materials, which account for some 60% of its container exports. Imports include industrial equipment and refined products. Its brisk maritime trade flows primarily through six international ports – Auckland, Tauranga, Napier, Lyttelton, Wellington and Port Chalmers.

/ Baignée à la fois par les eaux de l'Océan Indien et de l'Océan Pacifique, l'Océanie regroupe nombre de territoires de tailles et de caractéristiques très diverses, avec l'Australie pour point d'ancrage. L'île-continent fait office de locomotive d'une zone où l'on retrouve la Nouvelle-Zélande, la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie, les Fidji, la Micronésie, la Papouasie-Nouvelle-Guinée, les Iles Salomon, Samoa, Tonga ou Vanuatu. Autant de terres aux noms exotiques pour lesquelles les liaisons maritimes demeurent primordiales.

Stratégique, l'Océanie ? Oui. Il s'agit d'abord d'une immense zone économique riche en ressources minières, gaz, pétrole, sans oublier la pêche. Et, surtout, l'Australie importe et exporte beaucoup, à commencer par l'uranium dont elle détient 45% des réserves de la planète, et par le charbon dont elle est le premier exportateur mondial. Fruits, légumes, céréales, vin sont également exportés en très grandes quantités. Côté importations, on trouvera des produits manufacturés, depuis les cosmétiques jusqu'aux machines industrielles, en passant par le secteur des médicaments et de la chimie.

A l'ombre de l'Australie, la Nouvelle-Zélande bénéficie des bons résultats de sa grande voisine et principale partenaire, qui représente à elle seule près d'un quart de ses échanges commerciaux. Réputée pour sa politique de préservation environnementale, la Nouvelle-Zélande produit principalement des matières premières agricoles qui représentent environ 60% de ses exportations conteneurisées (viande, produits laitiers, fruits, légumes, vins, bois...). Au chapitre des importations figurent des équipements industriels et des produits raffinés. Pour ses échanges maritimes, le pays peut compter sur six ports internationaux principaux : Auckland, Tauranga, Napier, Wellington, Lyttelton et Port Chalmers.

CMA CGM: a strong presence

“We see a lot of promise in the region’s economic power and in the appeal of Australia, where people work hard but know how to enjoy life too,” says Bruno Gutton, General Manager Commercial East West Trades for ANL (Australian National Line). Founded in 1956, ANL became a CMA CGM subsidiary in 1998 and is Australia’s leading shipping company. “With nearly 150 employees working in six offices in Melbourne, Sydney, Brisbane, Adelaide, Fremantle and Hobart, we have a solid footing in both Australia and New Zealand. And because we have a triple presence – CMA CGM, ANL and US Lines – we have a network of highly complementary direct lines. ANL covers Oceania/Asia; CMA CGM and ANL cover Oceania/Europe; USL and CMA CGM cover Oceania/US East Coast; and USL covers Oceania/US West Coast,” he adds.

With its deep Australian roots, 50-year history and 450-strong workforce, ANL has carved out a strong position as a regional specialist with a global strategy. Though it complements CMA CGM and US Lines, ANL is an independent operator, with 14 vessels, six offices in Australia and five additional agencies in the US, Hong Kong, Singapore, the UK and New Zealand. And with new headquarters in Melbourne, ANL is pursuing its growth strategy by regularly adding new lines to its offering.

The geographical isolation of Australia and New Zealand makes it challenging to serve European and US markets, so it is no surprise that nearby Asia is their trading partner of choice. The steady stream of 1,000- to 5,000-TEU vessels sometimes causes congestion in near-saturated Australian port terminals, particularly Fremantle and Sydney, but authorities plan to expand existing infrastructure and allow competition from new operators.

Island leader

If Australia and New Zealand seem isolated, French Polynesia strikes the European observer as even more remote. Positioned in the middle of the South Pacific, Tahiti lies 4,500 km east of New Zealand, well out of the main seaways linking Oceania to other continents. Its isolation presents a challenge for maritime trade, but Tahitian demand is strong: years of subsidies linked to Mururoa’s nuclear testing program have spawned a western lifestyle, with large volumes of consumer products arriving by sea. Shipping is also essential to Tahiti’s exports, which include mother of pearl for Southeast Asia; frozen tuna shipped to Spain in 40-foot reefers; and noni, an exotic local fruit that is pureed and sent by reefer to the United States.

/ Une présence forte pour le Groupe

« La puissance économique de la zone et l’attrait qu’offre l’Australie, un pays où l’on sait à la fois beaucoup travailler et bien vivre, nous semblent très prometteurs, » assure Bruno Gutton, Directeur Commercial des lignes Est-Ouest au sein d’ANL (Australian National Line), la principale compagnie maritime australienne fondée en 1956 et filiale du Groupe CMA CGM depuis 1998. « Avec six bureaux à Melbourne, Sydney, Brisbane, Adélaïde, Fremantle et Hobart, animés par près de 150 collaborateurs, nous sommes bien implantés en Australie, tout comme en Nouvelle-Zélande, et notre triple présence au travers de CMA CGM, ANL et US Lines nous permet de disposer d’un réseau de lignes directes très complémentaires : Océanie/Asie pour ANL, Océanie/Europe pour CMA CGM et ANL, Océanie/USA Côte Est pour USL et CMA CGM, Océanie/USA Côte Ouest pour USL », poursuit-il.

ANL, fort de ses origines australiennes, de son demi-siècle d’existence et de ses 450 collaborateurs, s’affirme sur la zone Océanie-Pacifique comme un spécialiste régional tout en affichant sa stratégie d’opérateur global. Complémentaire de CMA CGM et de US Lines mais autonome avec ses 14 navires, ses six bureaux en Australie et ses cinq agences dans le monde (Etats-Unis, Hong Kong, Singapour, Grande-Bretagne et Nouvelle-Zélande), ANL qui a inauguré son nouveau siège à Melbourne, poursuit sa politique de développement en proposant régulièrement de nouvelles lignes.

L’éloignement géographique de l’Australie et de la Nouvelle-Zélande ne facilite pas la desserte des marchés européens et américains et, sans surprise, c’est l’Asie voisine qui occupe la place de choix en termes de volumes d’échanges. La rotation permanente de navires de 1 000 à 5 000 EVP ne va pas sans entraîner des phénomènes de congestion dans des terminaux portuaires australiens frôlant la saturation, notamment à Fremantle et Sydney. Il existe heureusement des projets de développement dans ce domaine et d’ouverture à la concurrence vers de nouveaux opérateurs.

