

Février 2013 - n°208

FRUITROP

Version française

Dossier du mois

FRUIT DE LA PASSION

<http://passionfruit.cirad.fr>

Melon de contre-saison :
élargir son champ !

Agrumes et exotiques :
bilans mensuels

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite



*Le laboratoire de production
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

Votre spécialiste du vitroplant de bananier

Une gamme unique de variétés d'élite

VITROPIC S.A.

Nos engagements

Les sélections élités les plus productives

Des régimes d'une qualité inégalée

Homogénéité au champ optimale

Les meilleures garanties sanitaires du marché

Une réactivité à toute épreuve



Tél : +33 (0)4 67 55 34 58

Fax : +33 (0)4 67 55 23 05

vitropic@vitropic.fr

*ZAE des Avants
34270 Saint Mathieu de Tréviérs*

FRANCE

www.vitropic.fr

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite





Ingénieur agronome, docteur d'Etat, ce scientifique du CIRAD laissera historiquement son nom attaché à la filière banane et plus généralement aux filières horticoles tropicales et méditerranéennes. Ses travaux de recherche sur l'avertissement cercosporiose, les modèles de prévision de récolte, les systèmes de culture jachère-vitroplants en ont fait le pionnier du concept « banane durable ». Travailleur acharné, chercheur exigeant imprégné de fortes convictions, agitateur d'idées nouvelles suscitant parfois la controverse avec le souci permanent de considérer l'innovation scientifique comme moteur du développement, il a donné aux fruits et légumes une nouvelle valeur et une place noble dans l'alimentation au Nord comme au Sud. Ne limitant pas ses projets à la banane dessert, il s'est impliqué avec succès dans la création et le rayonnement du CARBAP au Cameroun, de GLOBALHORT, du réseau « Food for cities » soutenu par la FAO et l'ISHS. Il a été le promoteur dans de très nombreuses instances internationales du tryptique « qualité des produits-nutrition-santé » appliqué aux fruits et légumes qui a prouvé aujourd'hui toute sa pertinence. Parti prématurément, cet homme s'appelait Jacky Ganry.

Jean-Pierre Gaillard



Editeur

Cirad
TA B-26/PS4
34398 Montpellier cedex 5, France
Tél : 33 (0) 4 67 61 71 41
Fax : 33 (0) 4 67 61 59 28
Email : odm@cirad.fr
<http://passionfruit.cirad.fr>

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Unité multimédia (Cirad)

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
odm@cirad.fr

Traducteur
Simon Barnard

Imprimeur
Impact Imprimerie
n°483 ZAC des Vautes
34980 Saint Gély du Fesc, France

Deux versions française et anglaise

ISSN
Français : 1256-544X
Anglais : 1256-5458

© Copyright Cirad

Tarif abonnement annuel
220 euros HT / 11 numéros par an

Ce document est réalisé par l'Observatoire des marchés du département PERSYST du CIRAD à l'usage exclusif des abonnés. Les données présentées sont de source fiable, mais le CIRAD ne peut être tenu responsable de toute erreur ou omission. Les prix publiés ne peuvent être en aucun cas considérés comme des prix de transaction. Leur but est d'éclairer sur les tendances et les évolutions à moyen et long terme des marchés. Cette publication est protégée par copyright, tous droits de reproduction et de distribution interdits.

FRUITROP

Sommaire

En direct des marchés

p. 2 JANVIER 2013

- **Banane** : Consommation de banane : l'UE patine... — Les Etats-Unis aiment de plus en plus la banane — Chaîne de valeur dans la filière banane — OCM Banane : la messe est dite.
- **Avocat** : Le Chili, un nouveau marché pour l'avocat péruvien — Accord de partenariat entre Camposol et Agricom — La croissance n'est pas près de s'arrêter au Pérou.
- **Exotiques** (ananas, mangue, litchi) : Importations d'ananas aux Etats-Unis : bientôt le million de tonnes ? — Une campagne de mangue honorable pour l'Equateur !
- **Agrumes** (orange, petits agrumes et pomelo) : Bientôt le feu vert pour les exportations d'agrumes d'Uruguay vers les Etats-Unis ? — Variété d'orange du mois : la Valencia Late — Une épée de Damoclès sur la prochaine campagne d'agrumes d'Afrique du Sud dans l'UE ! — Petits agrumes d'Espagne : les nouvelles variétés sont là, mais seront-elles à la hauteur ? — Variété de petits agrumes du mois : l'Or.
- **Fret maritime.**

E. Imbert, D. Loeillet, C. Dawson, P. Gerbaud, T. Paqui, R. Bright

Le point sur...

- #### p. 14
- **Melon de contre-saison** — Elargir son champ !
Cécilia Céleyrette

Dossier du mois préparé par Pierre Gerbaud : FRUIT DE LA PASSION

- #### p. 19
- **Marché européen du fruit de la passion** : un marché en progression
 - **La commercialisation en Europe du fruit de la passion** : vers une diversification variétale
 - **Culture du fruit de la passion**
 - **Principales variétés de fruit de la passion**

Prix de gros en Europe

- #### p. 39 JANVIER 2013

Crédit photo couverture : Guy Bréhinier

Banane

Janvier 2013

Les volumes ont retrouvé un niveau plus soutenu en janvier. Pourtant, la baisse des apports s'est poursuivie pour les Antilles, le Surinam et les Canaries, avec un retour à des volumes proches de la moyenne après une fin d'année 2012 chargée. Toutefois, cette baisse a été compensée par une remontée de l'Afrique qui a retrouvé des niveaux très soutenus en raison d'une forte progression du Cameroun (niveau supérieur de 60 % à la moyenne des 3 dernières années). Par ailleurs, le déficit de banane dollar, très marqué sur la fin d'année 2012, s'est atténué. Alors que le déficit d'Equateur a continué, mais dans une moindre mesure, les apports du Costa Rica ont retrouvé un niveau proche des normales de saison et, surtout, les arrivages de Colombie se sont positionnés à un niveau supérieur de 15 % à la moyenne.

La concurrence des fruits de saison, faible depuis l'automne, a continué à être très modérée avec un déficit persistant des pommes et poires et la fin précoce des petits agrumes d'Espagne. Cependant, la demande s'est montrée plus ou moins lente en fonction des pays et des éventuels problèmes logistiques liés au froid et aux vacances d'hiver. Par ailleurs, les prix de détail ont conservé des niveaux soutenus tant en France qu'en Allemagne sur l'ensemble de la période, avec des niveaux supérieurs de 14 % à la moyenne. La hausse des prix en vert, immédiate dès le début du mois, a été plus modérée que les autres années. Supérieurs à la moyenne depuis fin 2012, ils sont revenus à des niveaux proches de la normale dès la semaine 4.

■ **Consommation de banane :** l'UE patine... Le verdict est tombé : le marché européen (UE-27) de la banane s'est contracté de 2 % en 2012. En effet, selon les chiffres de l'Observatoire des marchés du Cirad, la consommation de banane en 2012 a atteint 5.1 millions de tonnes (hors réexportations). C'est 83 000 tonnes de moins qu'en 2011. Les origines dollar perdent un point de part de marché à 69 %, au profit de la production européenne qui se hisse à 12 %. Le solde, 19 %, est pour les origines ACP qui stabilisent ainsi leur présence.

Le mois de décembre a confirmé le reflux des importations de banane. Elles ont baissé de 9 %, un record, par rapport au même mois de 2011. Si on isole les seules bananes dollar (donc hors ACP), la chute est même de 14 % sur un mois, soit 42 000 t de moins. Depuis janvier 2012, le solde des importations a été positif seulement à deux reprises : en janvier (+ 5 %) et en novembre (+ 4 %). Les ACP Caraïbes (+ 4 %) et la production européenne (+ 6 %) sont venus en partie compenser la réduction de la part des origines dollar. Le groupe ACP Afrique est en hausse avec + 3 %.

Dans le groupe ACP, les disparités sont fortes. La République dominicaine, premier fournisseur ACP et quatrième fournisseur toutes origines confondues, est en fort retrait (- 10 %) et repasse légèrement sous la barre des 300 000 tonnes. Comme le Cameroun qui réalise une très mauvaise année 2012 (- 9 %). La Côte d'Ivoire est étale et prend la place de deuxième fournisseur ACP. Belize et le Surinam réalisent des performances époustouflantes, avec respectivement + 40 % et + 32 % de taux de croissance par rapport à 2011. Le Ghana progresse aussi, mais dans des proportions plus modestes (+ 7 %). Sainte Lucie est en

train de tourner la page des dégâts climatiques et relance son secteur avec un doublement de ses volumes vers l'UE. Ce n'est pas le cas de la Dominique qui ne redécolle pas pour la deuxième année consécutive.

Côté production européenne, les trois grandes régions de production progressent : Canaries (+ 7 %), Martinique (+ 5 %) et Guadeloupe (+ 7 %).

Enfin, en ce qui concerne les origines dollar, on a vu qu'elles étaient à la peine en 2012. Les quatre premiers fournisseurs sont effectivement en retrait, qui peut être important comme pour le Costa Rica (- 10 %) ou le Panama (- 9 %). L'Equateur (- 3 %) et la Colombie, à l'équilibre, limitent les pertes. Le Pérou est le grand gagnant avec un taux de croissance encore stupéfiant cette année : + 24 %. Le Brésil confirme sa lente décroissance. Encore modeste, certes, le Mexique a réalisé une année historique. Le traditionnel dossier spécial de **FruiTrop** du mois d'avril 2013 viendra largement compléter cette première analyse.

Source : CIRAD

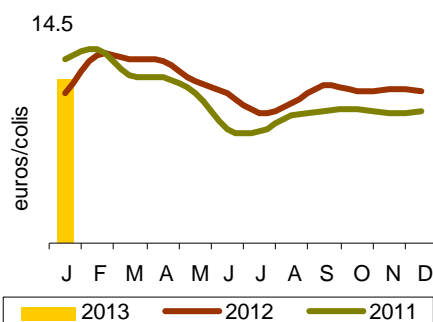


© Denis Loellier

EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Janvier 2013 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
14.50	+ 7 %	- 2 %

Allemagne - Prix vert (2^e et 3^e marques)



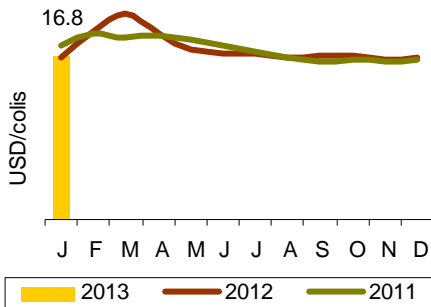
EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	Janvier 2013		Comparaison	
	type	euro/kg	Décembre 2012	moyenne des 3 dernières années
France	normal	1.58	0 %	+ 14 %
	promotion	1.37	- 1 %	+ 17 %
Allemagne	normal	1.30	+ 1 %	+ 14 %
	discount	1.20	+ 5 %	+ 23 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.17	0 %	- 3 %
	vrac	0.77	+ 2 %	- 6 %
Espagne	plátano	1.88	- 4 %	+ 5 %
	banano	1.30	0 %	- 3 %

Banane

ETATS UNIS

Etats-Unis - Prix vert (spot)

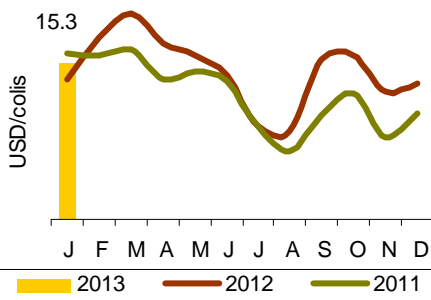


USA — PRIX IMPORT

Janvier 2013 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
15.80	+ 1 %	- 2 %

RUSSIE

Russie - Prix vert CIF St Petersburg

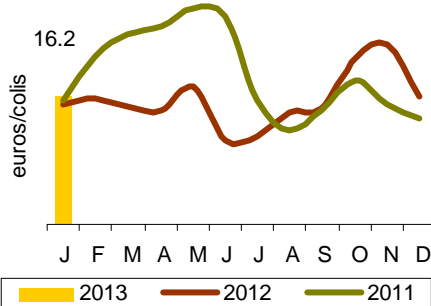


RUSSIE — PRIX IMPORT

Janvier 2013 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
15.30	+ 15 %	+ 1 %

CANARIES

Espagne - Prix vert platano*



CANARIES — PRIX IMPORT*

Janvier 2013 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
16.20	+ 1 %	+ 6 %

* équivalent colis 18.5 kg

■ Les Etats-Unis aiment de plus en plus la banane. Confirmant ainsi sa très bonne forme, le marché américain termine 2012 sur un gain de 7 % en volume. Le niveau de consommation est historique et s'élève à 3 847 000 tonnes. C'est quelque 800 000 tonnes de mieux que le point bas touché en 2009. Tous les fournisseurs, sauf l'Equateur, progressent et dans des proportions souvent remarquables. Le leader, le Guatemala, fait, par exemple, 9 % de mieux. La Colombie et le Honduras font respectivement de 14 à 20 % de plus qu'en 2011. Le Costa Rica consolide quant à lui sa position, ayant privilégié les Etats-Unis plutôt que l'Europe. Enfin, la mauvaise opération est pour l'Equateur : il ne profite pas de l'augmentation de la consommation et laisse la place à ses concurrents. Il baisse de 18 %, soit 159 000 tonnes de moins ! Les réexportations vers le Canada baissent légèrement à environ 500 000 t (- 3 %). Côté valeur, celle à l'importation (source douanière) est stable à 443 USD/tonne, très loin des 281 USD de 2007. Première analyse qui sera complétée par le traditionnel dossier spécial de **FruiTrop** d'avril prochain.

Source : CIRAD

■ Chaîne de valeur dans la filière banane. La prochaine réunion du groupe 2 (répartition de la valeur le long de la filière) du Forum Mondial de la Banane (FMB) se tiendra les 21 et 22 mars 2013 au Panama (Chianguinola). Pour en savoir plus : www.fao.org/wbf/

Source : CIRAD



© Denis Loeffler

Banane - Janvier à décembre 2012 (provisoire)

tonnes	2010	2011	2012	Ecart 2012/2011
UE-27 — Approvisionnement total	5 114 223	5 181 314	5 097 942	- 2 %
Total import, dont	4 502 824	4 606 650	4 489 590	- 3 %
NPF	3 480 389	3 629 757	3 508 959	- 3 %
ACP Afrique	539 688	505 106	489 187	- 3 %
ACP autres	482 747	471 786	491 444	+ 4 %
Total UE, dont	611 399	574 664	608 351	+ 6 %
Martinique	196 398	178 522	187 029	+ 5 %
Guadeloupe	42 479	59 130	63 253	+ 7 %
Canaries	354 312	315 967	337 023	+ 7 %
USA — Importations	4 093 892	4 122 682	4 349 733	+ 6 %
Réexportations	503 585	516 377	502 496	- 3 %
Approvisionnement net	3 590 307	3 606 305	3 847 238	+ 7 %

Sources UE : CIRAD, EUROSTAT (hors production UE locale) / Source USA : douanes USA

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — JANVIER 2013

Origine	Comparaison		
	Décembre 2012	Janvier 2012	cumul 2013 par rapport à 2012
Antilles	↘	- 13 %	- 13 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↗	+ 34 %	+ 34 %
Surinam	↘	+ 9 %	+ 9 %
Canaries	↗	- 5 %	- 5 %
Dollar :			
Equateur	↗	- 3 %	- 3 %
Colombie*	↗	+ 12 %	+ 12 %
Costa Rica	↘	+ 8 %	+ 8 %

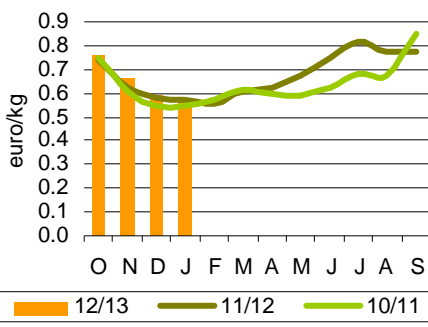
Estimation réalisée grâce à des sources professionnelles / * total toutes destinations

Orange

Janvier 2013

Le marché de l'orange est resté très difficile. Malgré un temps hivernal favorable à la consommation, les ventes ont été inférieures à la moyenne, tant en orange de table qu'en orange à jus. En revanche, la pression de l'offre espagnole est restée extrêmement forte, d'autant que le niveau qualitatif d'une part importante des larges volumes de Naveline/Navel d'Espagne encore disponibles était extrêmement fragile. Les prix, au plancher au stade import, ont baissé à des niveaux rarement connus au stade production. Dans ce contexte déprimé, le Maroc a été pratiquement absent du marché européen et la campagne de Maltaise de Tunisie a démarré plutôt difficilement, malgré des volumes inférieurs à la moyenne. Les premières Navelate d'Espagne ont été livrées en fin de mois.

Orange - France - Prix import



PRIX	Type		
	Type	Prix moyen mensuel euros/kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Orange de table	8.55	+ 3 %
	Orange à jus	8.70	- 2 %

VOLUMES	Comparaison		
	Type	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
	Orange de table	↗	- 3 %
	Orange à jus	⇒↗	- 27 %

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Navel/Naveline d'Espagne	↗	- 9 %	Approvisionnement légèrement inférieur à la moyenne faute de demande, malgré les importants volumes disponibles. Qualité très hétérogène d'une partie significative de l'offre.	- 11 %
	Salustiana d'Espagne	⇒↗	- 27 %	Apports nettement inférieurs à la moyenne.	+ 27 %
	Maltaise de Tunisie	↗↗	- 9 %	Apports inférieurs à la moyenne pour ce premier mois de campagne, en raison des conditions de marché.	- 9 %

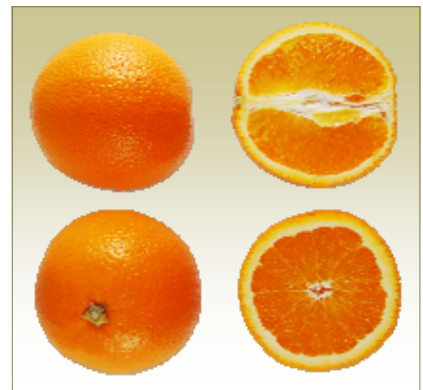
■ Bientôt le feu vert pour les exportations d'agrumes d'Uruguay vers les Etats-Unis ? Les oranges, citrons et certaines variétés de petits agrumes, dont les clémentines et les Satsuma, provenant d'Uruguay devraient se retrouver sur les étals des Etats-Unis dès la prochaine campagne. La négociation entre les deux pays est entrée dans sa phase finale de consultation publique, qui conduira à l'ouverture du marché si aucune objection n'est enregistrée durant une période de 60 jours. Les fruits destinés à ce marché pourront entrer libres de droits de douane, mais devront respecter un protocole sanitaire qui comprend notamment une désinsectisation (traitement au froid ou fumigation), sauf pour les citrons sous certaines conditions. L'ouverture de ce grand marché est une excellente nouvelle pour la citriculture uruguayenne, confrontée à un problème récurrent de perte de rentabilité ces dernières campagnes. C'est peut-être aussi un signal positif pour l'Argentine, qui cherche depuis 2005 à rouvrir la porte du marché des Etats-Unis fermée depuis 2001. L'Uruguay a exporté entre 120 000 et 150 000 t d'agrumes ces dernières années, principalement composées

d'oranges et de petits agrumes destinés au marché communautaire.

