n°249

Mai-Juin 2017

FRuiTROP magazine

fruitrop.com

Version française

Litchi

Madagascar béni des dieux ?

Fiche pays producteur
Kiwi de Nelle-Zélande

Agrumes

Eté 2017 : une saison de tension en Europe

Fruits à noyau européens : 1er éléments de récolte 2017

Marché européen de l'ananas : Ananas contre ananas : la seule issue

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

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

Sale temps pour le monde des fruits tropicaux. *Et pour une fois, ce ne sont pas les conditions de marché qui enveniment la vie des produits. De manière générale, les marchés sont bons, voire même très bons. L'avocat s'arrache à prix d'or, la banane est la star printanière des linéaires, la mangue et l'ananas s'en sortent honorablement. En fait, c'est en production que le malaise s'installe et cela sur des thèmes, certes pas très nouveaux, mais qui semblent prendre une ampleur inédite. Je veux parler des conditions sociales et environnementales de production. Dans un bel élan coordonné, la banane, l'ananas et l'avocat font les frais de ce réveil des consciences. Pour la banane, cela se concrétise par l'annonce sur tweeter (message rapidement supprimé) de la décision de Lidl de ne plus acheter de bananes équatoriennes suite aux accusations portées par Oxfam Allemagne contre quelques producteurs (étude de mai 2016). Pour l'ananas, c'est l'arrêt d'un projet d'extension de la culture dans le sud-ouest du Costa Rica suite aux demandes insistantes d'associations. Pour l'avocat, c'est le syndrome du palmier à huile qui touche le secteur, notamment au Mexique : déforestation, consommation excessive d'eau, etc. D'évidence, cette liste ne va pas en rester là. Faut-il en conclure que nous sommes entrés dans l'ère de la responsabilité après celle du green et du social washing ? Aux entreprises de le dire et, si c'est le cas, de montrer comment elles comptent changer d'époque. Car le pire serait d'en rester aux vieux réflexes, de nier l'évidence et de continuer à penser que les opposants sont des « sandías » (pastèques) : vertes dehors et rouges dedans. Côté agitateurs de tout poil, il est aussi temps de penser aux conséquences sur les producteurs et leurs ouvriers des campagnes de dénonciation. Si Lidl mettait ses menaces à exécution, les plus exposés de la filière seraient privés de débouchés et donc de revenus. Comme souvent, la vérité est dans le consensus et dans la fixation d'objectifs ambitieux, scellés sous la forme de contrats de progrès entre l'amont et l'aval. Et sûrement pas dans le déni, l'ostracisme ou la condamnation.*

Denis Lœillet

cirad
LA RECHERCHE AGRONOMIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT

Éditeur
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 : info@fruitrop.com
www.fruitrop.com

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Site internet
Actimage

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
www.fruitrop.com

Traducteurs
James Brownlee, Tradeasy

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

ISSN
Français : 1256-544X
Anglais : 1256-5458
Deux versions française et anglaise

© Copyright Cirad

Tarif abonnement annuel
300 euros HT / 8 numéros par an
(éditions papier + électronique)

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 (*E. Imbert, D. Loeillet, C. Dawson, P. Gerbaud, T. Paqui, C. Céleyrette, R. Bright*)

p. 2
- **Conjonctures :** avril/mai 2017
- **Banane :** Système de surveillance des importations de banane : que pour du beurre — La consommation mondiale de banane fait une pause en avril 2017.
- **Agrumes :** Florida Natural lance une nouvelle campagne d'incitation à la plantation d'agrumes — Orange du Brésil : retour à une récolte supérieure à la moyenne en 2017-18 — Bilan pomelo de Floride 2016-17 : Matthew tire sur l'ambulance !
- **Avocat :** Campagne avocat du Chili 2016-17 — L'avocat Hass, bientôt un produit majeur en Nouvelle-Zélande ?
- **Fruits et légumes tempérés :** Melon du Bassin méditerranéen : des surfaces toujours en hausse — Gelées 2017 : un potentiel amoindri, notamment en fruits à pépins — Un été chaud et humide.

Le point sur...

p. 12 • **Fruits à noyau européens** — Premiers éléments de la récolte 2017 (Cécilia Céleyrette)
p. 16 • **Fiche pays producteur** — Le kiwi en Nouvelle-Zélande (Cécilia Céleyrette)
p. 22 • **Marché européen de l'ananas** — Ananas contre ananas : la seule issue (Carolina Dawson)
p. 26 • **Ananas par avion** — Le Pain de sucre, deux poids, deux mesures ? (Thierry Paqui)
p. 30 • **Ananas par bateau** — Des hauts et des bas (Thierry Paqui)
p. 34 • **Agrumes d'été – Prévision 2017** — Une saison de tension en Europe, à une exception près (Eric Imbert)

Dossier du mois par Pierre Gerbaud : LITCHI

p. 58 • **Madagascar** — Une campagne bénie des dieux ?
p. 66 • **Afrique du Sud** — Médiocre campagne
p. 67 • **Mozambique** — Dans le sillage de l'Afrique du Sud
p. 68 • **Île Maurice** — Augmentation des exportations
p. 69 • **Israël** — Un timide retour
p. 70 • **La Réunion** — Une explosion quantitative
p. 72 • **Défauts de qualité du litchi**
p. 74 • **La culture du litchi**
p. 78 • **Les variétés de litchi**

Prix de gros en Europe

p. 79 **AVRIL/MAI 2017**

Photo couverture : © ZESPRI

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

Banane

Avril/Mai 2017

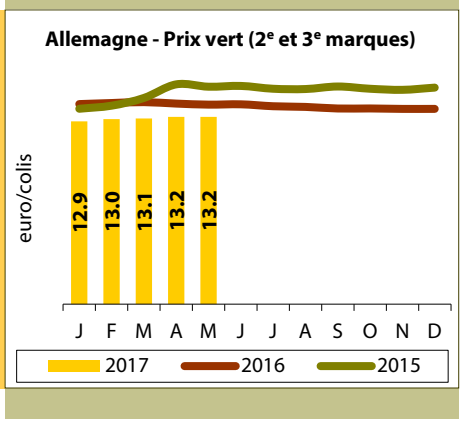
La très bonne orientation du marché s'est accentuée en **avril**. Pourtant, la météo est enfin devenue printanière, permettant aux campagnes de fruits de saison, qui ont démarré avec du retard, de se développer normalement. Toutefois, les ventes de banane ont conservé un bon dynamisme sur l'ensemble des marchés. C'est la baisse inattendue de l'approvisionnement global qui a été à l'origine de la tension grandissante. Les offres africaine et dollar sont passées sous les moyennes de saison (- 4 % et - 6 % respectivement) pour la première fois de l'année : fin du pic de Colombie, offre d'Équateur et du Costa Rica en recul et inférieure à celle de 2016, soucis logistiques en Côte d'Ivoire, coup de vent au Cameroun. Les prix en vert ont donc continué à se raffermir, retrouvant des niveaux moyens pour la première fois de l'année.

En **mai**, le creux d'approvisionnement a commencé à se résorber, les volumes retrouvant des niveaux proches des moyennes de saison. L'offre cumulée d'Afrique et des Antilles est revenue à la moyenne avec la fin progressive du déficit antillais et les volumes africains retrouvant des niveaux supérieurs de 10 % aux moyennes. Parallèlement, les apports de banane dollar ont été plus proches des moyennes suite au creux d'avril (déclin de la Colombie et du Costa Rica compensé par une remontée de l'Équateur). Pour autant, le marché est resté tendu en début de mois, les ventes gardant une très bonne fluidité (nouvelle baisse des températures, fruits de saison toujours peu compétitifs), et les prix en vert ont continué à se raffermir, contrairement à la tendance saisonnière, jusqu'à se stabiliser en fin de mois.

EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Mai 2017 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
13.20	0 %	- 10 %

EUROPE

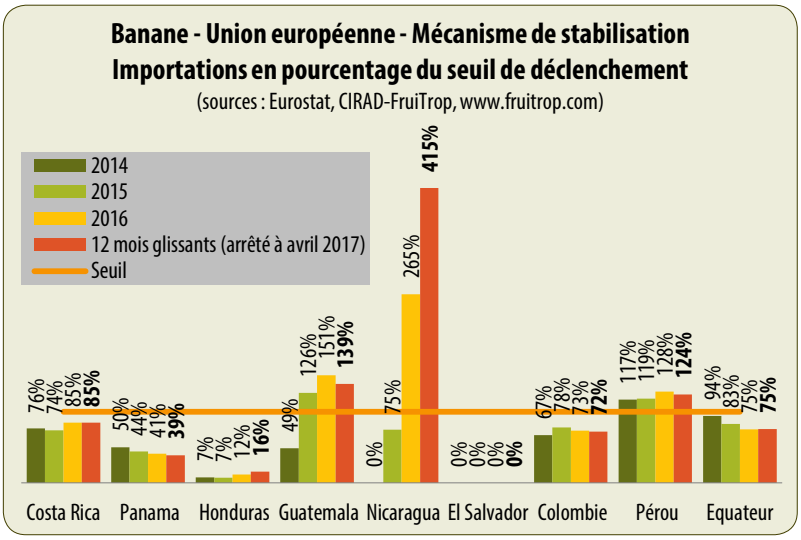


■ **Système de surveillance des importations de banane : que pour du beurre.** Le Nicaragua, le Panama et le Pérou n'ont cure de dépasser allègrement les seuils indicatifs fixés dans les différents accords commerciaux signés entre eux et l'UE. Leur poids relativement faible sur le marché est sans doute la raison d'un certain désintéressement de la part des autorités européennes. Elles ont bien, une nouvelle fois, ouvert une enquête qui a conclu, une nouvelle fois, au caractère non perturbateur du dépassement. Circulez, y a rien à voir ! Reste qu'il faut continuer à surveiller, et même mieux surveiller en passant par exemple d'une vision sur l'année civile à une vision sur douze mois glissants, seule représentation qui permet de comprendre la dynamique d'une origine sur un marché. Arrêté à avril 2017 (données Eurostat), on trouve un Nicaragua à plus de 400 % de sa quantité indicative, soit 56 000 t pour un seuil indicatif de 14 000 t !

© Guy Bréhinier

Hors dispositif de surveillance, le Mexique est également une origine qui progresse dans des proportions exceptionnelles. La preuve, il affiche un taux de croissance sur les quatre premiers mois de 2017 de 20 %, pour atteindre 25 000 t. Certes, les volumes en question sont relativement faibles mais, quand dans le même temps le Mexique fait + 35 % sur les États-Unis pour un volume de 121 000 t et que le secteur mexicain est à la tête de 12 000 ha de Cavendish, on ne peut pas tout à fait se désintéresser de la dynamique d'un tel pays.

Source : CIRAD



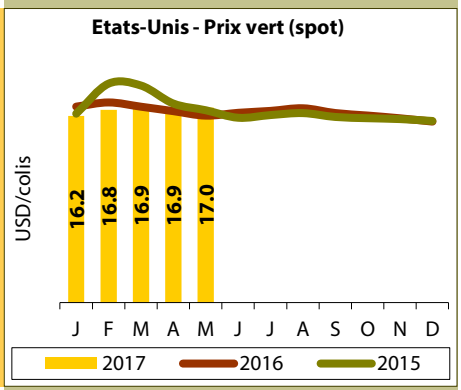
EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	Mai 2017		Comparaison	
	Type	Euros/kg	Avril 2017	Moyenne des 3 dernières années
France	normal	1.70	- 1 %	+ 4 %
	promotion	1.55	- 2 %	+ 9 %
Allemagne	normal	1.33	- 1 %	- 3 %
	discount	1.12	- 2 %	- 7 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.01	- 2 %	- 6 %
	vrac	0.76	0 %	+ 6 %
Espagne	platano	2.08	- 1 %	+ 7 %
	banano	1.31	0 %	0 %

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

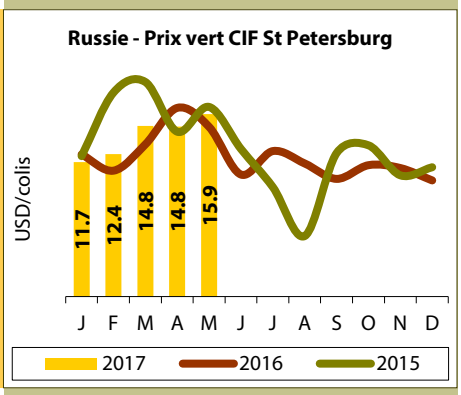
Banane

ETATS-UNIS



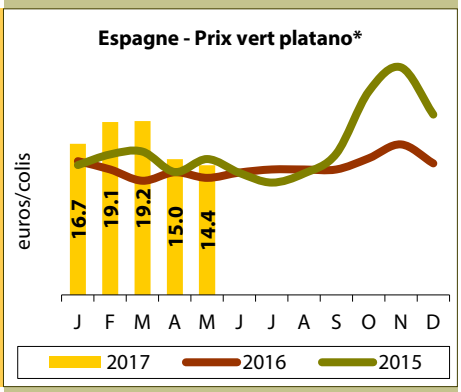
ÉTATS-UNIS — PRIX IMPORT		
Mai 2017 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.95	0 %	+ 3 %

RUSSIE



RUSSIE — PRIX IMPORT		
Mai 2017 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
15.87	+ 7 %	+ 2 %

CANARIES



CANARIES — PRIX IMPORT*		
Mai 2017 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
14.40	- 4 %	+ 3 %

* équivalent colis 18.5 kg

■ **La consommation mondiale de banane fait une pause en avril 2017.** A l'image des États-Unis, l'UE-28 fait du surplace en avril 2017 en réduisant d'un petit 0.8 % son approvisionnement. Attention toutefois à ne pas conclure à un retournement de tendance. Car, si baisse il y a, ce n'est pas parce que les origines dollar ou ACP mettent la pédale douce, bien au contraire. Ces deux types d'origines progressent de près de 2 % en avril et de 7.5 % sur les quatre premiers mois de l'année. C'est bien la production européenne qui est en difficulté. Les trois poids-lourds (Canaries, Martinique et Guadeloupe) réduisent la voilure de plus de 20 %. Les effets du cyclone Matthew de 2017 pour les Antilles et un retour à un rythme plus normal après un début 2016 en fanfare pour les Canaries, expliquent cette tendance baissière. Pendant ce temps, les origines dollar ouvrent les vannes avec une progression de 4.1 % en avril 2017 par rapport à 2016 et de 9.8 % sur les quatre premiers mois de 2017. Il n'y a que le Panama et le Guatemala qui plongent. Toutes les autres origines s'envolent et même bien au-delà de leur seuil indicatif (cf. page précédente) à l'image du Nicaragua.

Les ACP suivent le mouvement, mais un ton largement en dessous pour l'Afrique (+ 1.9 % en avril et + 4.9 % sur les quatre premiers mois). Toujours ACP mais côté Caraïbes, la République dominicaine remonte après les inondations monstres de la fin 2016 et dépassera largement les 350 000 t en 2017. Sur douze mois (mai 2016 à avril 2017), le marché européen est toujours très porteur puisqu'il progresse de 4.7 %, soit 276 000 t de bananes supplémentaires. La taille du marché européen est de 6 175 000 t. Rien de commun avec les États-Unis, sauf le creux du mois d'avril 2017 (- 17 %), qui ne fait que confirmer un rythme cacochyme. En effet, sur les douze derniers mois, la demande s'est contractée de 1 % pour revenir à 4 047 000 t. L'Équateur semble fuir ce marché avec une baisse de près de 40 % entre 2016 et 2017 (quatre mois), emboîtant le pas à la Colombie qui réduit consciencieusement ses envois en préférant l'Europe. Le Guatemala et Costa Rica continuent, quant à eux, à imprimer un rythme très fort de progression de 18 % et 14 % respectivement (quatre premiers mois).

Source : CIRAD

Banane – UE & USA – Approvisionnement de janvier à avril 2017 (provisoire)

000 tonnes	2015	2016	2017	Ecart 2017/2016
UE-28 - Approvisionnement	**2 026**	**2 108**	**2 202**	**+ 4 %**
Total import, dont	1 810	1 880	2 022	+ 8 %
NPF	1 462	1 512	1 659	+ 10 %
ACP Afrique	184	214	225	+ 5 %
ACP autres	163	154	138	- 11 %
Total UE, dont	217	228	180	- 21 %
Martinique	63	63	25	- 61 %
Guadeloupe	21	19	14	- 26 %
Canaries	126	139	135	- 3 %
USA - Import	**1 554**	**1 563**	**1 573**	**+ 1 %**
Réexportations	184	189	191	+ 1 %
Approvisionnement net	1 370	1 374	1 382	+ 1 %

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

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — MAI 2017

Origine	Comparaison		
	Avril 2017	Mai 2016	Cumul 2017 par rapport à 2016
Antilles	↗	- 19 %	- 45 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↗	+ 10 %	+ 10 %
Surinam	↗	+ 16 %	+ 7 %
Canaries	↗	+ 6 %	+ 12 %
Dollar :			
Équateur*	↗	+ 5 %	+ 4 %
Colombie*	↘	+ 27 %	+ 13 %
Costa Rica	↘	- 30 %	- 15 %

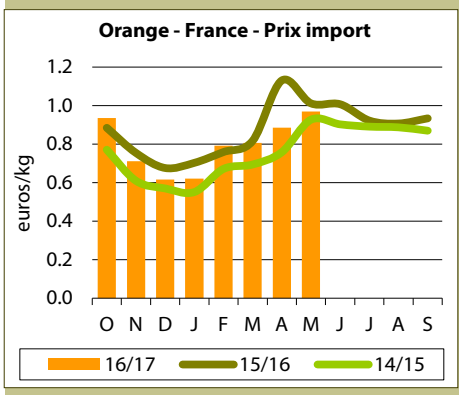
Estimation réalisée grâce à des sources professionnelles / * total toutes destinations

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

Orange

Avril/Mai 2017

Le déficit s'est poursuivi en avril, avec le déclin de la Navelate d'Espagne et les faibles apports des premières Valencia Late. Seuls les volumes de Navel tardives (Navel Powell) ont été supérieurs à ceux des années passées. Ainsi les cours ont continué de se raffermir, les volumes étant toujours insuffisants face à une demande active, stimulée par des températures fraîches. Malgré la remontée des apports en mai, le marché est resté sous tension. La saison de la Navelate s'est achevée avec des volumes déficitaires. Toutefois, la Navel Powell est restée disponible en quantités supérieures à la moyenne et la Valencia Late s'est nettement développée. Parallèlement, la demande a commencé à s'orienter vers les fruits de saison. Mais la tension s'est maintenue, en particulier sur le segment de table, avec la perspective d'une campagne de Navel d'Afrique du Sud déficitaire.



	Type	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
PRIX	Orange de table	15.90	+ 8 %
	Orange à jus	13.58	+ 3 %

	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
VOLUMES	Orange de table	↗	+ 15 %
	Orange à jus	↗	+ 20 %

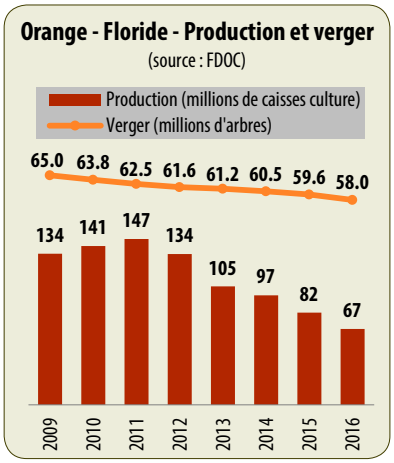
■ **Florida Natural lance une nouvelle campagne d'incitation à la plantation d'agrumes.** La coopérative de Lake Wales (centre Floride), qui compte environ un millier de producteurs et 25 000 ha de vergers, a décidé de mettre en place un nouveau programme d'aide financière à la plantation après le succès de celui initié en 2014. Une enveloppe de 13.5 millions USD a été budgétée (10 millions pour les orangers, 3 millions pour les pomelos et 500 000 USD pour les citronniers). Chaque pied planté bénéficiera d'une aide de 10 USD, les replantations étant exclues. Ce montant couvre un peu moins du quart des coûts directs de plantation, sans compter les soins à apporter au verger avant qu'il ne commence à fructifier (estimés à 35 USD). Les producteurs doivent s'engager en contrepartie à livrer la production de ces vergers à Florida Natural pendant dix ans pour les oranges et vingt ans pour les pomelos. Les 1.3 million d'arbres plantés devraient produire à terme un peu moins de 3 millions de caisses culture.

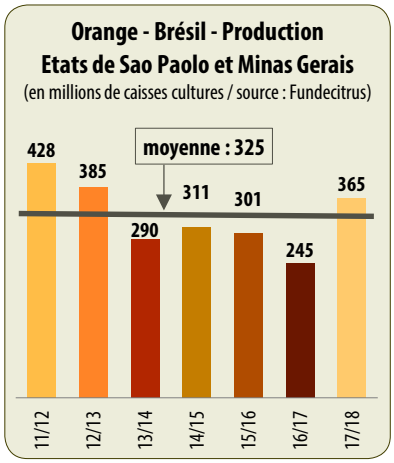
Sources : Reefer Trends, The Ledger

© Régis Domergue

■ **Orange du Brésil : retour à une récolte supérieure à la moyenne en 2017-18.** La récolte cumulée des états de Sao Paulo et du Minas Gerais, qui devrait être de l'ordre de 365 millions de caisses culture, est en forte progression par rapport à la petite saison 2016-17, mais n'est supérieure que de 10 % à la moyenne des six dernières années. Parallèlement, le rendement en jus, au plus bas ces deux dernières années, devrait lui aussi connaître une embellie. Le marché physique, qui caracolait jusqu'alors à un niveau historique de 3 000 USD/t rendu Rotterdam, a perdu 500 USD. Une stabilisation est attendue, car le niveau des stocks brésiliens, qui pesaient sur le marché ces dernières saisons, a fondu à un niveau extrêmement bas.

Source : Citrus BR





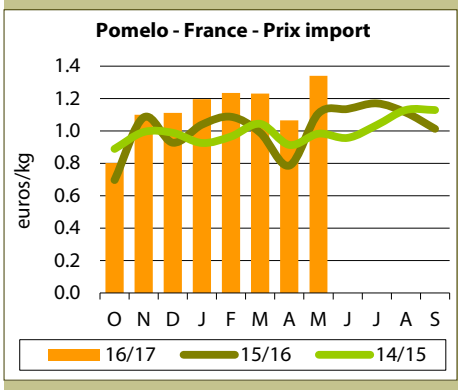
	Variétés par origine	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
VOLUMES	Navelate d'Espagne	↘	- 18 %	Fin de campagne précoce avec des volumes déficitaires.	- 9 %
	Autres Navel d'Espagne	↘	+ 26 %	Fin de campagne avec davantage de volumes que les dernières années (Navel Powell).	- 5 %
	Valencia Late d'Espagne	↗	+ 16 %	Développement rapide dans un contexte de marché sous-approvisionné.	+ 3 %
	Navel d'Afrique du Sud	↗	- 24 %	Démarrage lent suite à des pertes en production. Campagne annoncée déficitaire.	- 48 %

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

Pomelo

Avril/Mai 2017

La transition entre hiver et été s'est réalisée sans difficultés en raison du faible approvisionnement. La campagne floridienne, déficitaire, s'est achevée fin avril avec des prix restant fermes et soutenus. L'offre méditerranéenne a décliné en mai, avec des volumes déficitaires suite à l'avance de commercialisation de toutes les origines (Espagne, Turquie et Israël). Seuls des stocks modérés d'Israël ont été disponibles jusqu'à fin mai, assurant la transition avec les origines d'été. Cette fenêtre de marché a bénéficié aux origines entrantes : la Corse, dont la campagne a démarré courant avril et s'est achevée fin mai, et l'Afrique du Sud, dont les premiers arrivages précoces ont eu lieu début mai, avec des quantités très limitées, l'offre ne commençant à se développer que fin mai. Ainsi, en raison du faible approvisionnement pendant la période, couplé à une demande de saison, les prix ont été fermes et largement supérieurs à ceux des années passées.



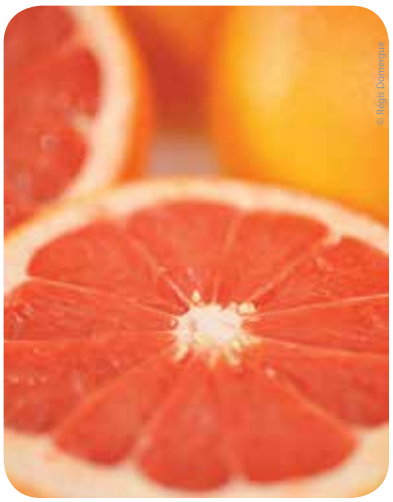
PRIX	Origine	Prix moyen mensuel euros/colis éq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Israël	16.35	+ 33 %
	Afrique du Sud	20.40	+ 26 %

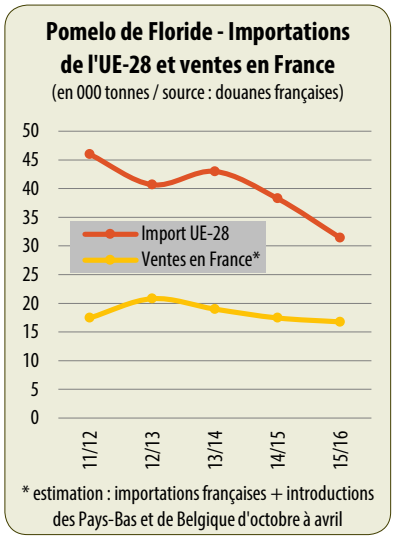
VOLUMES	Origine	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
	Israël	↘	- 48 %
	Afrique du Sud	↗	+ 23 %

■ Bilan pomelo de Floride 2016-17 : Matthew tire sur l'ambulance !

La baisse, attendue, des volumes de pomelo commercialisés en frais par la Floride a été plus forte que prévu. Avec 6.5 millions de colis, les ventes, tous marchés confondus, ont chuté de près de 30 % par rapport à 2015-16, une baisse bien supérieure aux 12 à 15 % enregistrés les trois saisons précédentes. Si les effets délétères du greening sont toujours aussi prononcés, cette aggravation est largement liée à une composante conjoncturelle, à savoir le passage de l'ouragan Matthew début octobre. Tous les marchés ont vu leur approvisionnement fondre, à commencer par le premier d'entre eux : les volumes commercialisés aux États-Unis ont baissé de plus d'un million de colis. Les envois vers l'Europe se sont fortement contractés, les 1.4 million de colis réceptionnés marquant un recul de 500 000 colis par rapport à la saison précédente. La France a continué de constituer le cœur de marché de la Floride, absorbant environ la moitié des arrivages réceptionnés dans l'UE-28. Si les centrales européennes habituellement clientes sont restées fidèles à ce pomelo premium, elles ont souvent opté pour des doubles référencements (notamment de fruits espagnols en France), en particulier pour leurs promotions. Le portefeuille de clients grossistes s'est, en revanche, nettement contracté.

Sources : Eurostat, douanes françaises, FDOC





Pomelo – Floride – Ventes en frais

en millions de caisses export	2016-17	2015-16	Moyenne des 4 dernières saisons	2016-17 comparée à	
				2015-16	Moyenne des 4 dernières saisons
USA	2.7	3.8	4.8	- 29 %	- 44 %
UE	1.4	1.9	2.4	- 27 %	- 43 %
Japon	1.6	2.1	2.8	- 25 %	- 43 %
Canada	0.4	0.7	0.9	- 39 %	- 55 %
Autres	0.4	0.6	0.5	- 30 %	- 22 %
Total	**6.5**	**9.1**	**11.5**	**- 28 %**	**- 44 %**

Source : FDOC

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Israël	↘	- 48 %	Derniers arrivages vers mi-mai avec des volumes déficitaires. Stocks disponibles jusqu'en fin de mois.	+ 4 %
	Corse	↘	-	Déclin de la campagne courant mai, derniers arrivages vers la fin du mois.	-
	Afrique du Sud	↗	+ 23 %	Démarrage précoce de la campagne avec des volumes modérés. Développement rapide par rapport aux autres années fin mai.	+ 22 %

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

Ananas

Avril/Mai 2017

Au cours de la première quinzaine d'**avril**, les cours sont restés assez élevés car l'offre globale, bien qu'en progression, était inférieure à la demande. Toutefois, en fin de première quinzaine, l'augmentation des volumes en prévision de Pâques a entraîné une stabilisation puis une baisse des prix. Seules les marques établies très peu chargées en fruits ont continué à pratiquer des cours soutenus. En début de deuxième quinzaine, l'offre cumulée était nettement plus conséquente à cause de retards de navires. Les fruits arrivés trop tard pour les ventes de Pâques ont pesé sur le marché. Celui-ci s'est très vite tendu et les opérateurs ont commencé à baisser les prix dans l'espoir de fluidifier leurs stocks. Parallèlement, l'offre de Cayenne, jusqu'ici de bonne tenue, a connu ses premiers gros soucis qualitatifs, entraînant son absence durant la dernière semaine du mois.

A l'approche de Pâques, le marché avion, toujours privé de Cayenne du Bénin, était bien orienté. Les congés scolaires n'ont pas gêné la commercialisation du fruit car l'offre globale était inférieure à la demande. Malgré quelques soucis de qualité (manque de coloration dû à des pluies), l'offre camerounaise s'est quand même bien vendue. Après Pâques, la demande a été moins soutenue et les ventes plus difficiles, surtout pour les fruits les moins colorés. Les ventes de Pain de sucre sont restées compliquées tout au long du mois pour les lots de fruits verts, qui se sont moins bien vendus. L'offre avion a été complétée par quelques lots de Sweet de Cuba ou de République dominicaine, proposés respectivement à 2.50 et 2.70 euros/kg.

Faiblement approvisionné tout au long du mois, le marché du Victoria est resté bien orienté avec des prix soutenus. Après Pâques, les cours se sont même raffermis car l'offre était encore plus faible, permettant aux opérateurs de mieux valoriser les calibres 6 et 7, plus recherchés.

En **mai**, la situation s'est progressivement dégradée. Dès la première quinzaine, les opérateurs ont été informés que le phénomène de floraison naturelle allait perturber l'offre costaricienne. Les volumes de Sweet ont donc connu une forte progression alors que la demande ne cessait de décroître, captée de plus en plus par une offre de fruits de saison disponible et proposée à bas prix. Au cours de la dernière quinzaine, les opérateurs ont dû lâcher leurs prix et plusieurs ventes ont été faites à des cours largement inférieurs à ceux indiqués ci-dessous. Les conditions de marché étaient aggravées par le fait que l'offre costaricienne était déséquilibrée, constituée en grande partie de petits fruits qui intéressaient peu les acheteurs. A la fin du mois, l'activité sur le marché de l'ananas était très réduite malgré une tendance à la baisse des cours.

En raison des nombreux jours fériés de mai, les opérateurs ont choisi de réduire les importations sur le marché avion pour mieux adapter l'offre à la demande. Si au cours de la première quinzaine cette stratégie a bien fonctionné, elle a été moins efficace par la suite. En effet, l'augmentation de l'offre de fruits de saison a très rapidement détourné la demande et les ventes d'ananas ont été nettement moins fluides, obligeant les opérateurs à élargir leurs fourchettes de prix. Sur le marché du Pain de sucre, la scission est de plus en plus marquée entre l'offre de fruits colorés du Ghana, qui se vend bien et plus cher (2.30 euros/kg), et l'offre de fruits verts du Bénin, qui peine à se vendre. Les Sweet colorés se sont plus ou moins bien valorisés entre 2.20 et 2.70 euros/kg. La baisse des prix sur ce marché en fin de mois est également consécutive à l'augmentation de l'offre de fruits de saison.

Tout au long du mois, l'offre de Victoria a été limitée en raison soit des pluies à Maurice, soit d'une production moins importante de la Réunion. A partir de la deuxième quinzaine, l'intérêt des acheteurs pour le fruit a été moindre, obligeant les opérateurs à nettement réduire leurs prix.

ANANAS - PRIX IMPORT EN FRANCE - PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2017		18	19	20	21	22
Par avion (euros/kg)						
Cayenne lisse	Cameroun	1.80-2.00	1.80-2.00	1.80-2.00	1.80-2.00	1.80-2.00
	Ghana	2.00-2.30	2.00-2.30	2.00-2.30	-	2.00-2.30
	Côte d'Ivoire	1.95-2.00	1.90-2.00	1.90-2.00	1.80-2.00	1.80-2.00
Victoria	Réunion	3.00-4.50	3.00-4.50	3.00-4.50	3.00-3.50	3.00-3.50
	Maurice	3.00-3.40	3.00-3.40	3.00-3.20	3.20-3.40	3.00-3.40
Par bateau (euros/colis)						
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	6.00-8.00	6.00-8.00	6.00-8.00	6.00-7.00	5.00-6.00
Sweet	Côte d'Ivoire	10.00-11.00	10.00-11.00	9.00-10.00	9.00-10.00	8.50-9.50
	Ghana	10.00-11.00	10.00-11.00	9.00-10.00	9.00-10.00	8.50-9.50
	Costa Rica	6.00-9.00	6.00-9.00	6.00-8.00	5.50-8.00	5.00-8.00

ANANAS — PRIX IMPORT

EUROPE

Semaines 14 à 22	Min	Max
Par avion (euros/kg)		
Cayenne lisse	1.75	2.30
Victoria	3.00	4.50
Par bateau (euros/colis)		
Cayenne lisse	6.00	15.00
Sweet	5.00	16.00

ANANAS - PRIX IMPORT EN FRANCE - PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2017		14	15	16	17
Par avion (euros/kg)					
Cayenne lisse	Cameroun	1.90-2.00	1.90-2.00	1.75-2.00	1.80-2.00
	Ghana	2.00-2.30	2.00-2.30	2.00-2.30	2.00-2.30
	Côte d'Ivoire	2.00-2.10	2.00-2.10	2.00-2.10	2.00-2.10
Victoria	Réunion	3.00-4.00	3.00-4.00	3.00-4.50	3.00-4.50
	Maurice	3.00-3.60	3.00-3.60	3.00-3.60	3.00-3.60
Par bateau (euros/colis)					
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	12.00-15.00	10.00-13.00	6.00-7.00	-
Sweet	Côte d'Ivoire	12.00-15.50	12.00-15.50	12.00-13.00	10.00-11.00
	Ghana	12.00-15.50	12.00-15.50	12.00-13.00	10.00-11.00
	Costa Rica	12.00-16.00	11.00-14.00	8.00-10.00	7.00-9.00

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

PRODUCTEUR – IMPORTATEUR

Del Monte Quality

MURISSEUR – DISTRIBUTEUR

Dites Oui au Meilleur

SUSTAINABLY GROWN CERTIFIED SCS GLOBAL SERVICES

*Les Ananas des plantations Del Monte® du Costa Rica sont certifiés SCS

www.delmonteeurope.fr

Fresh from the Tropics, Ripe & Naturally Sweet
READY TO EAT
Del Monte Gold
Del Monte Quality
Extra Sweet Pineapple
PRÊT À DEGUSTER
Frais des Tropiques, Mûr & Naturellement Sucré
5

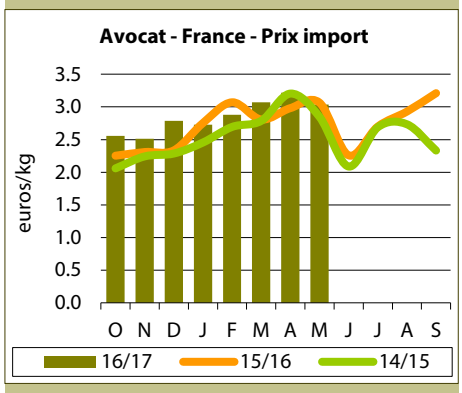
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Del Monte (France) SAS - Zone Euro Delta - Rungis Cedex - Tel: +33 1 41 76 01 80

Avocat

Avril/Mai 2017

Malgré des volumes supérieurs aux moyennes, la saison d'hiver (Espagne, Israël) s'est achevée en avril alors que les origines d'été étaient encore peu présentes. L'offre sud-africaine, en rapide développement, n'a pu compenser le retard du Pérou dû à des soucis logistiques (pluies). Les cours ont atteint des niveaux historiques à Pâques, certains opérateurs ayant des difficultés à remplir leurs engagements. Fin avril, l'offre affichait un rebond très marqué jusqu'à atteindre un nouveau record en mai. Alors que les apports d'Afrique du Sud étaient déficitaires, ceux du Pérou en variétés vertes et Hass explosaient, avec quelques soucis de maturité et beaucoup de petits calibres. Des stocks de petits calibres se sont constitués et les prix ont commencé à s'éroder courant mai (surtout en 22/24/26), tout en restant à des niveaux soutenus pour la saison.