/ Leader sur les îles

Si, vues de l’Europe, l’Australie et la Nouvelle-Zélande semblent loin, que dire de la Polynésie française ? En plein Pacifique Sud, Tahiti figure à 4 500 km à l’Est de la Nouvelle-Zélande et, pour cette raison, à l’écart des grandes routes maritimes reliant l’Océanie aux autres continents. Un isolement qui rend difficiles les échanges commerciaux par voie maritime. Les besoins sont pourtant importants pour une communauté qui, pour avoir longtemps fondé son économie sur les subsides liés aux activités du centre d’essai atomique de Mururoa, vit à l’occidentale. Un grand volume de produits de consommation est donc apporté par bateau. Un mode de transport également utilisé pour l’export : parmi les productions locales figure la purée de noni, un fruit exotique local voyageant par reefers vers les Etats-Unis, la nacre expédiée dans le Sud-Est asiatique et le thon congelé envoyé en reefers de 40 pieds vers l’Espagne.

Oceania has a special place in the Group’s history. It was one of the first markets for CMA CGM’s forerunners. When Messageries Maritimes made its maiden voyage in 1881, the line ran from Marseille to Australia via Suez, the Seychelles, Reunion Island and Mauritius. It was extended to Noumea and Tahiti in 1882 or 1883, and the Group has been there continuously ever since.

After the French government named 2011 the Year of Overseas Territories, CMA CGM announced last February that it was launching a new line of business: shipping copra oil from Tahiti to Europe. The Group acquired one hundred 20-foot, 24,000-liter tanktainers, but so far, 30% of the exports handled by CMA CGM still consist of goods shipped by French expatriates who are moving out of Polynesia!

In addition to Tahiti’s geographic isolation, its shallow ports are a challenge for shipping, since they cannot accommodate vessels larger than 2,700 TEU. “We’re fighting for a proposed new port with 18 meters of draft, but it won’t happen before 2020,” says Stéphane Mercadal, General Manager CMA CGM Papeete with regret. Preferring to take the positive view, however, he adds that a newly launched North Asia/New Zealand service features a connection to Polynesia.

Many other Pacific islands generate maritime traffic as well. New Caledonia, with 30% of the world’s nickel reserves as its main resource, exports the metal to Europe and Northern Asia, and imports consumer goods. Meanwhile, Samoa produces 50% of the canned tuna consumed in the United States, and Fiji drenches the US East and West Coasts with mineral water. “With our service network and an offering that includes two services to Europe and a direct service linking Asia to the South Pacific, we are the leader for traffic from Europe to Tahiti and New Caledonia and from the Fiji Islands to the US,” says Stéphane Mercadal.

Over the years, CMA CGM’s leadership in the South Pacific islands and strong presence in Australia and New Zealand have established the Group as one of Oceania’s top operators – a position that CMA CGM fully intends to strengthen in a region eager to expand its trade with the rest of the world.

L’Océanie occupe une place à part dans l’histoire du Groupe. Cette destination a figuré parmi les premiers marchés des ancêtres de CMA CGM. Le premier voyage des Messageries Maritimes s’est effectué en 1881, la ligne suivant le parcours Marseille/Australie via Suez, Les Seychelles, La Réunion et l’île Maurice. L’extension vers Nouméa et Tahiti aurait été mise en place en 1882 ou 1883. Et la présence du Groupe a été permanente depuis cette période.

Alors que la France a fait de 2011 l’année des outre-mer, CMA CGM a annoncé en février dernier son engagement dans une nouvelle activité : le transport d’huile de coprah entre Tahiti et l’Europe. Le Groupe s’est doté de 100 conteneurs-citernes 20 pieds d’une contenance de 24 000 litres. Mais à ce jour, pour CMA CGM, 30% des exportations restent constitués par les déménagements des Français métropolitains quittant la Polynésie !

Outre son isolement géographique, Tahiti souffre de la situation de ses installations portuaires. La faiblesse de la profondeur d’eau limite en effet la taille des navires qui ne peuvent excéder 2 700 EVP. « Nous nous battons pour faire avancer un projet de nouveau port présentant un tirant d’eau de 18 m mais cela ne se fera pas avant 2020 », regrette Stéphane Mercadal, Directeur Général de CMA CGM Papeete, qui préfère positiver en évoquant la mise en place d’un nouveau service Nord Asie/ Nouvelle-Zélande avec connexion vers la Polynésie.

Autre île du Pacifique générant du trafic maritime, la Nouvelle-Calédonie exporte son nickel, sa principale ressource (30 % des réserves mondiales), vers l’Europe et le Nord de l’Asie, important elle aussi des biens de consommation. Si les Samoa produisent 50% du thon en boîte consommé aux Etats-Unis, les Fidji, avec Fidji Water, “inondent” de leur eau minérale les Côtes Est et Ouest de l’Amérique. « Avec notre maillage de services et une offre comportant deux services vers l’Europe et un service direct reliant l’Asie au Pacifique Sud, le Groupe occupe une place de leader sur les îles (Tahiti, Nouvelle-Calédonie) en sortie d’Europe et sur les Fidji vers les Etats-Unis », explique Stéphane Mercadal.

Leadership dans les îles du Pacifique Sud, forte présence en Australie et en Nouvelle Zélande, le Groupe CMA CGM s’est établi au fil des ans comme un opérateur de premier plan en Océanie. Une position que CMA CGM entend bien renforcer à l’avenir sur ce continent avide de développer ses échanges avec le reste du monde...



Think ecologic

Green INNOVATION CMA CGM'S NEW ECO-CALCULATOR

An innovative software tool allows CMA CGM customers to measure the carbon footprint of their shipping operations.

/ Le Groupe CMA CGM vient de mettre en place un outil informatique innovant offrant la possibilité à ses partenaires de mesurer eux-mêmes l'empreinte carbone du transport de leurs marchandises.

All over the world, assessing the environmental impact of logistics is increasingly critical for businesses that import or export goods. Whether they are complying with their own environmental policy, building an environmentally responsible logistics chain, or getting a head start on new regulatory and financial requirements, quantifying CO₂ emissions is becoming a vital part of decision-making for these businesses.

/ Pour de nombreuses entreprises devant exporter ou importer des marchandises dans le monde entier, mesurer l'impact environnemental de leurs flux logistiques représente un enjeu de plus en plus important. Qu'il s'agisse pour elles d'agir dans le respect de leur politique environnementale, de développer une chaîne logistique écologiquement responsable, ou d'anticiper les contraintes réglementaires et financières qui entrent aujourd'hui en vigueur, la connaissance de leurs émissions de CO₂ devient une donnée essentielle aux prises de décision.