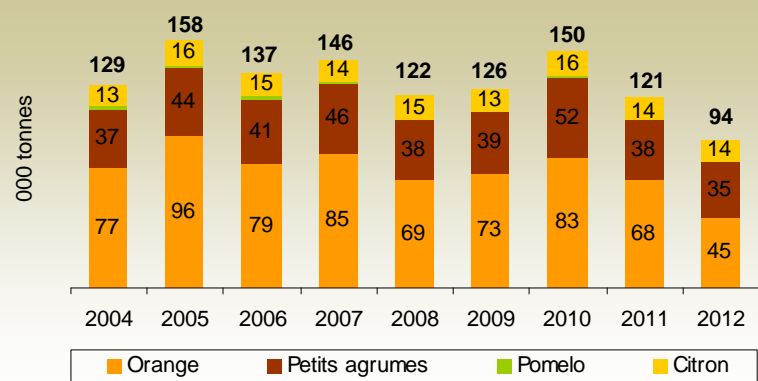
Source : Reefer Trends

■ Variété d'orange du mois : la Valencia Late. Originaire des Açores, la Valencia Late est la variété la plus plantée au monde. Cette blonde tardive, de calibre moyen, a une forme ronde légèrement oblongue. Son écorce, fine et bien colorée, est légèrement granuleuse. Sa chair est très juteuse et renferme 2 à 4 pépins. Elle est aussi connue sous le nom de Maroc Late (origine Maroc) et de Jaffa Late (origine Israël).

Source : CIRAD



Agrumes - Uruguay - Exportations



Source : DNA

Pomelo

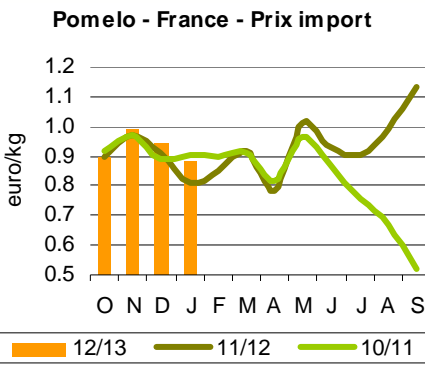
Janvier 2013

Le marché est resté décevant. La demande s'est redynamisée grâce aux promotions saisonnières, après l'habituelle période de mévente de décembre. Pour autant, les ventes n'ont pas été particulièrement actives. Compte tenu des stocks disponibles en début de mois, les opérateurs floridiens ont maintenu un rythme d'apports limités. Les prix sont restés stables et élevés, mais toujours peu rémunérateurs pour les importateurs. Le marché a continué d'être difficile en pomelo méditerranéen. Les apports ont été légèrement supérieurs à la moyenne, notamment grâce à des volumes espagnols un peu plus soutenus. Les prix se sont légèrement raffermis par rapport à décembre, mais sont restés inférieurs à la moyenne.

■ Une épée de Damoclès sur la prochaine campagne d'agrumes d'Afrique du Sud dans l'UE ! L'UE menace de « prendre des mesures pour empêcher les importations d'agrumes d'Afrique du Sud » si plus de cinq lots d'agrumes porteurs du citrus black spot, maladie fongique due à *Guignardia citricarpa*, sont détectés durant la prochaine campagne. L'EFSA (European Food Safety Authority) considère que les fruits peuvent être un vecteur de contamination et que cette affection pourrait se développer dans certaines parties de l'UE, malgré les conditions climatiques particulières nécessaires au développement de cette maladie. Ce durcissement de la position des autorités européennes intervient alors que les professionnels sud-africains ont mis en place des mesures de contrôle aussi coûteuses que sévères, tant au verger que dans les stations de conditionnement, qui ont permis de faire baisser drastiquement la prévalence de cette maladie depuis le début des années 2000. Les professionnels sud-africains sont vent debout contre cette menace et considèrent que l'argumentation de l'EFSA n'est basée sur aucune justification scientifique sérieuse. La récente décision des autorités sanitaires des Etats-Unis d'ouvrir prochainement les frontières du pays aux agrumes d'Uruguay, où la maladie est présente, apporte de l'eau à leur

moulin : le citrus back spot ne figure pas dans la liste des organismes pris en compte dans le protocole sanitaire en raison d'un risque de transmission jugé « très improbable ». L'Afrique du Sud exporte annuellement entre 550 000 et 600 000 t d'agrumes vers l'UE-27 et assure 60 % de l'approvisionnement du marché durant la période d'été.

Sources : Reefer Trends, CGA



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Tropical	17.50-18.00	- 9 %
Méditerranéen	9.50-10.00	- 3 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Tropical	↘	- 25 %	
Méditerranéen	↗	+ 10 %	

Agrumes — UE-27 — Importations en provenance d'Afrique australe (Afrique du Sud, Zimbabwe, Swaziland)							
tonnes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	part de marché
Orange	493 435	485 416	360 406	447 478	362 193	424 455	69 %
Petits agrumes	68 978	71 220	65 811	65 562	58 093	70 475	39 %
Pomelo	105 212	97 520	97 271	90 919	111 220	84 179	80 %
Citron	30 724	64 833	39 007	45 633	45 245	40 425	19 %
Total	698 349	718 989	562 495	649 592	576 751	619 534	55 %

Source : Eurostat

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
Floride	↘	- 25 %	Exportations limitées, tant vers l'UE que vers les autres marchés mondiaux. Arrivages particulièrement modestes dans l'UE, en raison des stocks de décembre restant à commercialiser.	- 10 %	
Israël	↗	+ 1 %	Apports moyens dans l'UE, malgré un creux important durant la première quinzaine (longue période de fortes intempéries).	+ 7 %	
Turquie	↗	- 7 %	Exportations toutes destinations revenues à un niveau supérieur à la moyenne, mais volumes destinés à l'UE toujours sensiblement déficitaires.	- 4 %	
Espagne	↗	+ 15 %	Retour à un niveau d'exportation supérieur à la moyenne pour la première fois de la saison.	+ 3 %	

Petits agrumes

Janvier 2013

La reprise de décembre s'est confirmée, l'approvisionnement étant resté d'un niveau sensiblement inférieur à la moyenne. Les campagnes des variétés espagnoles majeures se sont terminées précocement, en milieu de mois pour la clémentine Nules et en fin de période pour la Clemenvilla, en raison d'un taux d'écarts de triage très élevé. Ce contexte déagagé et une demande stimulée par des températures basses assez favorables à la consommation ont permis un raffermissement des cours des belles marques pour ces cultivars et une bonne valorisation des autres références disponibles : Nour du Maroc, pour des quantités modérées, Hernandina d'Espagne, Or et Mineola d'Israël dont les volumes ont été inférieurs aux prévisions en raison de fortes intempéries. Les campagnes de Nadorcott d'Espagne et du Maroc ont commencé en fin de mois dans de bonnes conditions.



■ Petits agrumes d'Espagne : les nouvelles variétés sont là, mais seront-elles à la hauteur ? L'IVIA a présenté fin janvier cinq nouvelles variétés de petits agrumes. La clémentine Nero est la seule variété précoce de ce nouveau pool de cultivars, très centré sur les tardives. Elle se démarque de la Nules dont elle dérive par sa période de récolte, de mi-octobre à fin novembre, et par l'absence de pépins. Trois autres variétés devraient permettre de renforcer la compétitivité espagnole sur la période janvier-février, actuellement occupée par la clémentine Hernandina et l'hybride Fortuna, tous deux peu convaincants au niveau qualitatif. Les clémentines Clemenverd et Neufina, issues d'une mutation de Nules, permettront de couvrir respectivement les périodes allant de fin décembre à début février et de mi-

janvier à début mars. L'hybride Moncalina, mutation de Moncada (croisement de clémentine Oroval et de Kara), sera disponible en janvier et février. Enfin, la Murta, issue d'une mutation de Murcott, couvrira la fin de saison de mi-février à fin avril, aux côtés des triploïdes Garbi et Safor lancés eux aussi récemment. Ces variétés seront-elles à la hauteur des attentes des professionnels ? L'enjeu est de taille pour une citriculture valencienne fragilisée par une surproduction récurrente durant la période de novembre et décembre et qui espère retrouver une meilleure rentabilité en développant une offre plus large durant la période de fin de saison.

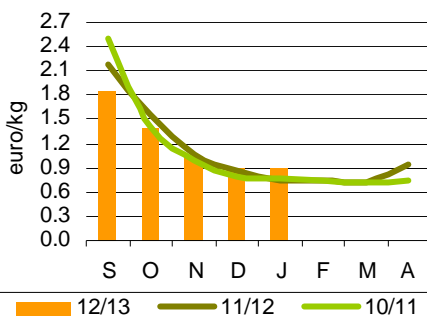
Sources : IVIA, Las Provincias

■ Variété de petits agrumes du mois : l'Or. C'est un hybride de Temple et de Dancy, développé par le Volcani Center en Israël. Le fruit est de taille moyenne et se reconnaît par ses sillons assez marqués démarquant à la base du pédoncule et la présence parfois d'un petit embryon de fruit. La peau, d'une couleur orange assez clair, est d'épaisseur moyenne et se détache facilement. Les segments sont tendres, juteux et présentent peu de pépins. Au palais, la saveur est très agréable, grâce à un bon équilibre entre sucre et acide.



Source : CIRAD

Petits agrumes - France - Prix import



Petits agrumes — Espagne — Calendrier de récolte des nouvelles variétés

Variétés	D	J	F	M	A	Diamètre (mm)	Poids (g)	% jus	Ind. colo.
Clémentines									
Clemenverd						57-65	95-110	48-50	20
Neufina						55-60	90-100	52-48	17
Hybrides									
Moncalina						65-70	120-140	54-57	18
Murta						55-60	80-100	48-53	12
Garbi						65-75		48	15
Safor						60-65		52	18

Variétés	Comparaison	
	Prix	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
Clémentine	0.92	+ 18 %
Hybrides	0.84	+ 17 %

Variétés	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Clémentine	↘↘	- 18 %
Hybrides	↗	+ 16 %

Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
Clémentine d'Espagne	↘↘	- 25 %	Fin précoce de la saison de Nules en début de mois : écarts de triage importants en raison de la fragilité des fruits.	- 10 %
Clemenvilla d'Espagne	↘	- 2 %	Fin précoce de la saison durant la dernière partie du mois : écarts de triage importants en raison de la fragilité des fruits.	+ 5 %
Nour du Maroc	↗↗	- 33 %	Apports nettement déficitaires en raison de la faiblesse de la production et d'arbitrages favorables aux marchés situés hors UE.	- 33 %
Or d'Israël	↗↗	- 12 %	Démarrage de campagne moins précoce que prévu et volume inférieur au programme, en raison de fortes intempéries ayant retardé la récolte et obligé au déclassement d'une partie de la production.	- 12 %

Mandarine AFOURER, naturellement d'exception



Issus du **terroir exceptionnel** de Marrakech, cultivés en **agriculture raisonnée**, cueillis **à la main**, nos fruits se distinguent par leur **saveur unique**.

Le soin particulier apporté à leur culture, **isolés de toute variété pollinisatrice à pépin**, leur confère des **caractéristiques organoleptiques parfaites**.

Leur **peau fine et brillante** renferme une **chair dépourvue de pépin** d'une grande finesse aromatique.



La mandarine AFOURER LES DOMAINES est reconnue saveur de l'année pour la 4ème fois consécutive.

Disponible de décembre à mai.



www.vituedelaitr.com

GEDA
FRULEXXO

PERPIGNAN
Tél : +33 4 68 85 75 50 - +33 4 68 85 61 77
CEED Grand Saint-Charles
66033 Perpignan Cedex - France

LES
DOMAINES
AGRICILES

CASABLANCA
Tél : +212 5 22 95 33 00
Fax : +212 5 22 91 97 49
Km 5, Route d'Azemmour - BP 15 634
Casablanca 21 000 - Maroc

SOLEIL
d'agrumes

www.soleildagrumes.com

Avocat

Janvier 2013

Le marché s'est montré très porteur en Hass. Pourtant, l'approvisionnement a été d'un bon niveau, malgré un creux en milieu de mois. L'offre israélienne a continué d'être légère. Les arrivages chiliens se sont maintenus à un niveau très soutenu, le marché des Etats-Unis restant particulièrement compétitif. Par ailleurs, les volumes originaires d'Espagne ont été supérieurs à la moyenne, tout comme le complément d'offre du Mexique. Toutefois, les quantités ont été bien réparties entre les différents marchés de l'UE et les ventes relativement fluides. Les prix se sont raffermis pour atteindre un niveau très soutenu en fin de mois, en particulier pour les fruits moyens à gros. Malgré ce contexte porteur et un léger déficit d'apports, le marché des variétés vertes est resté juste stable.



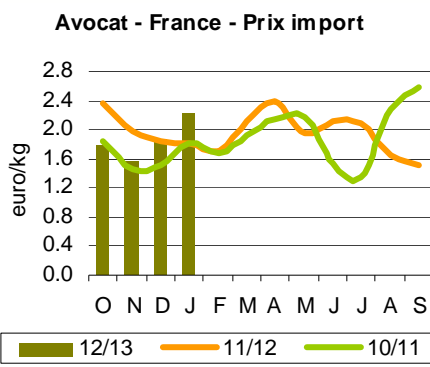
© Denis Loeffler

existant entre ces deux origines en avocat, agrumes, raisin, grenade et myrtille. Des coopérations en matière technique et en marketing devraient aussi être mises en place.

Sources : Camposol, Agricom

■ La croissance n'est pas près de s'arrêter au Pérou. Les exportations péruviennes devraient enregistrer une forte croissance en 2013, selon le directeur général de Agrícola Cerro Prieto. Les envois, qui n'avaient guère progressé en 2012 et s'élevaient à environ 83 000 t, pourraient atteindre pour la première fois le seuil symbolique des 100 000 t. La concurrence qui s'annonce forte aux Etats-Unis, vu le niveau élevé de la récolte californienne (cf. **FruiTrop 207**) et le maintien d'une forte pression mexicaine, laisse penser que l'essentiel de ces volumes additionnels devrait être dirigé vers l'UE. Et la croissance n'est pas près de s'arrêter ! Selon cette même source, les 20 000 ha que le verger péruvien devrait compter en 2017 pourraient permettre d'exporter à terme 190 000 t par an.

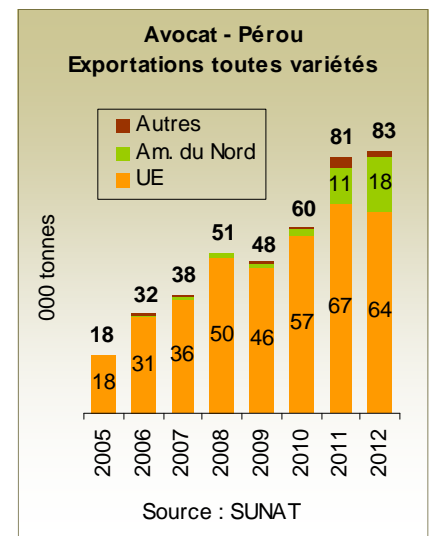
Sources : Reefer Trends, Agraria.pe



■ Le Chili, nouveau marché pour l'avocat péruvien. Le marché chilien devrait s'ouvrir à l'avocat péruvien dès la prochaine campagne, selon le directeur du SENASA (Service National de Protection des Végétaux du Pérou). Le processus est entré dans sa dernière phase de consultation publique, permettant vraisemblablement une ouverture des frontières courant avril. Par ailleurs, des négociations ont aussi été engagées en vue d'une entrée de l'avocat péruvien sur le marché chinois.

Source : Andina

■ Accord de partenariat entre Camposol et Agricom. Camposol, premier exportateur d'avocat du Pérou, et Agricom, un des grands noms pour ce produit au Chili, ont décidé de mettre en place « Agricom - Camposol Fresh », structure commerciale commune pour le marché européen basée aux Pays-Bas. L'objectif est non seulement de rationaliser les frais de structure, mais aussi de proposer à la clientèle un calendrier de commercialisation plus large, grâce aux complémentarités de gamme



Source : SUNAT

PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Vertes	5.00-6.00	+ 3 %
Hass	8.50-9.50	+ 18 %	

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Vertes		↘	- 5 %
Hass		=↗	+ 38 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Chili	=	+ 109 %	Maintien d'un niveau d'apports très soutenu et nettement supérieur à la moyenne, malgré un creux en milieu de mois. Ouverture toujours très étroite du marché des Etats-Unis.	+ 29 %
	Israël	=↗	- 19 %	Apports modérés tant en Hass qu'en variétés vertes. Déficit marqué durant la deuxième quinzaine.	- 19 %
	Mexique	↗↗	+ 1 716 %	Volumes modérés, mais plus importants qu'en décembre et nettement supérieurs à la moyenne.	+ 51 %
	Espagne	=↗	+ 19 %	Arrivages supérieurs à la moyenne, en particulier en variétés vertes.	+ 16 %



Notre engagement changera leur futur

Wawa wasi « Rayito de sol »
Garderie

Un lieu où les enfants de nos employés bénéficient d'un encadrement adapté, prodigué par des professionnels expérimentés et engagés, qui ont toute l'affection nécessaire pour prendre soin d'eux et les stimuler pendant leur petite enfance.

Grâce à une alliance stratégique avec le Ministère du Développement et de l'Intégration Sociale qui nous conseille pour la qualité de l'alimentation et des soins à apporter aux enfants.