PRIX

Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
Vertes	7.76	+ 13 %
Hass	13.46	+ 14 %

VOLUMES

Type	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
Vertes	↗↗	+ 32 %
Hass	↗	+ 32 %

VOLUMES

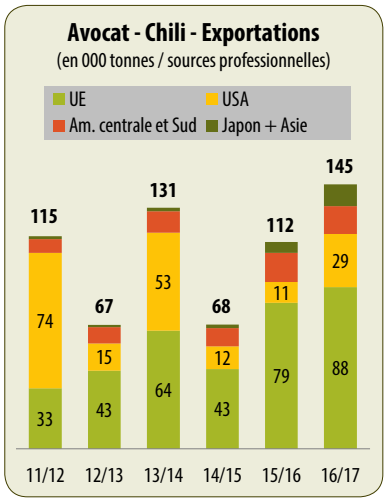
Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
	mois précédent	moyenne 2 dernières années		
Pérou	↗	+ 46 %	Après un creux d'arrivages en avril (moindres chargements suite aux pluies), remontée très significative en mai de l'offre de Hass (+ 37 %) et surtout de variétés vertes (+ 123 %).	+ 35 %
Afrique du Sud	↗	- 15 %	Envois se développant rapidement en avril, volumes supérieurs aux moyennes (+ 17 %). Net ralentissement en mai : offre déficitaire en Hass (- 9 %) et surtout en variétés vertes (- 26 %).	- 9 %
Mexique	↘	- 72 %	Fin de campagne avec des volumes largement inférieurs à ceux de l'an passé et beaucoup de petits calibres.	0 %

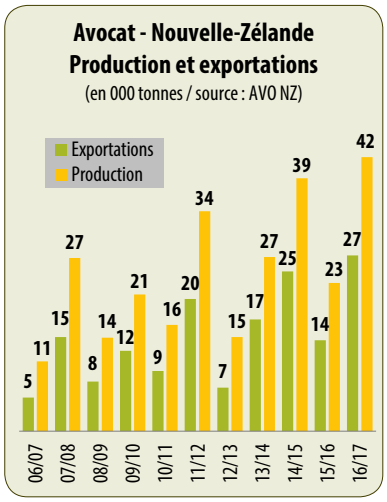
■ Campagne avocat du Chili 2016-17. Si le bilan de la saison 2015-16 a permis aux producteurs chiliens de reprendre confiance, celui de 2016-17 est propre à susciter l'enthousiasme ! Les prix réalisés ont été exceptionnels, tant dans l'UE-28 qu'aux États-Unis. De plus, les volumes exportés, de l'ordre de 145 000 t, sont de loin les meilleurs de ces dernières années et figurent même en troisième position dans le classement des plus grosses saisons. Les envois ont progressé vers toutes les destinations. Avec environ 88 000 t, l'UE-28 est restée de loin le premier marché de la « palta » chilienne. Cependant, le retour vers le marché des États-Unis est majeur, avec des volumes de près de 30 000 t, pratiquement le triple de la saison précédente. Il marque aussi un regain d'intérêt au long cours des importateurs américains pour l'origine, qu'ils avaient pratiquement délaissée au profit du Mexique ces dernières années. La Chine a elle aussi profité de ce potentiel accru (12 000 t contre 5 500 en 2015-16). Les seuls à avoir perdu au change sont les consommateurs chiliens. La tension sur le marché international et une économie intérieure toujours morose ont provoqué un nouveau repli des ventes locales.

Source : CIRAD

■ L'avocat Hass, bientôt un produit majeur en Nouvelle-Zélande ? La Nouvelle-Zélande n'est pas seulement le pays de la pomme et du kiwi. Les résultats records de la campagne 2016-17 montrent que la filière avocat continue de monter en puissance, même si elle reste lilliputienne comparée à celles de la pomme et du kiwi, deux géants export du pays. Les volumes dirigés vers le marché international, toujours destinés à plus de 80 % à l'Australie, ont dépassé pour la première fois 27 000 t. La filière ne devrait pas s'arrêter là. L'ambition est de quadrupler les ventes d'ici 2023, notamment grâce au triplement de la productivité, toujours très basse.

Sources : Reefer Trends, NZ Avocado





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

Mangue

Avril 2017

Le mois d'**avril** a été marqué par la fin prématurée de la campagne péruvienne, dont les livraisons dominaient largement l'approvisionnement européen depuis le début de l'année. Au cours de la semaine 11, des pluies torrentielles se sont abattues sur le Pérou, entraînant de très importants dégâts matériels et causant la mort de plusieurs personnes. La dégradation des voies de communication mettait fin aux possibilités d'exportation des mangues par bateau. Par ailleurs, les volumes livrés s'amenuisaient déjà, la campagne ayant démarré précocement. Le Brésil compensait partiellement la réduction de l'offre péruvienne alors que la demande pour les fêtes de Pâques s'amplifiait. Il en résultait le maintien de prix à un niveau élevé et durable, en dépit d'une dégradation qualitative des produits. Le phénomène s'accentuait après Pâques en raison de la baisse des volumes importés, la campagne ouest-africaine ne faisant que commencer. Quelques conteneurs d'Amélie de Côte d'Ivoire étaient réceptionnés et s'écoulaient dans de bonnes conditions dans ce contexte de sous-approvisionnement.

Le marché avion est resté assez actif, les prix étant soutenus en première quinzaine avec les fêtes de Pâques. Les cours des derniers lots du Pérou demeuraient très élevés, les mangues d'Afrique se vendant à des prix inférieurs selon les variétés proposées et la qualité des fruits, globalement peu colorés et d'un stade de maturité parfois insuffisant. Les Kent restaient les plus recherchées et les mieux valorisées.

En **mai**, l'approvisionnement basculait avec la fin de campagne du Pérou et le démarrage tardif des origines d'Afrique de l'Ouest. En première quinzaine, la demande était encore active et les quantités disponibles limitées, permettant aux cours de se maintenir à un niveau élevé pour les fruits brésiliens et de Côte d'Ivoire. Dès la deuxième semaine du mois, des mouvements de mutinerie en Côte d'Ivoire ont perturbé fortement le transport des mangues de la région de production, située au nord, au port d'Abidjan au sud. Ces évènements étaient aggravés par des pannes d'engins de chargement sur l'un des terminaux fruitiers du port. Les « fenêtres d'accostage » s'en trouvaient perturbées, entraînant le stockage plus ou moins long et dans des conditions plus ou moins satisfaisantes de nombreux conteneurs. Le retour au calme et la réparation des engins permettaient la reprise progressive du transport maritime, alors que les sociétés d'exportation clôturaient leurs expéditions. Dix à quinze jours plus tard, la crise se déplaçait vers les marchés européens où la réception de nombreux conteneurs en avarie ou présentant des fruits de qualité dégradée pénalisait fortement et durablement les ventes. Les cours s'effritaient rapidement et, en fin de période, des ventes de dégagement se faisaient à des prix très bas.

Le marché de la mangue avion était lui aussi difficile. Seuls les derniers lots du Pérou se valorisaient de façon satisfaisante. Les fruits d'Afrique de l'Ouest présentaient une qualité globalement moyenne, certains manquant de coloration et de maturité. Récoltés sans doute précocement, ils se fripaient rapidement, présentant un aspect peu attractif, et souffraient la comparaison avec les derniers lots du Pérou. Ces défauts qualitatifs, vraisemblablement dus à la crainte d'infestation par les larves de mouches du fruit, ont été particulièrement néfastes à la commercialisation. En fin de mois, les prix se raffermissaient légèrement du fait d'un sous-approvisionnement grandissant. Quelques lots du Brésil, d'Inde, du Vietnam et de Thaïlande offraient une alternative ponctuelle aux acheteurs.

MANGUE - ARRIVAGES (estimations en tonnes)

EUROPE

Semaines 2017	18	19	20	21	22
Par avion					
Pérou	5	15	3		
Burkina Faso	20	20	15	10	5
Mali	40	40	45	30	20
Côte d'Ivoire	150	80	50	30	30
Par bateau					
Brésil	1 520	1 000	1 180	1 120	1 320
Côte d'Ivoire	2 650	2 200	2 200	2 650	2 200

MANGUE - ARRIVAGES (estimations en tonnes)

EUROPE

Semaines 2017	14	15	16	17
Par avion				
Pérou	110	180	40	15
Burkina Faso	10	15	20	20
Mali	-	40	40	40
Côte d'Ivoire	-	80	200	120
Par bateau				
Brésil	2 700	2 350	1 930	1 980
Pérou	70	-	-	-
Côte d'Ivoire	110	1 100	440	2 200

MANGUE - PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANÇAIS

Semaines 2017		18	19	20	21	22	Moyenne mai 2017	Moyenne mai 2016
Par avion (euros/kg)								
Pérou	Kent	5.00	5.00	5.00	5.00-5.25	-	5.00-5.05	-
Burkina Faso	Amélie	2.80	2.80	-	-	-	2.80	-
Burkina Faso	Valencia	3.00-3.50	-	-	-	-	3.00-3.50	3.30-3.50
Burkina Faso	Kent	3.00-3.50	2.50-3.50	2.80-3.00	3.00	3.00	2.85-3.20	3.70-4.25
Mali	Amélie	3.00	-	-	-	-	3.00	2.80-3.00
Mali	Valencia	3.00-3.80	3.00-3.50	2.80-3.20	2.50-3.50	-	2.80-3.50	2.60-3.75
Mali	Kent	3.00-4.00	2.50-4.00	3.00-4.00	3.00-4.00	3.00-4.50	2.90-4.10	3.55-4.35
Côte d'Ivoire	Kent	4.00-4.50	4.00	4.00-4.50	4.00-4.50	4.00-4.50	4.00-4.40	4.75-5.60
Par bateau (euros/colis)								
Brésil	T. Atkins	7.00-8.00	7.00-7.50	-	-	-	7.00-7.75	-
Brésil	Keitt	8.00	7.00-8.00	-	-	-	7.50-8.00	-
Brésil	Palmer	8.00	7.00-8.00	-	-	-	7.50-8.00	-
Pérou	Kent	-	-	-	-	-	-	-
Côte d'Ivoire	Kent	6.50-8.00	6.00-7.00	4.50-6.00	4.00-5.50	3.00-5.00	4.80-6.30	5.35-7.10
Porto Rico	Keitt	-	-	5.00-6.00	5.00-6.00	5.00-6.00	5.00-6.00	5.00-6.50
Rép. dom.	Keitt	-	-	-	-	5.00-6.00	5.00-6.00	-

MANGUE - PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANÇAIS

Semaines 2017		14	15	16	17	Moyenne avril 2017	Moyenne avril 2016
Par avion (euros/kg)							
Pérou	Kent	6.50-7.00	5.00-6.00	5.50-6.00	5.00	5.50-6.00	5.65-6.30
Burkina Faso	Amélie	3.50-4.00	3.50	2.80	2.80	3.15-3.30	2.80-2.90
Burkina Faso	Valencia	3.50-4.50	4.00-4.50	3.20-4.50	3.00-3.50	3.40-4.25	3.00-3.60
Burkina Faso	Kent	4.50-5.50	4.50-5.50	3.50-5.00	3.00-3.80	3.85-4.95	4.00-4.50
Mali	Amélie	-	-	-	3.20	3.20	2.85-2.95
Mali	Valencia	-	-	3.00-4.00	3.50	3.25-3.75	3.00-3.75
Mali	Kent	-	-	5.00	3.50-4.00	4.25-4.50	3.80-4.00
Côte d'Ivoire	Kent	-	-	5.00-5.50	4.00-4.50	4.50-5.00	4.80-5.50
Par bateau (euros/colis)							
Brésil	T. Atkins	-	-	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	-
Brésil	Keitt	7.00-8.00	7.00-8.00	8.00	8.00	7.50-8.00	-
Brésil	Palmer	7.00-8.00	7.00-8.00	8.00-9.00	8.00-9.00	7.50-8.50	-
Pérou	Kent	7.00-8.50	7.00-8.50	8.00-9.00	8.00-9.00	7.50-8.75	6.00-8.50
Côte d'Ivoire	Amélie	6.00	6.00	6.00-8.00	-	6.00-6.65	-
Côte d'Ivoire	Kent	-	-	-	7.00-8.00	7.00-8.00	7.00-9.00

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

Fruits & légumes tempérés

Melon Charentais – Surfaces – Prévisions

en hectares	Medfel 2017	Medfel 2016
Dakhla	250	250 - 260
Agadir/Taroudant	50-80	100 - 150
Marrakech/Kenitra	1 250	1 000 - 1 100
Total Maroc	**1 550-1 580**	**1 350 - 1 510**
Almeria	300	290 - 300
Malaga/Murcie	4 300	3 300 - 3 500
Total Espagne	**4 700**	**3 590 - 3 800**
Sud-Est	5 700	5 500
Sud-Ouest	3 500	3 500
Centre-Ouest	4 500	4 700
Total France	**13 700**	**13 700**

Source : Medfel

■ **Melon du Bassin méditerranéen : des surfaces toujours en hausse.** Les prévisions dévoilées fin avril à l'occasion du Medfel ont confirmé les estimations concernant le Bassin méditerranéen. Elles ont notamment entériné une stabilité des surfaces sur Dakhla, un effritement sur Agadir/Taroudant et une augmentation des surfaces sous serres sur Marrakech. Les superficies sont, tout au plus, stables sur Almeria en Charentais vert, mais la poussée se maintient sur Malaga/Murcie avec des cultures qui pourraient arriver assez tard en saison. Dans cette zone, le pic de production est attendu à compter du 20-25 mai, pour une campagne qui pourrait s'étaler jusqu'en août. En France, les premiers abris froids non chauffés du Sud-Est pourraient démarrer vers mi-mai et les chenilles à partir du 25 mai. Les plantations seraient en légère hausse dans cette zone, la production s'étalant sur juillet-août. Les surfaces sont annoncées stables dans le Sud-Ouest et en légère baisse dans le Centre-Ouest.

Source : Medfel

■ **Gelées 2017 : un potentiel amoindri, notamment en fruits à pépins.** Les gelées survenues entre fin avril et début mai en Europe ont entraîné des pertes de production importantes dans des zones bien définies (souvent en altitude), pour des vergers non irrigués et pour des variétés encore en fleurs. Dans d'autres zones moins exposées, il ne s'est agi que d'un éclaircissage plus ou moins important. Ainsi, les pertes les plus importantes concernent les pommes, à cause de températures qui sont descendues jusqu'à -6/-7°C et compte tenu de l'avance de quinze jours de la floraison due au temps chaud. Les zones d'altitude ont été les plus touchées, que ce soit le Trentin-Haut-Adige dans le nord de l'Italie, les Alpes, la Haute-Savoie et la Savoie en France, la Suisse, l'Autriche ou le sud de l'Allemagne, tout le pourtour du lac de Constance ayant été touché. Les dégâts sont également très importants dans le Limbourg en Belgique où les vergers ne sont pas irrigués (50 à 75 % de la production de la zone), ainsi qu'en Rhénanie en Allemagne à la frontière avec les Pays-Bas. Les pertes seraient moins importantes et plus localisées dans ce dernier pays où les vergers sont souvent irrigués. Il y a également eu des dégâts au Royaume-Uni, essentiellement dans le Kent (pommes). Les pertes s'annonçaient faibles en Pologne en avril car la floraison avait à peine démarré, mais le coup de froid de début mai a causé d'importants dégâts, plus de 50 % de pertes selon certains. Les poires, qui étaient à un stade plus avancé de petits fruits, auraient également été impactées, d'importantes chutes physiologiques étant attendues dans le Limbourg en Belgique. L'ANPP en France annonçait déjà une baisse de production pour la campagne 2017-18 de l'ordre de - 15 à - 20 % par rapport à la normale pour le total de ses adhérents en pomme et poire. Ces chiffres seront affinés mi-juin, une fois les chutes physiologiques bien avancées. La production de kiwi a également été sérieusement touchée en Italie avec des dégâts importants dans le Piémont, le Latium, en Vénétie et, dans une moindre mesure, en Emilie-Romagne. Les pertes devraient être importantes en raisin en France, notamment sur les coteaux et, dans une certaine mesure, en Espagne dans la zone de Valence.

Source : ANPP

■ **Un été chaud et humide.** Les prévisions météo, publiées début mai par les experts de Météo Consult, confirment les premières informations, à savoir un été chaud et plutôt humide. L'anomalie de basses pressions située sur la Péninsule ibérique, attendue pour le mois de juin, semble se confirmer et devrait laisser l'anticyclone se positionner sur les pays d'Europe du Nord, avec pour conséquence des orages de l'Espagne à la France (+ 20 % de précipitations alors que le mercure pourrait être supérieur de 0.6°C aux moyennes de saison) et un temps chaud et sec sur l'Europe du Nord (+ 2°C). Le retour des hautes pressions sur la France en juillet devrait générer un temps plus sec qu'en juin, mais avec probablement des orages et des températures supérieures de 0.5 à 1.5°C aux moyennes de saison. En Scandinavie, elles pourraient demeurer supérieures de 2°C. Le mois d'août est encore incertain, avec de hautes pressions sur l'Europe du Nord et des précipitations sous forme de pluies ou d'orages. Les températures devraient être dans les moyennes de saison ou un peu supérieures (+ 0.5°C).

Source : Infofruit

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

Fret maritime

Avril/Mai 2017

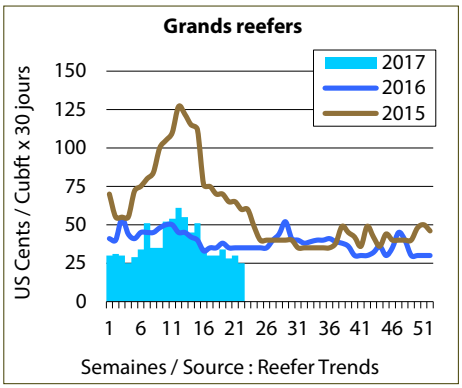
Le temps où le mois d'**avril** représentait la moitié de la haute saison du marché de l'affrètement est depuis longtemps révolu. La priorité consiste désormais à positionner ou programmer des navires au départ du Chili vers la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud, l'Argentine ou encore à désarmer ces navires, le plus efficacement possible. L'activité spot a été limitée et cantonnée au Pacifique, FCC ayant elle-même pris en charge les nouveaux programmes de kiwis et de courges de Nouvelle-Zélande vers l'Asie et Del Monte et Sumifru ayant ajouté du tonnage pour expédier des bananes supplémentaires vers le Moyen-Orient. À 55 c/cbft, le retour TCE moyen dépassait en moyenne de 20 c/cbft les activités transatlantiques, quelles qu'elles soient. Tandis que le grand segment se retrouvait encalminé, un changement de rythme s'est opéré dans la dynamique de marché du petit segment : cette situation résulte en partie du nombre de navires supplémentaires envoyés cette année dans l'Atlantique Sud pour les calamars et en partie d'opportunités d'affaires nettement meilleures au Nigeria, marché majeur pour le poisson. Ce pays a absorbé des volumes plus importants et d'origines plus éloignées, assurant ainsi un tonnage sur une durée plus étendue. Les opérateurs reefer ont également tiré profit d'un changement de stratégie des lignes conteneurs, lesquelles ont relevé leurs tarifs mais semblent étrangement manquer d'équipements reefer. Autre point positif, les reefers spécialisés continueront de bénéficier des tarifs de carburant bas sur le court et le moyen terme. La mainmise de l'OPEP sur le commerce mondial du pétrole n'est plus suffisante pour influer sur le prix et ses membres sont trop divisés pour appliquer une stratégie cohérente. La Russie et les États-Unis ayant leurs propres priorités, tant que l'économie mondiale reste morose et l'environnement géopolitique fondamentalement instable, le cours du pétrole n'augmentera pas !

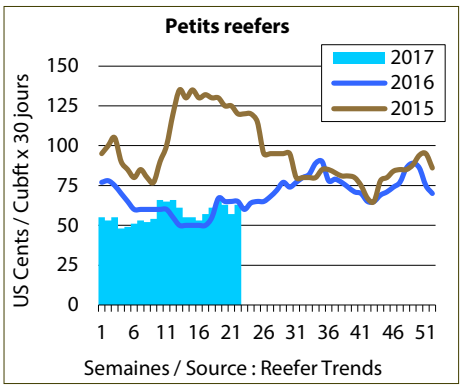
En **mai**, le prix de sortie élevé en Équateur, ainsi qu'un marché de la banane à l'est de la Méditerranée perturbé par des arrivées de mauvaise qualité, ont eu raison de toute tentative des négociants d'ajouter des expéditions de fruits aux volumes fixés par contrat. Et cela en dépit du début du Ramadan qui se traduit généralement par une augmentation de la demande de banane. Pour les gros navires, cette absence d'expéditions de bananes spot complique le calcul d'un TCE moyen mensuel représentatif. Les événements du mois comptaient un navire échoué, quelques désarmements et démolitions, mais rien d'important compte tenu des chiffres attendus à la fin de l'année dernière, lorsqu'il était devenu évident que plusieurs services historiques de reefers spécialisés seraient conteneurisés, ajoutant encore de la capacité à un marché déjà boursouflé en tonnage. S'agit-il alors d'un excès de confiance dans le mode ? Certes, les rendements obtenus à ce jour et ceux pressentis pour la fin de l'année ne sont pas fameux, mais les reefers ont maintenu une part de marché supérieure à celle qui avait été annoncée. Face à un prix du pétrole faible à court et moyen terme, à un recul de l'approvisionnement en équipements reefer et aux efforts acharnés des transporteurs pour relever leurs tarifs, l'option reefer reste assurément une alternative viable pour les chargeurs. L'assouplissement des conditions commerciales avec le Nigeria par rapport à l'année dernière a eu des effets positifs sur le marché du petit segment. Malgré une augmentation du prix du carburant de plus de 35 % d'une année à l'autre, les rendements TCE restent comparables, avec peu de navires désarmés début juin. Bien que le marché ne puisse être qualifié de robuste, l'offre et la demande étaient davantage en phase et le temps de trajet réduit sur la base d'une comparaison par voyage. Le mode a remporté un contrat significatif de transport de pommes de terre d'Égypte vers la Mer Noire avec le distributeur russe Magnit et continue de profiter des voyages longs et rentables entre les îles Féroé et l'Afrique de l'Ouest. En dépit des inquiétudes concernant la qualité et le volume d'oranges Navel de la province du Cap Oriental, la campagne d'agrumes d'Afrique du Sud a démarré en force grâce à une demande soutenue d'Europe et des États-Unis. Avec la récolte californienne de Navel inférieure aux prévisions et terminée plus tôt que prévu, et celle de la région de Valence qui s'annonce également faible, il semble que l'année se dessine sous les meilleurs auspices pour les expéditeurs d'agrumes de l'hémisphère Sud. Par ailleurs, la filière agrumes d'Afrique du Sud et les opérateurs reefer espéraient le feu vert chinois sur l'utilisation du mode spécialisé avant le démarrage de la saison. Même si cela ne s'est pas produit, il est question d'une expédition test en reefer vers la fin de la campagne qui, en cas de succès, ouvrira la voie à un programme d'envois plus conséquent en 2018. Pour conclure, Cool Carriers a gardé la main sur le programme Lemon Alliance Med argentin. L'augmentation de prix par rapport à l'année dernière n'est pas spectaculaire comparativement à la forte hausse des coûts de carburant, mais la grande nouvelle est la récupération de certaines cargaisons par les opérateurs auprès des lignes conteneurs, qui habituellement expédient des fruits à destination de l'Italie.

Web : www.reefertrends.com
Tel : +44 (0) 1494 875550
Email : info@reefertrends.com
reefertrends
Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer

EUROPE

MARCHES SPOT Moyennes mensuelles		
USD cents/cubic foot x 30 jours	**Grands reefers**	**Petits reefers**
Avril 2017	42	53
Avril 2016	39	51
Avril 2015	79	126
Mai 2017	29	57
Mai 2016	36	62
Mai 2015	63	122





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

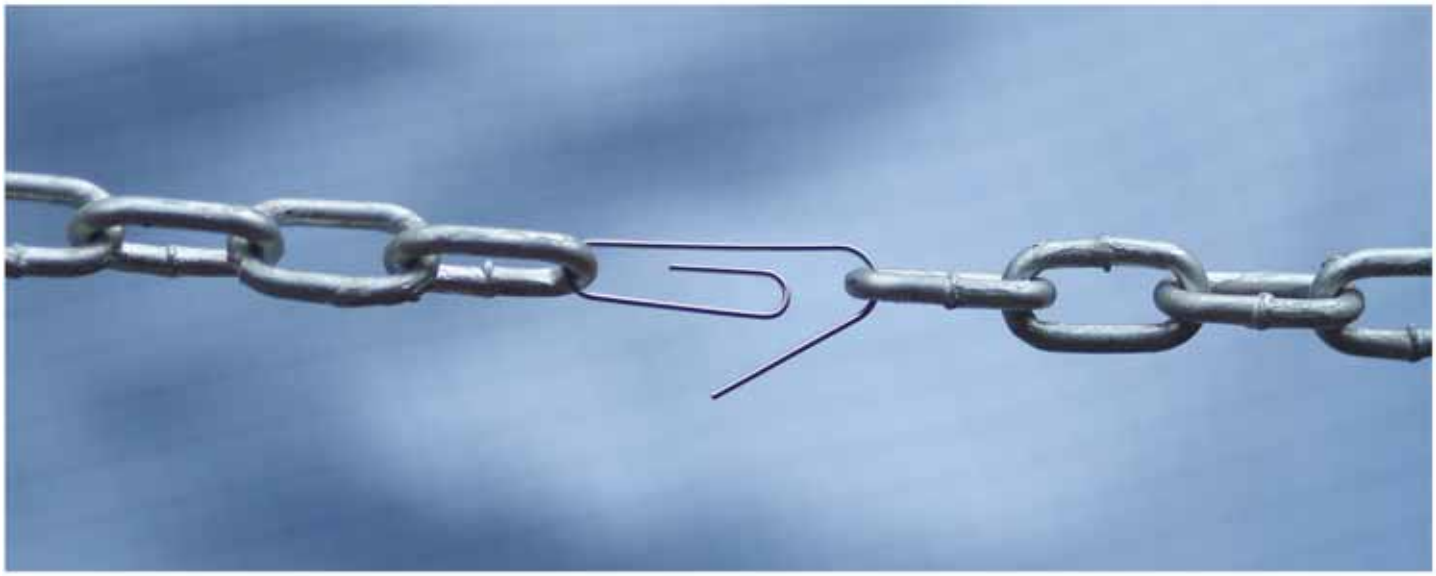
Fruits à noyau européens

Premiers éléments de la récolte 2017

Les prévisions de la récolte européenne de fruits à noyau ont été dévoilées lors du salon Medfel, qui s'est déroulé à Perpignan du 24 au 27 avril derniers, et lors de la journée du 18 mai organisée à Montpellier. Elles confirment le très bon potentiel attendu dans toute l'Europe, compte tenu d'une très belle floraison que les gelées d'avril n'ont pas entamé. La production d'abricot s'annonce d'un excellent niveau, avec un total qui devrait avoisiner 572 000 t (+ 17 % par rapport à 2016 et + 13 % sur la moyenne des 3 dernières années), en dépit du petit repli de l'Espagne en Bulida. De même, l'offre de pêche et nectarine devrait être abondante à 3.06 millions de tonnes (+ 11 % sur 2016 et + 7 % sur la moyenne triennale). C'est surtout le cas en Pavie (827 000 t, soit + 30 % sur 2016 et + 17 % sur la moyenne des 5 dernières années) du fait d'une production toujours croissante en Espagne et d'un rebond en Grèce. La production devrait être dans la moyenne en France et en Italie.

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

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.

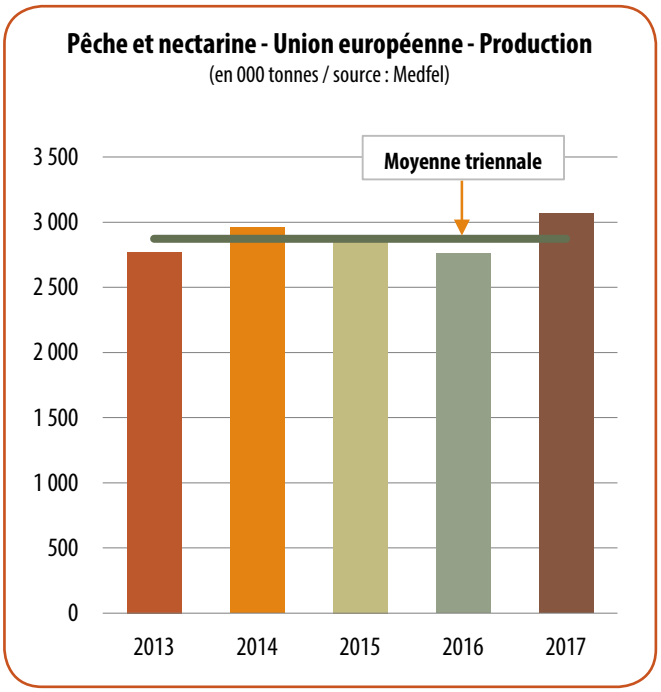
As well as the weekly Reefer Trends report it provides a separate online daily news service, covering developments in the global fruit, banana and logistics industries. The daily news is e-mailed direct to the desktops of several thousand subscribers worldwide.

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

reefertrends

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



Pêche et nectarine

Bonne production malgré les gelées

Peu d'éléments ont été délivrés lors du congrès du Medfel sur la récolte de pêches et nectarines européennes, les pays membres d'Europech ayant décidé de reporter la publication officielle des chiffres au 18 mai compte tenu des incertitudes. En fin de compte, il semble qu'il y ait eu peu de modifications, les gelées d'avril n'ayant eu qu'un impact limité sur les fruits à noyau contrairement aux fruits à pépins. Ainsi, on attend un niveau de production supérieur à la normale en Espagne (+ 9 % sur la moyenne des 3 dernières années), malgré quelques épisodes de gel (y compris fin avril) qui n'ont eu que des impacts localisés sur la production. La récolte sera un peu réduite dans les zones d'altitude qui ont été plus exposées. Murcie, Valence et Lérida annonçaient quand même une très belle récolte. La production de pêches plates devrait encore augmenter cette année (+ 12 % sur 2016). On attend également une hausse de 10 % en Pavie en Espagne. En revanche, les opérateurs espagnols sont toujours inquiets du veto russe qui surcharge le marché européen, entraînant des difficultés pour les producteurs de Catalogne et d'Aragon en particulier. La production s'annonce pour l'instant normale en Italie (+ 5 % sur 2016 et - 2 % sur la moyenne triennale), même si elle a été un peu touchée par endroits par les dernières gelées (Vénétie et Piémont). La France table sur une récolte normale (+ 4 % sur 2016 et - 2 % sur la moyenne triennale) dans toutes les régions et particulièrement en Rhône-Alpes (+ 8 %), revenant ainsi sur la moyenne des trois dernières années. La production grecque devrait, elle, être d'un fort niveau, avec un rebond tant en pêche et nectarine (+ 49 % sur 2016 et + 43 % sur la moyenne triennale) qu'en Pavie (+ 57 % sur 2016).