For the past three years, CMA CGM's Safety, Security & Environment Department has calculated carbon loads for the Group's customers on request, but the eco-calculator – a new on-line software tool designed and developed entirely by CMA CGM – is directly available to any customer at any time. "With the eco-calculator, we've become one of the first operators to launch a new tool designed to measure environmental impact," says Julien Topenot, Environment Manager. "It's very easy for customers to determine their carbon footprint: all they have to do is connect to our e-business website and choose their ports of departure and arrival, and they get immediate results. The tool is really essential now that most of the Group's customers use CO₂ efficiency as a criterion for selecting and differentiating among shippers. What's more, the service gives CMA CGM a head start on French regulations that will require publication of CO₂ emissions in the next few years."

The eco-calculator is based on the Clean Cargo Working Group methodology for calculating CO₂ emissions – the benchmark for the container shipping industry. Facilitated by the NGO Business for Social Responsibility (BSR), the CCWG is dedicated to making the shipping industry more environmentally friendly. CMA CGM joined the group in 2005 and is now one of 28 major shippers, forwarders and carriers that make up its membership.

"Apart from its user-friendliness, the biggest advantage of the eco-calculator is the high quality of the information it provides. CMA CGM's tool is the first of its kind to be verified by Bureau Veritas. That's a testament to its reliability and proof of the Group's commitment to transparent calculations and data," adds Julien Topenot.

Another critical benefit of the tool is that the data provided – covering CMA CGM's entire fleet – are based on actual vessel consumption and are regularly updated, so they correspond very closely to real conditions.

Launched on the Group's website in mid-April, the eco-calculator will soon be further developed as CMA CGM plans to add a number of features. The Safety, Security & Environment Department is already working on a new version that will include intermodal transport, so customers can calculate their carbon footprint from door to door.

Jusqu'à présent et depuis trois ans, CMA CGM avait déjà mis en place un service assuré par le département Sécurité, Sûreté et Environnement du Groupe, permettant de fournir, sur demande, un bilan carbone à ses clients. Désormais, c'est une solution informatique, entièrement conçue et développée en interne, qui sera en permanence à leur disposition, directement en ligne. « Nous figurons parmi les premiers opérateurs à lancer un nouvel outil de mesure d'impact environnemental, l'éco-calculateur », explique Julien Topenot, Manager Groupe Sécurité, Sûreté, Environnement au sein de CMA CGM. « Pour permettre au client de connaître son empreinte carbone, c'est très simple : il lui suffit de se connecter sur notre site e-business, d'indiquer le port de départ, celui d'arrivée et il obtient aussitôt le résultat. Une nécessité alors que les performances CO₂ d'une ligne maritime font désormais partie des critères de sélection et de différenciation pour la majorité des clients du Groupe. De plus, ce service permet à CMA CGM d'anticiper les futures réglementations françaises sur l'affichage obligatoire des émissions de CO₂ qui entreront en vigueur dans les années à venir ».

Le fonctionnement de l'éco-calculateur repose sur la méthodologie de calcul des émissions de CO₂ du Clean Cargo Working Group, dont CMA CGM est membre depuis 2005 et qui représente le standard de référence pour le transport maritime par conteneurs. Groupe de travail sous l'égide de l'ONG BSR (Business for Social Responsibility), le CCWG regroupe 28 des plus grands chargeurs, transitaires et opérateurs maritimes ayant pour objectif l'amélioration des performances environnementales du transport maritime.

« Au-delà de sa simplicité d'utilisation, l'intérêt majeur de cet éco-calculateur réside dans la qualité des informations fournies. En effet, l'outil développé par CMA CGM est le premier de ce genre à avoir été vérifié par le Bureau Veritas, gage de fiabilité et preuve de la volonté de transparence du Groupe en ce qui concerne le calcul des données », précise Julien Topenot.

Autre atout essentiel, les informations fournies, qui concernent l'ensemble de la flotte opérée par CMA CGM, sont calculées sur la base des consommations réelles des navires et actualisées régulièrement, correspondant ainsi très précisément à la réalité.

L'éco-calculateur, qui a été lancé mi-avril sur le site du Groupe, connaîtra d'autres développements puisque le Groupe prévoit la mise en place de nombreuses fonctionnalités et travaille déjà sur une nouvelle version qui inclura le transport intermodal. Ainsi, ce sera bientôt de porte-à-porte qu'un client pourra connaître son empreinte carbone...



FRESH IDEAS:

French Banana growers join forces

Many of the bananas found on European tables are grown in Guadeloupe and Martinique. Since its founding in 2003, UGPBAN – a union of the islands' banana-growing groups – has been working to expand this important market.

/ Fruit incontournable sur nos tables, la banane provient en grande partie de la Guadeloupe et de la Martinique. Depuis 2003, l'UGPBAN, Union des Groupements de Producteurs de Banane de Guadeloupe et de Martinique, veille au développement de cette importante filière économique.

With their unique shape, flavor and nutritional profile, bananas are everywhere: there's hardly anyone on the planet who hasn't eaten one. Worldwide, the banana market totals nearly 14 million metric tons annually, with Europe consuming 5 million metric tons of the yellow fruit and France nearly 550,000. Where do they all come from? From Ecuador, the world's leading producer. From Colombia, Costa Rica, the Dominican Republic, Cameroon, Ivory Coast. And from the French West Indies.

For these "French" bananas, the year 2003 marked a turning point: the founding of UGPBAN, the union of banana-producing groups that now sells 100% of the French West Indian banana crop to the European market.

Until then production growth was limited, hampered by the lack of a common trade policy. "UGPBAN grew out of the need for a mechanism that could unite producers around a shared vision, a set of quality specifications and environmentally friendly farming practices," says Philippe Ruelle, UGPBAN's Chief Executive Officer. "Our goals have always been to sell bananas from Guadeloupe and Martinique on the European market under a single brand, to promote our product with French and European authorities, and to implement growth strategies upstream and down."

Today UGPBAN distributes bananas from Guadeloupe and Martinique only, but its subsidiary, Fruits du Monde, sells bananas from other countries. The union also spearheaded the 2008 acquisition of a network of ripening rooms owned by Fruidor, the French market leader. And UGPBAN's successes spell success for its 700 producers and for its 6,000 direct and 14,000 indirect employees on the islands and on the French mainland.