Adresse de Wawa wasi « Rayito de sol »
Av. Industrial N° 577- Chao - Virú
Province - La Libertad - Perú



Bureau commercial en Europe

Camposol Fresh B.V. Honderdland 94
NL- 2676 LS Maasdijk - The Netherlands
Phone: +31 174 521 016 / Fax: +31 174 523 334



Ananas

Janvier 2013

Au cours du mois de janvier, l'offre de Sweet, poursuivant la tendance amorcée en décembre, a continué de baisser. Les différents marchés européens ont donc progressivement reçu de moins en moins de fruits. La demande, sans être exceptionnelle, restait toutefois supérieure à l'offre. Cependant, on n'a pas assisté à une envolée des cours, mais plutôt à une progression régulière semaine après semaine. Les cours les plus élevés ont été atteints entre la semaine 3 et la semaine 4. L'offre de Sweet a également été assez déséquilibrée. Au cours des premières semaines, ce sont les fruits de gros calibres (5 et 6 notamment), moins disponibles, qui se sont le mieux valorisés. Toutefois, avec la baisse plus généralisée de l'offre dès le début de la deuxième quinzaine, les opérateurs manquaient de fruits dans tous les calibres.

L'offre de Cayenne est restée confidentielle sur l'ensemble du mois. Pratiquement absents en début de mois, les fruits mis en marché en fin de mois se sont d'autant mieux vendus qu'ils étaient très colorés.

Sur le marché avion, l'offre a également été basse pendant tout le mois. Les ventes, soutenues par une assez bonne demande, ont été assez fluides. Les problèmes de qualité signalés en décembre sur les fruits du Bénin et du Cameroun (coloration irrégulière et faible tenue) se sont poursuivis. Ils ont entraîné un élargissement de la fourchette des cours pratiqués pour les fruits de ces origines. Les ventes de Pain de sucre se sont quant à elles maintenues à un bon niveau sur l'ensemble du mois, à des cours qui ont oscillé entre 1.95 et 2.10 euros/kg selon les opérateurs et les disponibilités.

L'offre de Victoria n'a cessé de décroître tout au long du mois pour s'adapter à une demande moins importante après les fêtes de fin d'année. Les cours ont été stables, même si les fruits de la Réunion se sont mieux valorisés que ceux de Maurice.

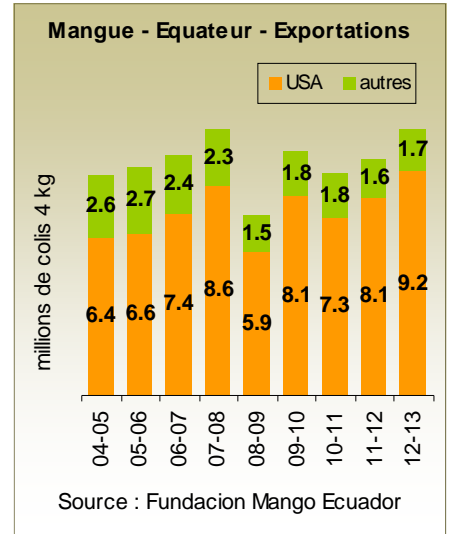


■ Importations d'ananas aux Etats-Unis : bientôt le million de tonnes ? Le chiffre donne le vertige : les importations d'ananas aux Etats-Unis, qui plafonnaient encore à un niveau inférieur à 500 000 t

en 2003, on atteint 925 000 t en 2012. Cette performance se double d'une bonne nouvelle : le rythme de progression, qui semblait s'être tassé ces dernières années, a repris de plus belle comme le montre l'accroissement de plus de 100 000 t des volumes importés entre 2011 et 2012. De quoi faire le bonheur des producteurs costariciens, principaux artisans de cette réussite et qui ont exporté près de 800 000 t du roi des fruits vers le marché des Etats-Unis la saison passée. La progression de 20 000 t des importations du Mexique et de 10 000 t de celles du Honduras est tout aussi notable, tout comme la dégringolade de l'Equateur, dont les exportations vers cette destination sont passées sous la barre des 10 000 t.

Source : douanes US

■ Une campagne de mangue honorable pour l'Equateur ! La saison export 2012-13 se termine sur un bilan satisfaisant pour l'Equateur. Selon la Fondation Mango Ecuador,



les volumes, qui oscillaient entre 9 et 10 millions de colis ces trois dernières années, ont atteint un niveau record proche de 11 millions de colis. Le résultat économique est lui aussi satisfaisant, les producteurs ayant perçu un prix FOB de 2.8 USD par caisse. Comme tous les ans, le marché des Etats-Unis a reçu plus de 80 % des volumes exportés, composés à 65 % de Tommy Atkins et à 20 % de Kent. Le verger de manguiers équatorien compte environ 7 700 ha, dont 6 600 sont dédiés à l'exportation. Il se concentre dans la province de Guayas, au centre de la bande littorale longeant l'océan Pacifique.

Sources : Reefer Trends, Fundacion Mango Ecuador

000 tonnes	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Costa Rica	439	523	575	584	589	677	698	789
Mexique	27	22	29	39	46	50	36	55
Honduras	33	13	20	23	22	22	27	37
Panama	4	3	8	9	12	16	14	15
Guatemala	32	33	27	26	18	13	15	14
Equateur	37	36	33	28	29	25	22	8
Autres	5	5	4	5	5	6	6	7
Total	578	634	697	714	720	809	818	925

Source : douanes US

EUROPE

Semaines 1 à 5	Min	Max
Cayenne lisse	1.70	1.90
Victoria	3.00	3.60
Par bateau (euro/colis)		
Cayenne lisse	8.50	10.50
Sweet	7.50	12.00

Semaines 2013	1	2	3	4	5	
						Par avion (euro/kg)
Cayenne lisse	Bénin	1.75-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.70-1.85
	Cameroun	1.70-1.90	1.80-1.90	1.75-1.90	1.75-1.90	1.70-1.90
	Ghana	1.75-1.85	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.75-1.90
Victoria	Réunion	3.30-3.60	3.30-3.60	3.30-3.60	3.30-3.50	3.20-3.60
	Maurice	3.00-3.30	3.00-3.30	3.00-3.30	3.00	3.00-3.10
Par bateau (euro/colis)						
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire				9.00-10.00	9.50-10.50
	Ghana					8.50-9.00
Sweet	Côte d'Ivoire	7.50-9.50	7.50-9.50	7.50-9.50	8.00-9.50	8.00-9.50
	Cameroun	7.50-9.50	7.50-9.50	7.50-9.50	8.00-9.50	8.00-9.50
	Ghana	7.50-9.50	7.50-9.50	7.50-9.50	8.00-9.50	8.00-9.50
	Costa Rica	7.50-9.00	7.50-9.50	8.50-10.50	9.50-12.00	8.50-11.00

Mangue

Janvier 2013

Le marché européen de la mangue en janvier s'est inscrit dans la continuité de la seconde quinzaine de décembre, avec une dégradation progressive des conditions de vente. Les livraisons encore soutenues du Brésil et l'accroissement des volumes du Pérou ont favorisé la formation de stocks, alors que la demande régressait. Malgré la diminution importante des arrivages du Brésil, le marché européen est resté surchargé par les livraisons péruviennes et les apports complémentaires d'Equateur. La dégradation qualitative des Kent et Keitt du Brésil en fin de campagne a rendu leur vente plus difficile. L'offre du Pérou a également connu des difficultés d'écoulement, compte tenu d'une qualité aléatoire : coupe noire, pourriture pédonculaire et mauvaise évolution au mûrissement. De surcroît, essentiellement composée de fruits de petite taille, elle s'est révélée peu adaptée à la demande, qui s'orientait davantage vers des calibres plus forts. Les fourchettes de prix se sont élargies sensiblement et les ventes de dégagement ont entraîné une diminution notable des moyennes de ventes. La baisse de la demande a été amplifiée par les épisodes neigeux et les périodes de froid intense qui ont affecté une grande partie de l'Europe du Nord en janvier. L'année 2013 a donc commencé dans des conditions difficiles par rapport à début 2012 où l'offre péruvienne était très limitée.

Le marché avion a également été difficile, avec des livraisons importantes du Pérou et un apport complémentaire du Brésil en fin de campagne. Le rythme soutenu des arrivages s'est heurté à une baisse de la consommation, générant la formation de stocks. La forte proportion de lots de maturité avancée a entraîné des ventes de dégagement fréquentes, surtout en seconde partie du mois. Seules les marchandises plus résistantes parvenaient à se valoriser au niveau supérieur des fourchettes de prix. En début de mois étaient réceptionnés quelques lots de Early Gold de la Réunion, dont le prix élevé rendait la vente difficile face à la concurrence latino-américaine. Ces envois cessaient rapidement en raison des dégâts occasionnés par le cyclone Dumile.

Litchi

Janvier 2013

En janvier, la commercialisation des litchis avion s'est poursuivie avec des volumes en réduction rapide. La Réunion est restée la seule origine fournissant des fruits frais. Les prix se sont fortement redressés par rapport à la fin du mois de décembre, compte tenu des faibles quantités mises en marché. Les fruits égrenés se sont valorisés autour de 6.00 à 6.50 euros/kg, alors que ceux présentés en bouquets obtenaient des prix nettement supérieurs, entre 10.00 et 12.00 euros/kg. Ce sont d'ailleurs ces produits qui ont été les plus importants en volume dans les livraisons réunionnaises. La campagne ayant démarré précocement, elle s'est achevée plus tôt. Quelques envois ont pu être maintenus malgré le passage du cyclone Dumile, car il n'a pas directement affecté les zones de production du litchi. L'Afrique du Sud a également expédié par avion quelques lots de litchis branchés, d'abord en variété Mauritius puis en Red McLean. Ces produits se sont vendus sur la base de 8.00 à 9.00 euros/kg.

Les litchis disponibles en janvier provenaient essentiellement de Madagascar et d'Afrique du Sud par bateau. La commercialisation des litchis de Madagascar s'est poursuivie tout au long du mois. En début de période, les derniers lots transportés sur le second navire conventionnel alimentaient un marché moins demandeur, mais encore actif. Leurs cours se sont raffermis en première quinzaine du mois en raison de la faiblesse des stocks encore disponibles et du retard des premiers conteneurs initialement attendus en début de deuxième semaine du mois, qui

devaient prendre le relais et assurer l'approvisionnement pour la dernière phase de la campagne. En définitive, ces livraisons n'ont été effectives qu'en fin de deuxième semaine, pour une mise en marché en troisième semaine de janvier. Ce creux d'approvisionnement a permis le maintien de prix soutenus, peu habituels à cette période de l'année. En seconde quinzaine du mois, les derniers arrivages de fruits malgaches étaient réceptionnés. Ils s'écoulaient de façon fluide, mais leur qualité fragile orientait les cours à la baisse.

Parallèlement, l'Afrique du Sud poursuivait sa campagne avec des arrivages irréguliers. Profitant des faibles apports de Madagascar, leurs prix de vente se maintenaient à un niveau soutenu, avec une valorisation plus marquée pour les fruits de gros calibre. Leur cours fléchissait en seconde moitié du mois du fait de la raréfaction des gros calibres, mais également de problèmes qualitatifs plus importants.



© Guy Bréhier

LITCHI — ESTIMATIONS DES ARRIVAGES — en tonnes

Semaines 2013	1	2	3	4	5
Par avion					
Réunion	15	4	1	1	-
Afr. du Sud	-	5	6	10	10
Par bateau					
Madagascar	-	1 320	-	440	-

LITCHI — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS — en euros/kg

Semaines 2013	1	2	3	4	5	Moyenne janvier 2013	Moyenne janvier 2012
Par avion							
Réunion br	6.00-11	11	11-12	11-12	6.00-11	9.00-11.40	10.00-12.30
Par bateau							
Madagascar s	2.00-2.10	2.20-2.30	2.20-2.50	1.60-2.50	1.50-1.70	1.90-2.20	1.70-2.00
Afr. du Sud s	3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-4.00	2.60-3.00	2.60-3.00	2.85-3.40	1.60-2.05

br : frais branché ou non traité / s : souffré

MANGUE — ESTIMATIONS DES ARRIVAGES — en tonnes

Semaines 2013	1	2	3	4	5
Par avion					
Brésil	30	15	15	10	-
Pérou	60	80	100	80	50
Par bateau					
Brésil	2 620	1 520	770	700	570
Equateur	480	220	90	20	
Pérou	1 620	2 840	3 300	1 520	3 820

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS — en euros

Semaines 2013	1	2	3	4	5	Moyenne janvier 2013	Moyenne janvier 2012
Par avion (kg)							
Brésil Kent	3.00-4.00	3.50-4.00	3.50-3.80	-	-	3.30-3.90	4.00-4.80
Pérou Kent	3.50-4.00	3.50-4.30	3.50-4.00	3.00-4.00	3.00-3.50	3.30-3.95	4.05-4.80
Par bateau (colis)							
Brésil T. Atkins	-	3.50-5.00	3.50-4.50	-	-	3.50-4.75	4.65-5.30
Brésil Kent	3.50-4.00	-	2.00-3.00	2.00-4.00	-	2.50-3.65	5.00-6.00
Pérou Kent	4.50-5.50	3.00-5.00	3.00-5.00	2.50-5.00	2.50-4.50	3.10-5.00	5.60-7.00



VOTRE POINT D'ENTRÉE SUD DE FRANCE

MAGASIN DE 25 600 m² INFORMATISÉ ET PROTÉGÉ

23 200 m² de surface transit et conservation
Capacité totale 15 000 palettes dont 5 500
dans 10 chambres froides (0°/14° et une - 25°)

8 portes accès quai
27 portes pour décharger les conteneurs
33 portes pour charger les camions

Quai : 37 m large, 450 m long, profondeur 12 m
Deux portiques
Un parc conteneurs avec 140 prises

Camions : parking informatisé à l'intérieur du port
et autoroute A9 à 9 km
Trains : 40 km de voies
Barges : accès par canal jusqu'à Dijon



Zone portuaire – Quai E – CS 90133 – 34202 SETE CEDEX
Tél : +33 (0)467468989 – Fax : +33 (0)467498240 – E-mail : info@reefersete.fr



Fret

Janvier 2013

Après une fin d'année 2012 encourageante, les armateurs et les opérateurs se trouvaient dans l'expectative d'un effet d'entraînement du marché en janvier, matérialisant ainsi les prévisions optimistes avancées en fin d'année. Pourtant, malgré un TCE moyen mensuel deux fois supérieur aux chiffres de janvier 2011, les activités d'affrètement sont restées très faibles et décevantes sur les premières semaines de l'année. L'insatisfaction et une certaine inquiétude de voir le marché se développer selon le même modèle que l'année passée ont commencé à poindre mi-janvier, sans fondement à la lecture des derniers indicateurs. À la fin du mois, la situation a finalement évolué avec l'arrivée d'une demande de tonnage en provenance du Chili, d'Argentine et d'Équateur.

La demande en petites unités s'est aussi maintenue, grâce à de bonnes prises de poisson au large des côtes de l'Afrique de l'Ouest, à une bonne saison pour les pommes de terre, le tout combiné à une mauvaise météo au sud de la Méditerranée qui a retardé le déchargement des navires au port algérien de Mostaganem, les retirant de la circulation pendant près de deux semaines.

Au mois de janvier de l'année dernière, la faiblesse des fondamentaux ainsi que les délais supportés par les navires en attente de cargaison avaient pesé sur le rendement réel TCE. Cette année, le tonnage mis à disposition par les opérateurs et la demande des affréteurs ont permis aux navires de tourner plus rapidement et à des taux supérieurs. L'augmentation des coûts de transport est absorbée par la bonne santé du marché du raisin aux États-Unis et l'anticipation d'un important marché des fruits à pépins en Europe. La situation pour les affréteurs serait tout autre si les prix de la banane en Méditerranée subissaient aussi une hausse.

Devant une offre restreinte et une demande venant de sources multiples, les opérateurs reefer n'ont pas besoin de revoir leurs ambitions, ni, dès lors, leur structure tarifaire actuelle dans l'immédiat. Le maintien de ces niveaux jusqu'à mi-mars, au moment où les navires com-

menceront à revenir du programme d'exportation du Chili, dépendra dans une certaine mesure des conditions météorologiques en Équateur.

Malgré un prix de sortie relativement élevé, la tendance à la baisse du volume des exportations enregistrées l'année dernière ne semble pas vouloir s'inverser. Beaucoup de fruits se perdent encore à cause d'un faible taux d'ensoleillement et d'un manque de chaleur. Si l'on ajoute l'apparition de la cercosporiose l'année dernière et le manque de réinvestissement dans les traitements fongicides et fertilisants, on peut alors présager une diminution structurelle de la production de banane en Équateur.

Si l'aphorisme « moins c'est mieux » est fondé, le gouvernement équatorien aurait probablement intérêt à voir plafonner les volumes destinés à l'exportation, de façon naturelle ou artificielle : le pays a expédié 36 millions de cartons de banane en moins en 2012 par rapport à 2011, mais avec un rendement moyen par carton significativement supérieur. Et bien que la hausse du chiffre d'affaires n'ait pas totalement compensé la perte de volume, le prix spot ou « de sortie » non officielle s'est maintenu au-dessus des 5.50 USD le carton sur la totalité des douze mois. En bref, tant que le prix officiel versé aux producteurs suffit à couvrir les coûts de production, les planteurs ne pourront pas reprocher au gouvernement de leur faire gagner plus d'argent pour chaque fruit expédié en supplément !

■ OCM Banane : la messe est dite. L'accord sur le commerce des bananes entre l'Union européenne et les États-Unis d'Amérique, signé à Genève le 8 juin 2010, est entré en vigueur le 24 janvier 2013. Il met un terme officiel à un des plus longs — sinon le plus long — conflits commerciaux entre les États-Unis et l'UE. On attend désormais la conclusion de l'accord d'association avec huit États d'Amérique centrale et du Sud pour refermer le dossier réglementaire bananier. Cet accord porte essentiellement sur une baisse programmée du droit de douane à l'importation par l'UE de bananes en provenance de ces pays. En outre, vu l'échec des négociations multilatérales de Doha (absence de conclusion d'ici fin 2013), la dégressivité du droit est suspendue en 2013, 2014 et 2015. Le processus de baisse reprendra donc en 2016. La décision du Conseil puis l'approbation du Parlement européen devraient intervenir courant 2013. A noter que l'Équateur ne souhaite toujours pas faire partie de l'accord.