Pêche et nectarine – UE-28 – Évolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2017	2017 comparée à	
		2016	moyenne des 3 dernière années
Espagne	1 208 471	+ 9 %	+ 9 %
Italie	1 258 080	+ 5 %	- 2 %
France	209 284	+ 4 %	- 2 %
Grèce	390 000	+ 49 %	+ 43 %
Total	**3 065 835**	**+ 11 %**	**+ 7 %**

Source : Medfel / Elaboration : Infofruit

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

© Guy Bréhinier

Abricot

Une belle récolte en perspective

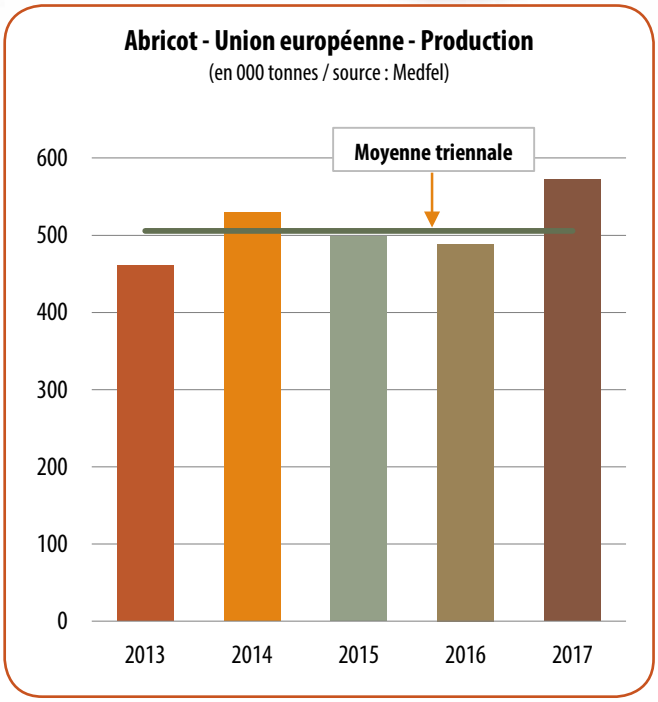
Après une année 2016 déficitaire, 2017 devrait être un bon cru en abricot. En effet, la Grèce, l'Italie et la France, qui avaient été affectées l'an dernier par plusieurs aléas climatiques (gel, grêle, etc.), retrouvent des niveaux de production optimum, avec respectivement + 41 %, + 20 % et + 39 % par rapport à 2016. Seule l'Espagne affichera un déficit de production (- 17 %) car, même si de jeunes vergers entrent en production, ils ne compenseront pas les pertes subies, notamment dans la zone de Murcie en début d'année où la variété Bulida semble surtout avoir été affectée. On enregistrerait également une baisse de production dans la zone de Castilla-La Mancha. Des pertes ont été signalées dans le sud de l'Italie suite aux gelées, mais elles auront peu d'impacts sur le potentiel global. De même, en France, des pertes sont attendues dans la zone des Baronnies et sur certains coteaux de la vallée du Rhône ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr

Abricot – UE-28 – Évolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2017	2017 comparée à	
		2016	moyenne des 3 dernière années
Italie	241 736	+ 20 %	+ 18 %
France	151 297	+ 39 %	+ 3 %
Espagne	102 571	- 17 %	- 5 %
Grèce	77 000	+ 41 %	+ 67 %
Total	**572 604**	**+ 17 %**	**+ 13 %**

Source : Medfel / Elaboration : Infofruit



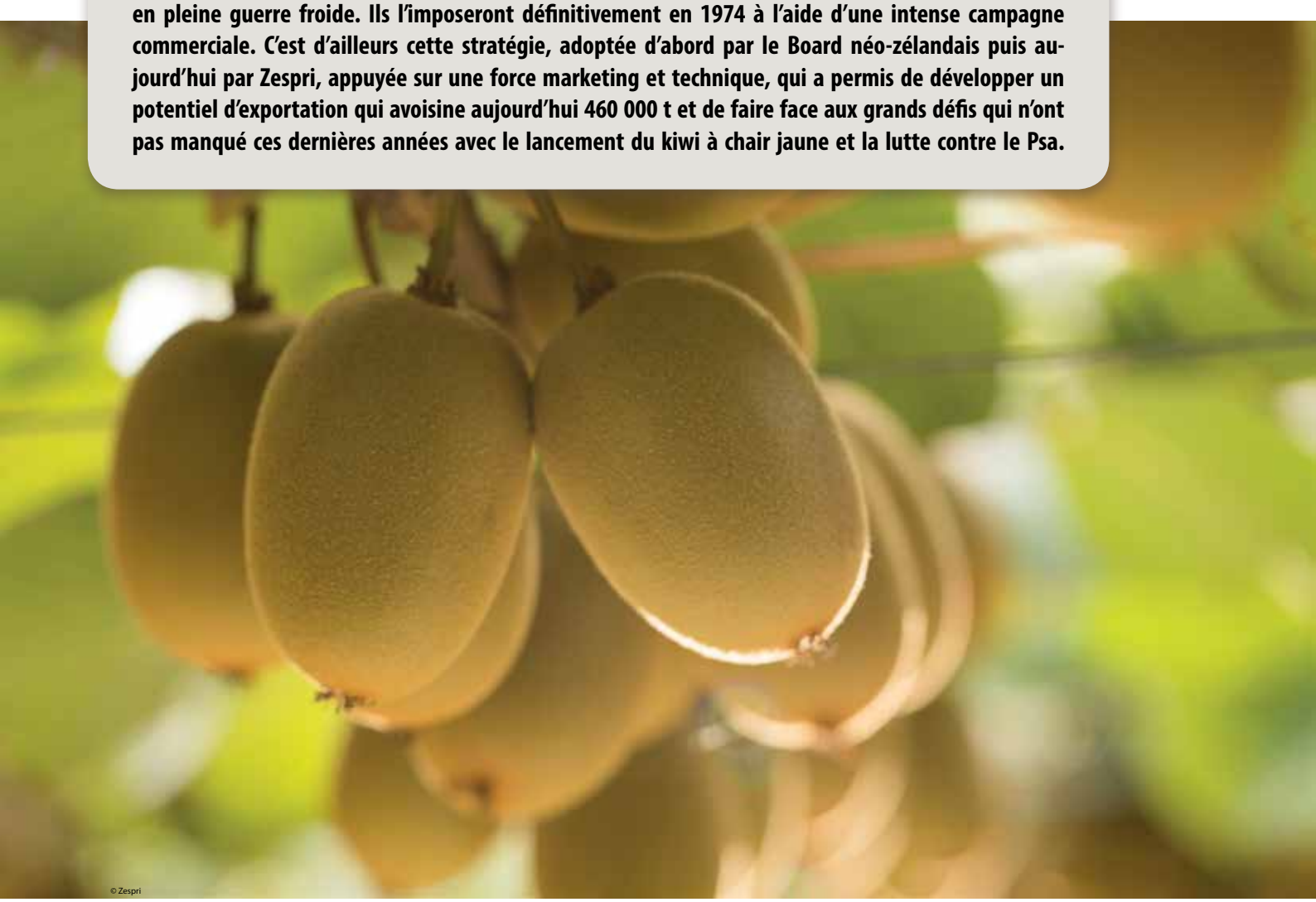
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Fiche pays producteur

Le kiwi en Nouvelle-Zélande

par Cécilia Céleyrette

Le kiwi est une culture importante en Nouvelle-Zélande. Elle fait vivre plus de 2 500 producteurs et est essentiellement destinée à l'exportation. Ce pays est moteur dans le développement du kiwi depuis le milieu du XXe siècle. Originaires de Chine, les premiers *Actinidia chinensis* (ou groseille de Chine) ont été décrits vers 1750 par un jésuite français (P. Le Chéron d'Incarville). Cultivé en Nouvelle-Zélande dès 1904 dans les jardins domestiques, puis à des fins commerciales à partir de 1940, ce fruit a pris son essor à partir des années 1950 lorsque les producteurs néo-zélandais ont choisi de le renommer kiwi (*Actinidia deliciosa*), choisissant l'oiseau du même nom, emblème du pays, par analogie avec sa peau velue. Ce nom allait permettre de le vendre plus facilement aux États-Unis alors en pleine guerre froide. Ils l'imposeront définitivement en 1974 à l'aide d'une intense campagne commerciale. C'est d'ailleurs cette stratégie, adoptée d'abord par le Board néo-zélandais puis aujourd'hui par Zespri, appuyée sur une force marketing et technique, qui a permis de développer un potentiel d'exportation qui avoisine aujourd'hui 460 000 t et de faire face aux grands défis qui n'ont pas manqué ces dernières années avec le lancement du kiwi à chair jaune et la lutte contre le Psa.



© Zespri

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

Weekly avocado market report

Toutes les semaines, un suivi du marché européen complet pertinent

- Prix import détaillés par origine, variété et calibre
- Tendance de marché de la semaine
- Prévisions
- Approvisionnement

Prix de l'abonnement annuel : 1 000 €HT

(environ 48 numéros par an)

Expédié par email le vendredi

Contact : info@fruitrop.com

ou www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe

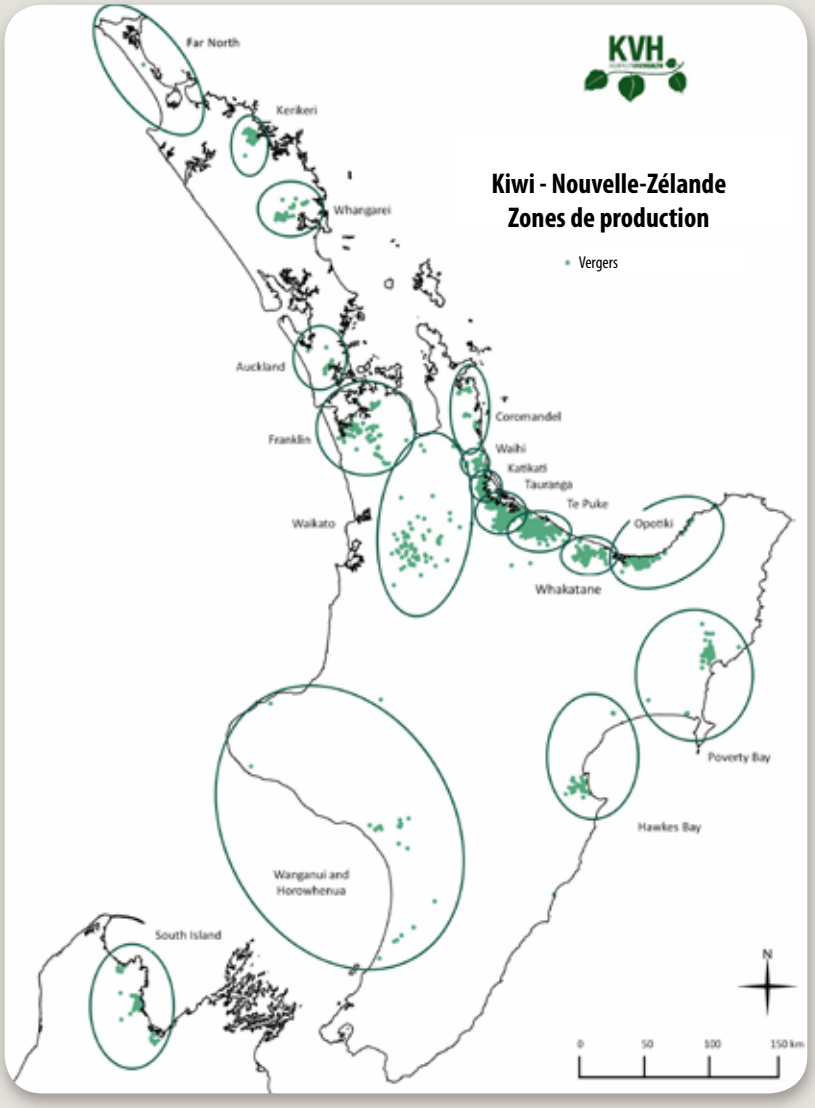
FRuiTROP weekly

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

Kiwi – Nouvelle-Zélande

Localisation

La production du kiwi est répartie sur l'ensemble du territoire de la Nouvelle-Zélande, mais se concentre en volume essentiellement sur l'île du Nord, la baie de Plenty comptant pour 79 % de la production autour de Te Puke, Katikati, Tauranga et Opotiki. Les exploitations sont souvent de petite taille. La culture de ce fruit demande une certaine technicité en Nouvelle-Zélande car, si les sédiments de la baie de Plenty sont bien adaptés, les vignes doivent être fertilisées au printemps. De plus, ces cultures doivent être irriguées pendant l'été à cause des faibles précipitations de la côte Est et doivent également être protégées des vents forts qui soufflent régulièrement sur la Nouvelle-Zélande.

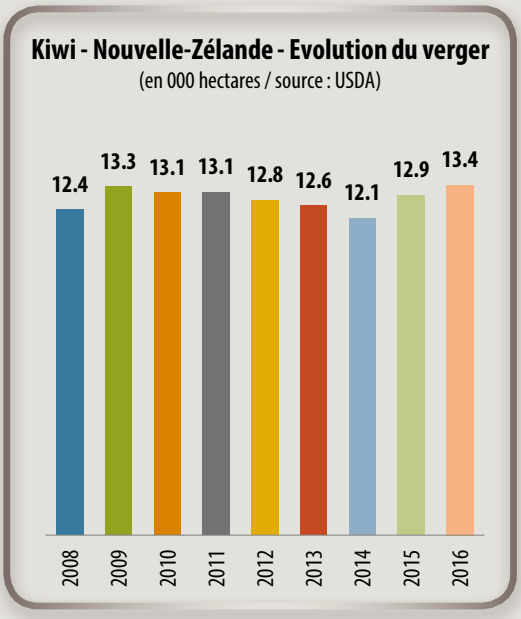


Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Kiwi – Nouvelle-Zélande

Production

Le développement de la production de kiwi a été fulgurant en Nouvelle-Zélande. Les surfaces sont passées de 400 ha en 1970 à un pic de 17 500 ha en seulement vingt ans, selon les chiffres de la FAO. Le verger est ensuite redescendu à 12 000 ha au début des années 2000, pour atteindre son plus bas niveau en 2004 (moins de 11 000 ha). L'innovation a une nouvelle fois dynamisé la production néo-zélandaise avec l'avènement des variétés à chair jaune, notamment le Gold Hort 16A, commercialisé par Zespri sous la marque Zespri Gold, résultat de nombreuses années de recherche débutées en 1987 par les scientifiques d'HortResearch. Sa plantation commerciale a débuté en 2003. La culture du kiwi a alors de nouveau décollé pour s'étendre rapidement sur 13 000 ha dès 2009. Néanmoins, cet élan a été stoppé net à partir de 2010 avec l'infestation du verger par le Psa (*Pseudomonas syringae* pv. *Actinidiae*), identifié dès les années 1980 en Asie et dans les années 1990 en Italie. Une partie du verger de kiwi Hort 16A a été arrachée, le reste ayant pu être greffé avec une nouvelle variété, le Gold3, connu sous la marque Zespri Sungold, moins sensible au Psa que le Hort 16A. Les surfaces ont donc encore baissé jusqu'en 2014, mais sont de nouveau à la hausse depuis 2015 avec de belles perspectives. Les surfaces de Gold3 atteignaient déjà 2 500 ha en 2014 et 3 500 ha en 2015, ce qui, avec les surgreffages du Hort 16, représentait déjà 4 800 ha et devrait augmenter à un rythme d'environ 400 ha/an jusqu'en 2019. La moitié des nouvelles plantations devraient maintenant être allouées dans le cadre de surgreffages de variétés vertes.



© Vanessa Ringler

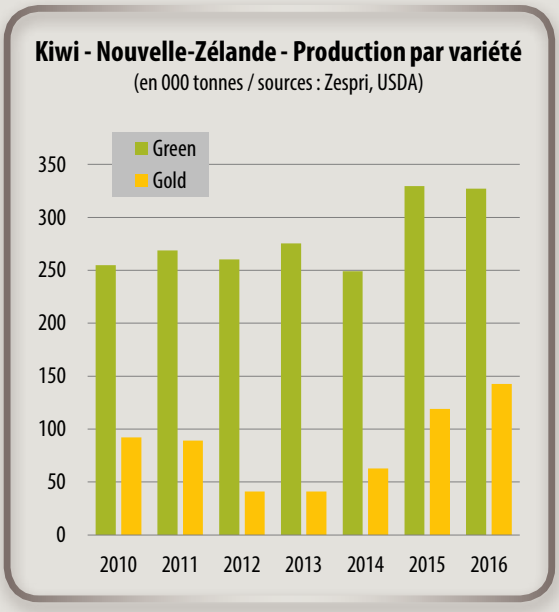
© Zespri

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

Kiwi – Nouvelle-Zélande

Variétés

La filière néo-zélandaise a toujours été moteur en termes de sélection variétale. La recherche remonte déjà à la sélection de variétés produisant des fruits de gros calibre (plus de 100 grammes), alors que les fruits sauvages (*Actinidia chinensis*) ne pèsent que 20 grammes. La variété Hayward est apparue dans les années 1960 et a été améliorée jusque dans les années 1980. L'offre néo-zélandaise est encore largement dominée par les variétés vertes, essentiellement Hayward (environ 70 %) moyennement sensible au Psa. Toutefois, même si les rendements ont été amputés au cours des premières années de l'épidémie, qui s'est lentement disséminée sur le territoire et touche aujourd'hui 90 % des vergers, ils ont été d'un très bon niveau en 2015 et 2016 grâce aux mesures prises, mais pourraient baisser en 2017 à cause des conditions climatiques. La production de kiwi jaune, un temps suspendue du fait de la forte sensibilité de la variété Hort16A au Psa, a repris sa progression avec le Gold 3, plus résistant. Les lianes arrivent maintenant à pleine maturité, avec 70 % des vergers dans leur troisième année ou plus. Les autres variétés sont beaucoup plus anecdotiques : la production de Gold 9 atteint seulement 5 000 t et celle de Green 14 un peu plus de 3 000 t. A noter que des essais commerciaux sont en cours en variétés à chair rouge. La récolte débute en avril en Nouvelle-Zélande. Les premiers fruits arrivent en Europe généralement début mai/mi-mai pour une campagne de commercialisation qui s'étale actuellement jusqu'en décembre selon le potentiel.



© Guy Brehinier

© Cécilia Céleyrette

Kiwi – Nouvelle-Zélande – Calendrier de commercialisation

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Green												
Gold												

Source : Zespri

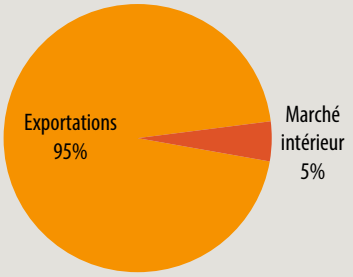
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Kiwi – Nouvelle-Zélande

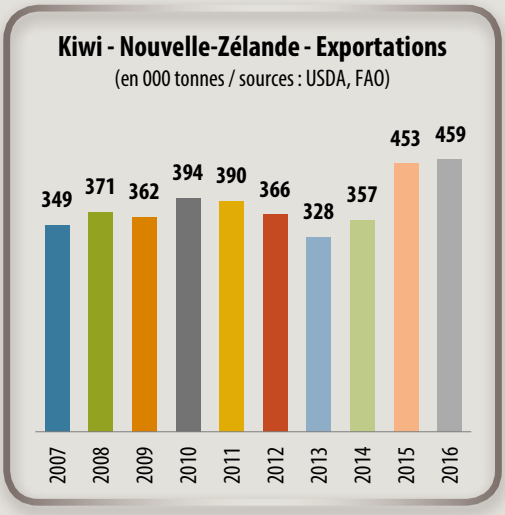
Débouchés

La plus grosse partie de la production néo-zélandaise est bien entendu exportée, avec seulement 5 % du tonnage destiné au marché intérieur.

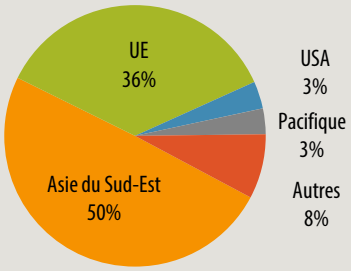
Kiwi - Nouvelle-Zélande - Débouchés
(source : USDA)



Kiwi - Nouvelle-Zélande - Exportations
(en 000 tonnes / sources : USDA, FAO)



Kiwi - Nouvelle-Zélande - Exportations par destination en 2015 (sources : IKO, USDA, HEA)



Exportations

Les exportations ont sensiblement rebondi ces deux dernières années suivant le rythme imprimé en production, avec un vif succès pour le Sungold sur les marchés asiatiques et en Europe, sans compter le soutien des grandes campagnes marketing de Zespri qui devraient encore être reconduites en 2017 pour fêter les vingt ans de la marque. Le kiwi Sungold est désormais exporté vers 56 destinations dans le monde. Le développement a été marqué vers l'Asie du Sud-Est, où les exportations toutes variétés confondues dépassent 230 000 t (contre 145 000 t en 2010) avec une forte hausse vers la Chine, la Corée du Sud et le Japon. Les envois ont également repris à destination de l'Europe, avec un total de plus de 180 000 t importées par les 28 Etats membres en 2016 (+ 12 % sur 2015 et + 27 % sur la moyenne des 3 dernières années).

Logistique

Au total, un peu moins de 70 navires frigorifiques et 10 500 conteneurs sillonnent chaque année les mers pour assurer la logistique du kiwi néo-zélandais. Une trentaine de navires sont destinés à l'Europe, les premiers arrivant généralement vers mi-mai, puis en moyenne tous les dix jours jusqu'au 30 octobre. Une vingtaine de bateaux approvisionnent le nord de l'Europe et la France via Zeebrugge, tandis que les dix autres transitent par le port de Tarragone en Espagne et celui de Vado en Italie pour les marchés du sud. Zespri travaille en étroite collaboration avec son prestataire Belgian New Fruit Wharf N.V., qui gère à la fois le déchargement des bateaux pour l'Europe du Nord et la station de conditionnement qui jouxte le quai. Celle-ci peut traiter jusqu'à 850 t de fruits par jour et dispose d'une capacité de stockage allant jusqu'à 20 000 palettes en saison, permettant de conditionner les produits au fur et à mesure des commandes.

Kiwi – Nouvelle-Zélande – Logistique maritime

Marchés	Principales lignes		Temps de transport
	Port de départ	Port d'arrivée	
Europe du Nord	Tauranga	Zeebrugge	30 jours
Europe du Sud	Tauranga	Vado	
	Tauranga	Tarragone	

Source : Zespri

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

Marché européen de l'ananas

Ananas contre ananas : la seule issue

© Denis Loeillet

L'ananas par bateau a perdu depuis longtemps ses lettres de noblesse qualitative au profit d'un développement fulgurant des quantités commercialisées. Soit on s'y résigne et on scrute avec angoisse le niveau hebdomadaire des débarquements en provenance du Costa Rica ; soit on essaye de contrecarrer cette perte de noblesse en segmentant le marché par un travail sur la qualité ou le développement d'une offre autour du fresh-cut.

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

SiiM
Société Internationale d'Importation

WWW.SIIM.NET

Precious
Pineapple

THE **EXTRA SWEET PINEAPPLE** FROM ECUADOR !

L'expertise du producteur

Cultivés sur des terres volcaniques, à la latitude zéro et à flanc de la Cordillère des Andes, nos ananas certifiés Rainforest Alliance sont produits dans le respect des meilleures pratiques agricoles.

ecuador
ama la vida

PRODUCTEUR - IMPORTATEUR - MÛRISSEUR - DISTRIBUTEUR

OMER-DECUGIS ET FILS
O.D
DEPUIS 1850

SIIM - SIEGE SOCIAL - Plateforme de Mûrissage
MIN Rungis - Bât. C3 / 2 - 16 rue de Perpignan
Fruileg CP 60431 / 94642 Rungis Cedex / France
T. +33 1 45 12 29 60 / F. +33 1 45 60 01 29
Email. dibra@siim.net

Contenu publié par la Chambre des Marchandises de Rungis et de la Cordillère

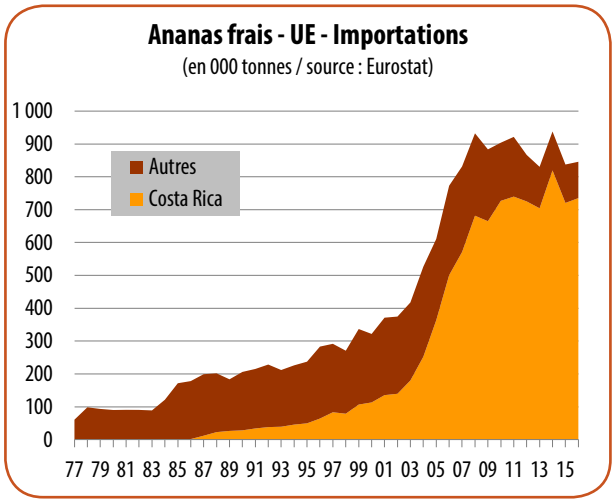
« Cas désespéré » ou « cas d'école », on hésite encore à qualifier le marché européen de l'ananas bateau. La première option est sans doute un peu définitive. Le marché de l'ananas sera toujours un marché où le volume prime sur la qualité, perdue d'ailleurs depuis longtemps. Les tenants de cette option, sans doute grincheux, font le constat que le seul régulateur du niveau de valorisation au stade importation, et donc production, est le niveau de l'offre. La compétitivité hors prix n'a pas beaucoup de place dans un tel fonctionnement de marché. La météo ou les faillites de producteurs fixent le niveau d'approvisionnement et les prix s'ajustent. C'est en quelque sorte un marché parfaitement « néo-libéral compatible ». L'ajustement de la courbe offre/demande se fait par le prix.

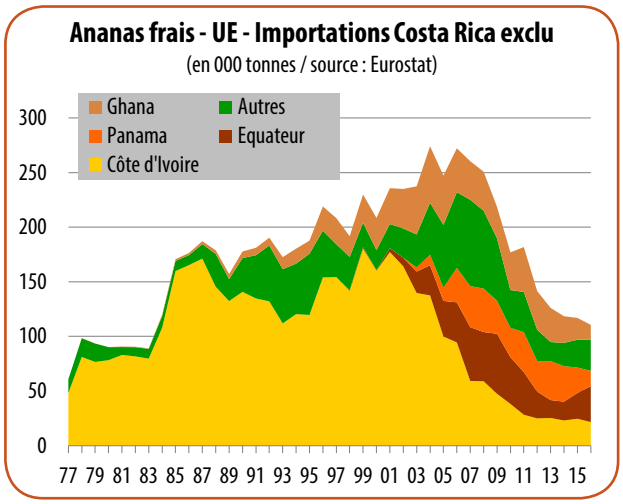
Les chiffres européens confirment cette hypothèse. C'est en 2014 que ce marché a atteint son point de rupture. A cette époque, l'UE importait près de 940 000 t d'ananas, soit un bond de 300 000 t en seulement une décennie. Côté face, tout allait donc bien. Côté pile, c'était la catastrophe économique ! On était passé en deçà de 7 euros du carton au stade importation, soit le point le plus bas (en moyenne annuelle) jamais atteint. Des faillites en série au Costa Rica, du fait de piteux retours économiques, ont enclenché une baisse de l'offre qui s'est traduite dès les premiers mois de 2015 par un rebond très vigoureux des prix import. La moyenne 2015 a pris 2 euros du carton pour atteindre 9 euros, niveau totalement confirmé en 2016. Par conséquent, le point d'équilibre entre un marché déprimé et un marché qui crée de la valeur se situerait en deçà de 850 000 tonnes. Certes, cette analyse se borne à rapprocher des résultats annuels de prix et de volumes. Les choses sont plus complexes si l'on étudie ce marché à la semaine ou même au mois. La volatilité est plus ou moins forte, mais dépend dans tous les cas du rythme d'approvisionnement du marché par le Costa Rica. Ce fut encore le cas sur les quatre premiers mois de l'année 2017.

Au cours du 1er trimestre 2017, le Costa Rica a réduit la voilure d'environ 10 000 t, par rapport à la même période de 2016, suffisamment pour que les prix se maintiennent à des niveaux comparables à ceux de la même période en 2015 ou 2016. Malheureusement, ce n'est pas le fait d'une meilleure gestion des volumes en amont, mais plutôt des effets indésirables et incontrôlables d'une mauvaise météo en 2016, liés au redoutable phénomène du Niño. Résultat des courses, l'alternance de sécheresses et de pluies intenses sur la fin d'année ont empêché les floraisons naturelles et ont donc entraîné la réduction des apports au 1er trimestre.

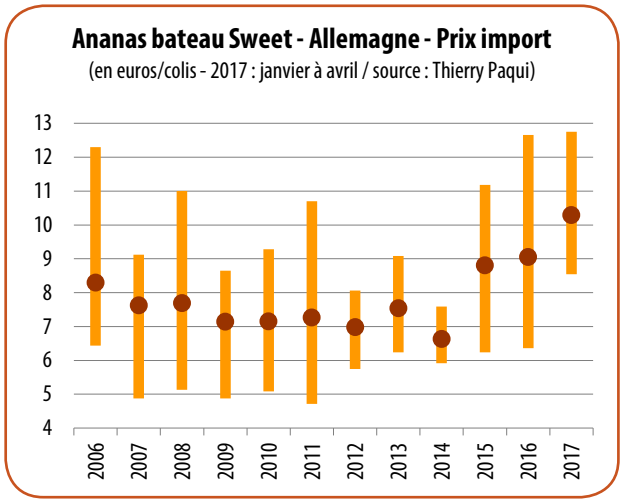
L'approvisionnement est reparti à la hausse en avril sans pour autant peser sur les prix, du fait d'une demande bien orientée partout en Europe : période faste en termes de demande pour les fruits tropicaux (opérations de Pâques), sous-approvisionnement en mars, pression très faible des fruits concurrents, températures froides, etc. A partir de mai, l'offre a été plus présente avec un prix orienté à la baisse. CQFD. Volume et prix sont invariablement unis pour le meilleur mais plus souvent pour le pire. Invariablement, ne veut pas dire pour autant inexorablement.

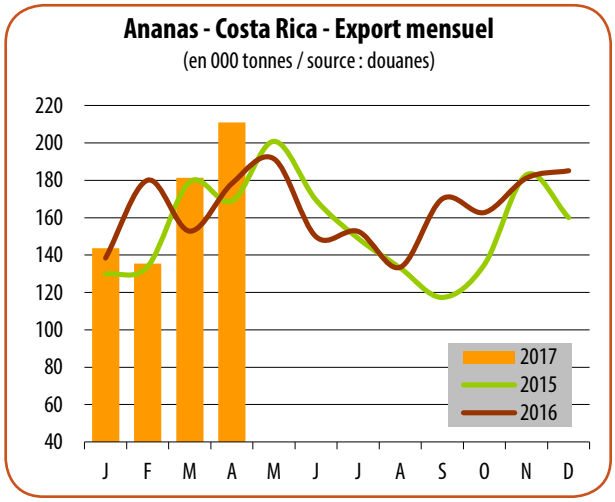
En effet, il n'y a pas de fatalité à ce que ce marché ne soit qu'une commodité agricole. Son potentiel est tout autre. Les valeurs intrinsèques de l'ananas sont multiples : il est largement connu





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





du grand public mais garde un fort caractère exotique, ses atouts sont originaux (couleur, yeux, couronne), ses qualités nutritionnelles reconnues, etc. Alors pourquoi en faire un produit de base allant même jusqu'à lui retirer sa couronne ? Le destin de l'ananas n'est pas celui de devenir une vulgaire patate ou une banane. Et c'est là qu'on aimerait hésiter avec le qualificatif avancé en début d'article : « cas d'école ». Celui-là même qui nous dit que, sur un marché de masse, on doit segmenter l'offre pour pouvoir tirer son épingle du jeu. C'est ce que font un certain nombre d'opérateurs. Les volumes d'ananas concernés sont encore limités, mais ils suscitent l'enthousiasme car c'est la seule et unique issue pour sortir l'ananas frais de la paupérisation.

Une des planches de salut de l'ananas se niche entre le frais et le transformé. En effet, l'ananas transformé prêt à consommer, d'une DLC plutôt courte (quatrième gamme, fresh-cut, etc.) gagne des mètres de linéaires. Les développements sont rapides et beaucoup d'opérateurs se mettent sur ce créneau avec des stratégies différenciées : de l'usine de transformation sur les marchés d'importation jusqu'à la découpe de fruits frais dans le magasin même. C'est dans la même veine que les machines à jus d'orange, localisées dans les lieux de passage mais aussi au sein même des rayons fruits et légumes. Mais la création d'une valeur ajoutée supplémentaire concerne essentiellement, voire même exclusivement, l'aval de la filière. On importe des fruits frais pour la transformation. Les critères de qualité pour ce genre de fruits sont différents et, sur certains points, plus permissifs que ceux pour la vente en frais. C'est donc sans doute très bon pour la consommation en général, mais peu révolutionnaire pour la partie amont des filières.

Une autre planche de salut, celle-là plus classique, est également explorée ou plutôt redécouverte. Que nous disent les textes de loi du marketing ? Segmenter pour mieux gagner. Et pour segmenter, il faut d'abord assurer la qualité et donc rassurer les clients. L'une des manières de faire, qui n'est sans doute pas la seule, est de maîtriser son approvisionnement et donc les pratiques agricoles et logistiques en amont de l'importation. La qualité, mot-valise par excellence souvent un peu trop pratique pour être honnête, peut aussi être porteur de vraie valeur ajoutée et pas de green, social ou quality washing. Le respect d'un degré brix, d'un ratio brix/acidité, d'une coloration (interne plus qu'externe), l'absence de défauts physiologiques ou de maladies de conservation, des engagements sur de bonnes pratiques agricoles respectueuses des hommes et de leur environnement, d'un terroir, etc. Beaucoup de choses peuvent être faites et sont actuellement tentées. Dans la même veine, il faut réapprendre aux clients (consommateurs et acheteurs de la grande distribution) que la coloration externe d'un fruit ne témoigne pas vraiment de sa qualité intrinsèque. Le chemin est donc long car il faut à chaque fois déconstruire des mythes ou des croyances ancrées depuis plus de vingt ans dans les mœurs du secteur et des consommateurs. La distribution doit elle aussi être réceptive à ces efforts et accompagner les opérateurs qui souhaitent travailler autrement ■

Carolina Dawson et Denis Loeillet, CIRAD
carolina.dawson@cirad.fr / denis.loeillet@cirad.fr

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

Ananas par avion

Le Pain de sucre, deux poids, deux mesures ?

© Guy Brehmier

En 2015, les Pains de sucre avaient permis au Bénin d'augmenter fortement ses exportations d'ananas. Malheureusement, en 2016 plusieurs interceptions effectuées en France par les services de la répression des fraudes ont montré que ces fruits dépassaient très largement les doses d'éthéphon autorisées. Malgré plusieurs tentatives pour ajuster les doses et respecter la réglementation, les dépassements de LMR restaient excessifs (supérieurs à 2 mg/kg). Il est vrai que, contrairement au Cayenne ou au Sweet, aucun itinéraire technique permettant de doser correctement l'éthéphon n'a encore été développé sur Pain de sucre. De ce fait, il est pratiquement impossible de produire des ananas colorés en respectant les LMR. Comment se fait-il alors qu'on trouve sur le marché des Pains de sucre colorés du Togo ou du Ghana malgré plusieurs interceptions pour dépassement de LMR (Togo) ? Deux poids, deux mesures ? Poser la question, c'est peut-être déjà y répondre.

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

GREENYARD Fresh

Les saveurs de l'exotisme

Greenyard Fresh France est un acteur clé de la production, du conditionnement, de l'exportation, du stockage, du mûrissage et de la distribution de fruits et légumes frais. Chacun de ses services a été mis en place pour assurer la qualité et la saveur de ses produits.

Une production diversifiée, un approvisionnement constant, des origines variées, Greenyard Fresh France vous propose des ananas aux saveurs exotiques toute l'année.

Greenyard Fresh France SAS
15, boulevard du Delta / Zone Euro Delta DE1 / 94658 Rungis Cedex / France
T +33 1 49 78 20 00 / F +33 1 46 87 16 45 / contact@greenyardfresh.fr
www.greenyardfresh.fr

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

for a healthier future

En 2016, sur la lancée des contrôles effectués sur Pain de sucre, la DGCCRF s'est également intéressée à des lots de Cayenne et de Sweet en provenance de toutes les origines. Les résultats ont été satisfaisants dans l'ensemble, même si on a de nouveau trouvé quelques cas de dépassement de LMR d'éthéphon sur des Cayenne du Bénin.