/ Fruit unique par sa forme, son goût et sa valeur nutritive, qui peut dire, à travers toute la planète, qu'il n'a jamais consommé de banane ? Dans un marché mondial avoisinant les 14 millions de tonnes par an, l'Europe en consomme 5 millions de tonnes et la France près de 550 000 tonnes. D'où provient-elle ? D'Equateur, premier producteur mondial, de Colombie, du Costa Rica, de République Dominicaine, du Cameroun, de Côte d'Ivoire et, bien entendu, des Antilles françaises.

Pour cette banane « made in France », il existe une date charnière : 2003, date de création de l'UGPBAN (Union des Groupements de Producteurs de Bananes) qui commercialise désormais 100 % de la banane antillaise sur le marché européen.

Jusqu'à cette année-là, l'absence de politique commerciale commune entravait le développement de la production. « L'UGPBAN est née de la nécessité de disposer d'un outil pour fédérer les producteurs autour d'une démarche commune, d'un cahier des charges qualité et de procédés culturels respectueux de l'environnement, » explique Philippe Ruelle, Directeur Général de l'UGPBAN. « Notre volonté a toujours été de mettre la banane de Guadeloupe et Martinique sur le marché européen sous une seule marque, d'en assurer la promotion auprès des pouvoirs publics français et européens, et de mettre en œuvre les stratégies de développement amont et aval de la filière ».

Aujourd'hui, l'UGPBAN ne distribue que la banane de Guadeloupe et Martinique, mais sa filiale Fruits du Monde commercialise des bananes d'autres origines. Par ailleurs, l'organisme a piloté en 2008 le rachat du réseau de murisseries Fruidor, numéro 1 français. Sa réussite est également celle de ses 700 producteurs, de ses 6 000 salariés directs et de ses 14 000 salariés indirects aux Antilles et en métropole.



World's tallest grass

Long or short; tiny or enormous; straight or curved; green, yellow, pink or striped; raw or cooked, bananas are enormously diverse and offer a wide range of delicious flavors. Worldwide, some 1,000 varieties of banana tree grow in hot, humid regions.

Technically, though, a banana "tree" is really a giant grass that can grow as high as 15 meters. Its leaves curl around one another, forming a pseudo-trunk that looks like a tree but contains no wood.

The fruit is delicate, demanding care from growers, harvesters and carriers. Shipped green in refrigerated containers, bananas are stored in ripening rooms that are often located near large consumption centers.

With 240,000 metric tons of bananas exported from the French West Indies and 74,000 from other sources – totaling 204,000 metric tons for the French mainland and 110,000 for export – UGPBAN held a 37-38% share of the French market in 2010.

But the trade group faces many current and future challenges. First, how can growers encourage consumers to choose French West Indian bananas? *"Banana displays are extremely generic, and distributors don't highlight the fruit's source,"* says UGPBAN's Philippe Ruelle with regret. He believes that bananas from Guadeloupe and Martinique – the world's only "sustainable" bananas – should differentiate themselves and make it easy for consumers to identify them.

Ruelle goes on to stress the advantages of UGPBAN bananas: *"Hidden behind the fruit stand are several advantages that consumers are unaware of. For example, we've cut pesticides by 76% since 1996: per hectare, we use only 10-20% of the active ingredients used by other banana-growing countries. We also have the world's toughest environmental, health and labor regulations. Our employees are paid and trained on a par with employees on the French mainland. And we play a vital role in the economy and in land-use planning."*

Other challenges include finding ways to continue getting bananas from other sources by establishing a presence in producing countries. *"We want to be selling 450,000-500,000 metric tons of bananas in Europe within the next three years. And to continue expanding our network of ripening rooms in France and elsewhere."*

For Philippe Ruelle, there is no doubt: UGPBAN fruit is the top banana.

/ La plus grande « herbe » du monde !

Longues, courtes, minuscules, énormes, droites, courbes, vertes, jaunes, roses, tigrées, de saveurs variées, pouvant être consommées crues ou cuites, les bananes présentent une grande diversité. Il existe ainsi dans le monde environ 1 000 variétés de bananiers poussant dans les régions chaudes et humides.

Et vient le moment de préciser les choses : le bananier n'est pas un arbre, mais une herbe géante pouvant atteindre 15 m de hauteur ! En s'enroulant les unes autour des autres, les feuilles donnent naissance à un «pseudo tronc» ressemblant à un tronc d'arbre, mais dépourvu de bois.

Fruit délicat, la banane réclame des égards lors de sa culture, de sa récolte et de son transport. Convoyée verte en conteneur réfrigéré, elle est stockée dans une mûrisserie souvent située à proximité d'une zone de grande consommation.

Avec 240 000 tonnes exportées depuis les Antilles et 74 000 depuis d'autres provenances (204 000 tonnes vers la France métropolitaine et 110 000 tonnes à l'export), l'UGPBAN a occupé en 2010 une part de marché en France de 37 à 38%. Ses challenges actuels et futurs sont de plusieurs ordres. Tout d'abord, tenter d'inciter les consommateurs à privilégier la banane de Guadeloupe et Martinique. *« Les rayons « banane » sont extrêmement banalisés et les distributeurs ne mettent pas en avant l'origine »,* regrette Philippe Ruelle. Selon lui, la banane de Guadeloupe et Martinique, seule banane "durable" au monde, doit afficher sa différence et être facilement identifiée par le consommateur.

Le Directeur Général de l'UGPBAN ne manque pas de souligner les atouts de la banane de Guadeloupe et de Martinique : *« Derrière la commercialisation de ce fruit se cachent plusieurs avantages méconnus des consommateurs tels qu'une diminution de 76% des pesticides utilisés depuis 1996, cinq à dix fois moins de matière active à l'hectare que dans les autres pays producteurs, la réglementation la plus stricte du monde en matière environnementale, sanitaire et sociale, des salariés rémunérés et formés comme des salariés de France continentale et enfin un rôle économique et d'aménagement du territoire indispensable... ».*

Parmi ses autres challenges figure la volonté de continuer l'approvisionnement de bananes d'autres origines par des implantations dans les pays producteurs : *« Notre objectif est de commercialiser de 450 à 500 000 tonnes de bananes en Europe d'ici à trois ans. Et aussi de continuer le développement du réseau de mûrisseries en France et à l'étranger ».* Pour lui, pas de doute, la banane de Guadeloupe et Martinique a tout pour occuper le haut du panier...



Interview

Questions for Philippe Ruelle, Managing Director of UGPBAN

What criteria do you use in choosing a shipper?

Reliability, regularity and price! And of those three criteria, reliability is THE decisive factor for us. Bananas have a very complex, time-sensitive maturation cycle. We factor the ten-day trip across the ocean into our timeline, and even one hour more or less can affect the rest of the ripening cycle.