Source : CIRAD

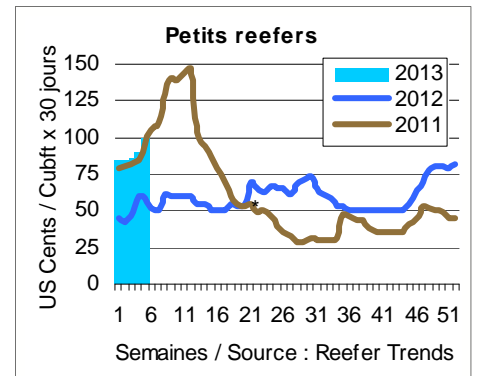
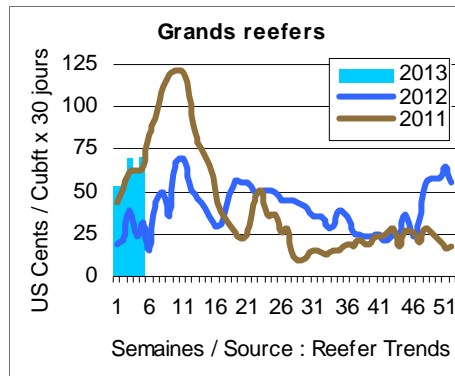


© OCAB Côte d'Ivoire

Web : www.reefer-trends.com
Tel : +44 (0) 1494 875550
Email : info@reefer-trends.com

reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer



MARCHES SPOT			
Moyennes mensuelles			
USD cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers	
Janvier 2013	60	86	
Janvier 2012	23	48	
Janvier 2011	55	81	

Melon de contre-saison

Elargir son champ !

Si les crises sont très douloureuses, elles obligent à prendre des décisions. Le marché du melon n'a pas échappé à la règle, la stagnation des importations en Europe due à la crise économique ayant obligé les opérateurs sud-américains, trop euro-dépendants, à revoir leur profil d'exportation et les opérateurs antillais à prendre des mesures pour promouvoir et valoriser leur production. Certaines origines, comme le Sénégal, semblent par contre avoir bénéficié de cette nouvelle donne et devraient se déployer dans les années à venir, au détriment peut-être du Maroc, où les surfaces de Charentais diminuent.

Un potentiel d'importation stable en Europe

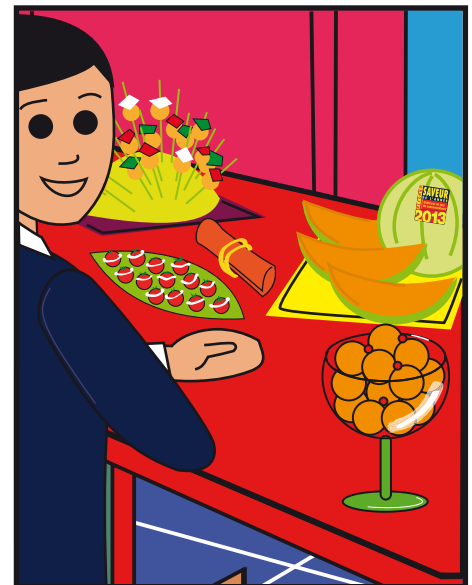
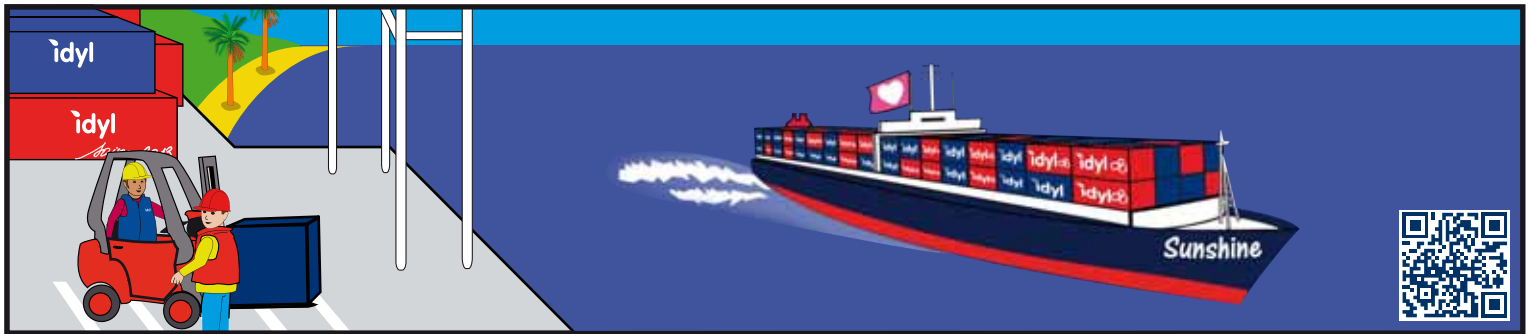
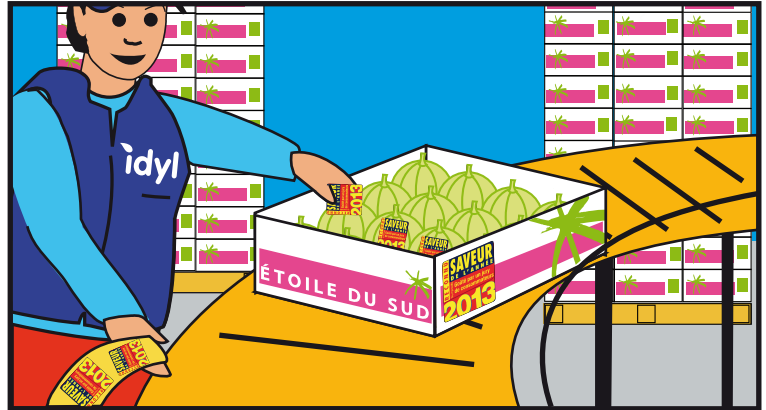
Les importations communautaires de melon de contre-saison semblent avoir légèrement rebondi lors de la dernière campagne, revenant ainsi au niveau atteint avant la crise économique, soit un peu moins de 300 000 t. On note toutefois une confirmation des grandes tendances entrevues dernièrement : un maintien, quoique difficile, du Brésil, talonné par les autres origines latino-américaines comme le Costa Rica, et une progression significative du Sénégal, avec le repositionnement d'intervenants majeurs, tandis que les autres origines, Maroc ou Honduras, consolident tout au plus leur position.

Ainsi, les importations en provenance du Brésil sont revenues à un niveau proche de celui des années antérieures en 2011-12, avec 157 000 t (+ 17 % sur 2011) contre 169 200 t en 2009-10 et 173 000 t en 2007-08 entre octobre et mai. Par ailleurs, les opérateurs sont restés prudents face à des conditions économiques peu favorables (taux de change, crise économique en Europe) et après une campagne 2010-11 particulièrement difficile, avec une concurrence accrue du Costa Rica qui signe une nouvelle progression de 7 % de ses envois vers l'Europe (69 000 t). De même, les importations en provenance du Sénégal ont de nouveau progressé avec 11 200 t (+ 29 % sur 2010-11), compte tenu du nombre croissant des metteurs en marché. De leur côté, les envois du Maroc ont reculé (45 300 t), du fait essentiellement des conditions climatiques (froid polaire de février), les surfaces étant encore globalement stables lors de la dernière campagne. Parallèlement, les

envois des Antilles françaises ont un peu baissé, mais ceux de République dominicaine se sont maintenus (877 t). Les arrivages en provenance du Panama se sont encore effrités (4 000 t, soit - 10 %), comme ceux d'Israël (1 700 t, soit - 50 %), affectés de plus par des difficultés logistiques.



© Régis Domergue



www.etoile-du-sud.fr

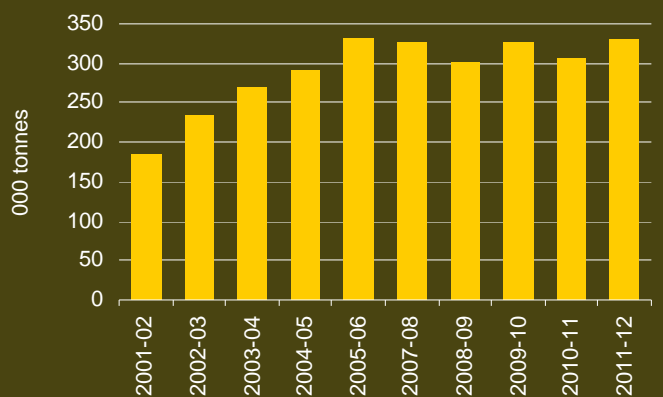
idyl

Contactez-nous
 + 33 (0)4 90 24 20 00
 contact@idyl.fr
 13160 Châteaurenard

Producteur & Partenaire des Pros

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Melon - UE-27 - Importations extra-communautaires
(octobre à mai)



Source : douanes européennes

© Regis Domergue



Melon — UE-27 — Importations extra-européennes
(octobre à mai)

tonnes	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Brésil	173 437	166 953	169 201	134 594	157 056
Costa Rica	50 397	42 567	59 942	65 223	69 820
Maroc	51 748	46 031	50 866	51 480	45 304
Honduras	17 299	22 806	21 697	33 140	31 899
Sénégal	2 307	3 110	5 469	8 681	11 190
Panama	18 808	12 071	11 017	4 386	3 934
Guatemala	307	183	-	-	2 415
Israël	4 851	3 622	3 702	3 361	1 675
Rép. dom.	1 309	800	548	754	877
Total extra UE-27	326 694	302 801	328 296	306 260	329 083

* chiffres provisoires / Source : Eurostat

Une diversification du portefeuille de clientèle pour le Brésil

Les exportations brésiliennes de melon ont de nouveau globalement progressé d'environ 7 % lors de la dernière campagne, avec pas moins de 181 800 t en annuel (2012). Il s'agit du plus fort niveau de ces trois dernières années, qui n'atteint toutefois pas celui de 2008 où les exportations, alors en pleine progression, s'élevaient à plus de 200 000 t. Elles ont toutefois été très réduites sur la fin de l'année 2012 et le début de l'année 2013, en raison d'une part des conditions climatiques (sécheresse), mais également d'un repositionnement assez marqué de certains opérateurs sur le marché local, en pleine croissance.

Par ailleurs, la crise économique, mais aussi la concurrence des autres origines latino-américaines, ont arrêté la progression des envois vers l'UE-27, qui représentent encore 93 % des exportations de melon de ce pays. De ce fait, les opérateurs brésiliens tentent désormais de diversifier leur portefeuille de clientèle et espèrent pouvoir développer des partenariats dans les différents pays avec qui des accords ont été obtenus récemment, comme la Turquie, ainsi qu'avec l'Asie (Singapour, Hong-Kong) et le Moyen-Orient (Emirat Arabes Unis et Arabie saoudite).

Des négociations ont également débuté en septembre 2012 avec les Etats-Unis dont le marché est ouvert au melon brésilien de décembre à mai (28 % de droits de douane en dehors de cette période), afin de décaler cette fenêtre d'importation et de l'adapter au calendrier d'exportation de cette origine (septembre à janvier). L'enjeu est de taille pour les producteurs brésiliens, avec un potentiel vers les Etats-Unis estimé à 130 millions USD, sachant que les exportations vers l'Europe génèrent environ 120 millions USD.

De plus, cela permettrait également de ne pas entrer en concurrence directe avec les autres origines d'Amérique du Sud, qui débutent leur campagne fin décembre-début janvier. En effet, l'amélioration des techniques de production a permis, par exemple, au Honduras d'accroître son potentiel de production, même si cette évolution a été masquée en 2011-12 par un déficit de production et donc d'exportation : 260 000 t exportées en 2011-12, toutes destinations confondues, dont 31 900 t vers l'UE-27 (soit - 4 % sur 2010-11). Ainsi, les opérateurs escomptaient être plus présents cette année, avec une hausse attendue de 5 à 10 % de la production, mais les conditions climatiques (vent froid) semblent de nouveau avoir contrarié cette perspective.

En revanche, la tendance est plutôt à une réduction des surfaces au Costa Rica en raison de la hausse des coûts de production et de la pression immobilière, qui ne permettent plus aux opérateurs d'être compétitifs face à la concurrence accrue des autres zones de production latino-américaines. Les exportations de cette origine n'auraient pas dépassé 123 700 t en 2012, d'après les chiffres provisoires de Proco-mer (soit - 12 % sur 2011).



© Denis Leblanc

Une grande campagne de promotion pour le melon IGP de Guadeloupe

Les producteurs de Guadeloupe et de Martinique ont entamé depuis 2008 une démarche de valorisation de leur production, après avoir perdu des parts de marché à l'export à destination notamment du marché européen, compte tenu d'un coût de main d'oeuvre plus élevé que les autres origines de contre-saison. Le melon IGP de la Guadeloupe, officiellement reconnu par la Commission européenne en mars 2012, sera donc cette année de nouveau sur le devant de la scène, avec une grande campagne de promotion sous le slogan « Il y a melon et melon », financée par la Communauté européenne. Par ailleurs, pour faire connaître cette appellation sur le terrain, 70 journées de dégustation seront organisées en GMS dans toute la France de fin février à avril, orchestrées par des hôtesses vêtues de couleurs antillaises. Le potentiel devrait avoisiner 1 800 t sur 6 000 t produites en Guadeloupe, dont 4 000 t environ sont chaque année destinées à l'exportation.

Par ailleurs, un petit suivi devrait se maintenir au départ de la République dominicaine, dont la production s'étend de décembre à mars pour un total de près de 800-900 t importées chaque année dans la Communauté européenne.

Un renforcement du potentiel au Sénégal

Les importations en provenance du Sénégal ont encore progressé, avec des volumes qui ont atteint 11 200 t lors de la campagne 2011-12, et un intérêt de plus en plus marqué des investisseurs étrangers pour cette origine. En fait, tout a débuté avec des investissements français et espagnols pour approvisionner en contre-saison le marché européen. Ces entrepreneurs sont aujourd'hui rejoints par d'autres structures, également spécialisées dans la production de melon tout au long de l'année, qui ont choisi, certaines depuis 2012 seulement, de basculer leur approvisionnement de fin d'année des Antilles vers le Sénégal, afin de sécuriser des volumes soumis à cette période aux aléas climatiques fréquents dans cette zone tropicale. Mais les développements récents concernent surtout une grande firme brésilienne qui a signé en 2011 un partenariat avec l'Etat sénégalais. Plus précisément, la convention porte sur la réalisation d'un programme d'investissement agricole triennal, pour lequel l'accent sera mis sur l'identification et la mise à disposition d'une superficie agricole d'environ 600 ha. Déjà forte d'une production annuelle de 200 000 tonnes de melon dont 70 % sont destinées aux marchés anglais, hollandais, espagnol, italien et portugais, cette firme brésilienne cherche à renforcer sa présence sur le marché européen et à explorer de nouvelles destinations comme Dubaï, Singapour, la Turquie et la Russie. Les exportations de cet opérateur ont déjà atteint 320 tonnes à titre d'essai durant la campagne 2011-12, mais le réel développement est plutôt attendu à partir de cette saison.

Un recul des surfaces en Charentais attendu au Maroc

La situation s'est un peu durcie ces deux dernières campagnes au Maroc, entre un nombre important de metteurs en marché, dont certains s'essouffent après plusieurs campagnes, et des conditions climatiques particulièrement difficiles qui ont sérieusement affecté les retours de certaines structures. Ainsi, même si le potentiel de production pourrait être du même niveau que celui de l'an dernier en Charentais, compte tenu des faibles rendements, notamment sous abri, les surfaces pourraient baisser significativement cette campagne, probablement sur Agadir mais surtout sur Marrakech où les professionnels évoquent une réduction de l'ordre de 15 à 20 %, jusqu'à 30 % pour certains. Toutefois, le potentiel est plutôt à la hausse sur le début de saison, avec une augmentation des surfaces sur la zone de Dakhla. Les premiers volumes étaient attendus au cours du mois de février, pour une montée en puissance fin février-début mars avec l'entrée en production de tous les opérateurs de la région. La variété Magenta reste la plus cultivée en superficie au Maroc. La recherche s'axe actuellement sur des variétés de Charentais à cycle moins long qui pourront garder des qualités gustatives et de conservation comparables à celles du Magenta. Elles pourront également offrir la même souplesse en termes de pratiques culturales, cette variété étant conduite aussi bien palissée dans les serres de Dakhla qu'à plat en plein champ ou sous les chenilles ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr



Agropolis International est une association créée en 1986, par les établissements français de recherche et d'enseignement supérieur de Montpellier et de la région Languedoc-Roussillon, impliqués, en totalité ou en partie, dans les champs thématiques de l'**agriculture**, de l'**alimentation**, de la **biodiversité** et de l'**environnement**.

Outre son caractère de plate-forme scientifique internationale tournée vers la Méditerranée et les pays du Sud, Agropolis International est également un espace multi-acteurs ouvert à tous les partenaires du développement économique et rural.

Agropolis International constitue ainsi un lieu original et unique d'échange et de construction collective. Agropolis en 4 points :

Un portail d'accès facilité

- aux compétences de la communauté scientifique régionale
- aux ressources documentaires

Un espace de construction de partenariats nationaux et internationaux

- Accueil de laboratoires extérieurs d'organismes de recherche étrangers
- Organisation de visites de délégations, de conférences et colloques internationaux

Un rôle d'interface et d'appui aux projets collectifs

- Animation, coordination et gestion de projets inter-institutionnels à dimension nationale et internationale
- Interface avec les acteurs du développement économique et agricole
- Appui à l'animation scientifique de la communauté régionale

Un outil de gestion de services

- Accueil de chercheurs et professeurs invités (Centre Euraxess Languedoc-Roussillon)
- Organisation de réunions et d'événements scientifiques *in situ* ou *ex situ*

ensemble. Avec 47 membres—28 établissements scientifiques, 5 collectivités territoriales et de nombreux acteurs du développement économique et rural—Agropolis International constitue un lieu original et unique d'échanges et de construction collective.



Un dossier préparé par
Pierre Gerbaud

Fruit de la passion

Sommaire

- p. 20 **Marché européen du fruit de la passion : un marché en progression**
- p. 32 **La commercialisation en Europe du fruit de la passion : vers une diversification variétale**
- p. 37 **Culture du fruit de la passion**
- p. 38 **Principales variétés de fruit de la passion**

© Guy Bréhinier

Plus connu sous forme transformée qu'à l'état frais, le fruit de la passion n'en demeure pas moins un incontournable de la gamme des fruits exotiques. Présent aussi bien sur les étals des détaillants que sur les linéaires de la grande distribution, il interpelle toujours le consommateur. Son apparence varie selon les types ou variétés et diversifie l'éventail proposé sur les marchés européens : fruit de la passion pourpre, grenadille jaune ou maracuja, grenadille des montagnes orangée, curuba, etc. D'un aspect extérieur souvent peu attractif et présentant une pulpe peu cohérente parsemée de graines dures, le fruit de la passiflore dégage des arômes puissants et incomparables sur lesquels repose son succès. Loin d'être anecdotique, son commerce se développe régulièrement. La culture et la commercialisation de fruits hybrides depuis quelques années appuient cette croissance silencieuse.