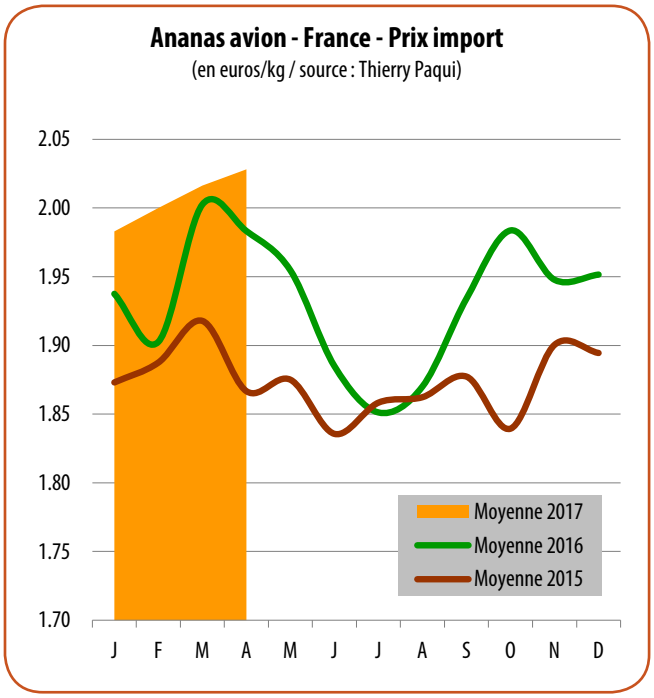
L'impossibilité pour les producteurs du Bénin de produire des Pains de sucre colorés qui respectent les LMR sur éthéphon peut se comprendre dans la mesure où il n'existe pas d'itinéraire technique spécifique à ce fruit. La filière béninoise a été amenée à prendre des décisions. Certaines ont été bénéfiques car nécessaires et d'autres ont été plus surprenantes.

Parmi les mesures nécessaires, on peut citer l'arrêt de l'application d'éthéphon sur les Pains de sucre, avec pour corollaire l'exportation de fruits verts, leur coloration naturelle. Un gros travail a été fourni par les principaux importateurs pour expliquer aux consommateurs que la couleur verte ne changeait rien à la qualité gustative du fruit. Parallèlement, cela a également permis aux producteurs béninois de se structurer, ce qui n'était pas le cas jusqu'à présent.

Malheureusement, force est de constater que depuis les ventes n'ont cessé de décroître. Certains importateurs avouent écouler actuellement moins de 40 % des volumes qu'ils importaient auparavant. De plus, la présence d'une offre de Pains de sucre colorés en provenance du Togo et du Ghana vient compliquer la vente de ces fruits verts et brouille complètement le message qu'essayent de faire passer les producteurs et importateurs. Si les lots verts peinent à trouver preneur entre 1.90 et 2.00 euros/kg, ceux colorés du Togo et du Ghana se vendent sans difficulté entre 2.30 et 2.50 euros/kg !

Début décembre 2016, alors que les opérateurs s'apprêtaient à véritablement lancer leur campagne d'ananas avion, les autorités béninoises ont décidé de suspendre l'exportation de tous les ananas colorés. Aussi louable que soit cette décision, elle reste incompréhensible à plus d'un titre. Tout d'abord, il existe un itinéraire technique spécifique au Cayenne qui permet d'avoir des fruits colorés qui ne dépassent pas les LMR d'éthéphon. Pourquoi empêcher leurs exportations ? De plus, certains exportateurs faisaient effectuer des contrôles par leurs importateurs et respectaient les limites maximales autorisées. Pourquoi les pénaliser au même titre que ceux qui ne respectaient pas ces LMR ? Ainsi, cette décision a abouti à une redéfinition de l'offre sur le marché avion.

Le Bénin, qui était un des acteurs clés de l'offre de Cayenne avec le Cameroun, la Côte d'Ivoire et le Ghana, a disparu. Ses parts de marché ont été réparties entre les origines qui lui étaient concurrentes.



© Régis Domergue

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

En l'absence de Cayenne du Bénin, le marché avion a été moins chargé en fruits et les ventes ont été plus fluides dans l'ensemble. En effet, les volumes mis en marché trouvaient assez facilement preneur, même si on pouvait observer parfois quelques soucis de qualité ici et là (sur certains lots du Cameroun notamment).

Depuis le début de l'année, la Côte d'Ivoire semble être l'origine qui a su le mieux profiter de l'absence du Bénin pour se positionner avantageusement auprès des revendeurs spécialisés.

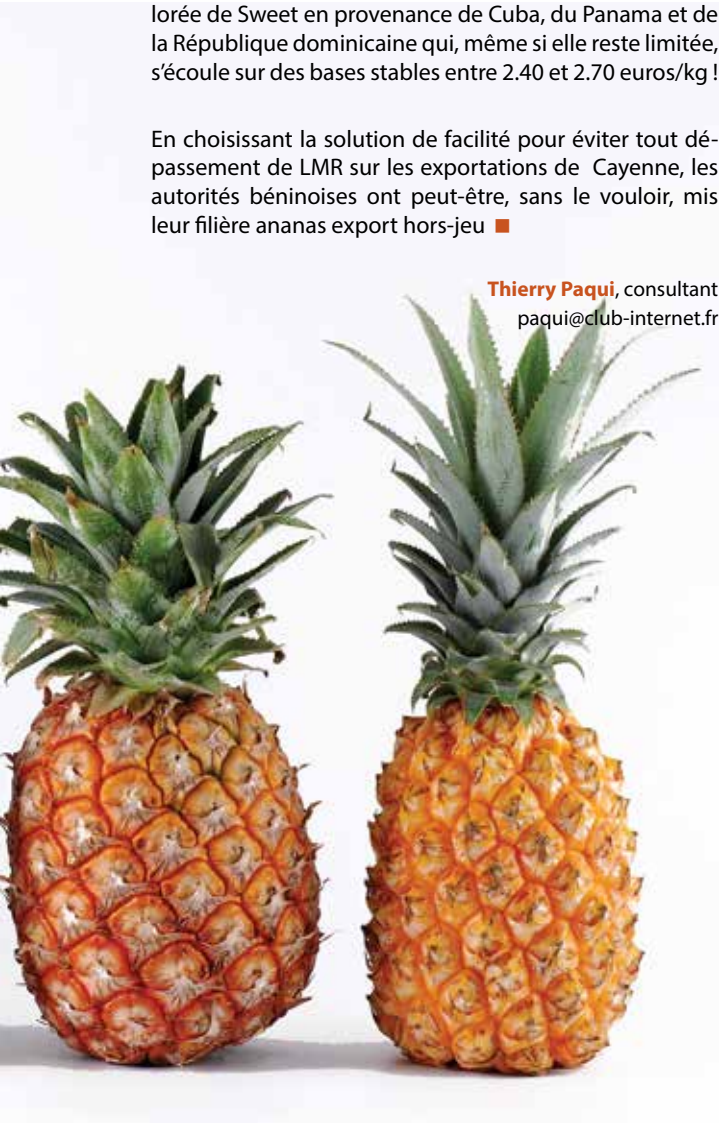
L'offre du Ghana, qui occupe le haut du tableau en termes de prix, reste très limitée en volume. Seuls quelques opérateurs acceptent de travailler avec cette origine compte tenu de coûts de transport élevés.

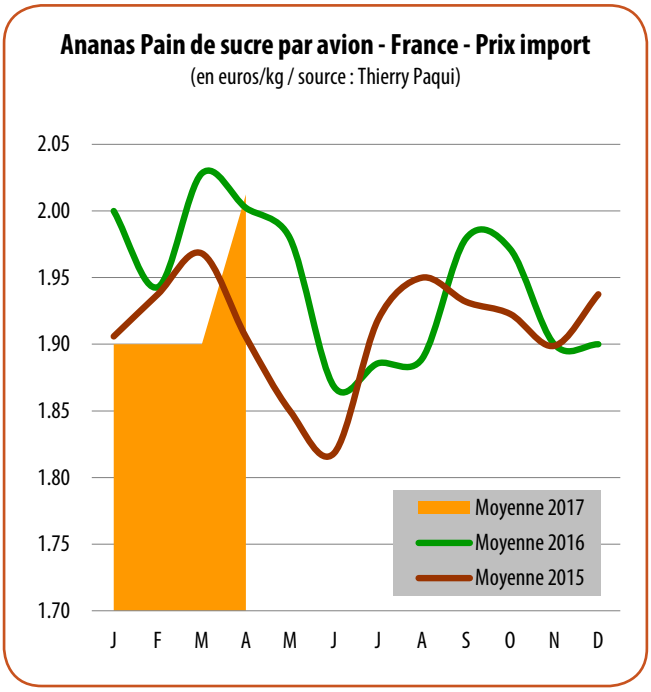
On aurait pu penser que la disparition d'un des acteurs créerait un manque et, pourquoi pas, une hausse spectaculaire des cours, mais cela n'a pas été le cas. Les prix des fruits des origines concurrentes du Bénin se sont raffermis et, progressivement, les acheteurs se sont habitués à ne plus se pourvoir auprès de cette origine. On a également vu se développer une offre complémentaire très colorée de Sweet en provenance de Cuba, du Panama et de la République dominicaine qui, même si elle reste limitée, s'écoule sur des bases stables entre 2.40 et 2.70 euros/kg !

En choisissant la solution de facilité pour éviter tout dépassement de LMR sur les exportations de Cayenne, les autorités béninoises ont peut-être, sans le vouloir, mis leur filière ananas export hors-jeu ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

© Eric Imbert





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

Ananas par bateau

Des hauts et des bas

© Agnès Delefortrie

Depuis deux ans, le marché de l'ananas continue de nous offrir des périodes exceptionnelles. L'exception tient surtout aux prix assez élevés obtenus à certains moments de l'année, mais également à la longueur de ces périodes. Cependant, il est difficile de vraiment se réjouir car ces moments d'exception sont aléatoires et dépendent peu de choix ou de décisions stratégiques des opérateurs. En effet, rares sont ceux qui, de manière volontaire, réduisent leur offre de Sweet dans le but de retrouver des niveaux de prix conséquents et stables, à la fois sur le court et le long terme. Le marché reste donc soumis aux aléas climatiques ou à des soucis logistiques qui ont, une fois encore, montré que le marché européen dispose de ressources pour bien valoriser un produit de masse comme l'ananas, dont on croyait le sort fixé depuis des lustres.

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

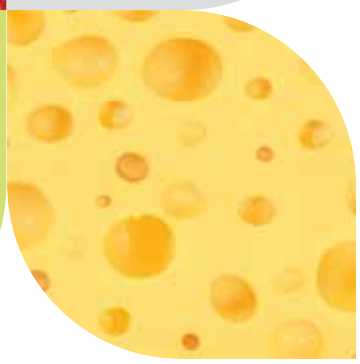
WorldFood Moscow

ufi Approved Event

26th International Food Exhibition

11-14 September 2017

Moscow, Expocentre



Organised by
+7 (499) 750-08-28
worldfood@ite-expo.ru

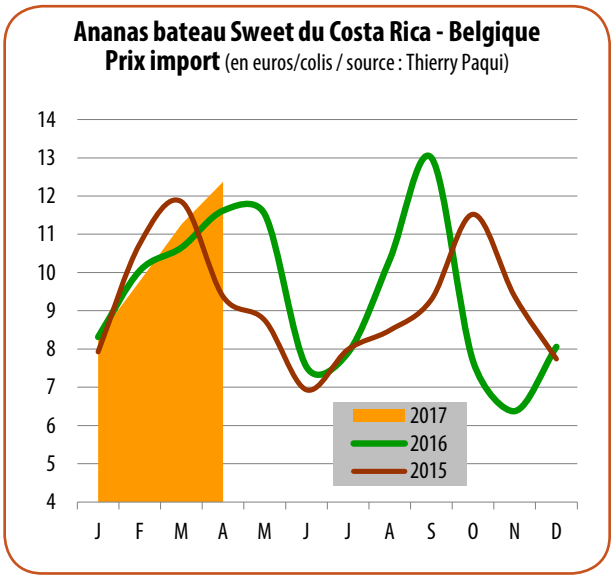
Get your free e-ticket
with promo code
wfm17pTPI0

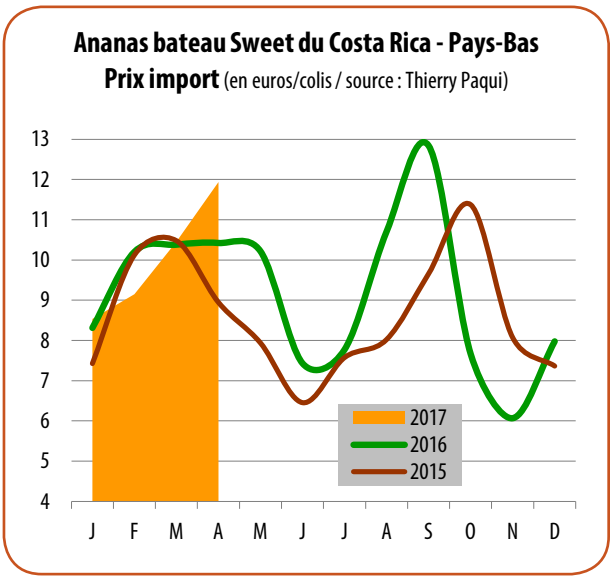
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

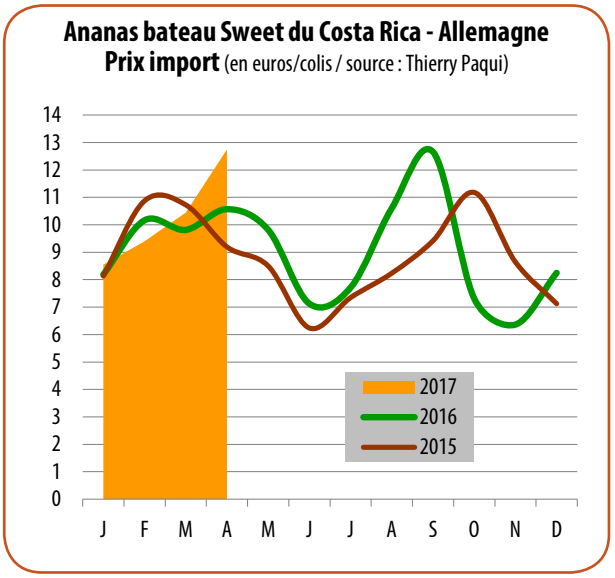
Au cours de la décennie qui a suivi l'introduction du Sweet sur le marché par Del Monte en 1996, ce fruit a supplanté son grand rival le Cayenne. Plus régulier et plus adapté aux attentes des consommateurs, le Sweet s'est d'abord vendu à des prix nettement plus élevés que ceux du Cayenne. Par la suite, ils ont baissé progressivement et se sont stabilisé au fur et à mesure que les volumes importés par le marché européen croissaient. En 2004, les importations européennes franchissaient la barre des 500 000 t et, en 2014, celle des 900 000 t était largement dépassée.

La multiplication des origines et des marques de Sweet au cours de la décennie écoulée a contribué au tassement des prix, qui se sont globalement situés entre 6.00 et 8.00 euros/colis selon les calibres en dehors des périodes de crise ou des rares périodes d'euphorie.

En 2015, la baisse des exportations de Sweet vers l'Europe (837 000 t), notamment en provenance du Costa Rica qui avait subi des intempéries, s'est traduite par un raffermissement des cours moyens. Ils se sont situés entre 7.00 et 9.00/colis durant la campagne 2014-15 et entre 8.00 et 11.00 euros/colis en 2015-16, avec des pointes à 13.00 euros/colis. Les cours relevés actuellement montrent que ces seuils ont encore progressé, avec des prix moyens au colis qui ont atteint et même dépassé pendant plusieurs semaines les 12 euros, avec parfois des pointes à 16 euros !







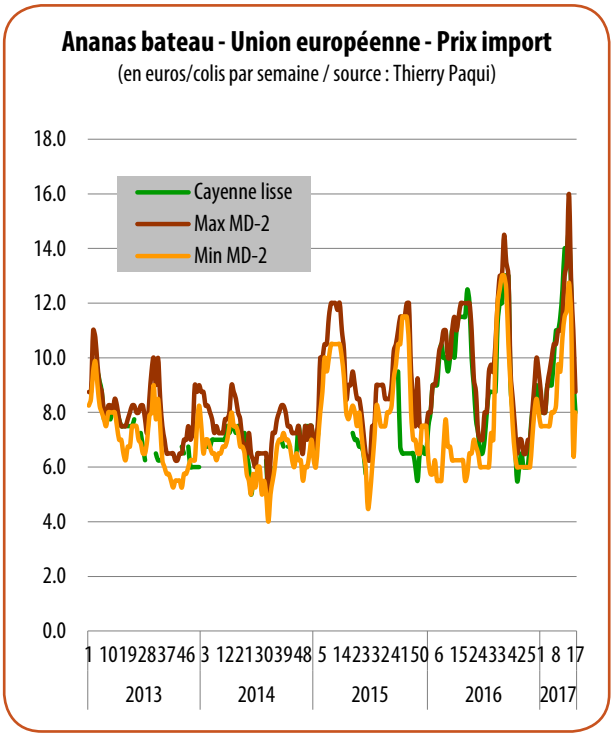
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Toutefois, aussi réconfortants que puissent être ces chiffres, ils ne permettent pas de masquer quelques préoccupations. D'octobre à décembre 2016 (semaines 40 à 52), le marché de l'ananas a été peu actif. Certes, cette période est souvent compliquée. Ainsi, au cours des deux dernières campagnes, les ventes d'ananas pour les fêtes de fin d'année ont été assez laborieuses. Cependant, l'atonie du marché a frôlé des sommets fin 2016 et plusieurs lots ont été proposés en PAV (prix après vente). L'offre costaricienne a continué sa progression alors que le marché n'était pas intéressé par le fruit. Si le passage de l'ouragan Otto a épargné les zones de production de l'origine, les inondations qu'il a provoquées ont empêché plusieurs navires de charger leur cargaison. Le marché a donc reçu moins de fruits pendant une dizaine de jours avant Noël, lui permettant d'absorber les lots en souffrance. La demande, sans être soutenue, s'est tonifiée et a permis d'éviter une chute plus brutale des cours, qui se sont situés entre 6.00 et 8.00 euros/colis (hors PAV).

Au début de l'année, les pluies importantes au Costa Rica ont limité ses capacités export. La demande, bien que peu active, a néanmoins été supérieure à l'offre et le marché a été bien orienté jusqu'à fin février (semaine 8), avec des cours moyens soutenus mais raisonnables situés entre 8.00 et 11.00 euros/colis.

Fin février, les opérateurs ont reçu la confirmation que l'offre globale de Sweet serait très largement inférieure à la demande, au moins jusqu'à Pâques. Au manque de disponibilités se sont ajoutés les divers retards de navires qui ont accentué l'impression de sous-approvisionnement durant certaines semaines. On peut également mentionner l'industrie du jus et de la conserve qui a contribué à limiter la disponibilité en fruits pour le marché export. Les prix se sont alors envolés sur le marché européen, donnant lieu à des ventes spéculatives avant Pâques (semaine 15). Les cours moyens se sont situés entre 10 et 14 euros/colis, avec des ventes parfois à des prix nettement plus élevés (18 euros/colis).

© Agnès Delefortrie



Avant Pâques, la baisse de l'offre globale a permis aux marques établies de pratiquer des cours soutenus pendant une assez longue période. Mais, comme nous l'indiquions déjà, ces marques avaient entrepris une démarche structurée de réduction de leur offre afin de raffermir leurs prix. De nombreuses petites marques ont également profité de la faiblesse de l'offre globale et se sont vendues à des prix jamais atteints jusqu'à présent.

Les retards de navires en semaine 15 ont entraîné un alourdissement du marché après Pâques, au moment où la demande se repliait. Une phase de baisse des cours assez prononcée s'est alors amorcée, qui s'est accentuée avec l'augmentation des volumes costariciens. Fin avril, l'offre du Costa Rica était annoncée plus importante pour les semaines à venir en raison du phénomène de floraison naturelle.

Force est de constater que la demande pour l'ananas montre souvent des moments d'atonie. Il serait nécessaire pour les opérateurs de se recentrer sur la qualité de l'offre et sur la réduction des volumes, pour pouvoir pratiquer des prix soutenus sur de longues périodes, comme le font déjà les grandes marques ■

Thierry Paqui, consultant
paqui@club-internet.fr

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

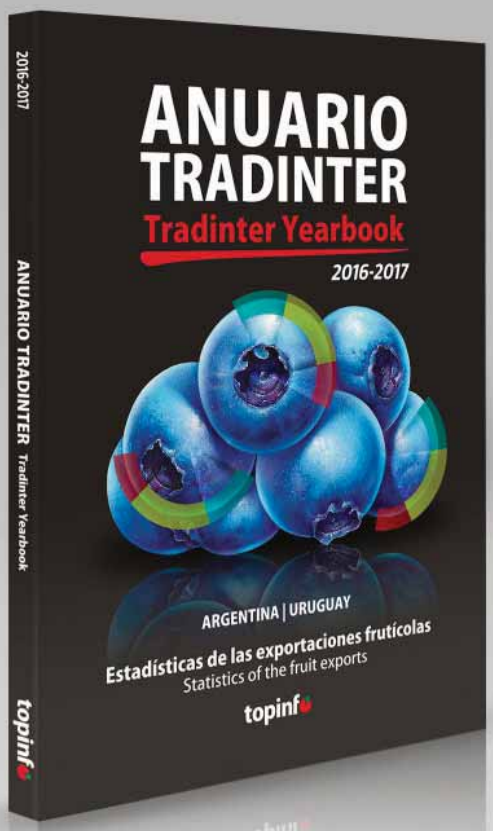
Agrumes d'été – Prévision 2017

Une saison de tension en Europe, à une exception près

Oui, le marché des agrumes peut aussi faire preuve de dynamisme ! Si le commerce mondial montre une certaine atonie pour la plupart des grandes familles d'agrumes durant la saison d'hiver, le marché d'été est, lui, nettement en développement. FruiTrop vous propose un point sur les grandes tendances de ce marché, ainsi qu'une prévision détaillée par produit.

© Carolina Dawson

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



Tradinter Yearbook

Statistics of all fresh fruit exports
Companies' profiles
Argentine & Uruguay

Top Info Report®

Weekly market reports

Specialists in Argentina's fresh produce business •

Production areas, crop progress and condition, forecasts •

Market comprehension
(studies, analysis, weekly shipments) •

Argentine independent consultants
reliable and unbiased fresh fruit market information

www.top-info.com.ar

Top Info Marketing S.A.
Vélez Sarsfield 259 - (1640) Martínez
Buenos Aires - Argentina
Tel./Fax +54 (011) 4798-1755/4792-6419
marketing@top-info.com.ar

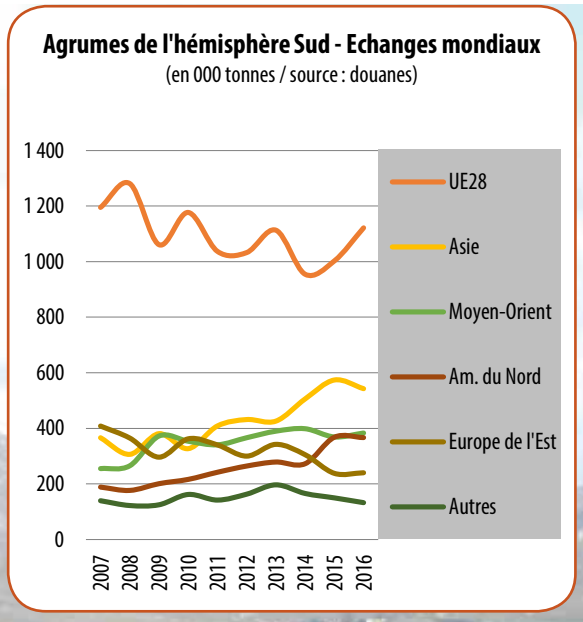
topinfo

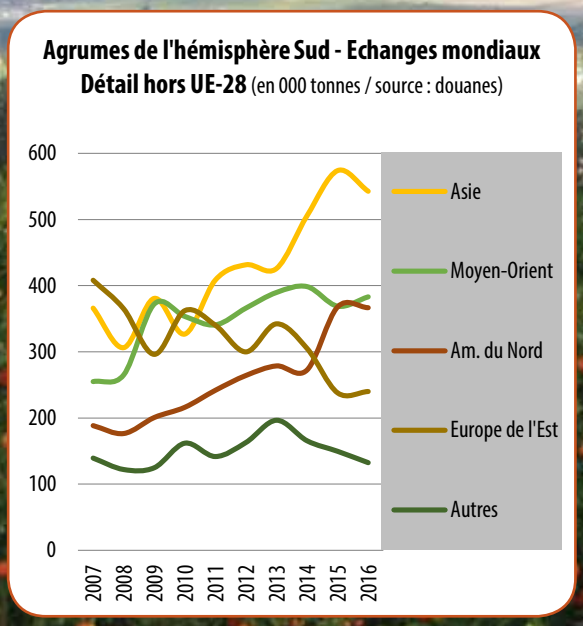
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Avec 2.8 millions de tonnes commercialisées, les volumes d'agrumes en provenance de l'hémisphère Sud restent modestes et représentent à peine plus de 20 % des échanges mondiaux totaux (hors productions commercialisées localement). Cependant, le marché est en forte croissance et s'est accru d'environ 200 000 t entre 2011 et 2016.

Les moteurs de la croissance sont en Asie et en Amérique du Nord

Si la progression est globale, elle est loin d'être générale. Le marché communautaire, qui reste de loin le premier débouché des agrumes de contre-saison en absorbant un peu plus de 50 % des volumes, est clairement en baisse. Les importations, qui approchaient 1.3 million de tonnes en 2008, sont tombées sous la barre du million de tonnes en 2015. Comme pour de nombreux produits, le commerce des agrumes d'été s'est mondialisé. La remontée enregistrée en 2016 dans l'UE était purement conjoncturelle et liée au fort déficit de la production espagnole en 2015-16. Les producteurs méditerranéens ont su développer une gamme tardive concurrençant directement les agrumes de l'hémisphère Sud. Certaines de ces productions vont continuer à monter en puissance dans les années à venir. C'est notamment le cas en citron et en petits agrumes, le verger d'orangers n'étant plus en développement et proche de la maturité en Espagne, qui contrôle 50 à 55 % du marché communautaire des agrumes. La croissance est aujourd'hui à chercher du côté de deux grands marchés. L'Asie est, sans aucun doute, celui où le développement est le plus net, avec des importations qui ont plus que doublé depuis 2010. Un phénomène à mettre principalement à l'actif de la Chine, responsable à elle seule de la quasi-totalité de la progression. L'Amérique du Nord est, elle aussi, très dynamique, mais pour une gamme de produits pratiquement réduite aux seuls petits agrumes. Les autres grands marchés mondiaux sont stables (Moyen-Orient) ou déclinent comme l'Europe de l'Est, essentiellement du fait de la crise monétaire russe et de la crise politique en Ukraine.





© Eric Imbert

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

De grosses récoltes de pêche et nectarine en Europe en 2017

Le contexte est contrasté sur le marché communautaire pour la campagne qui démarre. La concurrence des agrumes d'hiver s'annonce plutôt limitée pour la plupart des produits, hormis le citron. En revanche, les campagnes de fruits à noyau s'annoncent chargées, malgré le coup de gel important qui a frappé certaines zones de production. La récolte européenne de pêche et nectarine est nettement supérieure à la moyenne, notamment du fait d'une grosse production en Italie et surtout en Grèce. De même, celle d'abricot est abondante, le déficit espagnol étant, là encore, compensé par l'Italie et la Grèce. Le calendrier de production est sensiblement plus précoce que la normale pour ces deux produits ■

Eric Imbert, CIRAD
eric.imbert@cirad.fr

Fruits à noyau – Union européenne
Prévision de production pour 2017

en 000 tonnes	2017	2017 comparée à	
		2016	moyenne triennale
Pêche	1 276	+ 15 %	+ 3 %
Nectarine	1 476	+ 8 %	- 1 %
Abricot	0.57	+ 17 %	+ 13 %

Source : Europêch

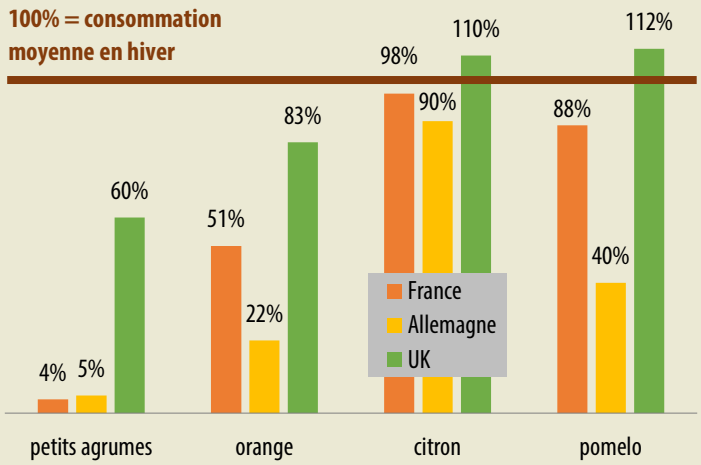
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

Consommation d'agrumes d'été dans l'UE-28 :

des cas de figure bien différents, reflétant des modèles de distribution très contrastés !

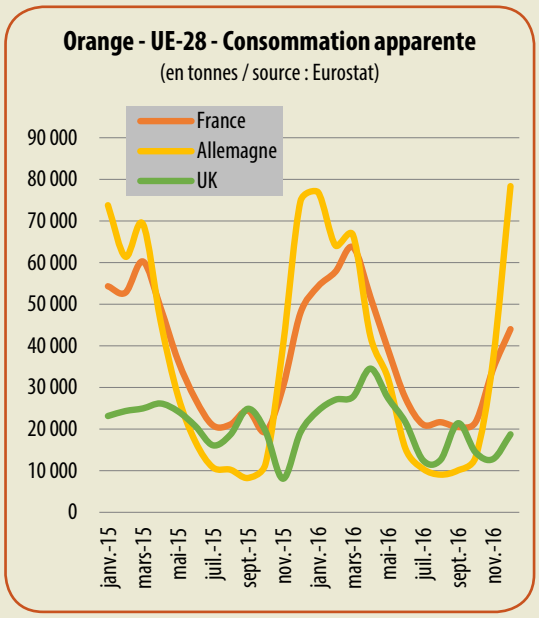
Les agrumes restent des produits d'hiver sur le marché communautaire. Les volumes mis en marché pendant la période de commercialisation des productions de l'hémisphère Sud, qui dure environ cinq mois, représentent moins de 20 % des échanges totaux annuels. Seul le citron fait exception, la part des volumes commercialisés par l'hémisphère Sud grimpant à 33 % des quantités totales mises en marché annuellement, alors qu'un reliquat de production méditerranéenne de plus en plus significatif reste pourtant sur le marché durant la période estivale. D'ailleurs, les chiffres de consommation apparente de ce produit montrent que les volumes mensuels absorbés durant la saison d'été sont similaires à ceux de la saison d'hiver sur nos trois marchés de référence : France, Allemagne et Royaume-Uni. Rien de bien étonnant, cet agrume condiment se prêtant bien à la diète estivale : jus de fruits, assaisonnement des salades, accompagnement des poissons grillés, etc. Pour le reste de la gamme, la saisonnalité est en règle générale très marquée, à une exception notable près. Les ventes d'agrumes apparaissent très linéaires au Royaume-Uni, le système de contractualisation sur une longue période mis en place entre la distribution et ses fournisseurs générant vraisemblablement un lissage. La consommation estivale représente pour tous les produits de 38 % à un peu plus de 50 % d'une consommation annuelle relativement faible cependant, l'orange, le citron et le pomelo se situant dans une fourchette plus étroite de 45 à 53 %. A l'inverse, l'Allemagne semble être le marché le plus saisonnier à la lumière de ces chiffres. En dehors du citron, la consommation d'agrumes de contre-saison y est basse (seulement 5 à 30 % de la consommation totale), les pics annuels de mise en marché correspondant à la période où la récolte méditerranéenne culmine et où les prix au stade production sont les plus attractifs. On voit là, vraisemblablement, l'empreinte d'un hard discount omniprésent et en chasse des meilleures opportunités d'achat. La France se situe dans une position intermédiaire entre les deux marchés déjà cités, le linéaire d'agrumes fondant sous le coup de la chaleur au profit des fruits à noyau, mais restant néanmoins bien ancré, hormis pour les clémentines et autres hybrides. D'ailleurs, la place – ridicule – réservée aux petits agrumes sur l'ensemble des marchés du continent pose question : seulement 4 à 5 % de la consommation annuelle durant la période estivale en Allemagne et en France. L'offre de l'hémisphère Sud est de plus en plus qualitative (en particulier sur le créneau tardif) et les mandarines et autres hybrides demeurent pratiques à consommer et sont, de surcroît, rafraîchissants. La grande distribution semble commencer à s'intéresser d'un peu plus près au sujet.

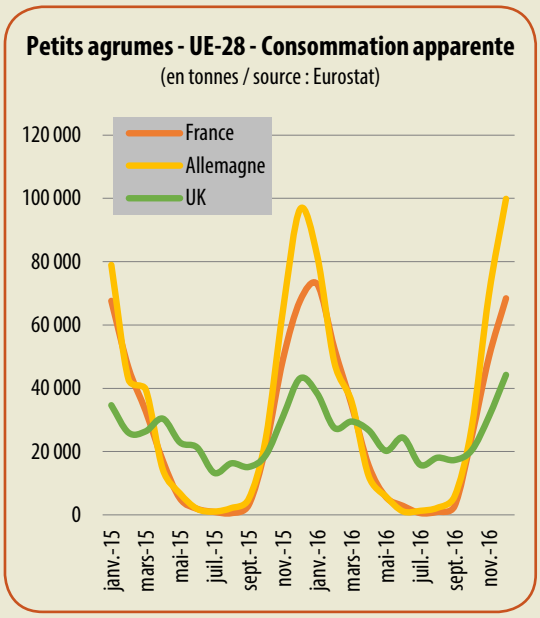
Agrumes - UE-28 - Comparaison des consommations mensuelles en périodes d'hiver et d'été (été : de juin à septembre)
(source : Eurostat)

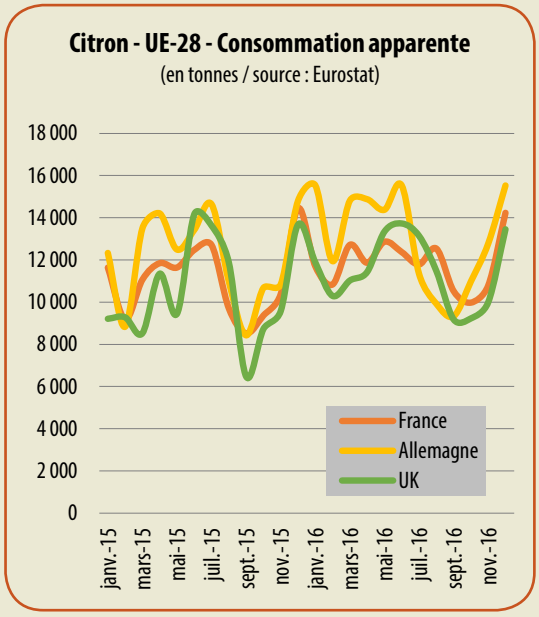


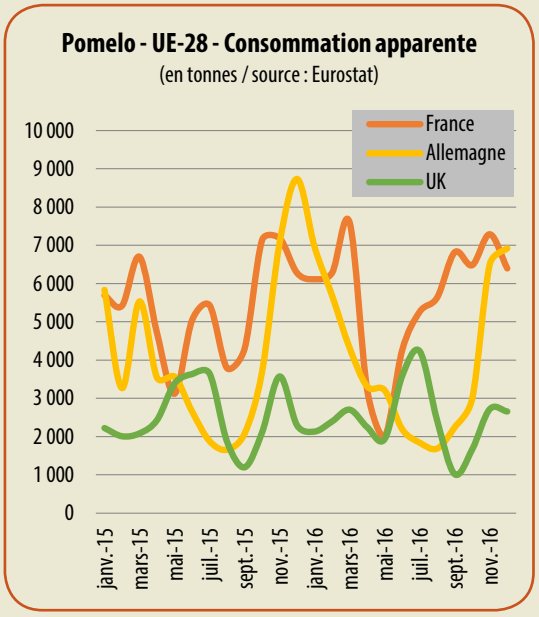
© Eric Imbert

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









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

Orange

De bonnes et de moins bonnes surprises

2017 sera vraisemblablement une nouvelle saison de prix soutenus. L'offre globale s'annonce d'un niveau seulement moyen, alors que le marché européen est étonnamment ouvert et que la croissance de la consommation des marchés d'Amérique du Nord et, surtout, d'Asie devrait se poursuivre.