How do you work with CMA CGM?

We have a genuine partnership and a true community of interest. Our relationship is built on trust, and we're constantly looking for solutions that improve the shipping process and make it as efficient as possible. The Group handles about 85% of our shipping, primarily on the West Indies-Dunkirk line. A small portion of our harvest goes all the way to Sète and Algeciras.

Do bananas require special shipping conditions?

Shipping bananas is a very delicate business. The fruit needs to be handled very carefully to avoid damaging it, and humidity, ventilation and temperature need to be closely monitored. Bananas are shipped in reefers, and it's critical to keep them at 13° C to avoid triggering the ripening process.

How do you factor the carbon footprint of your shipping methods into UGPBAN's "sustainable banana" program?

Our producers do a lot for the environment, but having to ship our bananas across thousands of kilometers really adds to our carbon footprint: 35% of it comes from shipping and ground transportation. That's why we appreciate working with partners like CMA CGM, who share our commitment to protecting the environment. In future, multimodal shipping from unloading ports could be a useful solution for us.

/ Questions à Philippe Ruelle, Directeur Général de l'UGPBAN

Quels sont les critères de sélection dans le choix de vos compagnies de transport ?

Fiabilité, régularité, tarif ! Parmi ces trois critères, c'est à nos yeux la fiabilité qui représente LE facteur décisif. La banane connaît en effet un cycle de maturation complexe et précis dans le temps. Les dix jours de mer que durent les traversées sont pris en compte et la moindre heure gagnée ou perdue influe sur les étapes ultérieures de mûrissement.

Comment collaborez-vous avec CMA CGM ?

Il s'agit d'un véritable partenariat avec une réelle communauté d'intérêt. Nous sommes dans une relation de confiance et en permanence à la recherche de solutions d'amélioration et d'optimisation du fret. Nous confions au Groupe environ 85% de notre transport, essentiellement sur la ligne Antilles-Dunkerque. Une petite partie de notre production est acheminée jusqu'à Sète et Algésiras.

Le transport de la banane requiert-il des conditions particulières ?

Le transport des bananes est très délicat. Les fruits doivent être manipulés avec beaucoup de soin afin qu'ils ne s'abîment pas et les conditions d'humidité, d'aération et de température doivent être soigneusement surveillées. Les bananes sont transportées dans des conteneurs reefers dont la température doit être impérativement maintenue à 13° afin de ne pas déclencher le mûrissement du fruit.

Dans sa démarche "banane durable", comment l'UGPBAN intègre-t-elle le bilan carbone de ses modes de transport ?

Même si les producteurs font beaucoup d'efforts en faveur de l'environnement, le fait de devoir transporter la banane sur des milliers de kilomètres alourdit son bilan carbone dont 35% est lié au fret et au transport terrestre. C'est pourquoi nous apprécions de travailler avec des partenaires qui partagent nos valeurs en matière de défense de l'environnement, comme CMA CGM. A l'avenir, le transport multimodal à partir des ports de déchargement peut représenter pour nous une solution intéressante.

Chile Ecuador Peru Bolivia



LATIN TIGERS

South America's booming West Coast

Question: Where can you find growth of 4-5% a year and rising domestic consumption?
 Answer: On Latin America's West Coast, where booming markets in Peru, Chile, Ecuador and Bolivia are a model of success for emerging economies.

/ Quelle est la zone géographique connaissant une croissance annuelle de 4 à 5% et une consommation interne en hausse ? La réponse se trouve sur la Côte Ouest de l'Amérique Latine où le Pérou, le Chili, l'Equateur et la Bolivie constituent des marchés en plein essor et des modèles d'économies émergentes.

As major suppliers of raw materials in the farming, forestry, mineral and energy sectors, many South American countries export resources to every corner of the globe. But the countries on the continent's West Coast stand out, their thriving economies stoked by rising global demand, Asian momentum and rising raw materials prices.

Leading the pack are Chile and Peru, two of Latin America's star players, with Pacific coastlines that stretch along nearly three quarters of the continent's western side. In 2010 Peru posted 8.78% growth – one of the best performances in the world – due largely to its expanding oil and gas industry. With GDP rising steadily and expected to grow by 7% in 2011, newly discovered natural gas deposits, and a re-energized mining industry, Peru's drive towards openness and growth seems unstoppable. And a recent free-trade agreement with China, its number-two trading partner, will fuel the economy even further.

Chile, the world leader in copper production, posted 5.2% GDP growth in 2010 despite a sharp slowdown after the earthquake and tsunami in February. Today this geographical rarity – measuring 4,300 kilometers along its coast and less than 400 kilometers at its widest – is back on the road to growth, spurred by an energetic recovery plan and 13.3% trade growth in 2010. GDP is expected to rise another 6% in 2011. In addition to their healthy economies, Peru and Chile are leading seafood exporters, with combined output totaling 10% of world seafood trade.

/ Grands fournisseurs de matières premières agricoles, forestières, minérales ou énergétiques, la plupart des pays d'Amérique du Sud exportent leurs ressources vers le monde entier. Parmi eux, les pays de la côte ouest du continent se démarquent par leur bonne santé économique, dopée par la reprise de la demande mondiale, le dynamisme de l'Asie et la hausse du cours des matières premières.

Au premier rang, avec leurs longues façades maritimes sur l'Océan Pacifique qui occupent près des trois quarts de la côte ouest du continent, le Chili et le Pérou figurent parmi les acteurs phares de l'Amérique Latine. Le Pérou a ainsi enregistré en 2010 l'une des croissances les plus dynamiques au monde (+ 8,78%) grâce notamment à l'expansion du secteur des hydrocarbures. PIB en progression constante (croissance d'environ 7% attendue en 2011), découverte de nouveaux gisements de gaz, reprise de projets miniers, rien ne freine la volonté d'ouverture et d'expansion du Pérou qui a signé un traité de libre-échange avec la Chine, son deuxième partenaire commercial.

Le Chili, premier producteur mondial de cuivre, a de son côté prouvé son dynamisme économique avec un PIB en progression de 5,2% pour l'année 2010 malgré le séisme et le tsunami qui, en février 2010, avaient mis un brutal coup de frein à sa croissance économique. Aujourd'hui, ce pays à la géographie atypique (plus de 4 300 kilomètres de côtes pour moins de 400 km dans sa plus grande largeur), grâce à un plan de relance énergétique et à une activité commerciale en forte progression (+13,3% en 2010), est de nouveau sur la voie de la croissance et prévoit une progression de +6% de son PIB en 2011.