Marché européen du fruit de la passion

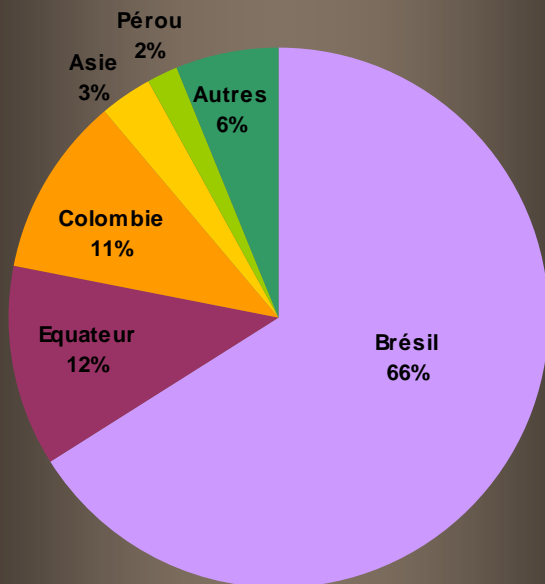
Un marché en progression

L'absence de données statistiques fiables et continues dans le temps rend difficile l'évaluation quantitative du marché du fruit de la passion en Europe. En étudiant les volumes exportés par les origines les plus représentatives pour ce produit, on peut estimer les importations européennes entre 5 000 et 7 000 tonnes annuelles. Ces données, même approximatives, révèlent la croissance du marché de ce fruit par la diversité des variétés disponibles et par l'apparition de nouveaux pays fournisseurs au cours des dernières années.



© Guy Bréhinier

Fruit de la passion
Répartition de la production mondiale



Source : Natural Juice Products Association



Des variétés en tandem avec des origines

Le terme « fruit de la passion » recouvre différentes variétés ou types de fruits qui généralement correspondent à des zones de production données. Ainsi, les principaux pays producteurs exportant des fruits de la passion vers les marchés européens se caractérisent le plus souvent par le type de fruits exportés.

Pour le fruit de la passion pourpre (*Passiflora edulis Sims*), les principales origines fournissant le marché européen sont le Kenya, l'Afrique du Sud et la Colombie. D'autres pays en exportent aussi, mais de façon irrégulière et en moins grande quantité, comme le Zimbabwe ou le Burundi.

Le fruit de la passion jaune (*Passiflora edulis flavicarpa*), ou maracuja, est plus rare sur les marchés européens et provient principalement de Thaïlande et de Colombie.

Le fruit de la passion de montagne (*Passiflora ligularis*), ou grenadille, constitue une spécialité de la Colombie. Il semble que ce soit la seule origine qui en exporte.

Depuis quelques années, des fruits de la passion hybrides se rencontrent de plus en plus fréquemment sur les marchés européens. Plusieurs origines semblent avoir développé ce type de produits, particulièrement la Réunion, Israël, la Thaïlande, l'Afrique du Sud et le Vietnam. Les fruits de la passion hybrides proviennent de croisement entre les variétés *Passiflora edulis* pourpre et *Passiflora flavicarpa* jaune. Ces croisements uniques ou multiples confèrent à ces fruits hybrides des caractéristiques différenciées en termes de coloration, de couleur, d'épaisseur de l'endocarpe et de saveur de la pulpe.

Une production difficile à évaluer

En l'absence de données chiffrées fiables, il est difficile d'établir un panorama exact de la répartition de la production de fruit de la passion au niveau mondial. Tous les pays de la zone intertropicale, voire subtropicale, en sont potentiellement producteurs. Le produit est bien connu dans les pays de la zone intertropicale, où il est plus ou moins exploité pour les besoins locaux, tant transformé qu'à l'état frais. Le commerce régional est également un élément à prendre en compte, notamment pour les pays sud-américains où la part des produits transformés à base de fruit de la passion semble importante.

Selon la Juice Products Association, la production mondiale de fruit de la passion était d'environ



© Carolina Dawson

640 000 tonnes au début des années 2000. Ce chiffre donne une indication utile mais ne concernerait que le Maracuja, c'est-à-dire la variété *Pasiflora edulis flavicarpa*. Il conviendrait donc de majorer cette donnée de base pour tenir compte des autres variétés produites. Une estimation entre 700 000 et 800 000 tonnes pourrait être retenue comme ordre d'importance de la production mondiale actuelle. Il semble, par ailleurs, que la production soit très variable d'une année à l'autre dans les différents pays producteurs, et plus particulièrement dans les pays latino-américains où une grande partie de la production est orientée vers la transformation. La fluctuation des cours du jus de fruit de la passion, plus ou moins incitatifs en amont de la filière pour les producteurs, est la cause de cette variation.

Le Brésil est de loin le premier producteur mondial, avec environ 450 000 tonnes annuelles. L'augmentation de la consommation interne depuis quelques années et l'orientation de plus en plus importante de la production vers l'industrie de la transformation font que cette origine intervient peu sur le marché international du fruit de la passion frais et même en importe. Le Brésil n'est impliqué dans le commerce international que pour des produits transformés (jus concentré). Le second pays producteur serait l'Équateur, qui commercialise essentiellement des produits transformés et n'exporte des fruits frais que de façon marginale. En troisième position, on trouve la Colombie qui intervient sur le marché des produits transformés aussi bien que sur le marché du frais. Il s'agit vraisemblablement du seul pays d'Amérique du Sud qui conserve un rôle important dans la fourniture de fruits frais, notamment vers les marchés européens. Le Pérou, à l'instar du Brésil, livre à l'industrie l'essentiel de sa production, ses exportations à l'état frais restant marginales.

En Asie, le principal producteur semble être la Chine. Ce pays n'apparaît pas dans le commerce international du fruit de la passion frais, compte tenu de la forte demande nationale et de son éloignement des centres de consommation occidentaux. En revanche, d'autres pays asiatiques, dont la production est mal évaluée, se sont tournés récemment vers l'exportation à l'état frais. Il s'agit de la Thaïlande, du Vietnam et, pour une moindre part, de la Malaisie.

En Afrique, les principaux pays producteurs sont le Kenya, l'Afrique du Sud, le Zimbabwe et, plus marginalement, le Burundi et le Rwanda. Ces pays exportent en frais une partie de leur production, le reste étant dirigé vers le marché intérieur et la transformation. Les origines africaines adoptent très majoritairement le fruit de la passion pourpre destiné au marché de l'exportation à l'état frais. Seule l'Afrique du Sud a progressivement développé une production de fruits de la passion hybrides, qui représente maintenant l'essentiel des exportations du pays.

De façon générale, les pays producteurs d'Amérique latine produisent essentiellement des fruits de la passion jaunes, ce qui s'explique par l'importance du secteur de la transformation qui utilise plus volontiers cette variété. La Colombie constitue la seule exception avec une production de fruit de la passion pourpre, jaune et de grenadille (fruit de la passion de montagne), dont l'origine s'est fait une spécialité pour l'exportation à l'état frais.

Les pays asiatiques orientent leur production vers les variétés pourpres (et hybrides) pour les marchés d'exportation en frais. Seule la Thaïlande exporte des quantités limitées de fruit de la passion jaune.



© Eric Imbert



Des statistiques d'importations européennes à démêler

A l'étude des statistiques et des informations disponibles dans lesquelles apparaît le fruit de la passion, on peut constater que les principaux pays producteurs ne sont pas nécessairement les principaux pays exportateurs en frais. La production la plus importante se trouve en Amérique latine où domine le commerce local et où la transformation prime sur le frais pour l'exportation. Seule la Colombie s'est spécialisée dans l'exportation de fruits frais, notamment à destination de l'Europe, depuis de nombreuses années.

Par ailleurs, il n'existe pas de statistiques fiables et continues dans le temps sur le fruit de la passion en tant que tel. Il est le plus souvent mêlé à d'autres fruits, considérés comme mineurs dans le commerce international. De ce fait, il est particulièrement difficile d'évaluer les flux avec précision. L'une des sources les plus fiables et précises reste Eurostat, les statistiques d'importation de l'Union européenne. D'après les données de la dernière décennie (2000 à 2010), on peut tenter d'évaluer les volumes fournis par les principales sources d'approvisionnement et l'évolution des volumes globaux vers le marché européen. Entre 2000 et 2007, la rubrique statistique 08109040 cumulait fruit de la passion, carambole et pitahaya. En minorant les données des pays spécialisés dans l'exportation de carambole et de pitahaya, il est possible d'approcher la réalité du marché du seul fruit de la passion.

Fruit de la passion — Union européenne — Estimation des importations

tonnes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Colombie	241	193	235	236	434	2 155	1 008	1 133	1 149	1 257	1 657	1 722
Vietnam	49	63	74	123	124	160	396	464	899	937	1 378	1 385
Kenya	669	684	791	1 178	1 141	850	850	1 032	845	634	779	763
Afr. du Sud	148	214	167	212	329	638	477	404	515	427	623	755
Zimbabwe	971	842	857	567	413	545	620	589	866	832	957	724
Ghana	2	29	2	2	23	8	26	61	96	181	311	535
Thaïlande	22	33	42	107	155	180	225	301	321	330	550	385
Israël	79	113	113	122	251	367	489	371	305	317	311	260
Malaisie	174	180	168	160	169	162	151	158	138	123	114	104
Ouganda	4	4	5	13	19	20	44	50	41	30	19	21
Burundi	16	0	0	0	0	0	0	3	11	16	17	21
Inde	0	1	2	1	16	0	11	8	83	141	11	13
Cameroun	0	6	1	2	7	8	10	15	11	13	10	12
Pérou	1	6	14	0	1	1	8	18	18	3	13	7
Brésil	15	12	15	19	5	10	8	14	41	12	141	5
Sri Lanka	11	1	5	0	2	2	5	9	7	3	3	4
Equateur	69	55	64	100	199	25	37	33	49	48	51	-
Indonésie	10	3	13	4	0	1	2	17	5	5	5	-
Rwanda	6	11	3	9	0	2	1	3	4	1	1	-
Total	2 488	2 450	2 570	2 856	3 290	5 133	4 369	4 683	5 404	5 310	6 951	6 716

Source : EUROSTAT, code 08109040 jusqu'en 2007 et 08109020 après 2007



A partir de 2008, le code statistique 08109040 a été remplacé par le numéro 08109020 qui regroupe désormais, en plus de la rubrique 08109040, le tamarin, la pomme cajou, le fruit du jacquier, le litchi et la sapotille. Ce qui rend encore plus difficile l'appréhension du marché du fruit de la passion. Cette modification n'influe guère pour certains pays, comme le Kenya dont les exportations vers l'Europe sont essentiellement composées de fruit de la passion. Il en est de même pour le Zimbabwe, l'Equateur et le Pérou.

Pour d'autres origines, l'estimation des volumes de fruit de la passion par rapport aux autres fruits de la rubrique statistique est plus délicate. La connaissance des spécialités des fournisseurs permet toutefois de proposer des corrections cohérentes. Ainsi, pour la Malaisie, la part du fruit de la passion reste très minoritaire dans les volumes indiqués, car elle exporte en majorité des caramboles. Pour la Colombie, la proportion des fruits de la passion est conséquente, mais ne couvre pas l'intégralité des volumes mentionnés car le pays exporte également d'autres fruits comme la pitahaya, de façon non négligeable. L'Afrique du Sud exporte traditionnellement des fruits de la passion, avec des chiffres cohérents jusqu'en 2007. Mais cette origine est également un important fournisseur de litchi, faussant ainsi les données statistique après 2007. Israël, la Thaïlande et le Vietnam exportent certes des fruits de la passion, mais également d'autres fruits (pitahaya, litchi, etc.). Les autres origines n'interviennent que pour des volumes restreints qui ne sont pas de nature à modifier le mouvement général des flux.

Ainsi, en retirant les quantités de litchi et en modulant les volumes en fonction des connaissances qualitatives des flux, nous proposons des chiffres qui paraissent plus proches de la réalité du marché, même s'ils ne donnent qu'une image partielle et non certifiée.

Des importations en progression

Ces données montrent une progression continue des importations européennes de fruit de la passion au cours de la dernière décennie, en faisant abstraction de l'année 2005. En effet, cette année est peu cohérente par rapport à l'ensemble en raison des exportations kenyanes, sans doute surévaluées ou conséquence d'un événement spécifique non identifié. La Colombie apparaît comme le principal fournisseur de l'Union européenne, avec un renforcement de ses exportations dans les dernières années. Le cas du Vietnam est remarquable en tant qu'origine émergente pour ce produit durant les cinq dernières années. Zimbabwe, Kenya, Thaïlande et Afrique du Sud présentent des évolutions également positives, avec des fluctuations ponctuelles. Israël et Malaisie restent stables. Les chiffres présentés confirment également que l'évolution des importations européennes se fonde essentiellement, compte tenu des origines, sur la variété *Passiflora edulis* Sims (pourpre), apanage du marché du fruit de la passion frais. On différenciera toutefois les productions asiatiques, plutôt tournées vers des variétés hybrides à gros fruits.

D'après les données corrigées, les principaux fournisseurs de l'Union européenne de fruit de la passion seraient par ordre décroissant d'importance des volumes : la Colombie, le Kenya, le Zimbabwe, le Vietnam, l'Afrique du Sud, Israël, la Thaïlande et la Malaisie.

Un calendrier régulier

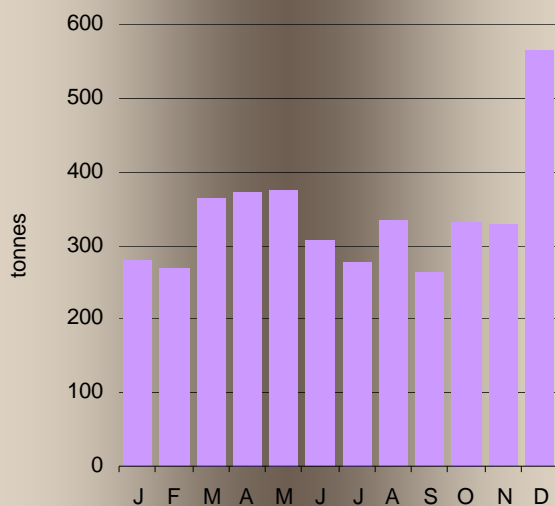
Les origines qui fournissent, pour l'essentiel, le marché européen sont présentes toute l'année, profitant d'une production plus intense et de zones de production distinctes. En revanche, l'Afrique du Sud et Israël produisent selon une saisonnalité plus marquée compte tenu de l'implantation des cultures et de variations climatiques plus tranchées. En effet, ces deux pays sont situés en marge de la zone intertropicale à proprement parler, la plus favorable à la production de fruit de la passion.

Le calendrier de présence du fruit de la passion sur les marchés européens reste une approche générale. De la même façon que pour les volumes réellement importés par l'Union européenne, un calendrier plus précis a pu être établi. Afin de gommer les éventuels pics d'importation, les données utilisées se fondent sur les moyennes des statistiques mensuelles corrigées des années 2005 à 2007. N'ont été retenus que les chiffres des principales origines fournissant le marché européen : Colombie, Kenya, Malaisie, Thaïlande, Vietnam, Afrique du Sud, Zimbabwe et Israël.

Fruit de la passion — UE-27 — Calendrier d'approvisionnement par pays producteur

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Colombie												
Kenya												
Malaisie												
Thaïlande												
Vietnam												
Afr. du Sud												
Israël												

Fruit de la passion - UE-27
Calendrier d'approvisionnement



Source : Eurostat



© Guy Bréhinier

Ce calendrier fait apparaître une relative stabilité des importations : entre 300 et 400 tonnes par mois, excepté en janvier, février, juillet et septembre où les tonnages sont légèrement inférieurs. En revanche, on remarque un pic d'importation en décembre, correspondant à une demande atypique pour les fêtes de fin d'année, qui se retrouve pour l'ensemble des fruits exotiques. Le fait que les principales origines fournissant le marché européen aient une production annuelle permet cet approvisionnement régulier, même si la production de tel ou tel pays connaît ponctuellement des variations quantitatives (périodes de pluie ou sécheresse).

Les Pays-Bas, plaque tournante du marché européen

Comme pour de nombreux produits tropicaux ou de contre-saison, les principaux marchés restent les grands centres de consommation mondiaux que sont l'Amérique du Nord, l'Europe au sens large du terme et le Japon. Certes, les pays émergents constituent aussi d'importants centres de consommation, mais ils sont souvent également producteurs et s'auto-approvisionnent ou importent des pays producteurs voisins. Il en est ainsi du Brésil ou de la Chine.

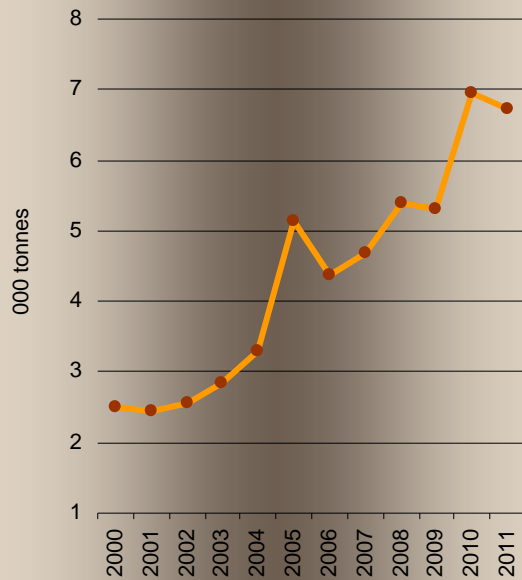
Le cas des Etats-Unis est également particulier. Il existe une production de fruit de la passion, principalement localisée en Californie et en Floride, qui assure la majorité des besoins du pays pour le marché du frais. Le complément d'approvisionnement, nécessaire pour combler la demande, provient de pays d'Amérique du Sud comme l'Equateur.

Pour le marché européen, il est difficile, pour les raisons déjà évoquées, d'établir précisément l'état réel du marché du fruit de la passion. Autant il était envisageable de corriger les statistiques des origines fournissant le marché européen en estimant la part réelle du fruit de la passion, autant la tâche s'avère beaucoup plus compliquée en ce qui concerne les importations par état membre de l'UE. Pour approcher non pas une réalité de flux mais plutôt des tendances générales, il est proposé de soustraire le litchi de la rubrique 08109020, puisqu'on connaît peu ou prou l'importance des volumes de ce produit.