Le géant sud-africain, qui contrôle désormais plus des trois quarts du marché mondial, affiche un niveau de production plus faible qu'attendu et seulement moyen. La faute aux Navel, dont le potentiel export devrait être sensiblement déficitaire (- 10 à - 15 % selon les estimations du CGA de début mai). Une vague de chutes physiologiques de fruits sans précédent a touché l'Eastern Cape, où se concentre environ 40 % de la production, une part des fruits présentant de surcroît des défauts d'épiderme. Ce phénomène, vraisemblablement lié à la sécheresse et aux fortes températures qui ont sévi dans le sud du pays, a aussi touché, mais avec moins d'intensité, le Western Cape qui héberge un quart de la production. En revanche, le potentiel export d'oranges de type Valencia, variétés majoritairement produites dans le nord du pays épargné par ces avatars climatiques, devrait revenir à la moyenne.

L'Australie qui, malgré ses coûts de production élevés, arrive à conserver sa place de deuxième exportateur mondial en concentrant son flux vers les marchés en développement d'Asie, annonce un potentiel soutenu et similaire à celui de 2016. Les principaux acteurs sud-américains ne représentent plus à eux quatre qu'à peine 15 % des exportations mondiales. L'Argentine devrait poursuivre sa descente aux enfers, une météo défavorable dans la région d'Entre Rios s'ajoutant aux problèmes structurels de compétitivité du pays. Les potentiels export seraient stables et supérieurs de 10 à 15 % à la moyenne en Uruguay, au Chili et au Pérou.

Le marché communautaire, qui reste le principal débouché des oranges de l'hémisphère Sud même s'il n'absorbe plus qu'un peu plus d'un tiers des volumes, apparaît très ouvert. Une surprise, à contre-courant de la prévision de récolte initiale et de la tendance structurelle de la production espagnole. La campagne d'oranges de table tardives et super tardives de type Lanelate de ce pays a décliné aussi précocement qu'en 2016, la production s'étant avérée plus limitée que prévu du fait des perturbations climatiques de l'hiver et d'un démarrage de campagne assez précoce. Par ailleurs, l'Asie, dont la part de marché a grimpé à 25 % ces dernières années, devrait continuer de monter en puissance. Un phénomène largement lié au boom de la consommation en Chine, dont les importations d'oranges de l'hémisphère Sud ont été multipliées par trois en dix ans et dépassent 200 000 t. De même, la tendance à la croissance des États-Unis et du Canada devrait se poursuivre, d'autant que la récolte californienne est légère (1.9 million de tonnes, soit environ 130 000 t de moins que la moyenne).

Orange – Union européenne – Importations en provenance de l'hémisphère Sud

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Afrique du Sud	260 034	341 031	296 973	448 674	453 956	333 211	416 018	338 664	396 015	433 637	380 210	428 472	403 441
Argentine	79 584	75 607	81 906	114 628	96 350	81 413	86 702	80 720	47 971	49 653	44 737	36 607	49 128
Zimbabwe	16 215	30 153	13 342	25 488	16 582	13 517	23 705	11 645	19 257	28 903	31 918	27 642	28 000
Uruguay	51 825	75 145	64 930	72 261	57 700	59 293	71 279	57 610	36 012	50 268	48 413	34 508	27 779
Brésil	50 414	20 459	47 937	34 066	26 091	16 217	33 903	26 872	13 276	21 248	18 690	21 192	23 261
Pérou	81	166	454	5 921	12 361	2 678	6 192	9 892	7 254	10 565	8 672	6 315	10 232
Swaziland	13 645	10 375	13 654	19 274	14 878	12 983	9 566	11 879	12 005	9 801	2 494	6 526	5 070
Chili	4 019	4 426	10 105	9 006	21 385	8 609	6 899	4 716	5 730	2 208	1 557	800	547
Australie	1 113	4 315	1 041	5 250	1 730	1 640	1 045	243	553	487	318	188	179
Total	**476 929**	**561 676**	**530 340**	**734 565**	**701 032**	**529 560**	**655 309**	**542 240**	**538 071**	**606 770**	**537 007**	**562 251**	**547 636**

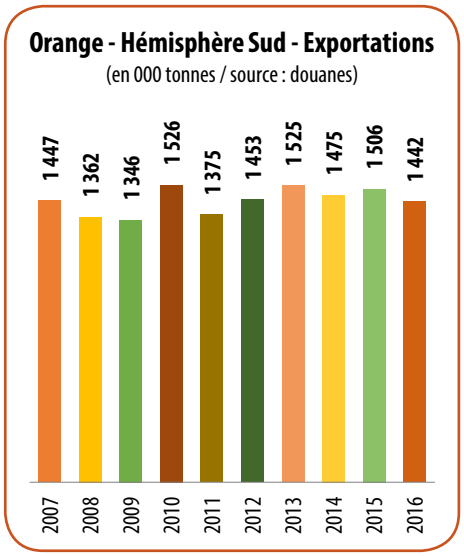
Source : Eurostat

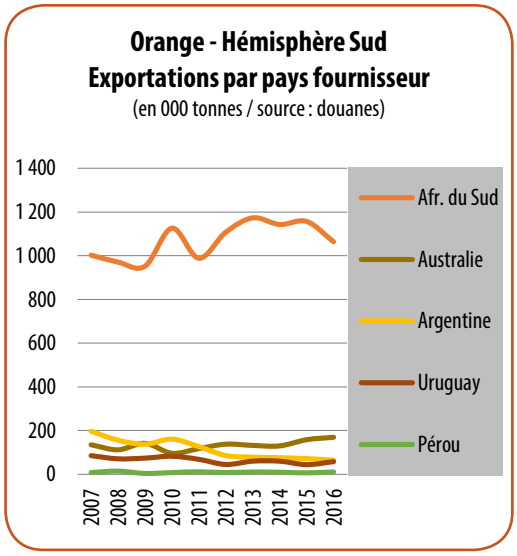
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

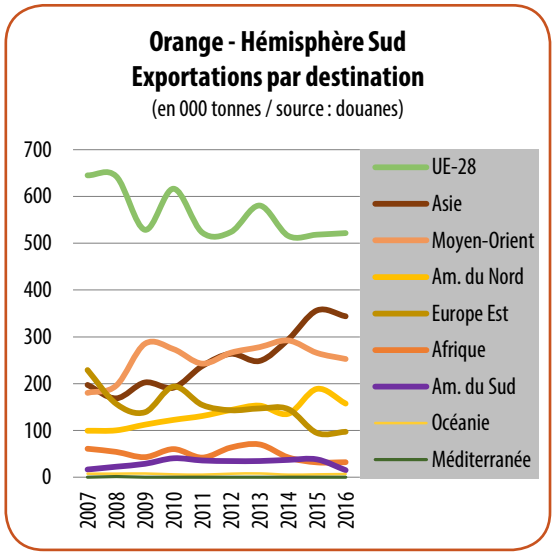
Orange – Hémisphère Sud – Prévision export

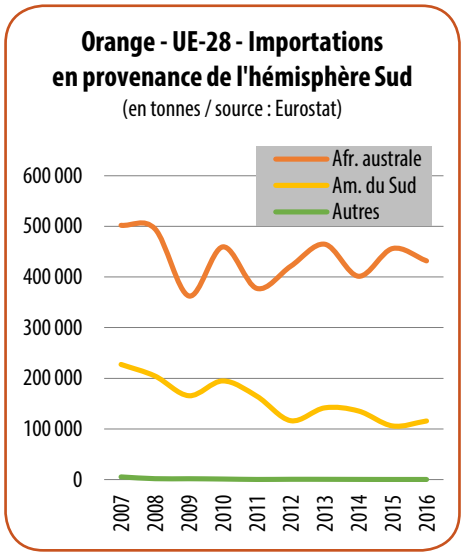
en tonnes	2017	comparée à 2016	comparée à moyenne 2013-2016
Afrique du Sud	1 100 000	+ 3 %	+ 3 %
Argentine	45 000	- 31 %	+ 61 %
Pérou	1 000	- 91 %	+ 836 %
Uruguay	60 000	+ 4 %	- 7 %
Australie	165 000	- 3 %	- 11 %
Chili	75 000	0 %	- 9 %
Monde	**1 446 000**	**0 %**	**+ 3 %**

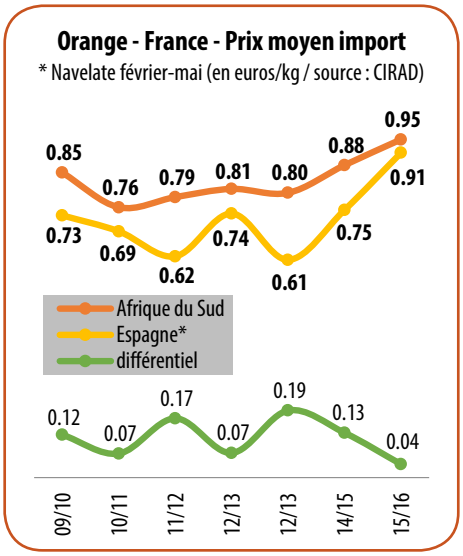
Sources professionnelles, Shaffe, CGA











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

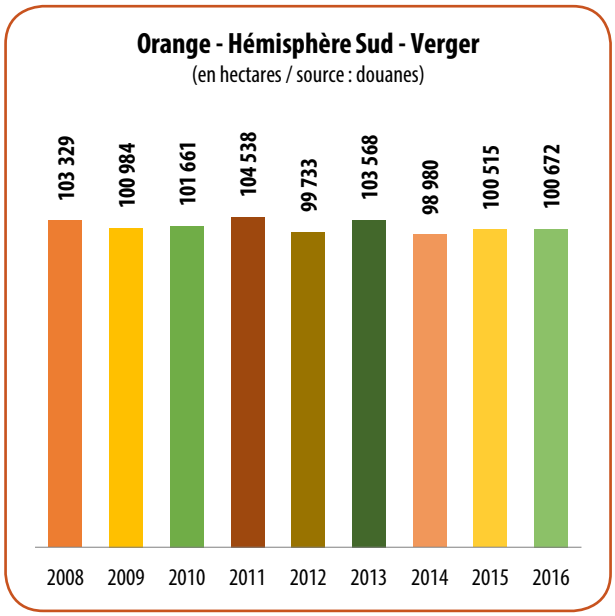
Orange

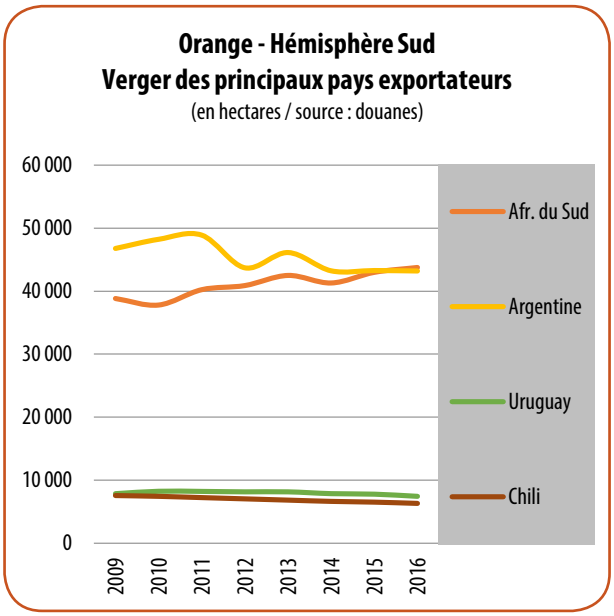
Prévisions à moyen terme

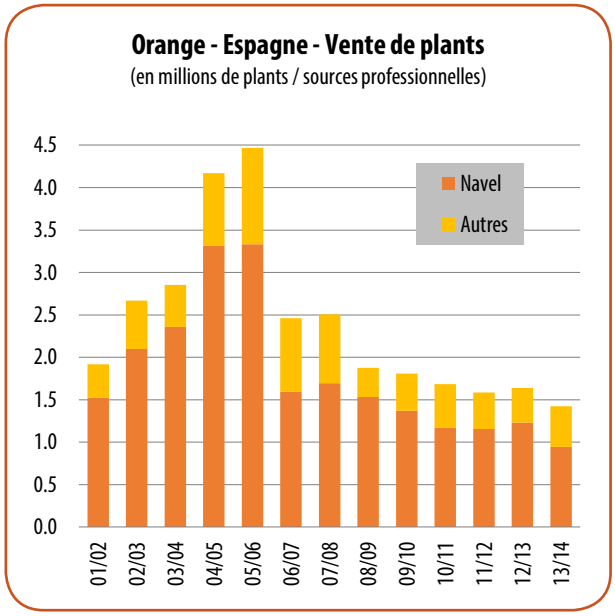
Les perspectives de développement du commerce mondial ne doivent pas être surestimées. Les deux marchés en croissance cette saison, à savoir l'Asie et l'Amérique du Nord, sont les seuls à montrer une dynamique de développement régulière. A eux deux, ils ont progressé d'en moyenne 30 000 t par an ces cinq dernières années (20 000 t pour l'Asie et 10 000 t pour l'Amérique du Nord). La belle ouverture du marché communautaire observée depuis 2016 n'est en rien structurelle. La tendance des importations devrait plutôt rester à l'érosion. En effet, le verger de tardives et super tardives est pratiquement stabilisé en Espagne depuis le début de la décennie, mais la production des jeunes arbres n'est pas encore à totale maturité. Les importations du Moyen-Orient semblent s'être stabilisées et l'Europe de l'Est oscille entre stabilité et érosion en fonction de la valeur du rouble. Les relais de croissance d'Afrique et d'Amérique du Sud sont encore hypothétiques. Pour autant, le verger mondial semble voir pris la mesure de ces perspectives limitées. Seul le verger sud-africain est aujourd'hui en croissance (+ 700 ha par an en moyenne ces cinq dernières années, essentiellement en Valencia). Il recule ou a reculé chez tous les exportateurs sud-américains. Près de 6 000 ha ont étés perdus durant la même période en Argentine, où la tendance semble à la stabilisation depuis deux ans. L'Uruguay et le Chili, quant à eux, ont vu leurs surfaces décliner de 800 à 900 ha.

© Régis Domergue

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







© Régis Domergue

Oranges Navel tardives – Bassin méditerranéen – Calendrier de récolte

Variétés	D		J		F		M		A		M		J	
Washington Navel														
Lane Late														
Rhode Summer Navel														
Barnfield														
Powell Summer navel														
Chislett Summer Navel														

Sources professionnelles

Communauté Valencienne
(50-55 % de la production d'orange d'Espagne)
Estimation 2014-2016

- **Washington Navel : 130 000 à 150 000 t**
- **Lanelate et Navelate : 450 000 à 550 000 t**
- **Powel/Chislett/Barnfield/Rhode : 75 000 à 100 000 t**

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

Petits agrumes

Tout va bien... pour le moment

Sans surprise au vu du développement général des surfaces, l'offre de petits agrumes de l'hémisphère Sud va continuer à progresser en 2017. Pour autant, la hausse des volumes attendue est relativement modérée et à la portée d'un marché mondial très ouvert, notamment en Europe et aux États-Unis. En revanche, les campagnes à venir s'annoncent beaucoup plus chargées.

Tous les pays fournisseurs, sauf l'Argentine, affichent des potentiels export à la hausse ou au moins stables. Les volumes d'Afrique du Sud, origine qui contrôle plus du tiers du marché mondial, progresseraient d'environ 8 % et frôleraient pour la première fois la barre des 200 000 t. La hausse est, bien entendu, à mettre essentiellement à l'actif des variétés tardives, dont le potentiel export a doublé en quatre ans. Le Pérou, devenu en seulement quelques années le deuxième exportateur mondial, dispose lui aussi d'un potentiel en progression (+ 8 %). Le Chili n'est pas en reste, ses volumes disponibles pour le marché mondial dépassant pour la première fois 100 000 t et ayant pratiquement doublé en quatre ans. L'Australie et l'Uruguay, fournisseurs plus modestes avec des exportations de l'ordre 40 000 à 50 000 t, affichent des potentiels stables. Seule l'Argentine, qui faisait encore jeu égal au début de la décennie avec l'Afrique du Sud en tête du classement des principaux exportateurs mondiaux, continuera sa descente aux enfers pour des raisons à la fois conjoncturelles (météorologie) et structurelles.

Parallèlement, le contexte paraît plutôt porteur. L'essentiel du développement de l'offre de contre-saison se faisant sur le créneau tardif, les interférences avec les productions californiennes ou méditerranéennes restent limitées. Pourtant, le boom du verger de petits agrumes tardifs est tout aussi spectaculaire en Méditerranée (cf. **FruiTrop** 246).

Petits agrumes – Union européenne – Importations en provenance de l'hémisphère Sud

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Afrique du Sud	53 378	52 683	54 790	68 412	70 389	65 261	65 100	57 755	70 030	80 939	85 306	94 938	115 396
Pérou	16 611	24 924	25 728	18 469	30 981	23 414	33 200	41 925	48 536	44 139	48 733	47 125	47 840
Uruguay	23 548	33 519	36 336	34 359	31 046	33 948	37 200	24 160	19 431	15 421	17 028	10 061	5 954
Argentine	33 023	26 403	39 271	33 022	36 243	47 020	39 800	32 130	24 025	15 818	11 998	4 068	3 915
Chili	10 925	6 770	7 618	6 950	4 886	2 249	1 400	1 560	1 314	1 012	1 481	3 318	2 869
Australie	756	456	710	652	926	2 214	500	220	463	1 903	665	1 918	821
Brésil	2 584	3 288	2 059	93	441	378	200	102	310	112	336	269	-
Total	**142 647**	**148 776**	**167 143**	**162 971**	**175 929**	**175 157**	**177 400**	**157 853**	**164 109**	**159 344**	**165 547**	**161 696**	**176 795**

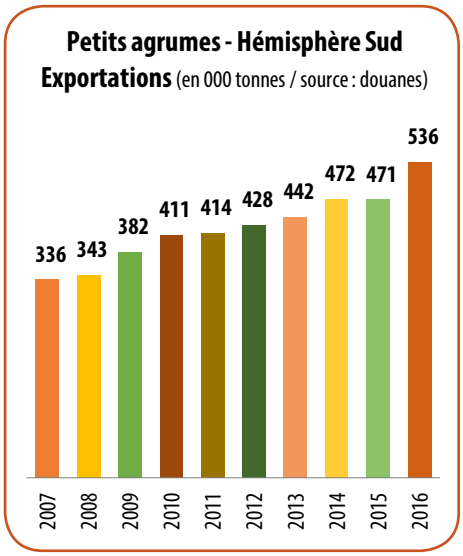
Source : Eurostat

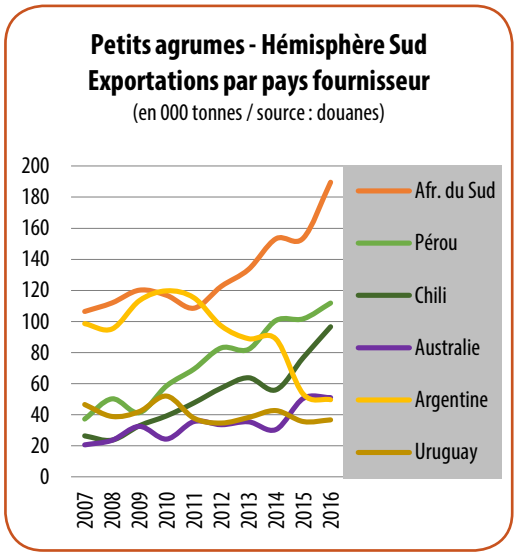
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

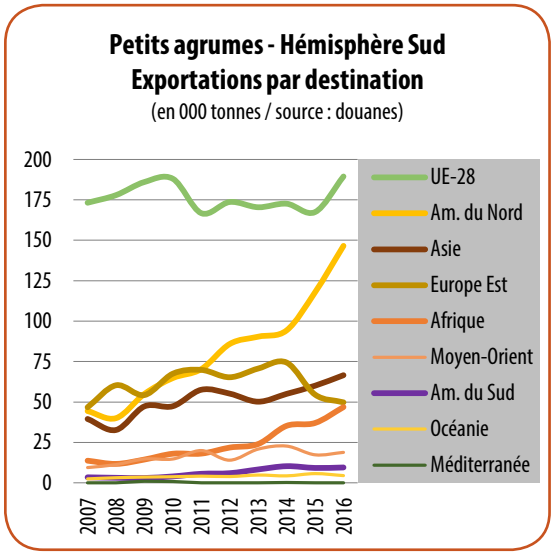
Petits agrumes – Hémisphère Sud – Prévision export

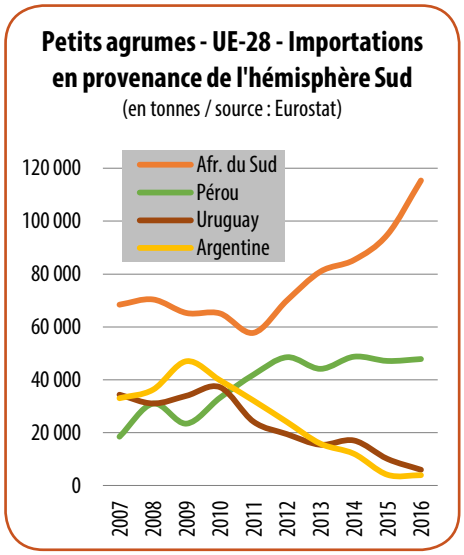
en tonnes	2017	comparée à	
		2016	moyenne 2013-2016
Afrique du Sud	200 000	+ 5 %	+ 27 %
Argentine	33 000	- 34 %	- 53 %
Pérou	120 000	+ 7 %	+ 21 %
Uruguay	36 000	- 2 %	- 6 %
Australie	50 000	- 2 %	+ 19 %
Chili	110 000	+ 14 %	+ 50 %
Monde	**549 000**	**+ 3 %**	**+ 14 %**

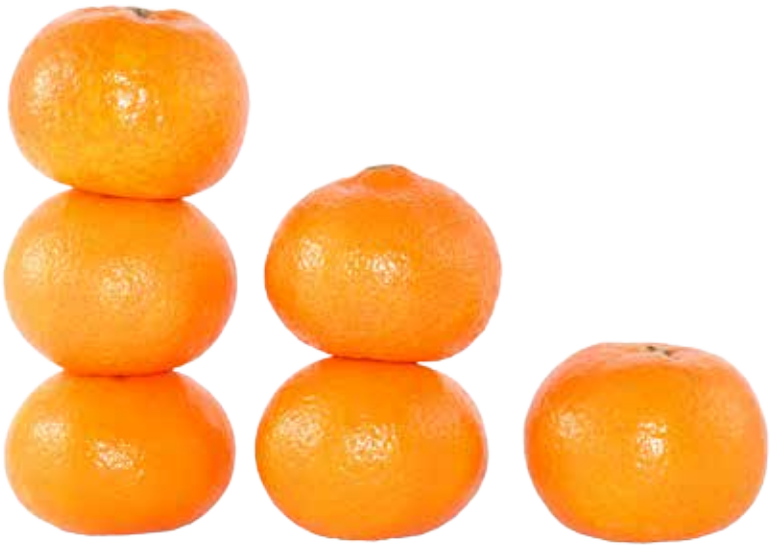
Sources professionnelles, Shaffe, CGA











© Régis Domergue

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

Petits agrumes

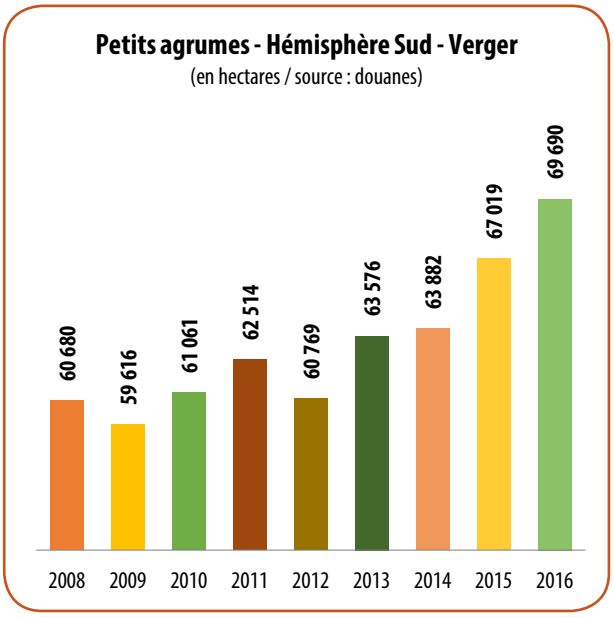
Prévisions à moyen terme

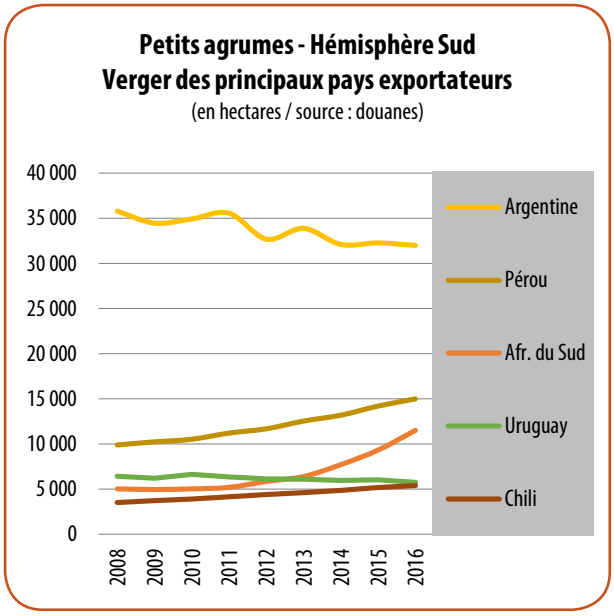
Les perspectives à moyen terme paraissent beaucoup moins souriantes. L'excellente rentabilité des variétés tardives fait que l'on plante beaucoup, et vraisemblablement même trop, de petits agrumes dans l'hémisphère Sud. Les surfaces se sont littéralement envolées depuis cinq ans en Afrique du Sud, en Nadorcott, toujours largement en tête des ventes de plants, mais aussi en Tango, Or, Nova et depuis 2016 Leanri. Le rythme annuel est passé d'environ 600 ha en 2012 à plus de 2 000 ha en 2016. Le potentiel export devrait dépasser les 20 millions de colis de 15 kg d'ici 2025, les variétés tardives représentant plus de 70 % de l'offre. De même, le Pérou plante entre 700 et 1 000 ha par an. Son verger export était estimé à 8 000 ha en 2015, sur les 14 000 ha que compte le pays. Le Chili développe lui aussi son verger (5 400 ha en 2016, destinés à la fois aux ventes locales et à l'international), sur une base annuelle plus modeste d'environ 250 à 300 ha additionnels. Le verger uruguayen décline (environ 400 ha perdus ces cinq dernières années, faisant passer les surfaces globales sous la barre des 5 800 ha), mais les surfaces de variétés export restent stables (Nules) ou se développent légèrement (W. Murcott, avec environ 500 ha plantés). Le mouvement est vraisemblablement similaire en Argentine, même si les statistiques détaillées manquent pour le confirmer. Globalement, les plantations cumulées de ces acteurs ont été, a minima, comprises entre 3 000 et 4 000 ha en 2015 et 2016.

Le marché mondial est-il en mesure d'absorber de tels volumes ? On peut clairement en douter en l'état actuel de la demande. Il faut souligner que le boom des exportations ces cinq dernières années de pays tels que l'Afrique du Sud (+ 80 000 t), du Chili (+ 50 000 t) ou du Pérou (+ 40 000 t) n'est pas seulement lié à la croissance du marché mondial, mais aussi à l'effondrement de l'Argentine (plus de 60 000 t perdues durant la même période). Certes, la consommation progresse à un rythme très fort en Amérique du Nord (+ 50 000 t ces deux dernières années). Ce marché devrait rapidement rattraper l'UE-28, toujours leader mais où la consommation patine. Le marché du Royaume-Uni, qui absorbe toujours plus de 50 % des volumes durant la période estivale, continue de croître (+ 30 000 t en cinq ans), mais c'est le quasi statu quo sur le continent. Certains marchés comme la France montrent des signes encourageants, la distribution commençant à référencer plus largement les excellentes variétés tardives en septembre, mais les volumes restent limités. Parallèlement, l'Asie se développe mais à un train de sénateur. Globalement, la croissance du marché mondial peut être estimée aujourd'hui entre 25 000 et 30 000 t par an, là où la production qu'on peut attendre des surfaces plantées en 2015 et 2016 exige au bas mot 4 à 5 fois plus. Il faut impérativement prendre la mesure du problème. Les petits agrumes ont de vrais atouts en termes de praticité, goût et fraîcheur à mettre en avant sur la période estivale, et la consommation est encore partout très limitée. Investir dans la promotion n'est plus une option, mais une obligation.

© Régis Domergue

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





Hybrides tardifs de petits agrumes – Bassin méditerranéen – Exportations

en 000 tonnes	Variétés	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	Prévision 2016-17	2016-17 sur 2015-16
Maroc	Nadorcott	42	67	65	99	106	135	+ 27 %
Espagne	Nadorcott	122	135	132	150	157	160	+ 2 %
	Or	-	-	-	-	26	33	+ 27 %
Israël	Or	49	49	53	65	68	90	+ 33 %
Total		**213**	**251**	**250**	**314**	**357**	**418**	**+ 17 %**

Sources professionnelles

Petits agrumes tardifs – Bassin méditerranéen – Variétés nouvelles en production ou entrant en production à moyen terme

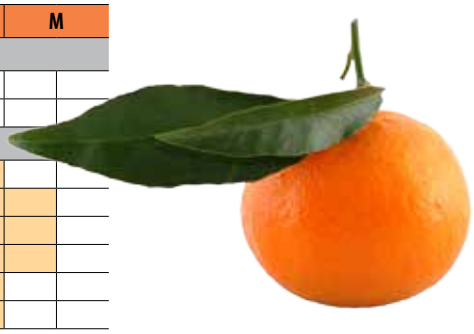
Origines	Variétés	Surfaces	Potentiel export indicatif à terme	Remarques
Maroc	Nadorcott	5 200 ha (2016)	210 000 t	6 pôles dans le pays : Gharb, Beni Mellal, Safi, Chichaoua, Souss, Marrakech
Israël	Or	5 500 ha (2016)	150 000 t	
Espagne	Nadorcott	4 520 ha (2015)	180 000 t	40 % Com. Valencienne (Valencia/Alicante), 18 % Murcia, 41 % Andal (Huelva/Séville)
	Or	2 200 ha* (2015)	80 000 t	40 % Andalousie (Huelva 29 %), 14 % Murcia, 46 % Com. Valencienne (Valencia 27 %)
Sous-total		**17 450 ha**	**620 000 t**	
Espagne	Tango	3 000 ha ? (2016)	120 000 t ?	Pas de communication officielle des surfaces. Conditions d'exploitation ?
	Autres (Mor, GN, Tahoe, etc.)	Faibles ?		

*Surfaces sous licence / Sources professionnelles, ORC, CVVP

Petits agrumes de 2e partie de saison – Bassin méditerranéen – Calendrier de commercialisation

Variétés	Origines	D		J		F		M		A		M	
Clémentines													
Nour	Maroc												
Hernandine	Espagne												
Hybrides													
Nadorcott	Maroc												
Nadorcott	Espagne												
Or	Espagne												
Ortanique	Espagne												
Tango	Espagne												
Or	Israël												

Sources professionnelles



© Régis Domergue

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

Citron

Une campagne chargée qui en annonce d'autres

Malgré l'inélasticité de la demande pour ce produit, le verger mondial de citronniers connaît un boom spectaculaire depuis quelques années dans un grand nombre de pays exportateurs majeurs de l'hémisphère Nord et de l'hémisphère Sud. Les volumes disponibles pour cette campagne de contre-saison 2017 vont commencer à refléter ce développement et, espérons aussi, à inciter l'amont à ralentir le rythme de plantation.

Vue d'Europe, la saison ne se présente pas comme l'exceptionnelle campagne 2016, qui restera dans les mémoires pour le niveau historiquement élevé de ses réalisations de prix. D'une part, le contexte de marché paraît beaucoup plus concurrentiel, avec des reliquats de volumes de l'hémisphère Nord bien plus importants qu'en 2016. L'Espagne, qui assure 75 à 80 % de l'approvisionnement de l'UE-28, a retrouvé un niveau de production moyen après une saison 2015-16 très déficitaire. Cette origine terminera sa saison avec des volumes soutenus, la récolte de la variété tardive Verna revenant sur des bases normales de 300 000 t (contre 193 000 t en 2016) et la commercialisation démarrant plus tard qu'en 2016. L'Italie, autre fournisseur important du marché communautaire, dispose également de reliquats plus larges, la production ayant été supérieure à celle de 2015-16. D'autre part, le potentiel export des grands pays exportateurs de l'hémisphère Sud affiche un niveau élevé, supérieur même aux exceptionnelles réalisations de la saison 2016 faites, rappelons-le encore une fois, dans un contexte de marché très différent. L'Argentine ne dispose que d'une production moyenne d'environ 1.4 million de tonnes (contre plus de 1.6 million de tonnes en 2016). La floraison, abondante, a été en partie amputée par un épisode de gel, suivi de surcroît par un printemps très pluvieux et un coup de chaleur estival. Pour autant, les volumes dédiés à l'exportation en frais sont significativement supérieurs à la moyenne. Les cours des dérivés affichent cette saison encore de bons niveaux, mais ont sensiblement baissé en ce qui concerne l'huile essentielle (32 000 USD/tonnes en mai 2017, contre 39 000 USD un an plus tôt et plus de 50 000 USD en 2014 et 2015). Par ailleurs, l'Afrique du Sud devrait repasser devant l'Argentine en 2017 en termes d'exportations en frais, et durablement cette fois-ci au vu du développement de son verger. Production et potentiel export affichent une nouvelle progression notable et un niveau record (17.5 millions de colis de 15 kg programmés pour le marché international, soit 16 % de plus qu'en 2016). Seul le Chili, qui avait détourné des volumes significatifs de son cœur de marché des États-Unis vers un marché communautaire extraordinairement attractif en 2016, ne dispose que d'un potentiel inférieur à la moyenne.