Ecuador

Bolivia

Peru

Though smaller than its neighbors, nearby Ecuador has also grown steadily since the early 2000s, thanks largely to its oil resources and agricultural sector. Bananas are among its leading products and have contributed significantly to its prosperity, with Ecuador accounting for nearly 30% of the world's banana trade. Income from these sectors has financed social programs championed by President Rafael Correa, who came into office in 2007 promising to expand the government's role in the nation's economy.

Bolivia – one of the poorest countries in Latin America and the only one of the four without a coastline – stands in sharp contrast to its neighbors, yet it also has a wealth of natural resources, including natural gas and lithium.

Economists frequently highlight the region's assets: its strong recovery has reduced unemployment, created jobs, made credit more accessible and spurred domestic consumption -- trends that have only added to the region's considerable trade volume and underscored the strategic importance of shipping.

The dominant role of shipping

Latin American exports depend heavily on shipping – and this dependence has only intensified as the region's Asian customer base has expanded and China's demand for minerals and agricultural raw materials has increased.

Though Bolivia is landlocked, Chile, Peru and Ecuador have outlets to the Pacific, and all three have many underground resources that generate considerable shipping traffic. Because the West Coast of Latin America is both a producing region and an importer of finished products – including consumer goods, electronic equipment and machinery -- an efficient port infrastructure is critical to its strategy for economic success.

Outre leur excellente santé économique, ces deux « tigres » comptent également parmi les plus grands exportateurs de produits de la mer pour lesquels ils représentent à eux deux 10% des flux internationaux.

A leurs côtés, l'Equateur, plus petit que ses voisins, affiche lui aussi une croissance soutenue depuis le début des années 2000, notamment grâce à ses ressources pétrolières et agricoles, dont la banane, produit-phare du pays, qui contribue à sa prospérité avec près de 30 % des flux mondiaux ! Des revenus qui permettent notamment de financer la politique sociale du pays, mise en place depuis 2007 par le Président Rafael Correa, qui a choisi de revaloriser le rôle de l'Etat dans l'économie équatorienne.

Dans ce quatuor, la Bolivie, seule à ne pas posséder de façade maritime, est à l'inverse l'un des pays les plus pauvres d'Amérique Latine. Néanmoins, il peut compter lui aussi sur la richesse de ses ressources naturelles et notamment ses réserves de gaz et de lithium.

Les économistes ne manquent pas de souligner les atouts de la zone, la forte reprise qu'elle vient de connaître ayant eu un effet bénéfique sur la baisse du chômage, la création d'emplois, un meilleur accès au crédit et l'augmentation de la consommation intérieure. Autant de points qui ont encore accru les flux commerciaux déjà très importants et confirmé le transport maritime comme un élément stratégique pour la région.

/ Un transport maritime prépondérant

Les productions latino-américaines dédiées à l'export dépendent largement du transport maritime, une dépendance accrue par la place de plus en plus importante de la clientèle asiatique : la Chine se montre en effet très demandeuse de matières premières minières et agricoles.

Si la Bolivie est enclavée, le Chili, le Pérou et l'Equateur disposent de débouchés sur l'Océan Pacifique et tous trois comptent de nombreuses ressources souterraines objets de trafics maritimes considérables. À la fois zone de production et zone d'importation de produits finis (biens de consommation, matériel électronique, machines...), la Côte Ouest de l'Amérique Latine doit donc compter sur le bon fonctionnement de ses infrastructures portuaires, véritable élément stratégique pour animer son économie.

Chile

"Chile has well-developed infrastructures in the region, particularly for the ports of Concepción, Valparaiso and San Antonio, which are very modern," says Thomas Cassuto, CMA CGM's Regional Director Latin America West Coast. "Peru had some saturation issues, but has improved matters by opening a new terminal at Callao. In Ecuadorean ports like Guayaquil, the problem is shallow draft, which makes it hard to use high-capacity vessels." The region's biggest challenge, however, is not its ports but its land transportation networks, which remain largely obsolete. Access to urban areas continues to be problematic; rail is underdeveloped; and the road system is uneven and often in poor condition.

As major exporters of fruits, vegetables, wine and other agricultural products, the countries on Latin America's West Coast have relied primarily on conventional bulk shipping in the past, but have gradually converted to container shipping, and reefers in particular -- a trend that presents a sizable margin of opportunity for refrigerated shipping, now a key driver of regional growth.

CMA CGM's eight offices and 145 employees are working hard to grow their business and strengthen the Group's presence in this promising market, and a new agency recently opened in Bolivia to foster the growth of intermodal transport. CMA CGM offers ocean shipping to Asia, the region's number-one trading partner, but is also committed to expanding services to the US East Coast and the rest of the world, in part by taking advantage of transshipment options in Kingston and Balboa. The Group's dedication has paid off: between 2007 and 2010, CMA CGM doubled container volumes in the region.

If growth projections for 2011 are accurate, the countries on Latin America's West Coast are already looking ahead to 2014 and the new opportunities that will come with expansion of the Panama Canal.

« Le Chili dispose d'infrastructures bien développées sur la zone, notamment avec les ports de Concepción, Valparaiso et San Antonio qui sont très modernes, » estime Thomas Cassuto, Directeur Régional Côte Ouest de l'Amérique Latine CMA CGM. « Le Pérou, qui connaissait des soucis de saturation, a ouvert un nouveau terminal à Callao pour améliorer la situation alors qu'en Equateur, il existe une faiblesse au niveau du tirant d'eau des ports, comme à Guayaquil, ce qui pose actuellement un problème pour le déploiement de navires de grosse capacité ». Mais le grand défi pour la zone se situe au-delà des ports au niveau des réseaux de dessertes terrestres qui demeurent globalement obsolètes. Les accès urbains restent problématiques, la voie ferroviaire est sous-développée et le réseau routier de qualité très inégale est souvent déficient.

Gros exportateurs de denrées agricoles (fruits, légumes, vins), les pays de la Côte Ouest de l'Amérique Latine qui, hier, avaient essentiellement recours au transport conventionnel en vrac, se sont progressivement convertis au conteneur. Et notamment au reefer. Une mutation qui réserve au transport réfrigéré, devenu un moteur de la croissance régionale, une grande marge de progression.