L'évolution des importations européennes, ainsi représentée, marque une progression régulière au cours de la dernière décennie, sans accélération remarquable. Cette croissance peut s'identifier à celle de nombreux petits exotiques dont les flux progressent en fonction de l'évolution démographique et de la meilleure connaissance des produits par les consommateurs.

En ce qui concerne les importations par pays, les Pays-Bas prédominent. Sur dix ans d'évolution, on peut confirmer que ce pays importe entre 60 et 70 % des tonnages européens des produits concernés. Une nouvelle fois, l'adjonction du litchi et autres produits mineurs à partir de 2008 perturbe sensiblement la tendance générale. Toutefois, la connaissance du marché permet d'affirmer que le rôle des Pays-Bas est resté, même au cours des dernières années, à un niveau équivalent à celui du début de la

Fruit de la passion - Union européenne
Evolution des importations



Source : Eurostat - données corrigées



décennie. Vient ensuite un groupe de trois pays dont les importations directes de fruit de la passion et autres petits exotiques se situent autour de 8 à 12 %. Il s'agit de la France, du Royaume-Uni et de l'Allemagne. Les perturbations statistiques des dernières années accroissent la part du marché français de façon sensible, ce qui s'explique aisément par le fait que le litchi, notamment de Madagascar, est presque exclusivement importé par des entreprises françaises. Le solde d'environ 10 % est importé par le reste des pays européens, en tête desquels on retrouve l'Italie et l'Espagne. Les autres pays n'interviennent que pour des quantités très faibles dans l'importation directe.

L'étude des échanges intracommunautaires met en exergue le rôle de plaque tournante logistique et commerciale des Pays-Bas. Ils importent d'importantes quantités de fruit de la passion et petits exotiques du fait de la tradition commerciale du pays, mais également pour des raisons logistiques. De nombreuses lignes aériennes convergent vers les Pays-Bas et les principaux ports européens s'y trouvent. Ce pays dispose d'un « hinterland » (zone d'influence logistique et commerciale) particulièrement efficace pour irriguer les pays européens. Ainsi, au moins 50 à 60 % des importations des produits concernés sont réexportés vers les pays européens voisins ou, pour une moindre part, vers des pays plus lointains. Il en résulte une consommation apparente pour le pays extrêmement basse. Il en est de même pour le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne, qui importent près d'un millier de tonnes de fruit de la passion par an et en consomment réellement des quantités inférieures.

On retrouve des schémas d'approvisionnement classiques comme celui du Royaume-Uni vers l'Irlande, dont les importations directes sont quasi inexistantes. La France réexporte autour de 20 % des volumes, principalement à destination de ses voisins européens, tant au Nord qu'au Sud. L'Allemagne suit le même profil mais de façon plus intense, puisque la majorité de ses importations semblent réexpédiées vers les pays voisins. Dans ces flux intracommunautaires, les Pays-Bas détiennent le rôle central de pourvoyeur de fruit de la passion. A souligner l'exception du Danemark, dont les importations proviennent presque exclusivement d'autres pays européens (Pays-Bas, Allemagne, France) pour près de 500 tonnes annuelles. Loin d'être l'un des pays européens les plus consommateurs, ce pays réexporte lui-même une grande partie des volumes vers les autres pays scandinaves (Suède, Norvège, Finlande, etc.).

Une consommation en frais qui reste faible

Dans ce contexte d'échanges inter-états, il est difficile de définir quels sont les principaux pays réellement consommateurs de fruit de la passion. Il paraît logique, mis à part le cas spécifique des Pays-Bas, d'accorder une consommation plus importante aux pays qui importent des quantités notables et n'en réexportent qu'une part minoritaire, France et Royaume-Uni par exemple. En tout état de cause, la consommation européenne de fruit de la passion, dans son ensemble ou dans sa répartition par pays, semble faible et estimée à quelques dizaines de grammes par personne et par an. Elle est par conséquent négligeable dans les pays non récepteurs comme ceux d'Europe orientale.

Le fruit de la passion reste donc un fruit peu répandu à l'état frais sur les marchés européens, bien qu'il soit un incontournable de la gamme des fruits exotiques. Son aspect extérieur peu attractif et le manque de connaissance du produit de la part de la clientèle constituent des freins indéniables à sa consommation. De plus, la texture de la pulpe parsemée de graines dures peut être repoussante pour les consommateurs. Le fruit de la passion est souvent utilisé plutôt comme un condiment pour rehausser le parfum d'une salade de fruits et non comme un fruit traditionnel, ce qui en limite également la consommation. Son atout majeur est son arôme incomparable qui explique son succès sous forme transformée.

Des niveaux de prix différents selon les variétés

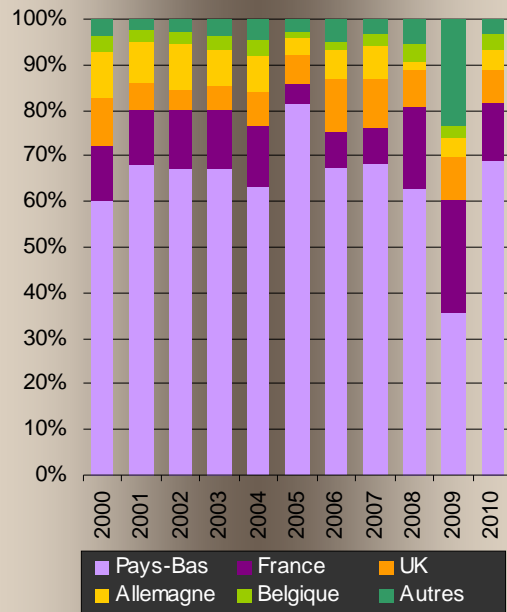
L'analyse des cours du fruit de la passion se fonde sur les prix de gros publiés par ITC/MNS, seule source pérenne permettant un historique suffisamment étendu pour dégager quelques tendances de marché. Afin d'appréhender le marché dans sa diversité, on étudiera les prix du fruit de la passion de montagne de Colombie et du fruit de la passion pourpre du Kenya, et ce sur le marché hollandais vu son importance.

Pour ce qui est des fruits de Colombie, les niveaux de prix sont élevés et on distingue trois périodes au cours des sept dernières années. De 2005 à 2007, les cours particulièrement élevés ont connu de grandes variations selon les périodes d'approvisionnement. L'offre étant faible, la volatilité des cours est marquée. De plus, les périodes de plus forte demande (fin d'année par exemple) accentuent les écarts de prix. De 2008 à 2010, on a noté une plus grande stabilité, accompagnée d'une réduction des moyennes de vente qui variaient de 6.00 à 7.00 euros/kg et n'atteignaient plus les sommets enregistrés précédemment. Toutefois, la tendance générale pour cette période a tendu vers une progression des prix. Enfin, la fin de l'année 2010 et le début de l'année 2011 se sont illustrés par un retour à des prix plus élevés, mais également plus variables en fonction des approvisionnements.

En comparaison, les prix des fruits du Kenya ont suivi un profil différent. En premier lieu, les niveaux de prix sont globalement inférieurs, ce qui peut s'expliquer par un approvisionnement plus ample. En effet, le créneau commercial occupé par le fruit de la passion pourpre est autrement plus important que le marché de niche du fruit de la passion de montagne de Colombie. De plus, les coûts d'approche des produits kenyans sont inférieurs à ceux des fruits colombiens. Sur l'évolution des dernières années, les prix ont progressé de 2007 à 2009, alors qu'ils étaient en retrait au cours des périodes antérieure et postérieure. Il conviendrait de rapprocher volumes réceptionnés et prix pour dégager les variations offre/demande.

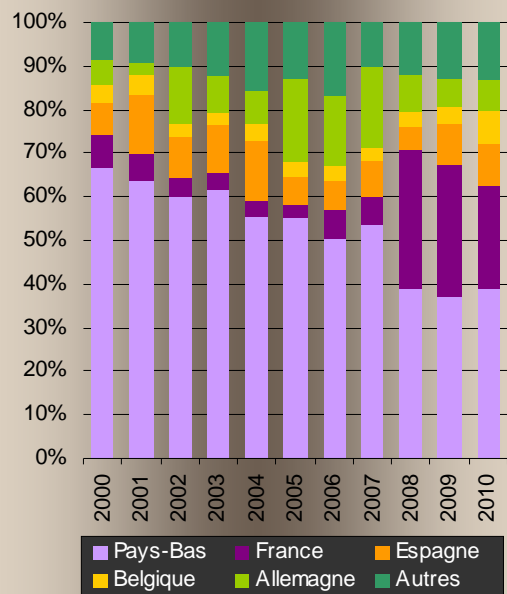
Globalement, on observe dans le temps une tendance à la hausse des prix pour les fruits colombiens et une stagnation pour ceux du Kenya.

Fruit de la passion - UE-27 - Répartition des importations extra-européennes en volume

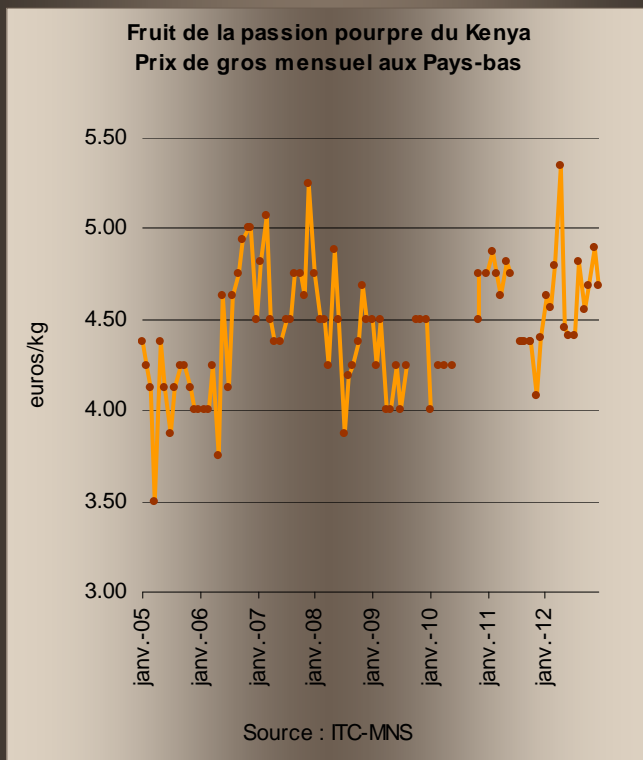
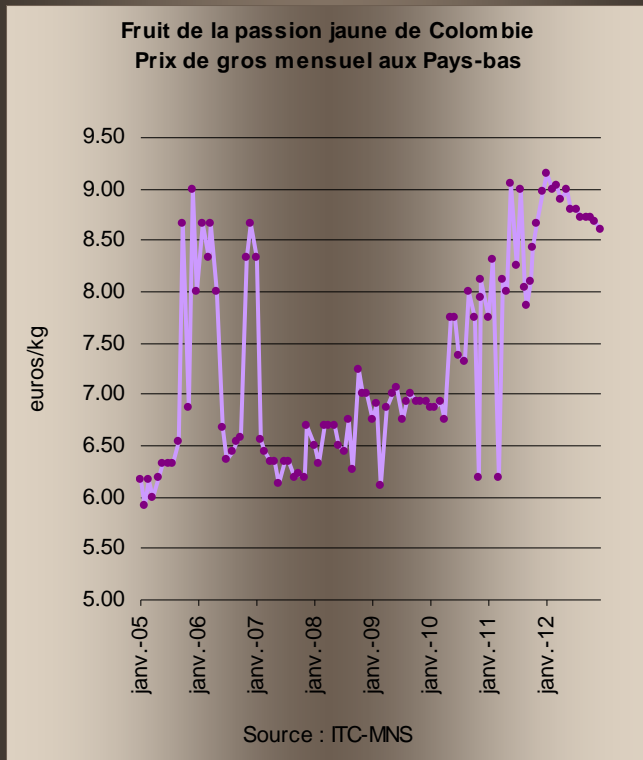


Source : Eurostat

Fruit de la passion - UE-27 - Répartition des importations intra-européennes en volume



Source : Eurostat

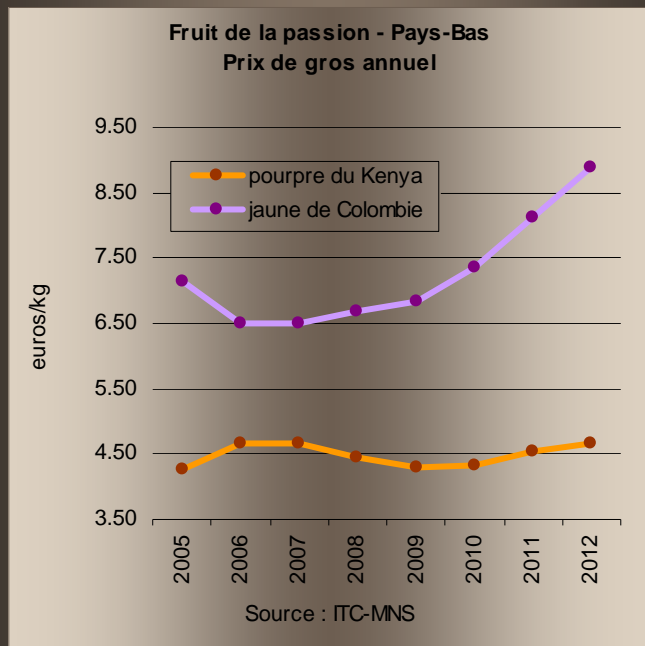


© Denis Lottin

De multiples facteurs pèsent sur la formation des prix

En cumulant les prix sur plusieurs années, il est possible de dégager un profil de commercialisation du produit. On observe ainsi un tassement des cours durant l'été, période durant laquelle la demande est généralement moins importante et parfois limitée par une diminution de l'offre. Les fluctuations des cours tiennent également compte de la disponibilité des fruits et de leur qualité. Pour les deux produits étudiés, les variations de prix s'avèrent importantes selon les approvisionnements et les périodes de commercialisation.

Les prix de vente du fruit de la passion dépendent bien sûr de l'offre globale sur le marché européen, de la période de commercialisation, mais également du coût de revient de la marchandise. Dans ce domaine, les tarifs de fret aérien interviennent pour une large part dans le coût du produit rendu sur le marché européen. Pour leur part, les fruits pourpres de Colombie sont expédiés en majeure partie par bateau, ce qui limite le coût du transport et augmente leur compétitivité par rapport aux fruits expédiés par avion. Toutefois, la contrepartie de ce mode de transport est la nécessité de mobiliser d'importants volumes, qui peuvent modifier les conditions de vente sur les marchés destinataires. Paradoxalement, il semble que les fruits de la passion pourpre de Colombie aient une durée de conservation supérieure aux fruits expédiés par avion du fait de l'utilisation d'un suremballage (sachet plastique). Il maintient le produit dans une atmosphère modifiée allongeant sa durée de vie, non seulement lors du transport maritime mais également en cours de commercialisation. On comprendra aisément l'attrait de cette origine (volumes réguliers et conséquents d'une part et durée de vie d'autre part) pour la grande distribution européenne.



Les exportations à l'état frais provenant de pays fortement impliqués dans le secteur de la transformation jouent aussi un rôle primordial. Le marché international du fruit de la passion transformé est très fluctuant. Lorsque les prix fléchissent pour des raisons d'offre pléthorique, la tendance est forte d'orienter les produits vers le marché du frais. L'augmentation soudaine de l'offre entraîne à son tour le marché du frais dans une spirale baissière. A l'inverse, lorsque les prix des produits transformés à base de fruit de la passion progressent en raison d'un sous-approvisionnement en matière première, cette augmentation se transmet rapidement au marché du fruit frais. Ce mécanisme de vases communicants entre produit transformé et produit frais est important pour les entrepreneurs, mais il n'est malheureusement visible qu'a posteriori.

Autre élément plus volatil qui peut également intervenir dans les prix de vente : le taux de change. Dans certains cas, le gain possible lié au taux de change peut accroître ou diminuer sensiblement la compétitivité des fruits de telle ou telle origine vis-à-vis de la concurrence. La revalorisation de la monnaie colombienne en est un exemple récent. Elle érode la compétitivité des produits exportés.

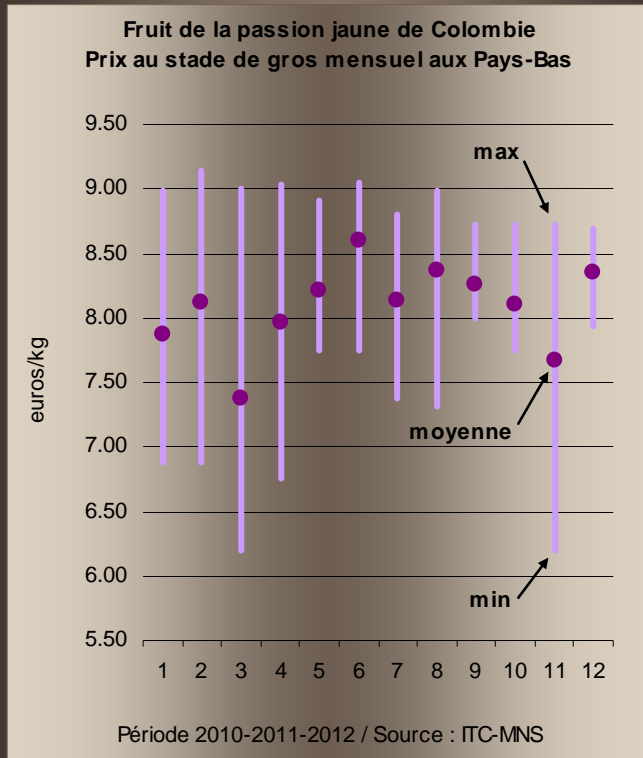
Les fruits pourpres ont la cote en Europe

La demande sur les marchés européens s'oriente davantage vers les fruits pourpres. Les fruits jaunes, plus acides, semblent moins appréciés et les grenadilles de montagne constituent un segment de marché minoritaire, exclusivement occupé par la Colombie pour des quantités très limitées. Les fruits doivent être homogènes dans leur emballage, qu'ils soient conditionnés en vrac ou lités. Ce critère relevant du bon sens n'est malheureusement pas toujours de mise. Cette homogénéité de produit comprend essentiellement la coloration et la taille des fruits. Les produits doivent être lisses et non pas ridés, conséquence d'une maturation avancée. Ils doivent présenter le moins de défauts possibles (taches, chocs, dégradations, etc.). Leur taille ne doit pas être trop petite, c'est-à-dire d'un diamètre supérieur à 50 mm. Les aspects aromatiques restant subjectifs, il est difficile d'établir des comparaisons entre les différentes provenances. Il semble toutefois que le Kenya bénéficie d'une bonne image de marque dans ce domaine.