Les volumes exportés hors UE-28, qui représentent désormais de 50 à 60 % des volumes totaux, devraient continuer à s'accroître à un rythme régulier mais modéré (+ 15 000 t par an environ). Le développement des marchés du Moyen-Orient et d'Asie, respectivement deuxième et quatrième marchés de la planète, est réel mais limité (6 000 t par an gagnées en moyenne par le Moyen-Orient et 3 000 t par an pour l'Asie). La dynamique du marché des États-Unis, qui vient en 5e position, pourrait être plus significative cette année. La production locale, majoritairement californienne, est légèrement déficitaire (19 millions de caisses culture de 36.3 kg, contre plus de 20 les deux saisons précédentes). Ce marché devrait drainer une partie des volumes d'Argentine (15 000 à 20 000 t selon les projections de l'APHIS), ce pays venant de reconquérir un accès partiel à ce grand marché fermé depuis 2001 (états du Nord-Est uniquement en 2017 et 2018). Les envois vers la Russie, troisième importateur mondial de citron de l'hémisphère Sud, devraient continuer à stagner, notamment en raison de la faiblesse de sa monnaie. Dans ce contexte, les volumes destinés à l'UE-28 devraient être assez importants et les prix devraient évoluer sur des bases moins soutenues que lors des deux saisons passées.

Citron – Union européenne – Importations en provenance de l'hémisphère Sud (campagne d'été)

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Argentine	249 449	185 303	219 942	267 893	163 969	182 387	158 391	159 063	182 580	187 449	105 118	130 267	196 745
Afrique du Sud	46 571	42 466	30 722	64 830	39 007	45 633	44 532	45 233	41 385	25 363	36 482	41 364	63 163
Chili	95	25	187	1 353	1 888	9 275	3 211	3 217	5 751	6 333	5 505	9 168	23 761
Uruguay	13 512	11 983	9 342	10 002	10 166	10 762	8 064	8 280	9 959	9 194	10 194	8 933	7 948
Rép. dom	3	38	99	237	1 172	1 947	1 198	1 943	1 256	632	658	1 075	1 115
Zimbabwe	415	-	2	3	-	-	-	-	2	32	120	119	-
Brésil	1 573	2 366	96	477	652	5	136	-	92	249	190	408	-
Total	**311 618**	**242 182**	**260 389**	**344 793**	**216 854**	**250 009**	**215 532**	**217 737**	**241 025**	**229 253**	**158 266**	**191 335**	**292 732**

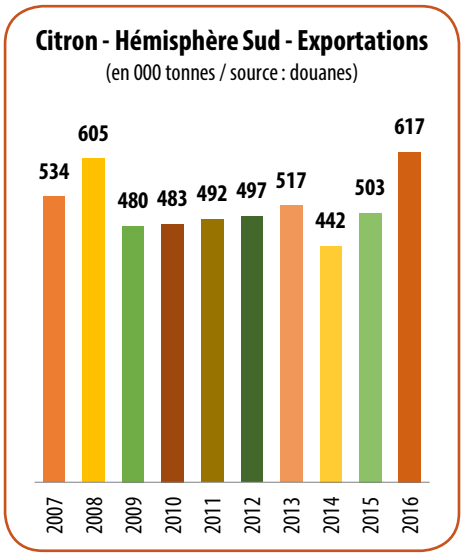
Source : Eurostat

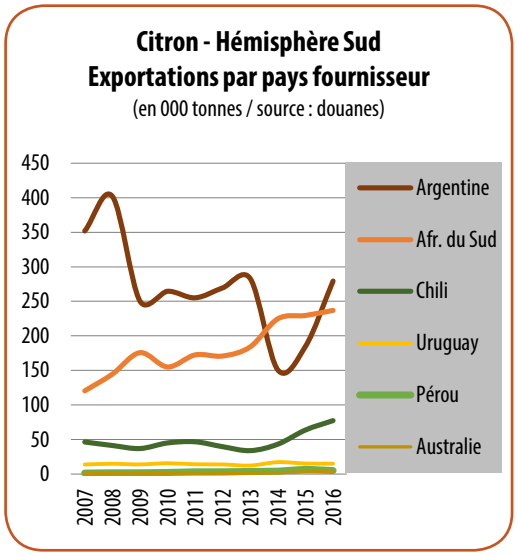
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

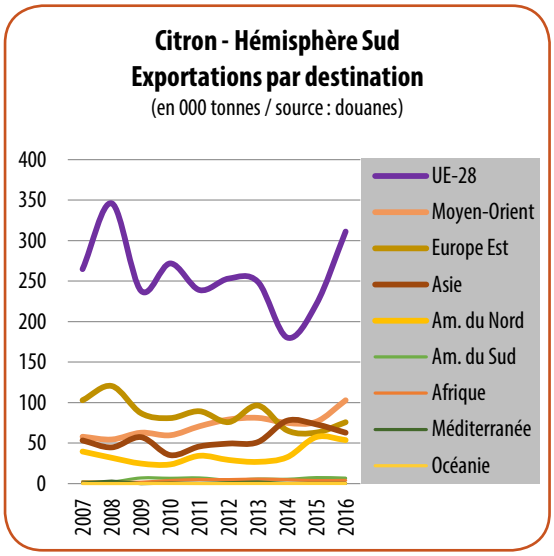
Citron – Hémisphère Sud – Prévision export

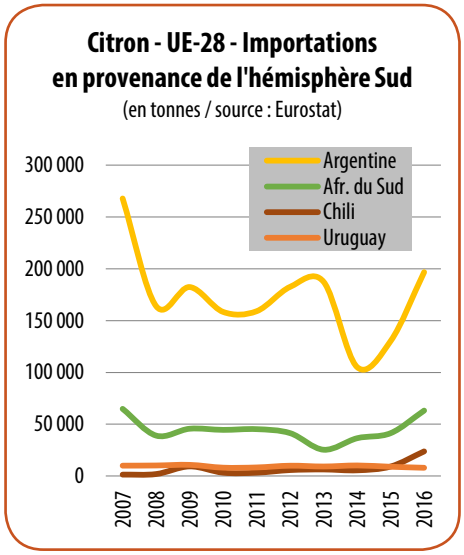
en tonnes	2017	comparée à	
		2016	moyenne 2013-2016
Afrique du Sud	260 000	+ 10 %	+ 19 %
Argentine	260 000	- 7 %	+ 16 %
Uruguay	15 000	0 %	+ 1 %
Chili	72 000	- 7 %	+ 32 %
Monde	**607 000**	**0 %**	**+ 18 %**

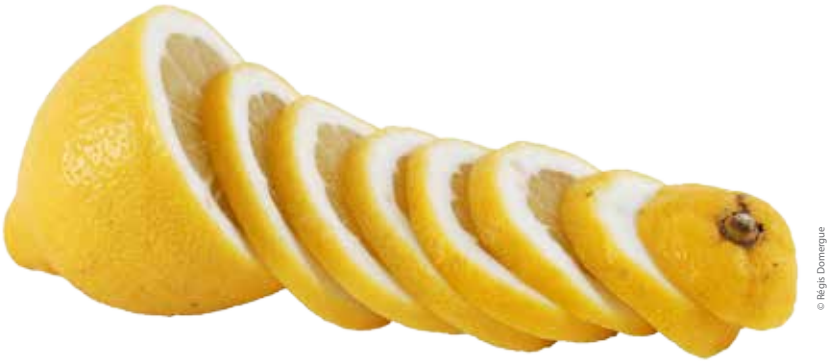
Sources professionnelles, Shaffe, CGA










© Régis Domergue

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

Citron

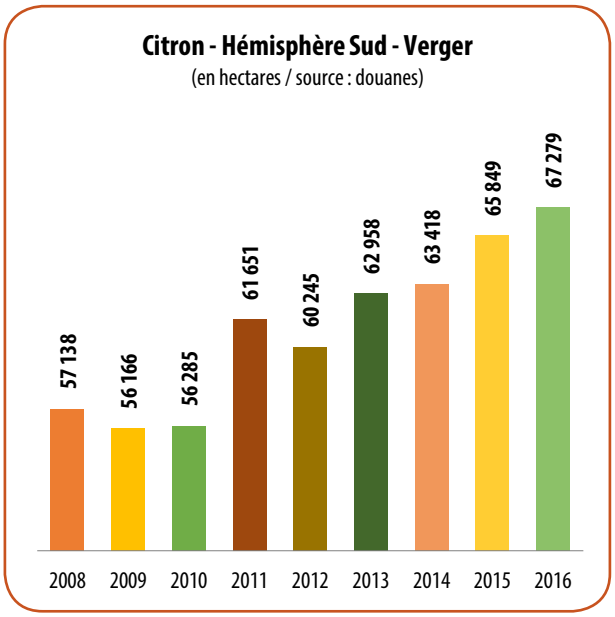
Prévisions à moyen terme

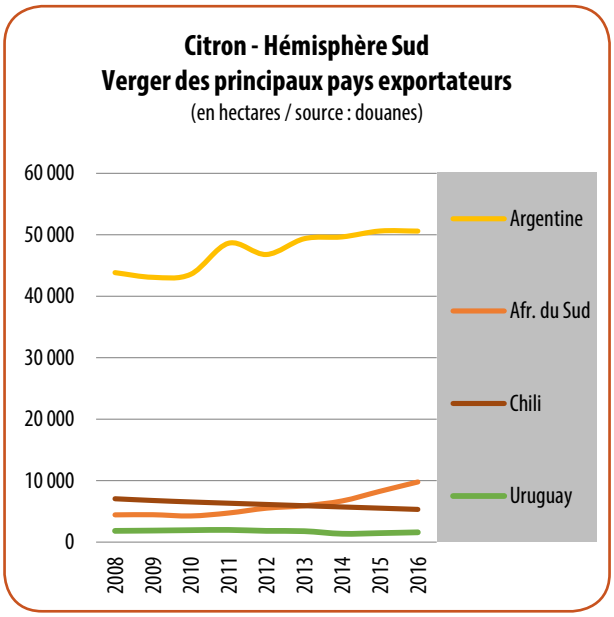
Le passage à un rythme d'approvisionnement sensiblement plus soutenu sera encore plus net dans les années à venir. Le verger sud-africain a littéralement explosé, les surfaces ayant plus que doublé entre 2010 et 2016 (de 4 000 ha à près de 10 000 ha, la progression touchant aussi bien la zone historique de Sundays River dans l'Eastern Cape que celle de développement plus récent et plus précoce du Limpopo). Le rythme de plantation tendait encore à s'accroître ces dernières années (de 600 000-700 000 pieds par an de 2010 à 2013 à près de 2.3 millions de pieds en 2016). Ainsi, le potentiel export sud-africain devrait dépasser les 30 millions de colis d'ici 2021. L'Argentine n'est pas en reste pour ce produit qui est le seul à échapper à la débâcle du secteur citricole export. Le verger a gagné 7 000 ha entre 2010 et 2015, date à laquelle les surfaces dépassaient 50 000 ha (dont plus de 38 000 ha dans la zone de Tucuman). Parallèlement, la productivité s'est accrue, notamment avec la quasi-disparition des plus petites structures les moins technicisées (désormais 90 % de la production est concentrée dans des exploitations de plus de 50 ha à Tucuman). Seuls deux pays, qui ne contrôlent à eux deux que 15 % du marché mondial, voient leurs surfaces décliner. C'est le cas du Chili, où 1 000 ha ont été perdus sur un total de 6 300 ha entre 2010 et 2016 (principalement dans la région de Valparaiso). C'est aussi le cas de l'Uruguay, dont le verger affiche des surfaces inférieures à celles de 2011 (un peu moins de 1 600 ha au total, soit une baisse de 400 ha) du fait de l'effondrement du pôle historique du sud du pays (Montevideo, Canelones). Toutefois, le nord (Salto, Paysandu) est en nette croissance.

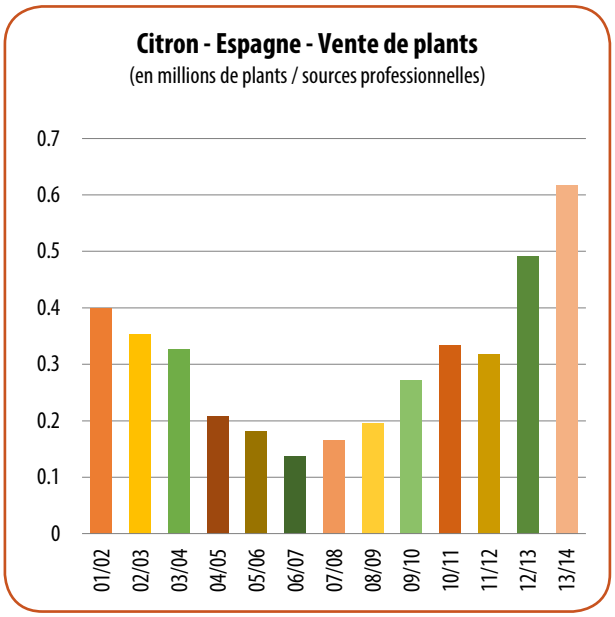
Parallèlement, la concurrence des origines d'hiver promet d'être de plus en plus sensible dans l'UE-28. Les résultats économiques, excellents eux aussi ces dernières saisons pour l'Espagne, ont incité les producteurs à reprendre les plantations. Les ventes de plants sont passées d'environ 300 000 au début de la décennie à 500 000 en 2012-13 et plus de 600 000 en 2013-14, dernière donnée disponible.

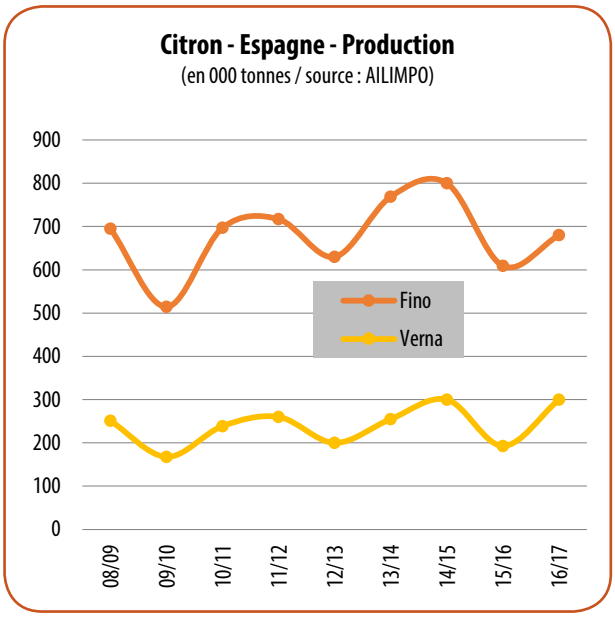
© Régis Domergue

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









Citron – Espagne – Calendrier de commercialisation

Variétés		O		N		D		J		F		M		A		M		J		J		A		S	
Primofiori/Fino																									
Verna	Cosecha																								
	Rodrejo																								

Sources professionnelles

Eureka

Fino

Verna

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

Pomelo

De nouveau une belle campagne en prévision

Les belles saisons se suivent depuis 2015 sur le marché du pomelo de contre-saison et la tendance devrait se prolonger en 2017. L'Afrique du Sud, seul fournisseur significatif, dispose d'un potentiel export supérieur à la petite saison 2016, mais d'un niveau seulement moyen (15.6 millions de colis de 15 kg). Le calibrage est d'un très bon niveau, le nord du pays, où se concentre l'essentiel de la production, ayant bénéficié d'une pluviométrie assez abondante à la différence de la campagne passée. Par ailleurs, le contexte de marché est excellent tant dans l'UE-28 qu'au Japon, destinations absorbant à elles deux plus de 80 % de l'offre de l'hémisphère Sud. La campagne floridienne a été encore plus légère qu'en 2015-16 et s'est terminée encore plus tôt que les années précédentes sur ces deux marchés. Enfin, les marchés de diversification d'Asie devraient continuer de progresser. Les exportations vers la Chine ont triplé depuis 2012 pour dépasser 30 000 t en 2016, celles à destination de la Corée du Sud passant dans le même temps du néant à 10 000 t. Les prix, qui devraient être soutenus, dépendront néanmoins du calendrier d'exportation. Le risque d'une accumulation de volumes en début de saison est important, au vu des cours très élevés pratiqués début mai et de la volonté de certains producteurs de cueillir et d'emballer rapidement le pomelo afin de pouvoir démarrer précocement la campagne de Valencia du fait du manque de Navel (cf. prévision orange). Le système de gestion de l'offre mis en place depuis quelques campagnes est néanmoins un sérieux garde-fou.

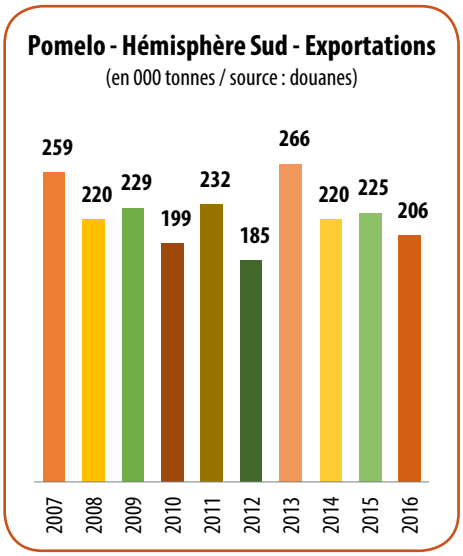
© Eric Imbert

Pomelo – Union européenne – Importations en provenance de l'hémisphère Sud

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Afrique du Sud	55 833	97 170	72 924	90 825	86 852	88 616	78 897	94 006	75 412	104 725	76 707	90 017	89 752
Swaziland	5 369	7 197	7 210	10 085	9 260	6 707	9 906	14 986	8 480	2 328	3 933	647	4 604
Chili	200	474	2 513	959	719	70	363	18	176	105	64	1 660	2 883
Zimbabwe	1 436	5 001	2 227	3 556	1 409	1 947	2 053	2 228	1 360	2 414	2 133	2 139	1 939
Argentine	19 583	26 869	17 627	23 186	24 171	14 828	9 129	8 276	1 485	1 080	59	-	375
Uruguay	401	576	2 063	775	298	213	140	-	-	-	-	115	-
Mozambique	780	919	120	-	-	240	669	1 016	840	89	-	-	-
Autres	75	85	87	180	83	255	251	-	457	721	556	917	287
Total	**83 676**	**138 291**	**104 771**	**129 566**	**122 792**	**112 876**	**101 410**	**120 529**	**88 210**	**111 461**	**83 451**	**95 494**	**99 840**

Source : Eurostat

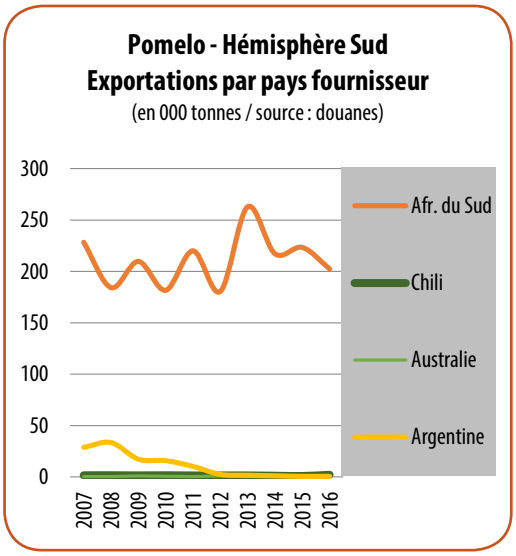
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

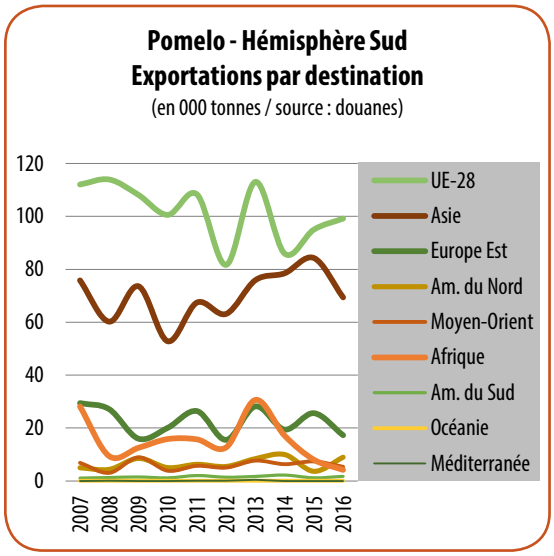


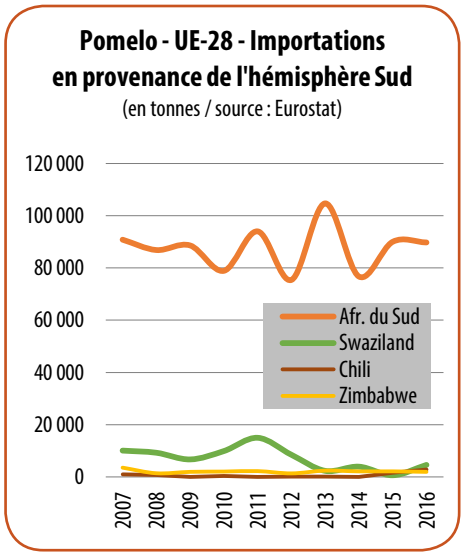
Pomelo – Hémisphère Sud – Prévision export

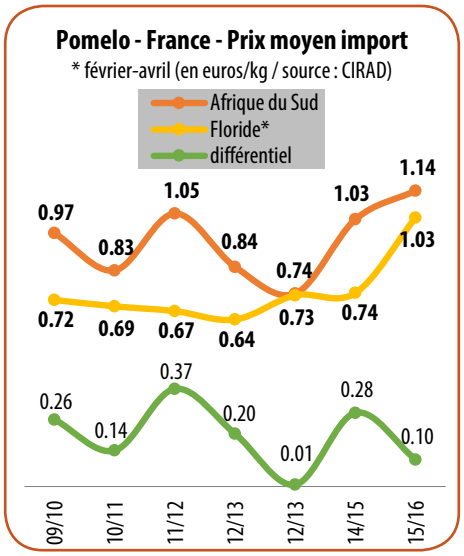
en tonnes	2017	comparée à	
		2016	moyenne 2013-2016
Afrique du Sud	235 000	+ 16 %	+ 4 %

Sources professionnelles, Shaffe, CGA

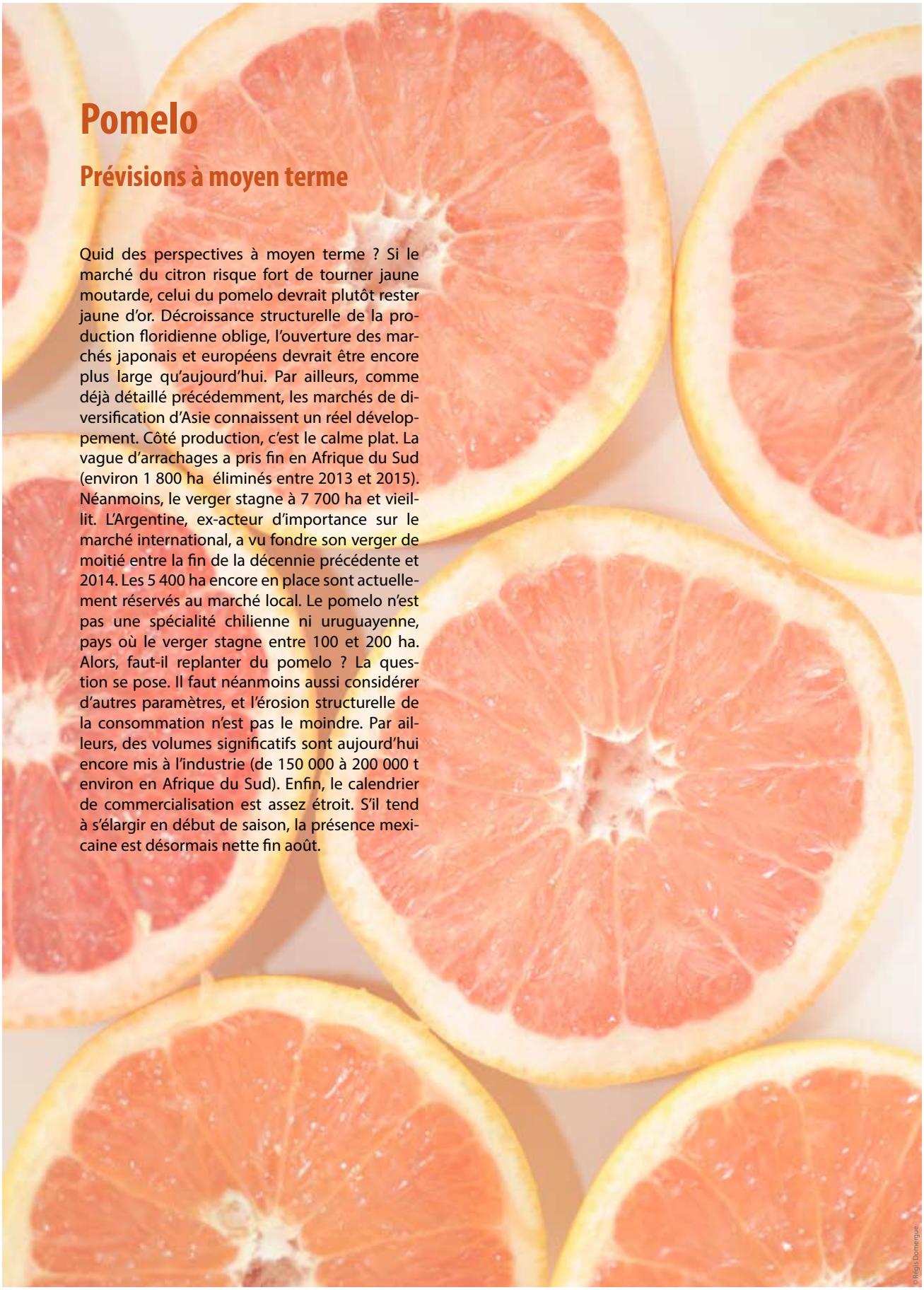








Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite



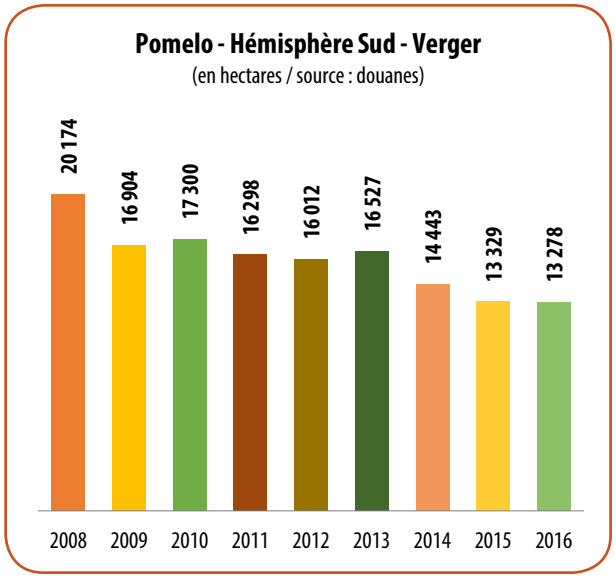
Pomelo

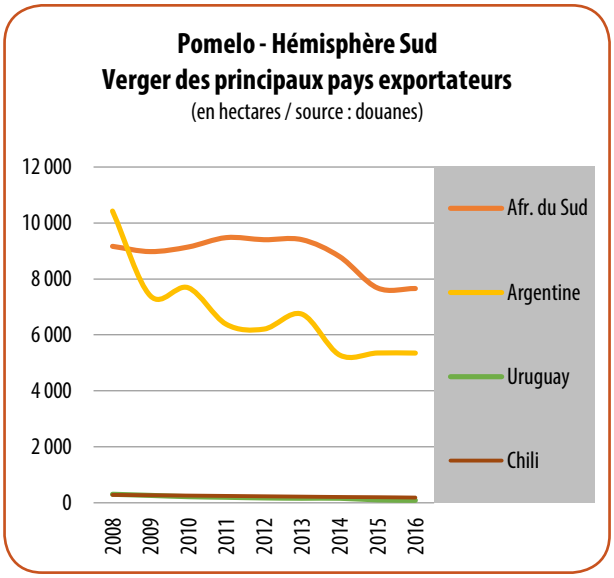
Prévisions à moyen terme

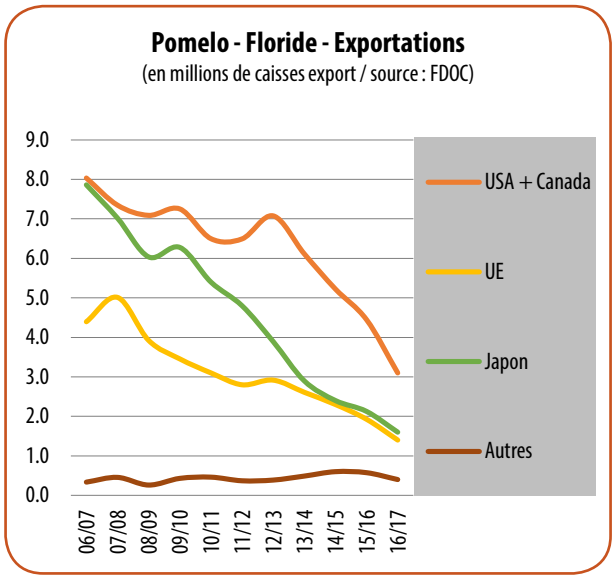
Quid des perspectives à moyen terme ? Si le marché du citron risque fort de tourner jaune moutarde, celui du pomelo devrait plutôt rester jaune d'or. Décroissance structurelle de la production floridienne oblige, l'ouverture des marchés japonais et européens devrait être encore plus large qu'aujourd'hui. Par ailleurs, comme déjà détaillé précédemment, les marchés de diversification d'Asie connaissent un réel développement. Côté production, c'est le calme plat. La vague d'arrachages a pris fin en Afrique du Sud (environ 1 800 ha éliminés entre 2013 et 2015). Néanmoins, le verger stagne à 7 700 ha et vieillit. L'Argentine, ex-acteur d'importance sur le marché international, a vu fondre son verger de moitié entre la fin de la décennie précédente et 2014. Les 5 400 ha encore en place sont actuellement réservés au marché local. Le pomelo n'est pas une spécialité chilienne ni uruguayenne, pays où le verger stagne entre 100 et 200 ha. Alors, faut-il replanter du pomelo ? La question se pose. Il faut néanmoins aussi considérer d'autres paramètres, et l'érosion structurelle de la consommation n'est pas le moindre. Par ailleurs, des volumes significatifs sont aujourd'hui encore mis à l'industrie (de 150 000 à 200 000 t environ en Afrique du Sud). Enfin, le calendrier de commercialisation est assez étroit. S'il tend à s'élargir en début de saison, la présence mexicaine est désormais nette fin août.

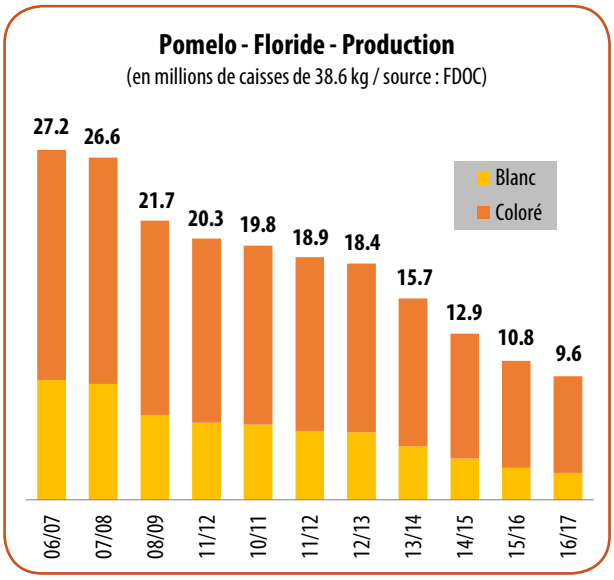
© Régis Domergue

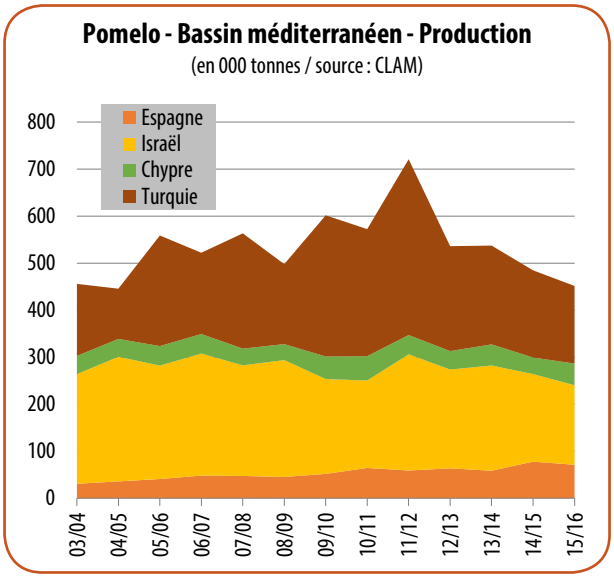
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite











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

Litchi

Un dossier préparé par
Pierre Gerbaud

Sommaire

p. 58 Madagascar : une campagne bénie des dieux ?

p. 66 Afrique du Sud : médiocre campagne

p. 67 Mozambique : dans le sillage de l'Afrique du Sud

p. 68 Ile Maurice : augmentation des exportations

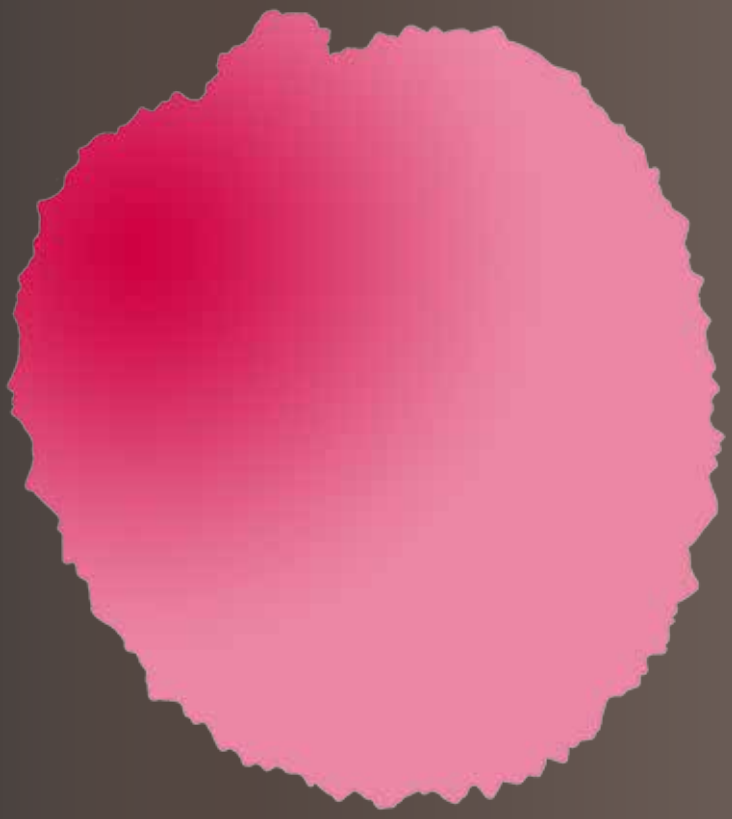
p. 69 Israël : un timide retour

p. 70 La Réunion : une explosion quantitative

p. 72 Défauts de qualité du litchi

p. 74 La culture du litchi

p. 78 Les variétés de litchi



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

fruit attraction

INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR THE FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRY

18-20 OCTOBER 2017
MADRID-SPAIN

ORGANISED BY:
FEPEX
IFEMA Feria de Madrid

THE **MUST-ATTEND EVENT** WHERE **FRESH PRODUCE** MEETS **WORLWIDE TRADERS**

QUALITY · DIVERSITY · INNOVATION · KNOWLEDGE

- **+ 45,000** m2 of Fresh Produce Industry offer
- **+ 60,000** Trade Participants from **110** countries
- **+ 1,500** Exhibitors
- **+ 200** international Experts and Speakers

MEET THE FRESH PRODUCE INDUSTRY AT FRUIT ATTRACTION

Get your badge now!

www.fruitattraction.ifema.es
facebook.com/fruitattraction @FruitAttraction
#FruitAttraction2017

IFEMA Feria de Madrid
(+34) 91 722 30 00
fruitattraction@ifema.es

SEE YOU IN:
MAC fruit attraction
THE WORLD'S INTERNATIONAL FRESH PRODUCE TRADE SHOW BRAND
CHINA · SHANGHAI · 22-24 NOV. 2017

Litchi Madagascar

Une campagne bénie des dieux ?