Sur ce marché porteur, CMA CGM (8 bureaux, 145 collaborateurs) ne cesse d'accentuer à la fois sa présence et ses activités. Une agence a ainsi été ouverte récemment en Bolivie, afin de faciliter notamment le développement du transport intermodal. Côté services maritimes, au-delà des lignes à destinations de l'Asie, premier partenaire commercial de la zone, le Groupe s'attache à développer son offre vers la Côte Est des Etats-Unis ainsi que vers l'ensemble du monde notamment grâce aux possibilités de transbordement offertes à Kingston et Balboa. Entre 2007 et 2010, le Groupe a ainsi doublé ses volumes conteneurisés sur la zone.

Si les prévisions de croissance annoncées pour 2011 sont de bonne augure, les pays de la Côte Ouest de l'Amérique Latine voient déjà plus loin et se préparent pour 2014 avec l'élargissement du Canal de Panama qui apportera encore de nouvelles perspectives...

BOLIVIA



FIVE-STAR EXPEDITION

L'AUSTRAL SETS SAIL

On April 26, L'Austral joined Compagnie du Ponant's fleet alongside Le Boréal (her sistership), Le Ponant, Le Levant and Le Diamant. Find out more about the next generation in luxury cruising.

/ Le 26 avril dernier, L'Austral a rejoint Le Boréal (son sistership), Le Ponant, Le Levant et Le Diamant au sein de la flotte de croisière de la Compagnie du Ponant. Portrait d'un navire nouvelle génération.



THE ADVENTURE HAS BEGUN!

On April 26 the latest member to join Compagnie du Ponant's fleet set sail from Marseille on her maiden cruise, bound for Lisbon.

On the programme are dream itineraries where exceptional destinations rub shoulders with exclusivity and the unusual. Thus the ship will make her first outings in the gentler waters of the Mediterranean before launching into the great adventure for which she was designed: Antarctica.

"When we first began to think about building a new cruise ship, we decided to imagine the ideal vessel: and that is how Le Boréal, and later her sistership L'Austral were designed," explains Jean Emmanuel Sauvée, General Manager of Compagnie du Ponant.

"By combining sophistication, excellent service and intimacy, our wish is to make guests feel they are aboard their own yacht," adds Véronique Saadé, Deputy General Manager of Compagnie du Ponant.

With her innovative design, sleek silhouette, tasteful interiors and welcoming ambiance, L'Austral is the ultimate in 5-Star cruising; a ship where state-of-the-art technology ensures the comfort and wellbeing of passengers as they explore out-of-the-way destinations.

Designed to go anywhere, L'Austral can navigate from creek to creek, mooring close to the most extraordinary places and giving passengers a cruise with all the excitement of an expedition.

"Because of her small size (142 m) and shallow draft (4.7 m) we are able to improvise depending on the level of interest and to get right up close to sites people want to explore," says Captain Rémi Genevaz. A 35-year veteran of the sea, he is proud to command a ship sailing under the French flag.

Unlike other cruise ships, L'Austral was deliberately designed to have a limited number of cabins – only 132. They range from 21 to 54 sqm in size, and 95% have their own private balcony. And with a maximum of 264 passengers, attended by 140 members of crew, L'Austral offers an unparalleled level of service.

Another special feature is that L'Austral is certified as a "green ship": the entire vessel was designed to minimize her environmental impact.

"Today the concept of a 5-star expedition has become our signature, combining exploration, the ultimate in comfort and a very professional crew," concludes Véronique Saadé.

/ L'AUSTRAL A PRIS LE LARGE !

Le 26 avril, le dernier-né de la flotte de la Compagnie du Ponant a appareillé depuis Marseille pour sa croisière inaugurale. Cap sur Lisbonne !

Au programme, des itinéraires de rêves où l'exceptionnel côtoie l'insolite, l'exclusif. Ainsi, le navire fera ses premières gammes dans les eaux de la Méditerranée et se lancera ensuite dans la grande aventure, celle pour laquelle il a été conçu : l'Antarctique.

« Quand a été lancée l'idée de construire un nouveau navire de croisière, nous avons décidé d'imaginer quel pourrait être le bateau idéal. C'est ainsi que Le Boréal et son sister-ship, L'Austral ont été conçus », explique Jean Emmanuel Sauvée, Directeur Général de la compagnie.

« En alliant raffinement, service et intimité, notre souhait est de donner à nos hôtes le sentiment de naviguer à bord de leur propre yacht » précise Véronique Saadé, Directrice Générale Adjointe.

Avec son design innovant, sa silhouette effilée, sa décoration intérieure recherchée et son ambiance chaleureuse et intimiste, L'Austral propose un style de croisières très haut de gamme où le meilleur de la technologie se met au service du confort, de la découverte et du bien-être. En effet, non seulement le navire est prêt à naviguer dans toutes les mers du monde, mais en plus il offre la possibilité à ses passagers d'aller de crique en crique et d'accoster au plus près des sites, pour des croisières au parfum d'expédition. *« La petite taille du navire (142 m) et son faible tirant d'eau (4,7 m) nous permettent d'improviser en fonction de l'intérêt des lieux et d'approcher au plus près les sites à découvrir »* confie son commandant, Rémi Genevaz, 35 ans d'expérience en mer et fier du pavillon français flottant sur le bateau dont il tient la barre.

L'une des spécificités de L'Austral est son nombre volontairement restreint de cabines, 132 seulement, dont 95% dotées de balcon ! Par ailleurs, le nombre de passagers, 264 au maximum, et de membres d'équipage, 140, traduit le niveau d'excellence du service.

Autre particularité, tout à bord a été imaginé pour minimiser l'impact environnemental d'un navire labellisé « green ship ».

« Un concept d'expédition 5 étoiles qui fait aujourd'hui notre signature, alliant découverte, grand confort et professionnalisme de nos équipages » conclut Véronique Saadé.

People & Events

CMA CGM and Science Po sign innovative partnership!

Mid-May, CMA CGM and Sciences Po Aix (Institute of Political Studies - IEP - in Aix-en-Provence) signed an innovative partnership agreement. The signing ceremony was attended by Christine Lagarde, France's Minister of Economic Affairs, Finance and Industry and Chairman of the Board of Directors at Sciences Po Aix and Rodolphe Saadé, Executive Officer, CMA CGM Group. Through the partnership, the CMA CGM Group will provide expertise at conferences organised by Sciences Po Aix and will benefit from the IEP's research and ideas on cross-discipline subjects. The partnership will also give IEP students an opportunity to do internships with CMA CGM and allow the Group's staff members to join the various « high level » training programs offered by Sciences Po Aix.