De façon générale, on observe quelques tendances de fond selon le type de produit. Les fruits pourpres de taille limitée sont conditionnés le plus souvent en vrac dans les emballages. En revanche, ce sont également ces types de fruits que l'on retrouve dans des préemballés destinés directement aux consommateurs (sachet, barquette, etc.). Plus les fruits sont de taille importante, plus le conditionnement se fait en cartons plateaux lités d'une rangée. Ce genre de produits fait aussi l'objet de mises en valeur plus sophistiquées : alvéole, papillotage individuel, stickage, etc.



© Guy Bréhiner

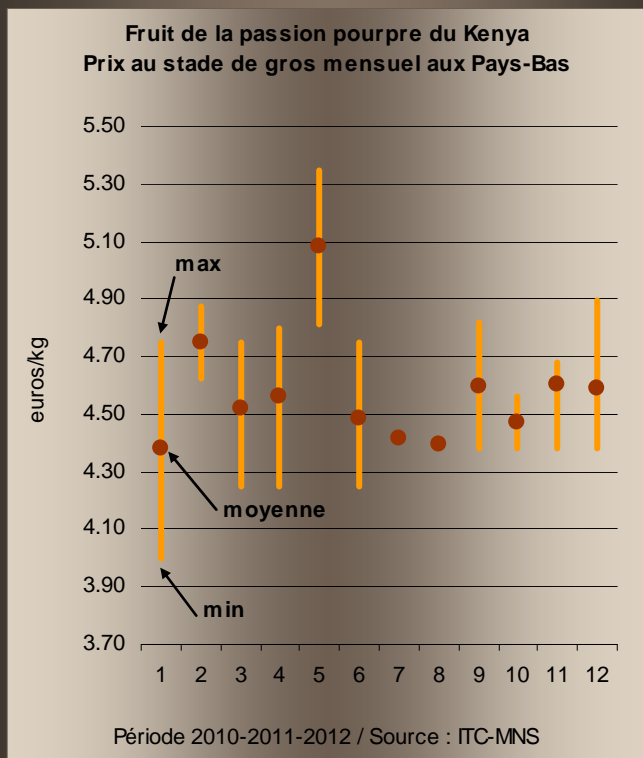


On distingue donc une certaine segmentation de marché, qui se traduit par un conditionnement plus ou moins recherché. Cette segmentation demeure toutefois encore floue car elle n'intervient que pour des quantités limitées de produits. Les fruits de Thaïlande et du Vietnam par exemple, sont de taille importante mais le plus souvent conditionnés en vrac.

Dans certains cas, les fruits de la passion font l'objet d'un reconditionnement au stade importation, avec des emballages à la marque de l'importateur. Cette tendance semble se développer depuis quelques années. Dans d'autres cas, ce conditionnement sous la marque de l'importateur est effectué dans le pays d'origine. Ce système dépend des relations commerciales et de partenariat entre expéditeurs et importateurs.

Ces dernières années, on observe une percée des pays asiatiques (Malaisie, Vietnam notamment) sur les marchés européens. Ces origines exportent essentiellement des fruits de type hybride, caractérisés par une taille supérieure à celle des fruits pourpres et de coloration souvent plus claire ■

Pierre Gerbaud, consultant
 pierregerbaud@hotmail.com



© Eric Imbert



© Guy Béthier

La Colombie : principal fournisseur du marché européen

Avec près de 2 000 tonnes de fruit de la passion exportées vers l'Europe, la Colombie a progressivement conquis ce marché jusque-là majoritairement approvisionné par des origines d'Afrique australe. Le fruit de la passion pourpre, développé à partir de souches africaines, est rapidement devenu le fer de lance des exportations colombiennes. Mais l'originalité du pays a aussi été de conserver d'autres types de fruit de la passion comme la grenadille jaune et celle de montagne. Ce triptyque variétal permet une diversification de gamme apte à intéresser les circuits de distribution européens, notamment à l'occasion des fêtes de fin d'année.

Les fruits de la passion pourpres se sont particulièrement bien adaptés aux conditions pédoclimatiques des plateaux colombiens. Implantée dans une large zone entre Bogota et Medellin, la culture du fruit de la passion s'étend au-dessus des zones caféières entre 1 800 et 2 300 m d'altitude. Cette zone bénéficie d'une température et d'une alternance jour/nuit constantes qui permettent une production tout au long de l'année. L'essor des plantations depuis le début des années 2000 a favorisé l'accroissement des exportations de façon continue. Les fruits de la passion pourpres de Colombie sont souvent d'un calibre plus important que leurs concurrents d'Afrique, leur saveur est plus douce et leur tenue plus longue. Ce dernier aspect a été essentiel dans le développement des exportations colombiennes puisqu'il permet l'expédi-

tion des produits par bateau, minimisant les coûts d'approche et augmentant de ce fait la compétitivité sur les marchés destinataires. Pourtant, c'est aussi l'utilisation du transport maritime qui constitue actuellement un obstacle à la progression des exportations. Les coûts de transport et de transit ont tendance à augmenter et à éroder la compétitivité des fruits colombiens. Les zones de production sont en effet éloignées des sites portuaires (un millier de kilomètres), donnant au transport local un poids particulier dans le prix de revient du produit. Pour pallier cet inconvénient, de nouvelles plantations sont réalisées dans des zones plus proches de la côte Caraïbe pour tenter de diminuer les durées et les coûts d'acheminement locaux. Cette évolution nécessitera du temps et des investissements, la production de la passion s'effectuant sur des parcelles spécialement aménagées avec des tuteurs en béton, bois ou bambou pour supporter les lianes, qui sont souvent recouvertes d'abris plastiques pour maintenir une humidité adaptée au développement des fruits.

La diversification variétale observée sur les marchés européens constitue également un nouveau défi pour les producteurs/exportateurs colombiens. L'accroissement des importations européennes de fruits issus d'hybridation pousse les professionnels à planter et développer ce nouveau type de fruits de la passion. Là encore, il faudra un délai nécessaire pour sélectionner les variétés les mieux adaptées aux conditions locales et parvenir à un niveau suffisant de production pour justifier d'un courant d'exportation, d'abord par avion et peut-être ensuite par bateau. On le voit, la Colombie veille à conserver sa place de leader sur ce produit.



La commercialisation en Europe du fruit de la passion

Vers une diversification variétale

Complément de la gamme des fruits tropicaux proposés aux consommateurs européens, le fruit de la passion est devenu l'apanage de quelques origines qui se sont, au gré des années, spécialisées dans sa production et sa commercialisation. L'équilibre du marché demeure toutefois fragile compte tenu de la lente évolution de la consommation au regard d'une offre de plus en plus abondante et diversifiée.

Le circuit de distribution

Pour le fruit de la passion comme pour d'autres petits exotiques, le circuit de distribution reste traditionnel dans la plupart des pays européens. L'exportateur collecte les fruits chez des producteurs ou récolte ses propres productions. Après triage et conditionnement, il expédie sa marchandise chez un importateur qui se chargera de la commercialiser soit vers des grossistes, soit vers des centrales d'achats de la grande distribution. Peu de chaînes de distribution de l'Europe continentale s'approvisionnent directement en production ou chez des exportateurs. Le fruit de la passion étant plutôt considéré comme un complément de gamme, il suit un circuit de distribution classique. Quelques sociétés d'importation sont impliquées dans la production, ce qui leur permet de mieux maîtriser l'approvisionnement mais aussi la qualité des produits.



© Pierre Gerbaud



Fruit de la passion pourpre de Colombie

Les pratiques commerciales

Les pratiques commerciales pour le fruit de la passion sont également classiques. Mis à part l'existence de systèmes intégrés liés à des distributeurs, les modes de vente sont semblables à ceux des autres produits.

Les emballages

Les différents types d'emballage décrits ci-dessous et présentés par origine le sont à titre indicatif et non exhaustif. Les dimensions sont approximatives car elles ont été relevées sur des exemplaires en conditions réelles et ont donc subi des pressions ou l'influence de l'humidité liée au produit ou aux conditions de transport.

Afrique du Sud

On trouve deux types d'emballage. Le premier est un carton à rabat de 30 x 34 x 8 cm, dans lequel est disposée une rangée de fruits pour 1.5 kg net de marchandise. Le second est un carton à rabat de 28 x 23 x 11 cm, contenant 40 fruits pour 2 kg nets de marchandise. Le plus souvent, les fruits sont enveloppés dans une feuille de film microperforé pour limiter leur dessiccation.

Colombie

Les fruits de la variété *Passiflora edulis* sims sont généralement conditionnés dans des cartons plateaux de 39 x 28 x 10 cm, munis d'ergots facilitant leur empilage. Ils contiennent autour de 16 fruits pour 2 kg nets de marchandise. Les fruits sont préalablement disposés dans un sac en plastique. On utilise aussi un carton télescopique de 35 x 27 x 12 cm, contenant un sac plastique de suremballage.

Les fruits de la passion jaune, *Passiflora flavicarpa*, sont le plus souvent conditionnés dans des cartons plateaux de même type que pour les fruits pourpres. Ils sont éventuellement individuellement filmés pour ralentir leur sénescence.

Les fruits de la passion de montagne *Passiflora ligularis* sont exportés dans des cartons plateaux de 39 x 28 x 9 cm et disposés sur une rangée. Ils sont généralement suremballés individuellement, soit avec une gaine en polystyrène, soit à l'aide d'intercalaires de carton séparant chaque fruit dans une alvéole protectrice.

Thaïlande

Deux types distincts d'emballage sont utilisés. Le premier est un carton de 34 x 26 x 11.5 cm, fermé et scellé par un ruban adhésif pour 2 kg nets de marchandise. Deux feuilles de papier croisées sont rabattues sur la partie supérieure du carton pour limiter l'évapotranspiration des fruits. Le second consiste en un emballage en polystyrène de 30 x 21 x 25 cm, à couvercle scellé par un ruban adhésif. Les fruits sont disposés en vrac dans l'emballage et enveloppés dans une feuille de papier. Un sachet de glace est parfois placé au dessus des fruits pour une meilleure conservation.

Kenya

Les fruits de la passion kenyans sont conditionnés dans des cartons télescopiques de 30 x 21 x 10 cm, contenant environ 48 fruits pour 2 kg nets de marchandise. On trouve chez certains exportateurs un carton de même dimension mais à rabat. Un suremballage en poche plastique est parfois utilisé pour limiter l'évapotranspiration du produit.



© Pierre Gerbaud



© Pierre Gerbaud

Fruit de la passion jaune de Colombie

Malaisie

Les fruits sont emballés dans des cartons scellés de 25 x 32 x 15 cm, pour 2 kg nets de marchandise. Les fruits sont parfois présentés en barquettes filmées, à raison de 4 barquettes de 5 fruits chacune.

Vietnam

On trouve généralement deux types d'emballage. Le premier est un carton télescopique de 31 x 23 x 13 cm, pour 2 kg nets de produit, où les fruits sont disposés en vrac dans des sachets plastiques. Le second est un carton télescopique de 40 x 30 x 8 cm pour 2 kg nets de marchandise, ce qui représente environ 20 fruits. Dans ce cas, les fruits sont disposés sur une seule rangée.

Zimbabwe

Les fruits de la passion pourpres du Zimbabwe sont généralement conditionnés dans un carton à rabat de 28 x 25 x 11 cm. Un sac plastique enveloppe les fruits dans le carton.

Autres origines

D'autres types d'emballage sont également utilisés par certaines origines. Les maracujas expédiés par la Martinique, par exemple, sont conditionnés dans les mêmes cartons que ceux utilisés pour la banane. Pour les fruits de la Réunion, les emballages plateaux de 40 x 30 x 11 cm, sont ceux utilisés pour les ananas Victoria ou les litchis. Les fruits sont disposés sur une seule rangée ou parfois suremballés dans deux sacs plastiques d'une contenance de 2 fois 2 kg.

Globalement, les emballages pour le fruit de la passion contiennent 2 kg nets de marchandise, conditionnée en vrac ou litée. La disposition litée dans des cartons plateaux avec ou sans couvercle améliore la présentation du produit. Ce type d'em-

ballage et de présentation semble se développer aux dépens du vrac, celui-ci étant plutôt réservé au secteur de la grande distribution, les emballages n'étant que rarement utilisés sur les linéaires des magasins. Quelques expéditeurs soignent la présentation des fruits litées en ajoutant au fond du carton des plateaux alvéolés, des intercalaires en carton ou une protection individuelle des fruits (papillotage, gaine polystyrène, etc.). Cet ajout est souvent utilisé pour les fruits de la passion de montagne de Colombie. Il est moins fréquent pour les fruits pourpres qui constituent l'essentiel des importations européennes.

La plupart du temps, les emballages utilisés par les exportateurs sont palettisables sur des socles de 100 x 120 cm. Selon les cas, les fruits sont palettisés ou non pour les expéditions par avion. Ils le sont systématiquement pour les envois par conteneurs maritimes.

Le suremballage

Les fruits de la passion font souvent l'objet de suremballage de deux types. Le premier assure une protection des fruits dans les cartons. Il s'agit le plus souvent de sacs plastiques, microperforés ou non, ou de simples feuilles de film microperforé ou non, ou encore de feuilles de papier entrecroisées dans l'emballage et rabattues au-dessus des fruits. Ces protections limitent l'évapotranspiration des fruits et favorisent leur conservation. Il existe également un suremballage individuel consistant à enfermer chaque fruit dans une feuille de film. Ce système, couramment utilisé par les exportateurs colombiens, semble aujourd'hui délaissé au profit de sacs plastiques pour l'ensemble du contenu d'un carton. Inapproprié ou mal conçu, l'emballage individuel des fruits provoque leur asphyxie. Le suremballage collectif permet une meilleure conservation.



© Pierre Gerbaud

Le second type de suremballage est en fait une présentation commerciale du produit. Dans ce cadre, de nombreuses options sont envisageables et généralement dictées par les réceptionnaires de la marchandise. Ainsi, les suremballages les plus fréquents sont des sachets contenant un nombre variable de fruits (3, 4 ou 6) et des barquettes filmées ou des boîtes translucides contenant le plus souvent 4 ou 6 fruits. Dans le cas d'unités de consommation, ces boîtes ou barquettes doivent porter les indications réglementaires requises et notamment un code barre en plus de l'identification de l'expéditeur et du réceptionnaire. Le suremballage est effectué dans le pays d'origine ou dans des ateliers spécialisés dans les pays récepteurs. Il existe également des fruits de la passion présentés en barquette et prédécoupés (fruits coupés en deux moitiés égales). Ce mode de présentation reste marginal compte tenu de la périssabilité des fruits qui doivent être consommés rapidement. Cette présentation est réalisée généralement par des détaillants traditionnels, au fur et à mesure de la demande de la clientèle.

La réglementation

Norme de qualité

Le fruit de la passion ne fait l'objet d'aucune norme de commercialisation spécifique à ce jour. Le Codex Alimentarius travaille actuellement à l'élaboration d'une norme concernant les fruits de la passion dorés, qui devrait être publiée dans les prochaines années. En l'absence de texte particulier, les normes cadres de l'Union européenne et/ou de la CEE/ONU s'appliquent à l'importation en Europe. Ces textes sont similaires à ceux établis pour d'autres fruits tropicaux, la mangue ou l'avocat par exemple, auxquels on peut se référer.



© Pierre Gerbaud

Fruit de la passion hybride du Vietnam

En tout état de cause, les fruits exportés vers l'Europe doivent répondre à des exigences de base. Ils doivent être sains et entiers, exempts de parasites, d'humidité et d'odeur anormale. Les fruits d'un même emballage doivent présenter une homogénéité de variété, de calibre et de coloration. Les emballages doivent porter des indications sur la nature du produit, éventuellement sa variété, son origine et une identification de l'expéditeur. Ces inscriptions doivent apparaître groupées sur une face du carton, en caractères visibles et indélébiles, dans une langue communautaire.

Tout ajout au produit, tel que papillotage, sticker et autres, doit être composé d'éléments (papier, colle, etc.) compatibles avec la consommation humaine. Les suremballages nécessitent un marquage spécifique, précisant l'identification de l'importateur et portant un code barre pour les unités destinées aux consommateurs.

Droit de douane et taxes

Les origines exportant des fruits de la passion vers l'Europe sont exemptées de droit de douane. Elles font l'objet d'accords tarifaires préférentiels régis par plusieurs types de textes internationaux bi ou multilatéraux.

Comme les autres produits importés, les fruits de la passion sont soumis après importation au régime de taxes du pays récepteur.

Phytoprotecteur

La réglementation phytoprotectrice a pour but d'éviter la contamination des cultures des pays d'importation par des insectes, bactéries ou champignons nuisibles.

Le fruit de la passion est soumis à un contrôle phytoprotecteur à l'entrée sur le territoire de l'Union européenne. Un certificat phytoprotecteur est délivré par les autorités compétentes du pays d'ori-



© Pierre Gerbaud



Maracuja
de Martinique

gine (Annexe V, partie B, alinéa 3 de la Directive 2000/29/CE). Il doit être dûment complété et validé par un tampon officiel et ne porter aucune rature ou surcharge qui entraînerait son invalidité.

Dans le cas où les fruits de la passion sont exportés vers l'Europe sur des palettes en bois, la Directive européenne 2004/102/CE s'applique. Elle préconise le respect de la norme N°15 de la FAO concernant le traitement des bois, emballages et supports par les procédés thermiques ou chimiques.

Sanitaire

La réglementation sanitaire recouvre l'ensemble des textes dont l'objectif est de garantir l'innocuité des denrées alimentaires pour les humains et les animaux.

Les matières actives utilisées par les producteurs doivent être agréées, non seulement par les autorités du pays producteur, mais également par l'Union européenne. La Directive 91/414/CE récapitule les matières actives homologuées par l'UE. Le règlement CE 1107/2009 définit les conditions de mise en marché des produits phytopharmaceutiques utilisables.

Les fruits de la passion importés en Europe doivent respecter les réglementations en vigueur sur les pesticides, produits de traitement et éventuels additifs (cire, etc.) utilisés sur culture ou après récolte. Les teneurs résiduelles (LMR) autorisées ne doivent pas être dépassées sous peine de refus de la marchandise. Le règlement CE 396/2005 liste les LMR harmonisées par l'Union européenne. Le règlement 178/2006 précise les LMR par culture. Le règlement CE 149/2008 regroupe les substances pour lesquelles une LMR n'est pas nécessaire. Lorsqu'il n'existe pas de LMR spécifique d'une substance pour une culture donnée, une LMR par défaut de 0.01 mg/kg est appliquée.