Depuis la restructuration de la filière malgache du litchi, il y a maintenant six ans, les campagnes se sont succédé de façon toujours positive pour les opérateurs amont et aval et, par conséquent, pour les consommateurs. La campagne 2016-17 n'a pas démenti la tendance, dont la pérennité semble de plus en plus éprouvée. On connaît les aléas et obstacles que rencontre toute filière agricole, qu'ils soient d'ordre naturel ou commercial. Pourtant, il semble que la filière du litchi malgache ait été épargnée depuis plusieurs années, échappant aux vicissitudes dont elle était coutumière avant 2010. La campagne 2016-17 constitue sans doute l'une des plus belles réussites de cette filière. Son déroulement traduit une organisation maîtrisée à laquelle s'ajouteraient des éléments extérieurs particulièrement favorables.

Une campagne avion plus ample

Avec une estimation de 370 t exportées, la campagne 2016-17 marque un certain retour de Madagascar parmi les premiers fournisseurs de litchi avion du marché européen. La part des litchis avion ne cessait de diminuer ces dernières années, sous les coups répétés de la compétitivité des origines voisines sur ce créneau spécifique. Supérieure à 500 t en 2010-11, cette part s'était progressivement érodée jusqu'à l'an passé, où elle avait totalisé 300 t, son score le plus bas. La campagne avion, qui ouvre la saison, s'avère toujours complexe compte tenu du nombre d'origines, de produits, de qualités, de volumes expédiés sur le marché européen sur une période somme toute assez courte. Les trois à cinq semaines de commercialisation des litchis avion sont particulièrement disputées avant l'arrivée des premiers litchis bateau, qui donnent à la campagne un tout autre profil. Les exportations ont démarré début novembre. Cette période est souvent transitoire entre des approvisionnements de saison et l'entrée dans la contre-saison européenne, où l'on voit se développer les importations de fruits tropicaux pour compléter la gamme de fruits de conservation encore disponibles. On pourrait, dans ce contexte, penser que le litchi trouverait rapidement un vaste créneau commercial. C'est, en effet, un fruit facile à déguster, savoureux et apprécié des consommateurs. Mais les quantités réduites au regard des produits concurrents et son image de fruit festif limitent sa consommation. Le litchi avion reste un produit cher au stade détail et donc peu démocratisé. Sa consommation est d'autant plus freinée que les consommateurs savent, par expérience, qu'ils pourront trouver des litchis à des prix nettement plus attractifs durant les fêtes de fin d'année.

© Henri Vannière

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

VI INTERNATIONAL EXHIBITION FOR THE FRESH PRODUCE INDUSTRY IN UKRAINE AND CIS COUNTRIES

Kiev, Ukraine

FRESH BUSINESS EXPO 2017

5 - 7 DECEMBER 2017

International Exhibition Centre (IEC)

CONTACTS:

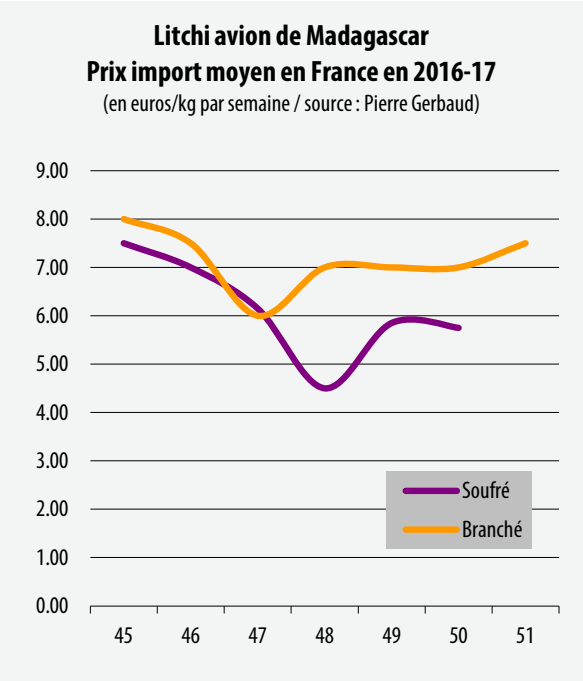
Nova Exhibitions B.V.
P.O. Box 257| 3740 AG Baarn | The Netherlands
Tel: +31 85 401 73 97
E-mail: info@nova-exhibitions.com

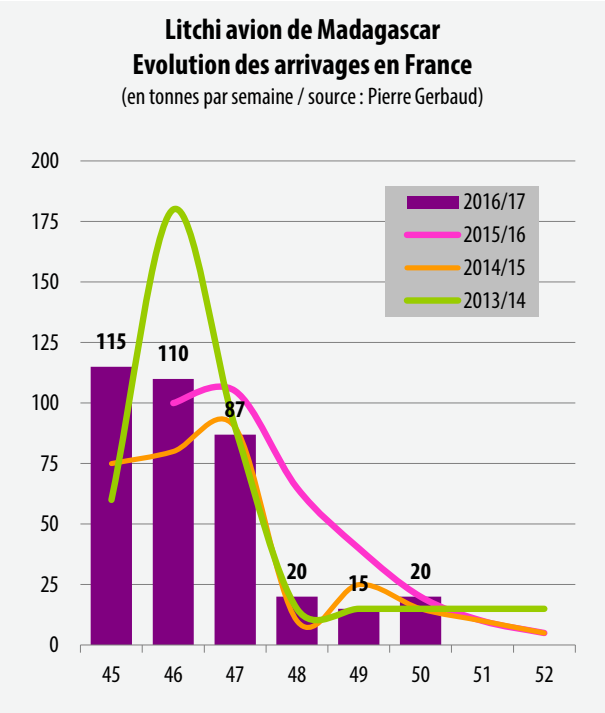
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

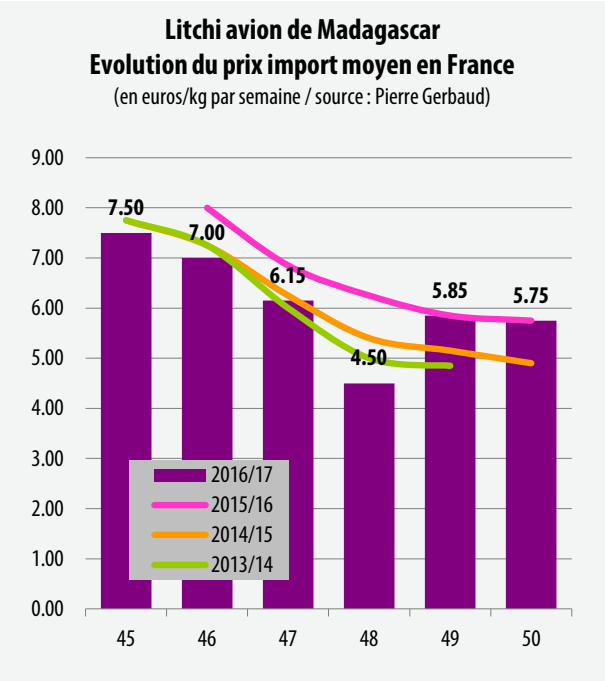
www.freshbusiness-expo.com

La récolte a été très précoce, encore plus en termes de volumes que les années précédentes, elles-mêmes précoces. Dès la semaine 45, les tonnages disponibles sur le marché européen étaient conséquents. Madagascar, qui bénéficiait d'une production importante, ouvrait la campagne avec des vols charters. En trois semaines de campagne, les exportateurs malgaches exportaient 65 t de plus qu'en quatre semaines l'année précédente. Poussés dans leurs retranchements les années antérieures à cause d'un prix de revient supérieur, les opérateurs de Madagascar palliaient, cette année, leur manque de compétitivité par des exportations anticipées par rapport aux autres origines et immédiatement massives. Les prix de vente baissaient selon le même profil que les campagnes précédentes, à la différence près que les volumes les plus importants s'écoulaient alors que les prix étaient encore soutenus et la pression concurrentielle moins forte. En semaine 47, les volumes chutaient au moment où les prix s'affaissaient. Il ne restait plus jusqu'en fin de campagne que quelques expéditions de litchis frais dirigés vers une clientèle d'amateurs à des prix stables et soutenus.

En plus de reconquérir des parts de marché, la stratégie de la filière malgache a évité en partie l'affrontement direct avec les autres origines, toujours préjudiciable au niveau des prix pratiqués. Cette esquive favorable cette année ne sera peut-être pas renouvelable, puisqu'elle dépendait étroitement de la précocité et de l'importance des quantités de fruits exportables en tout début de campagne.







© Guy Bréhinier

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

Le marché de la banane, et bien plus, en un seul ouvrage

- Les ressorts et les grandes tendances du commerce bananier mondial
- 17 fiches détaillées sur les principaux pays producteurs et exportateurs
- 10 fiches sur les principaux marchés mondiaux d'importation
- Les fondamentaux de l'agronomie et du post-récolte
- et aussi toutes les statistiques indispensables, l'histoire du commerce mondial, etc.

Prix : 100 €HT

Disponible en 3 langues : français, anglais, espagnol

Commandez en ligne à l'adresse

http://www.fruitrop.com/FruiTrop-et-Autres-Publications

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

Une campagne bateau idéale ?

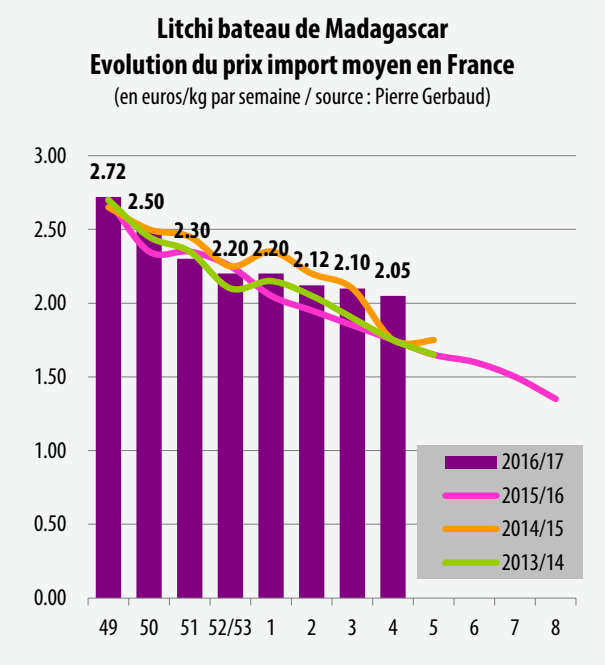
Les organisateurs de la campagne de commercialisation du litchi de Madagascar ont poursuivi cette année la consolidation de la filière. Déjà opérationnels depuis cinq ans, la surveillance et les contrôles des aspects sanitaires des exportations ont été au centre des préoccupations des opérateurs. Il s'agissait de faire évoluer la certification GlobalGap, dont bénéficient les exportateurs, en adoptant les nouvelles mesures en matière de risques des pratiques sociales (Grasp). La démarche a été entreprise par plusieurs structures d'exportation, qui devraient constituer un moteur pour la filière malgache dans les années à venir. Un autre volet de la certification a également été développé avec la mise en place de groupements de producteurs qui, par leur accès à la certification (à l'instar de la filière haricot au Kenya), devraient permettre une meilleure traçabilité des fruits.

En ce qui concerne les aspects commerciaux, les opérateurs ont modulé leurs exportations en tentant de corriger les inadaptations offre/demande observées au cours des campagnes précédentes. Si les volumes globaux ont peu ou prou été identiques à ceux de 2015-16, leur répartition s'est un peu modifiée. Ainsi, la campagne avion a été déclenchée plus rapidement et plus amplement que précédemment. Il en a été de même pour la campagne bateau, avec un programme de deux navires conventionnels comme les années antérieures. Le principal changement s'est produit en fin de campagne avec les fruits transportés par conteneurs. Les volumes de cette dernière phase de campagne ont été réduits de plus de 500 t, allégeant le marché généralement moins dynamique en janvier-février et confronté à la concurrence sud-africaine.

Cette stratégie a été d'autant plus efficace qu'elle a bénéficié d'un faisceau convergent de facteurs extérieurs particulièrement favorables :

- La grande précocité de la production, alliée à un calendrier propice, a constitué le cadre idéal pour le bon déroulement de la campagne. Entre l'arrivée du premier navire conventionnel et la fin de l'année, les importateurs ont profité de quatre week-ends de ventes, cas rarement observé. Cette convergence d'éléments positifs a permis d'écouler les cargaisons des deux navires conventionnels en fin d'année. Là encore, ce phénomène reste exceptionnel. Lors des campagnes précédentes, il restait toujours un reliquat plus ou moins important de fruits des navires conventionnels en début d'année, alors que les premiers conteneurs arrivaient en Europe, provoquant une distorsion interne à la filière entre les fruits issus de stockage et les fruits d'arrivage. Etant donné que les opérateurs avaient limité leurs expéditions en conteneurs, la fin de campagne généralement lourde, longue et peu intéressante économiquement s'est révélée rapide et plus stable en termes de prix. En résumé, les litchis de Madagascar se sont écoulés à des cours plus élevés pour des quantités supérieures pour les fruits avion en début de saison et à des prix moins bas pour des quantités inférieures en fin de période.

© Henri Vannière



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

Weekly banana market report

Toutes les semaines, un suivi du marché européen complet pertinent

- Tendance en production
- Point détaillé sur les principaux marchés européens
- Prix import détaillés par marché
- Approvisionnement

Prix de l'abonnement annuel : 3 000 €HT

(environ 48 numéros par an)

Expédié par email le jeudi

Contact : info@fruitrop.com

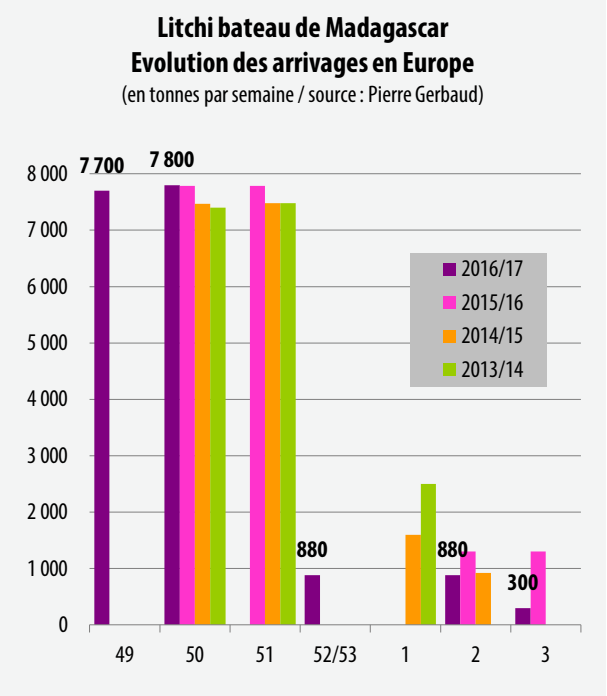
ou www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe

FRuiTROP weekly

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

- La précocité de la production ne saurait, à elle seule, expliquer les bons résultats de la campagne 2016-17. Les conditions météorologiques durant la floraison et la fructification des litchis ont été bonnes, mais un manque de précipitations dans le mois précédant la récolte a limité la croissance des fruits. Néanmoins, on retiendra que la qualité a été particulièrement satisfaisante cette année. Le diamètre des fruits est resté hétérogène, mais la qualité gustative a été unanimement reconnue ainsi que la bonne tenue dans le temps. Ces deux aspects ont vraisemblablement constitué les meilleurs arguments promotionnels pour les litchis de Madagascar. Bonne qualité organoleptique et belle coloration des fruits ont accompagné les ventes tout au long de la campagne, venant contredire les sentiments recueillis depuis plusieurs années sur leur goût insipide et leur couleur souvent peu attrayante. On ne peut que se réjouir de ce constat, mais ce phénomène se reproduira-t-il dans l'avenir, est-il simplement reproductible ou n'est-il que le fait d'une coïncidence passagère ?

- La qualité des litchis malgache a entraîné d'heureuses réactions au-delà de l'appréciation des consommateurs. Les acheteurs se sont plus volontiers portés vers les fruits malgaches qu'il délaissaient plus rapidement les années antérieures du fait de leur manque de saveur. Et sur le plan commercial, cette qualité des fruits s'est avérée, semble-t-il, une arme redoutable à l'égard de la concurrence et particulièrement celle d'Afrique du Sud. Les fruits sud-africains ont été moins savoureux que les années précédentes et surtout d'une moins bonne tenue. Cela a permis le maintien de prix de vente plus élevés pour les fruits malgaches en fin de campagne et un écoulement rapide. La campagne de commercialisation s'achevait précocement comme elle avait commencé, mais dans de bonnes conditions de vente.



- L'organisation de la campagne demeure également un facteur capital de la commercialisation du litchi de Madagascar. A eux seuls, les éléments externes cités ci-dessus n'expliquent pas les bons résultats de cette campagne emblématique. Ils ont, certes, apporté le « je ne sais quoi » et le « presque rien » qui font la réussite d'une saison, mais ne remplacent pas le travail constant, moins visible, des opérateurs. La logistique constitue aussi une des étapes incontournables de la campagne litchi. Il en est rarement question dans la mesure où elle ne fait pas l'objet de perturbations, comme ce fut le cas dans un passé plus lointain. Elle s'améliore au fur et à mesure des années par le contrôle strict des matériels de transport, le suivi technique des acheminements et l'amélioration des pratiques et matériels de manutention des marchandises.

Avec un total exporté estimé à 17 930 t en 2016-17, Madagascar demeure le premier fournisseur de litchi frais du marché européen. Ce total est en un léger recul d'environ 550 t par rapport à l'année dernière, mais ce volume n'est-il pas celui qui, lors des campagnes antérieures, se vendait mal ou était en partie écarté de la commercialisation pour des raisons qualitatives ? A 100 t près, les quantités acheminées par navires conventionnels n'ont pas changé (15 500 t contre 15 570 t), mais ce sont celles transportées par conteneurs qui ont été réduites de façon plus marquée avec 2 060 t contre 2 600 t. On retrouve là les volumes dont la commercialisation en fin de campagne reste la plus difficile et sans doute la moins profitable pour les opérateurs.

Les conditions exceptionnelles de la campagne 2016-17 se reproduiront-elles lors de la prochaine campagne ? C'est ce qu'on peut espérer de mieux pour cette filière. Mais malheureusement, son histoire tend à montrer que chaque saison se distingue de la précédente et qu'il n'existe pas de règle immuable, surtout pour les facteurs exogènes dont on voit ici toute l'importance... ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com

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

Une ombre au tableau ?

Le déroulement des campagnes litchi est souvent perturbé par un phénomène extérieur plus ou moins préoccupant. On se souvient, dans le désordre, des modifications d'itinéraires maritimes pour raisons de sécurité à l'approche du canal de Suez, d'épidémies de peste à Madagascar dont on craignait l'éventuelle propagation par le biais des exportations de fruits, etc. Cette année aussi a eu son lot d'imprévus. En février, le quotidien « Le Monde » titrait : « En Inde, l'énigme résolue d'une maladie mortelle » (2 février 2017).

Chaque année à pareille époque (mai à juillet), les services de santé du Bihar, état du nord de l'Inde, déplorent le développement d'une épidémie d'encéphalopathies infantiles aiguës provoquant la mort d'enfants, principalement âgés d'un à cinq ans. Des chercheurs scientifiques indiens, américains et européens étudient ce phénomène depuis les années 1990 sans trouver de réponse satisfaisante sur son origine. La piste des maladies infectieuses a été peu à peu écartée et les scientifiques ont fini par identifier la source du mal. Ce serait le litchi qui provoquerait cette épidémie. Il a été vérifié que, dans certaines conditions d'absorption, le fruit pouvait engendrer cette maladie. Des jeunes enfants passant dans les vergers en consommeraient beaucoup, notamment des fruits qui ne seraient pas mûrs. Ceux-ci contiennent à ce stade des toxines qui, en l'absence de repas postérieur, déclencheraient des troubles du comportement, des vomissements évoluant souvent vers un coma. Des cas similaires ont été décrits au nord du Vietnam. Ce phénomène n'a pas été mentionné à Madagascar.

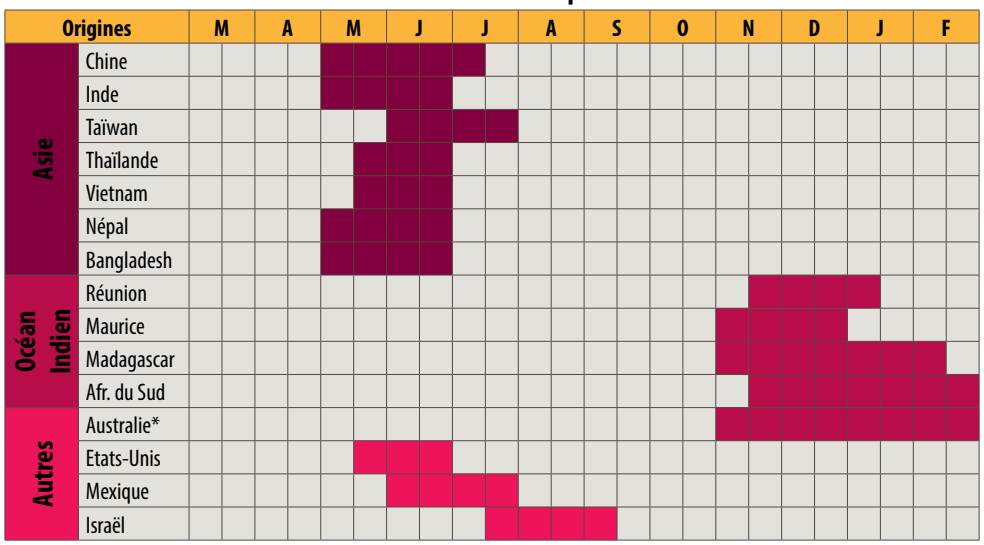
Outre l'aspect dramatique de ces évènements, leur exploitation par certains médias pourrait avoir des effets très négatifs sur la commercialisation du fruit, alors que les risques pour le consommateur européen sont, a priori, nuls. Des articles aux titres accrocheurs, du type « le litchi tue », sont apparus dans les semaines suivant la parution de l'article du « Monde », souvent amputés de l'explication complète sur la relation entre le fruit et la maladie. Autant dire que ces raccourcis pourraient nuire aux campagnes litchi. Comme les articles sont sortis après la fin de la campagne 2016-17, celle-ci n'en a guère souffert et le temps qui la sépare de la prochaine est suffisamment long pour minimiser les éventuelles retombées. Toutefois, il conviendra que les opérateurs de la filière de Madagascar restent vigilants sur ces informations potentiellement dangereuses pour leurs activités.

Litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille, carambole, fruit de la passion, pitahaya — Importations de l'UE

Tonnes	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17*
Total général	**25 037**	**22 287**	**17 661**	**21 816**	**21 714**	**21 760**	**22 827**	**21 624**
Madagascar	19 750	17 715	14 040	16 220	17 430	17 790	18 475	17 930
Afrique du Sud	3 340	2 660	2 000	3 600	2 450	2 030	2 900	1 500
Réunion	240	400	200	420	540	460	440	895
Maurice	115	180	110	270	140	160	150	235
Mozambique						40	55	106
Israël	447	308	622	470	270	410	100	200
Mexique	80.2	249.2	96.9	120.6	134.2	191.6	107	100
Thaïlande**	1 065	775	593	716	750	679	600	658

* Estimation / ** Hypothèse : 50 % des importations constituées de litchi / Sources professionnelles, collecte et traitement P. Gerbaud et Eurostat - code 08109020 (litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille, carambole, fruit de la passion, pitahaya)

Litchi — Calendrier d'importation



* Australie : Queensland de début novembre à fin janvier et New South Wales de début janvier à fin février

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

Litchi
Afrique du Sud
Médiocre campagne

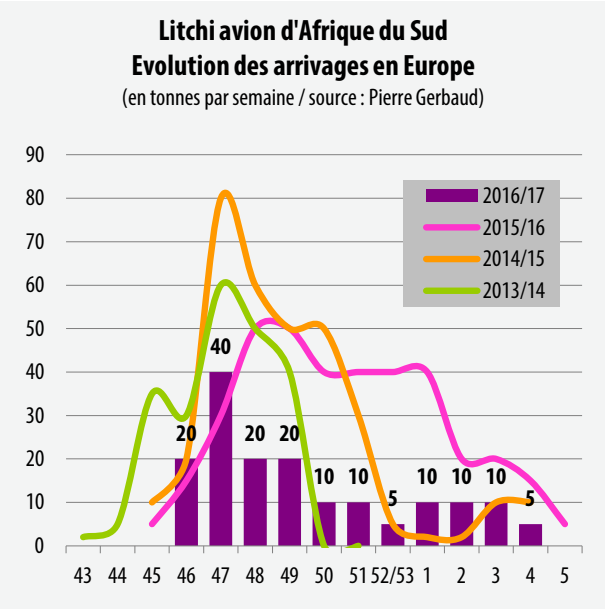
© Guy Bréhinier

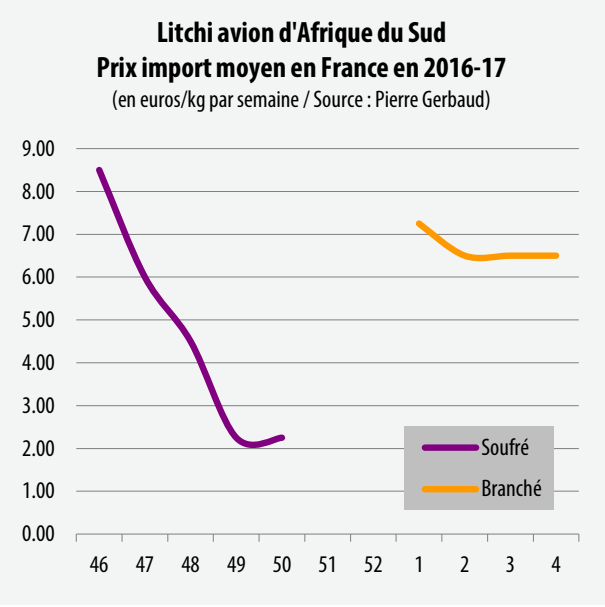
L'Afrique du Sud, seconde origine fournissant le marché européen en période hivernale, a réalisé cette année une campagne peu importante et peu homogène. Il est difficile de connaître les chiffres exacts des quantités expédiées, les rubriques douanières européennes cumulant le litchi avec plusieurs autres fruits tropicaux également exportés par ce pays. On peut estimer, sans garantie, que les exportations sud-africaines se sont situées autour de 1 500 t pour la dernière campagne, contre près de 2 900 t l'année précédente.

Les premiers lots par avion parvenaient sur le marché européen en semaine 46, en même temps que ceux des origines concurrentes. Après la vente de quelques lots de variété Fai Zee Siu à prix soutenus, les litchis Mauritius peinaient à trouver leur place sur un marché peu dynamique et déjà largement approvisionné. Lors des précédentes campagnes, les litchis sud-africains trouvaient tout naturellement leur place grâce à leur calibrage et à leur qualité gustative. Cette année, manquant de coloration et de goût, ils ont souvent été délaissés par les distributeurs et consommateurs au profit des fruits de Madagascar, qui répondaient mieux à leurs attentes en dépit de leur calibrage plus hétérogène et de leur prix parfois plus élevés. En semaine 49, la chute des prix entraînait la quasi-suspension de la campagne avion. Elle reprenait toutefois en début d'année pour quatre à cinq semaines, avec des fruits frais branchés d'abord de variété Mauritius puis, en seconde quinzaine du mois, de variété Red McLean. De belle coloration, ces produits ravivaient les résultats économiques de la campagne avion avec des prix élevés et stables. Les volumes écoulés ne permettaient sans doute pas de rattraper le retard des premières mises en marchés, mais en modéraient l'impact négatif.

La campagne bateau ne s'avérait pas meilleure. Les premiers volumes, réceptionnés en semaine 51, ont été, semble-t-il, bien inférieurs à ceux des campagnes précédentes. Les conditions météorologiques et notamment de fortes précipitations sur les zones de production ont retardé, voire empêché les récoltes. Elles ont également eu une influence sur la qualité des fruits. Les trois quarts des lots étaient composés de petits calibres, plus difficiles à valoriser. Là aussi, le manque de coloration et la saveur médiocre des fruits ont joué en défaveur du produit. De plus, leur faible tenue dans le temps, avec l'apparition de moisissures, a fini de détourner la clientèle, d'autant plus rapidement que l'offre malgache s'avérait de bonne qualité. Face à cette concurrence, la campagne sud-africaine s'achevait rapidement mi-janvier, malgré quelques lots marginaux distillés en février, mais sans reprise des cours et sans intérêt des consommateurs pour qui la saison des litchis était déjà terminée ■

Pierre Gerbaud





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

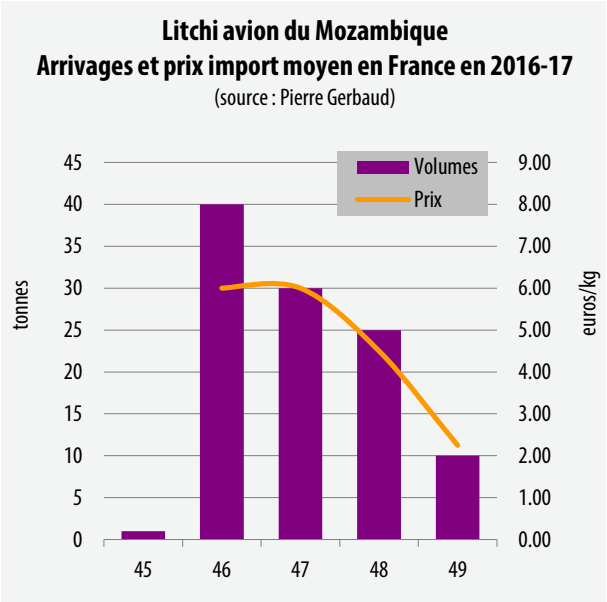
Litchi
Mozambique

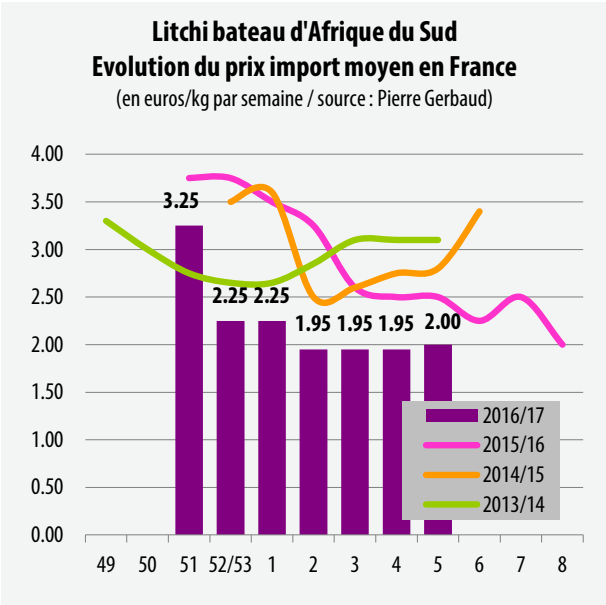
Dans le sillage de l'Afrique du Sud

© Guy Bréhinier

Pour la troisième campagne consécutive, le Mozambique a participé à la campagne de commercialisation du litchi avec un peu plus de 100 t, marquant ainsi une petite progression et un ancrage sur les marchés européens. La campagne s'est déroulée de façon similaire à celle de l'Afrique du Sud. Les cours se sont rapidement détériorés dans un contexte de vive concurrence pour des produits de qualité moyenne. Les exportations du Mozambique restent très liées à celles de l'Afrique du Sud, la plupart des structures s'intéressant au produit étant des filiales ou antennes d'entreprises sud-africaines. Le potentiel du pays est probablement nettement supérieur aux réalisations des dernières campagnes. Mais cette origine s'est récemment investie dans cette spéculation et il lui faudra encore quelques années pour s'implanter durablement sur les marchés européens. L'essor est réalisé, la consolidation doit suivre ■

Pierre Gerbaud





© Henri Vannière

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

Litchi
Île Maurice

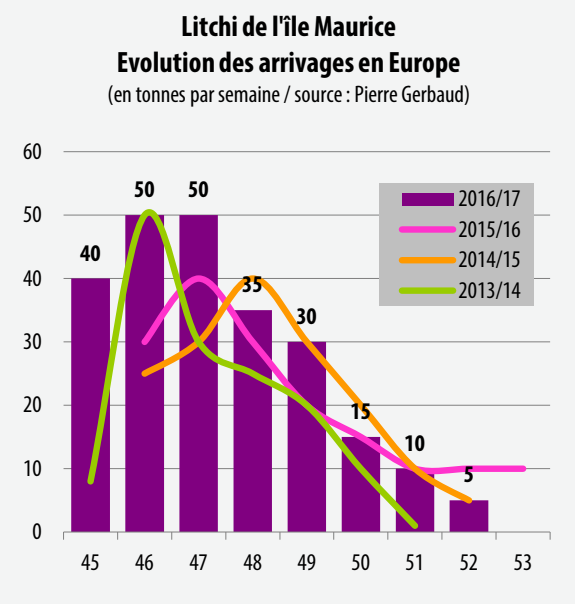
Augmentation des exportations

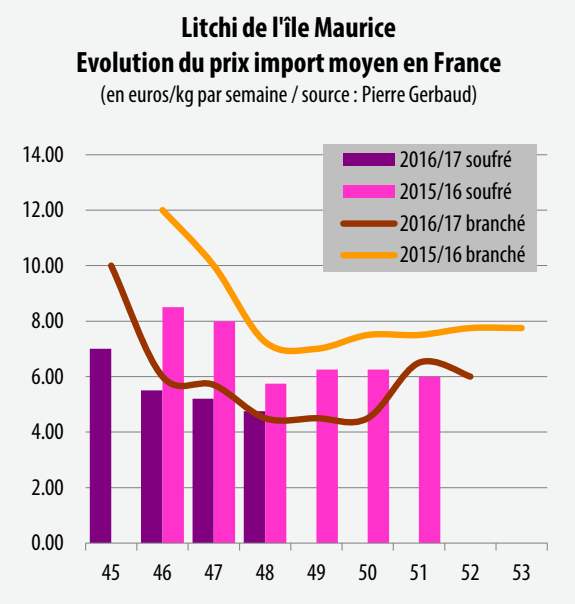
© Guy Bréhinier

Avec une estimation de 235 t exportées en 2016 contre 165 t l'année précédente, l'île Maurice confirme et conforte sa position de fournisseur complémentaire de l'Union européenne en litchi. Certes, ce pays exportateur ne participe pas au marché international du litchi au même titre que Madagascar avec ces 18 000 t exportées. Toutefois, il reste présent dans cette âpre compétition saisonnière. Plus sensible aux variations de la météo et du marché, l'île Maurice n'en demeure pas moins présente chaque année. La précocité de sa campagne avec des fruits dits « primeurs », qui constituait l'une des originalités de l'origine, a disparu au fil des ans en raison d'une précocité généralisée de l'ensemble des origines de l'océan Indien. Les exportateurs mauriciens jouent maintenant plus volontiers avec les spécificités du marché, en adaptant leur offre aux tendances du moment. L'exclusivité des exportations par avion et la rapidité de réaction des opérateurs favorisent ce positionnement particulier.