CMA CGM et Sciences Po Aix (Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence) ont signé mi-mai, en présence de Christine Lagarde, Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie et Présidente du Conseil d'Administration de Sciences Po Aix et de Rodolphe Saadé, Directeur Général Délégué du Groupe CMA CGM, un nouveau partenariat innovant. Dans ce cadre, CMA CGM apportera son expertise lors de conférences organisées par Sciences Po Aix et bénéficiera des recherches générales de l'IEP. Le partenariat prévoit aussi l'accueil d'étudiants dans le cadre de stages ainsi que l'intégration de collaborateurs du Groupe dans les différents cursus de formation de « haut niveau » de l'Institut.



CMA CGM to sponsor 2011 Pacific Games

CMA CGM will be an official sponsor of the 14th Pacific Games, to be held August 27 through September 10, 2011. The international event will attract 22 countries from the Oceania region for two weeks of competition. CMA CGM will provide the Organizing Committee, with a huge storage area in the port of Noumea and will allow organizers to use several dozen containers at numerous sites. CMA CGM will also have a "green booth" in the Olympic Village to promote the Group's environmental strategy.

Le Groupe CMA CGM figurera parmi les supporters officiels de la 14^e édition des Jeux du Pacifique, qui se dérouleront du 27 août au 10 septembre 2011. Cet événement d'envergure internationale réunira 22 pays de l'Océanie autour de deux semaines de compétitions. Ce partenariat portera sur la mise à disposition d'une très grande capacité de stockage située au port autonome de Nouméa et sur le prêt de plusieurs dizaines de conteneurs sur de nombreux sites. CMA CGM animera également sur le site du village olympique un stand « vert » promouvant la stratégie environnementale du Groupe.

CMA CGM wins industry honors

Over the past few months, CMA CGM has been honored with a number of awards. Last April the Group was named Ocean Carrier of the Year by Lowe's, a leading American hardware and gardening chain, in recognition of CMA CGM's innovation and outstanding service. And for the second year in a row, the Institute of Chartered Shipbrokers named the CMA CGM Lanka agency as Best Shipping Agent in Customer Service for the Colombo/Mediterranean sector. Finally, MacAndrews – a Group subsidiary specializing in intra-European shipping – was named Best Short Shipping Company by Transportes & Negócios, Portugal's leading shipping magazine, based on votes cast by shipping companies, port authorities, forwarders and other shipping industry professionals.

De nombreux prix ont récompensé le Groupe CMA CGM ces derniers mois. Ainsi, en avril dernier, Lowe's, l'un des leaders américains de la distribution de matériel de construction et de jardinage, a décerné au Groupe le Prix « Ocean Carrier of the Year » venant récompenser l'innovation et la qualité des services du Groupe. Pour la 2^e année consécutive, l'agence locale CMA CGM Lanka s'est vu décerner quant à elle le Trophée du Meilleur Agent pour la qualité de son Service Client sur le marché Colombo/Méditerranée par l'Institut des Courtiers en Affrètement. Enfin, MacAndrews, filiale du Groupe spécialiste du transport intra-européen, a été désigné « Best Short Shipping Company » par Transportes & Negócios, principal magazine de transport au Portugal qui a recueilli les votes de professionnels issus de l'industrie maritime parmi lesquels des compagnies maritimes, autorités portuaires et transitaires.

Nicolas Sartini speaks at 13th Global Liner Shipping conference

CMA CGM experts are frequent speakers at shipping conferences, and on April 4 Nicolas Sartini, the Group's Senior Vice President, was asked to share his expertise at this year's Global Liner Shipping conference. The worldwide event, which has attracted key members of the shipping industry for the past 13 years, took a fresh look at the challenges facing the industry. In his remarks, Nicolas Sartini outlined strategies for making the shipping market more stable.

Régulièrement sollicités, les experts du Groupe interviennent fréquemment à l'occasion de conférences maritimes. Ainsi, le 4 avril dernier, Nicolas Sartini, Directeur Central Exécutif du Groupe, était invité à partager son expertise lors de la 13^e édition de la conférence Global Liner Shipping. Cet événement mondial, qui rassemble depuis 13 ans les acteurs-clés de l'industrie maritime, proposait de porter un regard nouveau sur les enjeux auxquels l'industrie doit faire face. Nicolas Sartini est intervenu afin de présenter notamment des solutions pour promouvoir une meilleure stabilité du marché du transport maritime.



CMA CGM holds third annual Environment Days

On June 7-8, 2011, all CMA CGM offices and agencies will celebrate Environment Days for the third year in a row. Now an essential part of the Group's calendar, the worldwide event will include presentation of the Think Ecologic Awards, recognizing top environmental efforts by CMA CGM agencies, terminals, subsidiaries, vessels and teams of employees. This year, two new prizes will honor individual action by two CMA CGM employees – one on land and one at sea – and by the Group's terminals. The Environment Days event highlights the environmental policy championed by the Group over the past several years, reminding all employees of the everyday steps they can take to protect the planet.

Pour la troisième année consécutive, CMA CGM organise les 7 et 8 juin 2011 les « Journées de l'Environnement » dans l'ensemble de ses bureaux et agences à travers le monde. Rendez-vous incontournable du Groupe, cette édition sera marquée par la remise des Think Ecologic Awards, trophées qui récompensent les meilleures actions environnementales initiées par les agences, terminaux, filiales, navires ou équipes du Groupe. Nouveauté cette année, deux prix mettront en avant l'action individuelle de deux collaborateurs de CMA CGM, un navigant et un sédentaire ainsi que celle des terminaux. Ces Journées permettent à la fois pour le Groupe de renforcer la politique environnementale engagée depuis plusieurs années mais aussi de rappeler à l'ensemble des collaborateurs les éco-gestes à adopter au quotidien.

Editorial and publication Director: Tanya Saadé Zeenny - **Editor:** Eve Lepoq - **Coordination:** Marianne Benoit / Sarah Hadeff - **Graphic Design:** Transparence Productions / CMA CGM Studio - **Printing and distribution supervision:** Christine Nunes, Benoit Tournebize, Sophie Carboneil - **Contributors:** Christel Beltran, Thomas Cassuto, Jean-Yves Duval, Xavier Eiglier, Stéphane Mercadal, Véronique Saadé, Coralie Thuillier, Julien Topenot - **Editing:** Hervé Gallet (Ghost) - **Photo credits:** CMA CGM, Philip Plisson, François Lefebvre, Thierry Dosogne, Istockphoto - **Number of issues:** 18,000 – Quarterly

CMA CGM Environment Days

June 7 - 8, 2011

GREEN SHIPPING FOR BLUE OCEANS

www.environment-days.com



CMA CGM