Traçabilité

Dans une volonté de garantir l'innocuité des denrées alimentaires et de pouvoir rapidement remonter à la source en cas de crise, des dispositions réglementaires ont été prises au niveau européen. Le règlement N°178/2002 spécifie les conditions dans lesquelles les marchandises doivent être enregistrées à chaque étape de la filière. Cette traçabilité peut revêtir des formes simples mais aussi plus sophistiquées, notamment par l'emploi d'une codification internationale comme par exemple EAN 128. En tout état de cause, chaque colis doit porter un code particulier permettant de retracer l'historique du produit, depuis sa production jusqu'à sa distribution finale.

Biologique

La part de marché des produits dits biologiques progresse et peut constituer une opportunité de commerce pour les pays exportateurs.

Les produits biologiques sont soumis au règlement CEE N° 2092/91 concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et denrées alimentaires. Ce mode de production permet l'apposition d'un label soumis à une certification octroyée par des organismes agréés et indépendants.

Réglementation privée

Depuis de nombreuses années, des réglementations issues le plus souvent de groupements professionnels ont été élaborées et imposées pour garantir aux consommateurs l'innocuité des produits qui leur sont proposés, tant dans le domaine de la santé que de l'environnement et du social. Ces prescriptions font l'objet de certifications accordées par des organismes tiers, selon un référentiel ou un cahier des charges préalablement établi. Généralement construites sur le modèle de la démarche HACCP, ces certifications sont verticales ou horizontales selon qu'elles appréhendent un produit ou un service. Les plus connues sont les certifications mises en place par la grande distribution comme GlobalGap, SFI, BRC. Les certifications de services sont le plus souvent établies sous forme de normes ISO (International Standard Organisation).

Les exportateurs des pays tiers doivent impérativement respecter les réglementations officielles, qui ont force de loi. L'application des certifications est laissée à leur appréciation. Elles sont toutefois très importantes et souvent indispensables pour commercialiser des produits dans les grandes chaînes de distribution ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



Culture du fruit de la passion

Le fruit de la passion (*Passiflora edulis*) fait partie de la famille des Passifloraceae. On le trouve sous diverses appellations selon les différents types ou variétés et les régions où il est cultivé : fruit de la passion, grenadille, grenadeille, maracuja, etc. Selon les variétés, le fruit présente des couleurs différentes à maturité et diffère également en taille et forme. Il pousse sur une liane grimpante s'accrochant par des vrilles, qui peut atteindre plusieurs dizaines de mètres. La nature particulière de la plante nécessite un palissage pour une production commerciale, ce qui requiert d'importants investissements pour sa mise en culture et son entretien. La production débute de six à neuf mois après la plantation, impliquant une immobilisation relativement courte par rapport à bien d'autres cultures horticoles. La plante trouve son implantation optimale dans les zones tropicales et subtropicales. Selon les variétés, les fruits supportent des températures plus ou moins basses, autorisant la production dans certaines zones d'altitude.



Le fruit de la passion se caractérise par une utilisation plus développée sous forme transformée qu'à l'état frais. L'industrie a depuis longtemps exploité ce fruit aux qualités aromatiques reconnues. Le secteur des jus de fruits, simples ou concentrés, est particulièrement important. Le fruit de la passion est traité aussi bien seul que pour la confection de cocktails de fruits. A partir du jus de fruit de la passion, on dénombre de multiples produits dérivés, tels que les crèmes glacées et les bases pour produits lactés. Les différentes utilisations du fruit de la passion dépendent de la variété, dont les caractéristiques l'orientent plutôt vers le secteur de la transformation ou vers un usage à l'état frais.

Sur les cinq variétés présentées (page suivante), seules les trois premières font réellement l'objet d'une commercialisation à l'état frais. Les quantités qui peuvent être estimées dans le commerce européen varient de façon non négligeable selon les types et variétés de passiflores. Ainsi, le fruit de la passion pourpre (*Passiflora edulis Sims*) est sans aucun doute le plus présent sur les marchés européens. Le fruit de la passion jaune (*Passiflora edulis flavicarpa*) est moins fréquent et son commerce semble avoir diminué ces dernières années. Quant à la grenadille de montagne (*Passiflora ligularis*), son créneau commercial est peu important en termes de volumes mais régulier. Les barbadiennes et curuba sont, pour leur part, essentiellement consommées dans les pays de production ou dirigées vers la transformation.

En dehors des variétés présentées, aisément identifiables, il existe d'autres types de fruits de la passion hybrides qui font l'objet d'un commerce en progression depuis quelques années. Ayant peu ou prou les mêmes caractéristiques que les fruits de la passion pourpre, mais de taille plus importante, ils présentent une coloration pourpre à rosée.



© Guy Bréhinié



Principales variétés de fruit de la passion

Passiflora edulis Sims ou fruit de la passion pourpre

Cette variété produit de petits fruits à l'épiderme pourpre, marron ou violacé, de 4 à 9 cm de long pour 4 à 7 cm de diamètre, ce qui en fait un fruit de forme plutôt sphérique. La pulpe est jaune foncé, parsemée de graines dures de couleur verte. Elle représente environ 35 à 50 % du poids du fruit. Le rendement de la plante est estimé entre 5 et 10 tonnes/ha/an. Cette variété fait l'objet d'un commerce régulier à l'état frais. C'est la plus connue sur les marchés européens.



Passiflora edulis flavicarpa ou fruit de la passion jaune

Les fruits de cette variété possèdent un épiderme jaune vif et leur taille est supérieure à celle des fruits de la passion pourpre : 6 à 12 cm de long pour 4 à 7 cm de diamètre. Leur poids est également plus important : de 60 à 150 g. Le péricarpe est plus dur et plus épais. Le rendement de la plante est estimé de 10 à 25 tonnes/ha/an et parfois davantage. La pulpe est similaire à celle du fruit pourpre, même si elle est un peu moins aromatique et plus acide. Cette variété est peu commercialisée en frais. En revanche, elle constitue une base essentielle pour le secteur de la transformation.



Passiflora ligularis ou grenadille de montagne

Les fruits de cette variété sont piriformes et de coloration orangée. Le péricarpe est épais et contient une pulpe jaune vert. Ces fruits développent une saveur douce et sucrée. Cette variété pousse en altitude entre 1 400 et 2 200 m. Son rendement est estimé entre 10 et 15 tonnes/ha/an. Les fruits sont commercialisés à l'état frais en petite quantité et sont également transformés en jus.



Passiflora quadrangularis ou barbadine

Cette variété est cultivée aux Antilles et dans le nord de l'Amérique du Sud. Elle se caractérise par des fruits vert jaunâtre de grande taille : 20 à 30 cm de long pour 10 à 18 cm de large. Leur poids varie de 2 à 4 kg. La pulpe est claire, blanche à orangée. Elle est sucrée et acidulée, mais dégage un arôme moins marqué que les autres variétés mentionnées.



Passiflora mollissima ou curuba

Les fruits de cette variété ressemblent à une banane droite. Ils sont oblongs, de 6 à 10 cm de long sur 3 à 5 cm de large. L'enveloppe du fruit est souple, de couleur jaune clair. Ils pèsent de 50 à 150 g. La chair orangée est peu acide, parfumée, mais souvent astringente.



Prix de gros en Europe

Janvier 2013

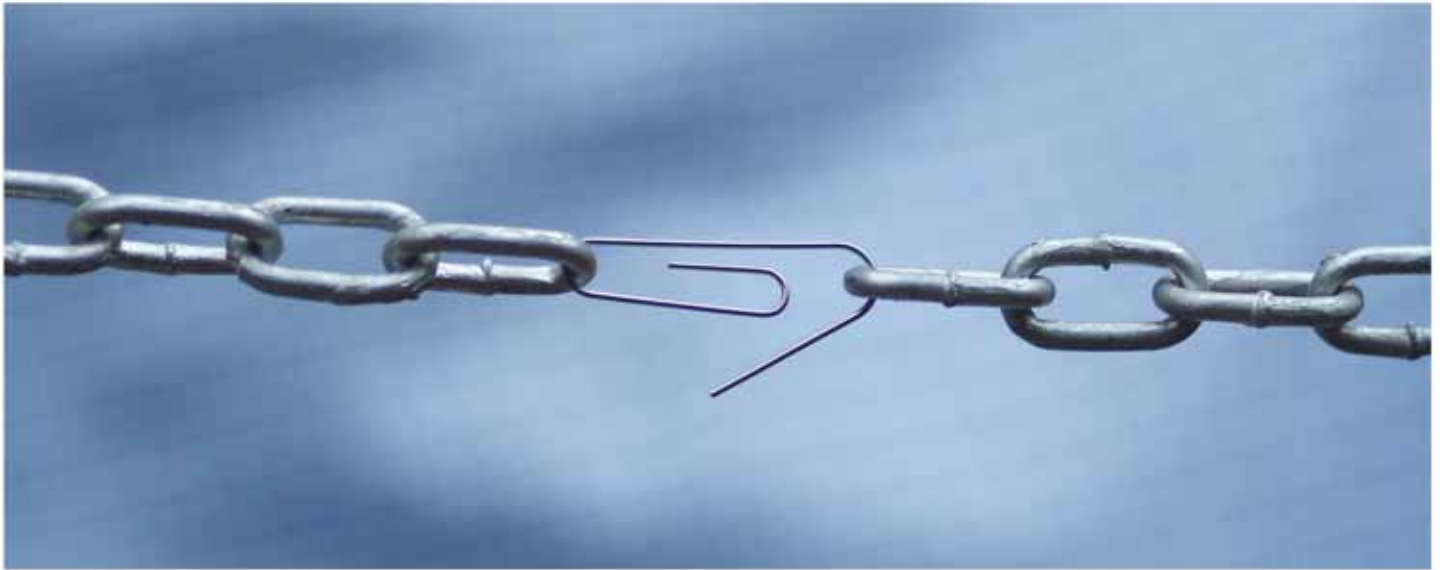
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
ANANAS	Avion	CAYENNE LISSE	BENIN	kg			2.10		
			CAMEROUN	kg			2.50		
		VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton	11.00	11.50		12.07	
			MAURICE	Carton		11.50		13.35	
	Bateau	MD-2	MAURICE	kg			3.65		
			REUNION	kg			4.20		
			COSTA RICA	Carton	10.75	11.38		10.03	10.12
		COSTA RICA	kg			0.95			
		COTE D'IVOIRE	kg			1.05			
AVOCAT	Avion	TROPICAL	REP. DOMINICAINE	Carton			13.00		
		Bateau	ARAD	ISRAEL	Carton	6.50			
	Bateau	FUERTE HASS	ISRAEL	Carton	6.50				7.15
			CHILI	Carton	9.75	12.00	9.70	12.50	
		ESPAGNE	Carton		12.00				
		ISRAEL	Carton	9.75		8.65			
		MEXIQUE	Carton			8.50			
		REP. DOMINICAINE	Carton			8.25			
	Camion	NON DETERMINE	ISRAEL	Carton		6.50			
			PINKERTON	ISRAEL	Carton	6.50		5.38	6.88
FUERTE HASS		ESPAGNE	Carton					6.55	
		ESPAGNE	Carton	9.75		9.70			
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg			6.70	6.52	
			EQUATEUR	kg		5.67		5.70	
	Bateau	ROUGE PETITE	EQUATEUR	kg				4.88	
			EQUATEUR	kg			1.70	2.00	
CARAMBOLE	Avion		MALAISIE	kg		4.66	5.25	5.03	
	Bateau		MALAISIE	kg				3.41	
CHAYOTE	Bateau		COSTA RICA	kg				1.43	
DATTE	Bateau	MEDJOO	ISRAEL	kg	7.60		8.00	7.90	5.84
		NON DETERMINE	TUNISIE	kg				1.88	
EDDOE	Bateau		COSTA RICA	kg			2.00	1.57	
GINGEMBRE	Bateau		BRESIL	kg	1.42		1.80	1.35	
			CHINE	kg	1.35	1.59	1.70	0.94	0.82
GOYAVE	Avion		BRESIL	kg	6.00			6.17	
			THAILANDE	kg		7.38		7.25	
GRENADILLE	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg		8.38	8.50	8.88	
			EQUATEUR	kg		8.38			
	NON DETERMINE	AFRIQUE DU SUD	kg			5.80			
		COLOMBIE	kg	5.00		5.95	5.50	4.17	
		REUNION	kg			8.50			
	VIOLETTE	ISRAEL	kg			6.00			
		KENYA	kg		4.50		4.80	4.76	
ZIMBABWE	kg					4.63			
IGNAME	Bateau		BRESIL	kg				1.31	
			GHANA	kg			1.65	1.56	
KAKI	Bateau		ISRAEL	kg	1.81		2.05	2.11	
KUMQUAT	Avion		BRESIL	kg				3.97	
			ISRAEL	kg			4.80	3.70	5.96
LIME	Avion		MEXIQUE	kg			4.45		
	Bateau		BRESIL	kg	1.83	2.67	2.72	2.81	2.55
			MEXIQUE	kg			2.90		2.72

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
LITCHI	Bateau	AFRIQUE DU SUD		kg		3.50	1.65	3.85		
		MADAGASCAR		kg	2.25	2.50	1.30	3.22	3.13	
MANGOUSTAN	Avion	THAILANDE		kg			9.50	7.72		
MANGUE	Avion	KENT		BRESIL	kg			4.20	4.17	
				PEROU	kg	4.33	4.00	4.25		
	Bateau	NAM DOK MAI		THAILANDE	kg				7.80	
		ATKINS		BELIZE	kg					0.60
				BRESIL	kg	0.81	1.25		1.13	0.76
		KEITT		BRESIL	kg	0.81				
	KENT			EQUATEUR	kg		1.70			
				PEROU	kg		1.70			
				BRESIL	kg	0.94				
				EQUATEUR	kg		1.70			
NON DETERMINE			PEROU	kg	0.88	1.48	1.12	2.13		
	AFRIQUE DU SUD		kg						0.89	
		EQUATEUR		kg					0.82	
MANIOC	Bateau	COSTA RICA		kg			1.20	1.12		
MELON	Avion	CHARENTAIS		REP. DOMINICAINE	kg			4.80		
	Bateau	CANTALOUPE		BRESIL	kg				2.20	1.23
		CHARENTAIS		BRESIL	kg		2.00	2.70		
			GALIA		BRESIL	kg			1.85	1.55
			HONDURAS		kg		1.60			
	HONEY DEW		BRESIL		kg				1.35	1.49
			COSTA RICA		kg	1.05				
	PASTEQUE		BRESIL		kg					0.64
		ISRAEL		kg					0.64	
PIEL DE SAPO		BRESIL		kg					1.13	
NOIX DE COCO	Bateau	COTE D'IVOIRE		Sac		10.53	13.25	9.19	16.08	
		REP. DOMINICAINE		Sac				19.00		
		SRI LANKA		Sac			13.50	20.10	8.93	
PAPAYE	Avion	FORMOSA		BRESIL	kg			3.00	3.27	
				THAILANDE	kg				4.81	
	Bateau	NON DETERMINE		BRESIL	kg		3.64	3.60	3.94	4.09
				EQUATEUR	kg			3.00		
		FORMOSA		BRESIL	kg		3.07			
NON DETERMINE		EQUATEUR	kg		2.00		2.09	1.87		
PATATE DOUCE	Bateau	BRESIL		kg			1.90		1.43	
		EGYPTE		kg			0.80			
		HONDURAS		kg		0.83		1.67	0.87	
		PEROU		kg		1.08				
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLE		COLOMBIE	kg			8.25	9.14	7.44
	Bateau	COLOMBIE		kg	5.41	5.83		6.34		
PITAHAYA	Avion	JAUNE		COLOMBIE	kg			9.00	8.32	
				EQUATEUR	kg				9.00	
	ROUGE		VIETNAM	kg		5.83	9.50	6.68		
PLANTAIN	Bateau	COLOMBIE		kg			1.30	1.02		
		EQUATEUR		kg				0.98		
		JAMAIQUE		kg					1.19	
RAMBOUTAN	Avion	THAILANDE		kg		8.00		7.75		
		VIETNAM		kg			9.50	7.75		
SAPOTILLE	Avion	VIETNAM		kg				8.75		
TAMARILLO	Avion	COLOMBIE		kg		6.80		6.89		
		EQUATEUR		kg		6.80				

Note : selon calibre

Ces prix ont été calculés à partir d'informations mensuelles transmises par le Market News Service du Centre de Commerce International de l'ONU à Genève. Market News Service (MNS), Centre du Commerce International, CNUCED/OMC (CCI), Palais des Nations, 1211 Genève 10, Suisse
T. 41 (22) 730 01 11 / F. 41 (22) 730 09 06

Information... your weak link?



Reefer Trends is an independent news and information provider, financed exclusively by revenue from subscriptions.

First published in 2003, it provides a number of services for users along the reefer logistics chain: the Reefer Trends weekly charter market brief is the benchmark publication for the specialist reefer business – it tracks the charter market for reefer vessels, as well as fruit and banana production and market trends that influence charter market movement.

The weekly publication has close to 200 paying subscriber companies from 34 countries worldwide. The list of subscribers includes all the major reefer shipping companies and reefer box operators, the major charterers, reefer brokers, banana multi-nationals, the major banana exporters in Ecuador, Costa Rica, Panama and Colombia, terminal operators in the US and Europe, the world's leading shipping banks and broking houses

as well as trade associations, cargo interests and fruit importers on all continents. It is also circulated within the European Commission and the World Trade Organisation.

As well as the weekly Reefer Trends report it provides a separate online daily news service, covering developments in the global fruit, banana and logistics industries. The daily news is e-mailed direct to the desktops of several thousand subscribers worldwide.

Reefer Trends' consultancy clients include shipbuilding yards, banana majors, banks, brokers and equities analysts. Reefer Trends provides sector reports and forecasts for brokers and charterers. It has also acted as an expert witness in a chartering dispute.

For more information on subscriptions, please contact: info@reefertrends.com or visit www.reefertrends.com

reefer trends

UNIVEG, Votre connexion DIRECTE vers la production



Un souffle d'air chaud nous arrive avec ces fruits gorgés de soleil : le melon, la pastèque, le pomelo et l'orange. D'où qu'ils proviennent, les produits UNIVEG KATOPÉ FRANCE sont garants d'une même qualité et d'une sécurité irréprochables. Cette stratégie découle de notre connaissance approfondie de nos clients et du contrôle toujours plus précis de toute la chaîne de valeurs.