Les premiers lots mauriciens ont été réceptionnés en semaine 44. Ils étaient composés de litchis frais branchés et de litchis soufrés/égrenés. Le marché étant peu approvisionné, ces produits obtenaient un succès d'estime et s'écoulaient rapidement. L'offre s'étoffait dès la semaine suivante dans un contexte encore favorable, compte tenu des livraisons modérées des autres origines de l'océan Indien. Toutefois, les fruits manquaient de maturité et ne soulevaient pas l'enthousiasme des distributeurs et des consommateurs. En semaine 46, leur cours chutait sous la pression des volumes réceptionnés, toutes origines confondues. L'offre, qui jusque-là correspondait à la timide demande de début de campagne, dépassait largement le niveau de consommation de ce produit onéreux au stade détail dans une période encore éloignée des fêtes. Jusqu'en semaine 48, la concurrence des autres origines était particulièrement vive, avec une importante présence des produits malgaches. Les litchis mauriciens atteignaient leur apogée à la même période et se maintenaient face à la concurrence grâce à des coûts de revient plus compétitifs que ceux des pays voisins, notamment des coûts de fret aérien nettement inférieurs. A partir de la semaine 49, date d'arrivée du premier navire en provenance de Madagascar, les opérateurs mauriciens n'expédiaient plus que des fruits frais branchés, pour ne pas affronter directement ces produits moins onéreux pour les distributeurs. La campagne de l'île Maurice se poursuivait jusqu'en fin d'année avec des tonnages en forte diminution et des prix se redressant pour les fêtes de fin d'année. A l'instar des opérateurs réunionnais, les exportateurs mauriciens ont segmenté leur offre cette année en expédiant des fruits frais présentés en bouquets. Ce créneau intéresse particulièrement les détaillants qui peuvent soigner la mise en avant du produit sur leurs étals et ainsi créer une ambiance plus festive et plus proche des conditions de production du fruit ■

Pierre Gerbaud





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

Litchi Israël

Un timide retour

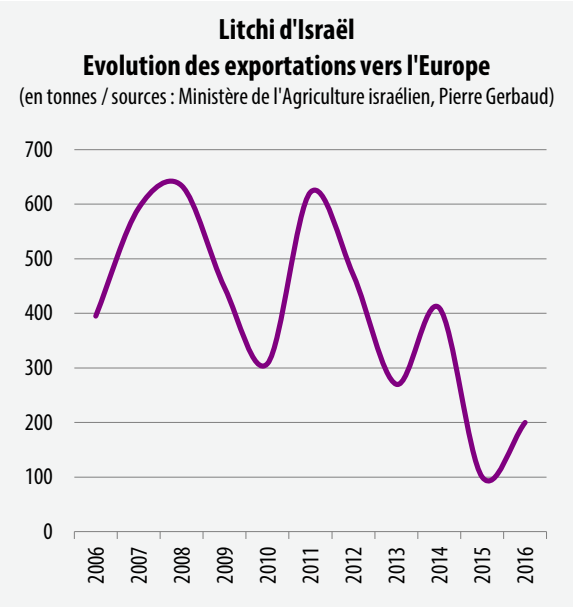
© Guy Bréhinier

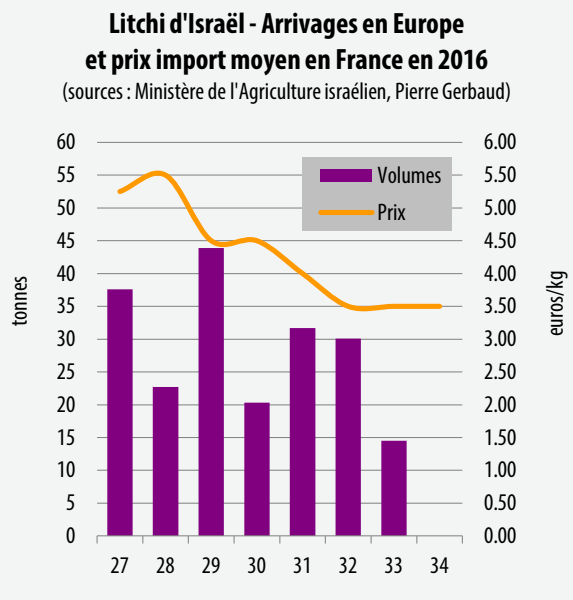
L'année 2015 avait été particulièrement difficile pour les exportations de litchi d'Israël vers le marché européen. Seules quelques dizaines de tonnes avaient été expédiées tardivement en août et septembre. Les conditions météorologiques particulièrement mauvaises semblaient avoir réduit les capacités de production de ce pays à leur plus simple expression. Déjà en baisse depuis le début des années 2000, les exportations israéliennes atteignaient là leur plus bas niveau. Disponibles en août et septembre et présentant de plus une qualité médiocre, les fruits obtenaient des prix très variables, davantage liés à leur rareté qu'à leur attrait exotique et organoleptique. 2016 marque un retour de l'origine sur les marchés européens, avec une production en progression et sur une période plus conforme pour la commercialisation du produit. Pour autant, la campagne israélienne n'est en aucun point comparable à celle de la zone de l'océan Indien en fin d'année. Il convient d'admettre que l'époque où les opérateurs cherchaient à proposer ce produit tout au long de l'année semble totalement révolue. La notion de saisonnalité reste bien marquée pour ce fruit.

Les 200 tonnes expédiées par Israël en 2016 de début juillet à la deuxième quinzaine d'août marquent un retour de l'origine par rapport à l'année précédente. Mais les quantités proposées et les prix pratiqués sur les marchés européens replacent bien le produit parmi les petits exotiques complétant une gamme plus large, et non comme un acteur dynamique des linéaires en période estivale. La promotion de ce fruit devient de plus en plus limitée durant l'été européen, où les consommateurs sont plus volontiers attirés par les fruits de saison, qui font partie intégrante des habitudes alimentaires et sont généralement abondants et bien souvent moins onéreux. Alors il ne reste plus que le créneau du commerce haut de gamme ou spécialisé dans la diffusion des produits exotiques (hôtellerie, corbeilles de fruit, épicerie de luxe) pour assurer la vente des volumes israéliens en perte de vitesse au cours de la dernière décennie ■

Pierre Gerbaud

© Clio Delanoue





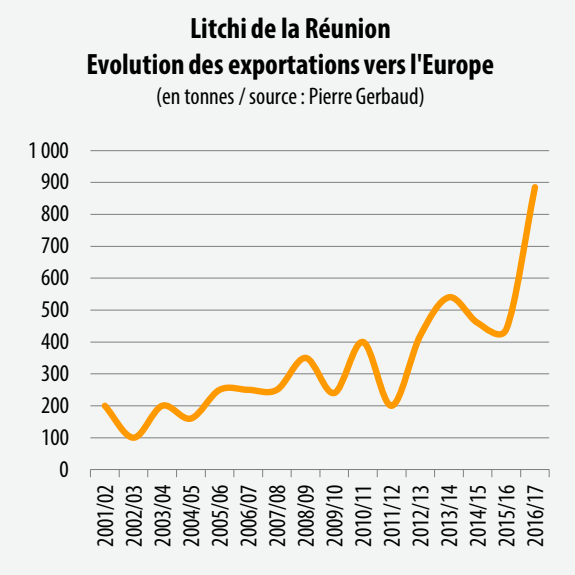
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

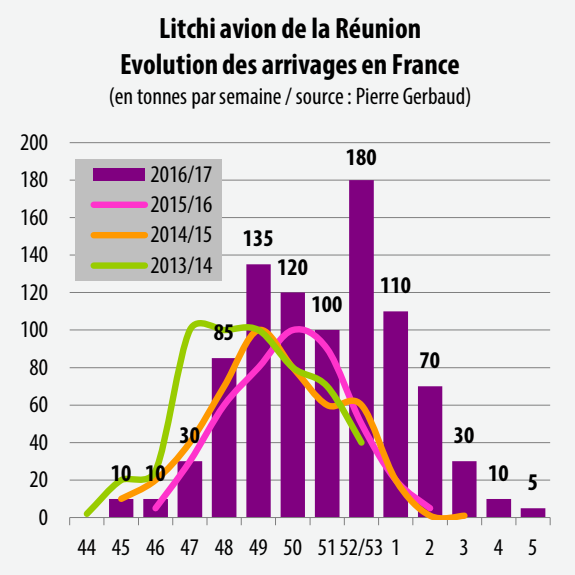
Litchi
Île de la Réunion

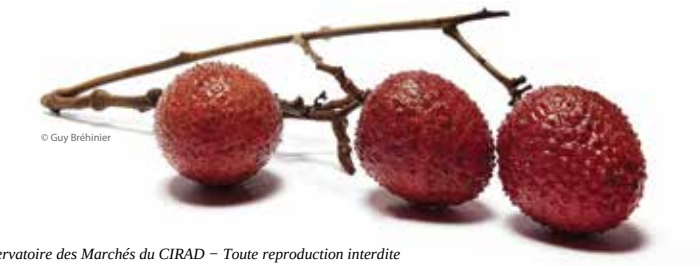
Une explosion quantitative

© Guy Bréhinier

La plus grande surprise de la campagne 2016-17 provient sans doute des réalisations de l'île de la Réunion. Après le léger recul enregistré en 2015-16 avec 440 t expédiées, la Réunion a doublé ses envois en 2016-17, totalisant 885 t d'après les estimations. Les capacités de production de ce département français d'Outre-mer ont souvent été minorées au regard des quantités expédiées chaque année vers la métropole. On n'ignorait pas qu'elles progressaient et que l'intérêt pour ce fruit était largement partagé entre le marché local, les exportations intercontinentales et une industrie de la transformation apte à absorber des volumes plus ou moins importants. En revanche, on imaginait difficilement un doublement des exportations à l'état frais. C'est pourtant ce qui semble s'être produit cette année. Comme l'ensemble des origines de l'océan Indien, la Réunion a connu un démarrage précoce de sa campagne d'exportation. Les premiers envois ont été effectués dès la semaine 45, soit une semaine plus tôt que les années antérieures. Certes, les volumes expédiés sont restés limités pendant les deux premières semaines de campagne, mais ils ont progressé plus rapidement ensuite. En semaine 47, la dégradation des conditions de marché s'avérait particulièrement marquée et on assistait à une importante chute des cours. La demande peu dynamique et l'amplification de l'offre toutes origines confondues plongeaient le marché dans une phase de marasme. La réticence des consommateurs à l'égard du produit était forte et n'évoluait pas en dépit de la baisse tarifaire. La mise en place de promotions à prix attractifs (5.95 euros/kg au stade détail) ne modifiait guère le manque de fluidité du marché. Les fruits réunionnais souffraient particulièrement de cette situation du fait de la périssabilité des litchis frais, élément accentuant encore la baisse des cours. Dans cette configuration de marché, l'écart de prix entre les différents types de présentation (égrenés, branchés, en bouquets) se réduisait.






© Guy Bréhinier

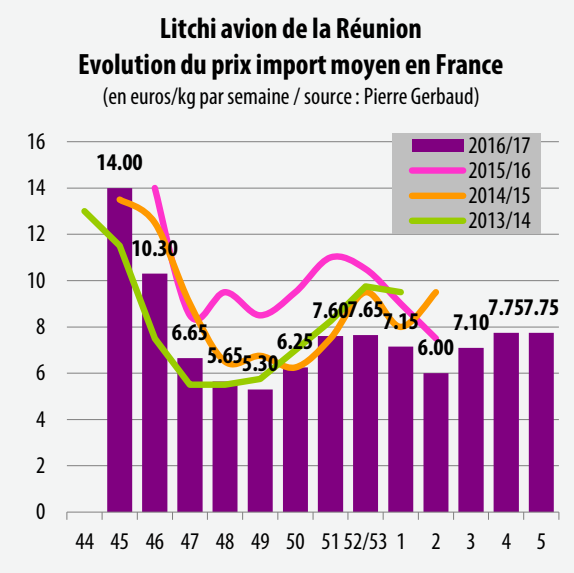
Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

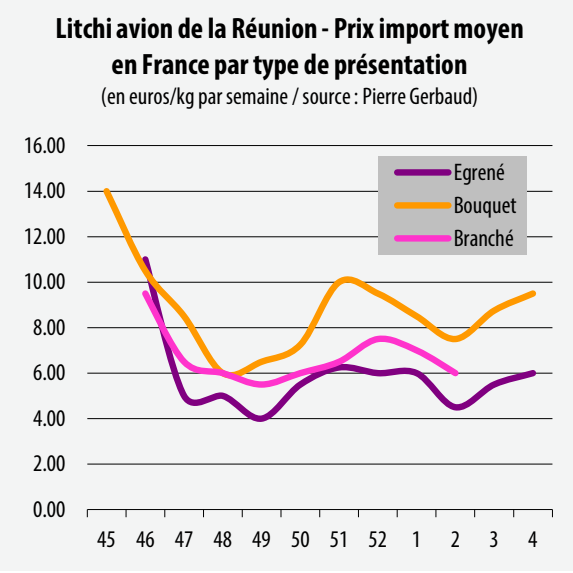
Ce n'est qu'en semaine 51, à l'approche des fêtes de fin d'année, que la demande devenait plus pressante, que les ventes s'accéléraient et que les prix se redressaient. Ces derniers restaient fermes en semaine 52 alors que les livraisons atteignaient leur point culminant. Ils s'érodaient ensuite jusqu'en deuxième semaine de janvier, alors que les volumes étaient encore substantiels. La chute des quantités expédiées en milieu de mois s'accompagnait d'une augmentation des prix jusqu'en fin de campagne.

La Réunion, qui s'était forgée au fil des ans une réputation haut de gamme avec des litchis essentiellement distribués dans les commerces spécialisés dans les fruits exotiques, a modifié sa stratégie en démocratisant quelque peu ses débouchés. Les amplitudes de prix n'ont jamais été aussi larges, avec des valeurs ponctuellement aussi basses que les produits concurrents soufrés. Cette baisse des cours n'est pas surprenante, même si, dans l'absolu, les quantités commercialisées n'ont pas été pas si importantes que cela. Les difficultés de vente et les baisses de prix qui les ont accompagnées ne doivent pas être considérées de façon isolée, mais dans un marché global où l'offre était particulièrement importante et très diverse. En doublant ses volumes, la Réunion a enregistré une diminution de 2.00 euros/kg sur les prix de vente par rapport à la campagne 2015-16. Ce manque à gagner d'une année sur l'autre n'est-il pas finalement compensé par les volumes écoulés ?

La segmentation des litchis réunionnais constitue actuellement une référence, avec des prix différenciés lorsque l'offre globale n'est pas excessive. En phase de surapprovisionnement, les différentes présentations se négocient à des tarifs distincts, mais l'écart entre eux se réduit fortement et limite sans doute l'intérêt des surcoûts occasionnés. Copiées en partie par les exportateurs de l'île Maurice mais également d'Afrique du Sud, les présentations développées par la Réunion restent encore son apanage ■

Pierre Gerbaud





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

Défauts de qualité du litchi

Fruits vieillissants - aspect terne - brunissement/dessiccation de la coque

Fruits soufflés

Fruits récoltés trop tôt

Fruits vieillissants - Ecart récolte/mise en marché trop long

Fruits soufflés

Coloration peu attractive par tri insuffisant

Oxydation de la coque de litchis frais non traités

Fruit avorté et fruit double

Coloration satisfaisante

Hétérogénéité de coloration due au soufrage et différence de calibre

Différence de calibre dans un même emballage

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

Pédoncule arraché

Développement de moisissures (*Penicillium*)

Pourriture noire (*Aspergillus* spp. et *Pestalotiopsis*) et moisissure

Points de moisissure (*Penicillium*)

Forte attaque de moisissure (*Penicillium*)

Brûlures dues au soufre et fruit double

Développement de points de moisissure (*Penicillium*)

Pourriture noire (*Aspergillus* spp.) et moisissure

Brûlures de soufre car fruits humides avant soufrage

Pourritures et moisissures ponctuelles (*Penicillium*)

Pourriture noire (*Aspergillus* spp.)

Brûlures dues au soufrage et humectation

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

Litchi

Culture

par Christian Didier

Exigences du litchi

La culture du litchi nécessite des conditions climatiques particulières, mais est faiblement exigeante du point de vue pédologique. Par ailleurs, le litchi est très peu sujet aux maladies à virus.

Zones de culture

Le litchi demande un climat chaud et humide. Pour fleurir, il a besoin d'une période de repos végétatif induite par une saison fraîche et sèche. Dans certaines zones humides, une faible diminution de la température et de l'hygrométrie peut induire la floraison. De l'apparition des hampes florales jusqu'à la récolte, une bonne alimentation hydrique est indispensable.

Brise-vent

L'emplacement du terrain doit permettre un bon éclairement. Il faut éviter les zones de bas-fonds mal drainées et les fortes pentes, frein à la mécanisation des travaux d'entretien. Le terrain doit être abrité des vents dominants et des embruns salés en bord de mer. En l'absence de protection naturelle (relief, végétation), on implante des brise-vent autour de la parcelle, mais aussi à l'intérieur si celle-ci est très vaste ou très exposée. Constitués d'arbres à développement rapide, possédant un bon ancrage au sol (filao, shisham, acacia et autres), ils sont plantés en ligne dense et nécessitent un entretien (fumure, irrigation, taille). Un espace suffisant doit leur être réservé. Autant que possible, les brise-vent sont implantés un an avant la mise en place des litchis, afin que ceux-ci bénéficient de leur protection dès la plantation. Un brise-vent offre une protection sur une distance égale à dix fois sa hauteur. Dans les terrains en pente, il est préférable de les resserrer. Dans les cas extrêmes, ils sont parfois inopérants.

Sols

Le litchi s'adapte à de nombreux types de sol, mais préfère les sols légèrement acides (pH 5.5 à 6.5, et 8 et au-delà dans certaines zones de l'Inde), riches en matière organique, profonds et bien drainés. Bien que le litchi supporte de vivre temporairement « les pieds dans l'eau » aux abords des rivières, une immersion prolongée peut se révéler néfaste. Le drainage est d'autant plus important que le litchi est cultivé dans des zones à pluviométrie élevée et souvent dans des bas-fonds protégés du vent.

Création des vergers

Préparation du sol

Il faut éviter de planter sur une défriche récente où les débris de souches et de racines favorisent le développement de pourridiés. Si nécessaire, on s'assure du drainage de surface par nivellement et en profondeur par l'intermédiaire d'un réseau de fossés. Si la culture est mécanisable, on réalise un sous-solage profond puis un labour, après apport éventuel de fumier et d'engrais phosphaté et potassique (selon analyse du sol). Dans le cas d'une plantation au trou, les apports d'intrants se feront à ce niveau.

Plants

Les plants sont obtenus par marcottage aérien d'arbres repérés pour leur qualité sanitaire et leur productivité. Les marcottes, obtenues pendant la saison chaude et humide à partir de rameaux mesurant 10 à 15 mm de diamètre et 0.50 à 0.70 m de long, ont une nécrose racinaire réduite au point de coupe qui cicatrise rapidement. De plus, leur système racinaire est mieux équilibré avec la partie aérienne. Après sevrage, afin de garantir leur reprise, les marcottes sont cultivées en pots, en pépinière, pendant 3 à 4 mois avant d'être transplantées en verger.

Densité de plantation

Le litchi est un arbre à grand développement. Dans le contexte actuel, les distances de plantation sont de 10 x 10 m ou 8 x 10 m, soit une densité de 100 ou 125 arbres à l'hectare. Cependant, pour une culture plus intensive, on peut envisager des plantations à 8 x 6 m (208 arbres/ha) ou 8 x 5 m (250 arbres/ha). Dans ce cas, une taille annuelle est obligatoire. Le verger pourra être éclairci en rabattant progressivement les arbres quand ils commenceront à se gêner, puis, en l'absence de méthode de taille efficace, en supprimant un arbre sur deux sur la ligne.

Plantation

Planter selon un tracé strict : les arbres doivent être parfaitement alignés dans chaque sens. Si la culture n'est pas mécanisée, il faut creuser à l'emplacement de chaque plant un trou de 0.8 x 0.8 x 0.8 m (500 litres). On mélange ensuite à la terre extraite environ 2 kg de sulfate de potassium + 2 kg de phosphate naturel + 25 à 30 kg de fumier bien décomposé, puis on rebouche le trou avec le mélange. A la suite des apports de fumier et du foisonnement de la terre, celle-ci forme une légère butte. Les plants sont mis en place sur la butte et tuteurés. Les marcottes sont plantées inclinées dans le sens contraire du vent et tuteurées. Elles offrent ainsi moins de prise au vent et développent un meilleur enracinement. Les plants doivent être, dans tous les cas, abondamment arrosés après la plantation. Dans les zones fraîches, les plants doivent être abrités durant l'hiver qui suit la plantation.

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

Entretien des vergers

Taille de formation

Comme pour les autres espèces fruitières, on cherche à former l'arbre sur un tronc unique d'où partiront des charpentières étagées et régulièrement réparties. Pendant les premières années, il faut éviter la formation de ramifications du tronc ou des branches charpentières formant un angle très fermé selon la tendance naturelle du litchi. Ces ramifications constituent des points de grande faiblesse en cas de vents violents.

Entretien du sol

Pendant les premières années, le sol doit être nu sur les lignes de plantation ou alors sous les frondaisons. La végétation spontanée des interlignes doit être maintenue rase. Eventuellement, des cultures intercalaires à cycle court et à faible développement peuvent y être implantées pendant les trois premières années et conduites de façon à ne pas gêner les arbres.

Irrigation

Le litchi est très sensible au stress hydrique pendant toute la période de croissance des fruits et la phase de développement végétatif qui suit la récolte. En cas de déficit hydrique, il sera nécessaire d'irriguer. Un stress hydrique pendant la nouaison entraîne une chute importante de fruits. Différents systèmes d'irrigation peuvent être envisagés. L'irrigation localisée par microjets donne satisfaction. La quantité d'eau à apporter est d'au moins 200 mm/mois (suivant le type de sol, l'âge des arbres, la climatologie, etc.).

Taille d'entretien

Les fruits sont regroupés sous forme de « grappes » situées à l'extrémité des branches. Ces dernières sont « cassées » au moment de la récolte. Cependant, cette pratique ne permet pas de contrôler le volume des arbres. L'élimination du bois sec, des petites branches internes et de branches qui empêcheraient les rayons du soleil de pénétrer dans l'arbre est préconisée. Le litchi ayant une croissance rapide devient vite exubérant. De ce fait, les arbres doivent être contrôlés. Pour ce faire, une taille annuelle est pratiquée juste après la récolte. L'arbre est généralement trop dense. Le but est de l'aérer en permettant à la lumière d'éclairer le maximum de la frondaison et de maintenir l'arbre à une hauteur convenable pour une récolte plus facile. Le résultat final de la taille doit donner un arbre en forme de dôme.

Fertilisation

La fertilisation est un facteur important. Elle favorise une bonne poussée végétative après la récolte et compense les exportations minérales dues aux fruits. Après la période de croissance végétative active qui dure environ quatre mois, le litchi a besoin d'une courte période de stress (nutritionnel, hydrique, thermique ou autre) pour permettre l'induction florale.

La dose d'apport est modulée selon la date d'apport :

- après la récolte : 1/2 de la dose ;
- à l'apparition des panicules : 1/4 de la dose ;
- après la chute physiologique : 1/4 de la dose.

Les engrais sont appliqués au sol sous et en limite de frondaison. Les oligo-éléments sont appliqués par pulvérisation foliaire au moment de la nouaison (bore, calcium).

Récolte

La récolte traditionnelle est effectuée manuellement, en stockant les « grappes » de fruits branchés dans des ballots ou des caisses de 10 à 15 kg, afin d'éviter que les fruits du fond soient écrasés. Ces sacs artisanaux permettent de garder une bonne humidité autour des fruits et d'éviter leur dessèchement. Afin de ne pas écraser les fruits, il est préférable d'utiliser des caisses en plastique légèrement ajourées. Pour éviter la décoloration de l'épiderme résultant de son dessèchement, le traitement des fruits et leur mise en marché seront rapides. Le litchi étant non-climactérique, il ne connaît pas d'évolution notable de ses caractéristiques biochimiques après récolte, à part une dégradation progressive. La maturité du fruit est généralement estimée par la coloration et la texture de la peau et aussi par la dégustation. Il est estimé qu'un ratio extrait sec soluble/acidité compris entre 2.1 et 2.7 correspond à une qualité optimale.

Litchi - Apports préconisés en grammes par arbre

Années	Azote	P	K	MgO
1	50	10	40	15
2	80	10	60	20
3	140	30	105	40
4	210	45	160	55
5	230	65	265	80
6	380	85	345	105
7	470	105	430	125
8	570	125	520	155
9	670	150	610	180
10 ans et +	920	210	840	240

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

Maladies et ravageurs

Avertissement : les traitements sont appliqués selon la réglementation en vigueur dans le pays de production et dans celui de destination.

Principaux ravageurs des fruits

- *Cryptophlebia peltastica* et la mouche des fruits

  Le *Cryptophlebia* pond ses oeufs sur le fruit immature. La larve, une petite chenille, pénètre dans le fruit jusqu'à la graine où elle fait sa nymphose. Cette blessure constitue une porte d'entrée pour d'autres parasites, notamment des champignons et des drosophiles.

Principaux ravageurs du feuillage

- Cochenilles

  Elles peuvent infester les fruits, les feuilles, les tiges, les branches et le tronc. Lorsqu'elles sont nombreuses, elles entraînent le dessèchement des feuilles et des rameaux. Généralement, à la place des piqûres, les feuilles se marquent de taches jaunes. La fumagine est souvent associée à l'infestation de cochenilles.

- Acariens : *Aceria litchi* (Erinose)

  C'est une peste importante en Inde et en Chine, qui attaque les fleurs et les feuilles. Les feuilles se recroquevillent et se recouvrent d'une pellicule brune sur la face inférieure.

Ravageurs du tronc et des branches

- Chenilles mineuses de l'écorce (*Indarbela quadrinotata* et *I. tetroanis*)

  Très communes en Inde. Les ravages sont provoqués par les larves qui rongent l'écorce et forent le tronc, limitant la circulation de la sève et affaiblissant la croissance.

- Borers du tronc : *Salagena* spp.

  Les larves se nourrissent de l'écorce et du bois des arbres. L'arbre atteint ne meurt pas, mais les branches dépérissent. Traitement : ces larves peuvent être contrôlées en bouchant les trous avec du coton imbibé d'insecticide systémique.

- Thrips

  Dolicothrips indicus et *Magalurothrips usitatus* entraînent des dommages aux fleurs. *Selenothrips rubrocinatus*, *Heliothrips haemovoidalis* et *Franklinella cephalica* provoquent le dessèchement des fleurs et des feuilles.

Maladies

- Root rot (pourriture des racines)

  Elle est provoquée par un champignon : *Clitocybe tulescens*. De nombreux dégâts sont signalés en Floride. *Botryodiplodia theobromae* peut provoquer la mort soudaine de l'arbre (Australie).

- Système aérien

  Nécrose des feuilles provoquée par *Gloeosporium* spp. Se rencontre dans quelques vergers mal gérés.

C. pelastica

Mouche des fruits

Chenille mineuse de feuille

Borers du tronc

Anthracnose

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

Post-récolte et soufrage

Le litchi a la particularité de ne plus mûrir après sa récolte, aussi est-il essentiel d'attendre sa pleine maturité pour le cueillir. Mais, à température ambiante, il évolue très rapidement. En deux ou trois jours, la coque brunit, se dessèche et devient craquante. La perte de coloration provient de l'oxydation des pigments anthocyaniques, qui est une réaction irréversible. Le fruit est alors plus sensible à l'éclatement et à la contamination secondaire par des champignons.

Pour éviter sa sénescence trop rapide et permettre sa commercialisation, le litchi peut être soumis à un traitement par fumigation de soufre (anhydride sulfureux) qui a pour effet d'inhiber sa respiration et donc de lui conserver consistance et qualités organoleptiques pendant plusieurs semaines. Le soufre a une action fongicide, anti-oxydante et conserve à la coque sa souplesse. Ce traitement est applicable à des fruits égrenés ou en grappe, sains, mûrs, sans tache, sans piqûre d'insecte, ni trace d'humidité sur la coque. Le soufre brûle dans une enceinte close où sont placés les fruits. Il entraîne la décoloration de la coque qui vire au jaune, alors que sa couleur naturelle à maturité est rose-rouge. Les fruits sont ensuite à nouveau triés et conditionnés. Ils gardent cette couleur jaune aussi longtemps qu'ils sont maintenus au froid. Ils retrouvent progressivement une couleur rose ocre, voire rouge violacé, lorsqu'ils sont placés dans des conditions plus chaudes, humides et ventilées qui permettent l'élimination du soufre.

Avant soufrage

Le traitement au soufre est la pierre angulaire de la commercialisation du litchi, dans la mesure où il prolonge sa conservation et permet le transport maritime et donc les exportations de masse. Plusieurs autres fruits bénéficient de ce procédé, comme le raisin de table, les fruits secs ou encore le vin. La principale différence réside dans le fait que la coque du litchi n'est pas consommable. Le traitement au soufre est autorisé en Europe sous certaines conditions. La réglementation visant la protection de la santé des consommateurs prévoit en effet que les teneurs résiduelles de soufre ne doivent pas excéder 250 mg/kg dans la coque et 10 mg/kg dans la pulpe du fruit. De nombreuses expérimentations ont été menées pour fixer les procédures de traitement afin que ces teneurs soient respectées. Tant les professionnels que les autorités européennes portent d'ailleurs une attention particulière à ce sujet. De nombreux contrôles sont effectués tout au long de la vie du produit pour garantir le respect de la réglementation. Au demeurant, la mise en place progressive de certifications par les opérateurs renforce la traçabilité du produit et la maîtrise des opérations de traitement.

Après soufrage

Photos © Christian Didier

La poursuite de l'utilisation du soufre est périodiquement remise en cause. En effet, dans une évolution générale de la réglementation s'orientant vers la protection de la santé des consommateurs, le risque est grand de voir, au mieux, les teneurs résiduelles réduites et, au pire, le traitement suspendu. Un des rôles de la filière est donc de suivre avec attention les évolutions réglementaires sur ce point. La recherche de nouvelles méthodes de conservation peut également être un axe d'action important. Malheureusement, le poids économique global du litchi n'est pas suffisant pour mobiliser les moyens nécessaires à ces investigations, comme c'est le cas pour d'autres fruits.

La température de stockage et de transport est un autre élément essentiel du maintien de la qualité du fruit dans le temps. En effet, la mise en froid après les opérations de cueillette, de traitement et de conditionnement est assurée par le moyen de transport. A ce titre, on notera que le litchi est un des seuls fruits tropicaux à supporter des températures basses (1°C + ou - 0.5°C). La combinaison du traitement au soufre et de la mise en froid permet la bonne conservation des litchis. La baisse rapide de température à coeur du fruit est importante pour préserver sa qualité. Celle-ci doit ensuite être maintenue pour assurer la plus longue vie possible au produit. Toute rupture de la température entraîne la possible dégradation et la sénescence du fruit.

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

Litchi

Les variétés

par Christian Didier

Litchi sinensis Sonn.
Famille des Sapindacées
Origine : sud de la Chine (zone de Canton)

Il existe un grand nombre de variétés de par le monde. Nous ne retiendrons que celles rencontrées sur le marché export.

Shahi

(Muzaffarpur)

Le fruit est moyen (20 à 25 g), de couleur rose vif, en grappes. La pulpe est sucrée. C'est la variété la plus répandue dans l'Etat de Bihar en Inde. Elle est d'une très bonne qualité export, mais est sensible aux craquelures et aux brûlures du soleil. Les arbres sont vigoureux et de production régulière (80 à 100 kg par arbre).

Kwaï mi

(Mauritius, Tai So)

Le fruit est moyen (22-25 g) et de couleur rouge vif, en grappes de 12 à 30. La qualité du fruit est bonne. C'est la variété la plus répandue dans l'Océan indien. La production est régulière et peu alternante. Les arbres sont de vigueur moyenne et élancés.

Haak Yip

(Black leaf)

Le fruit est moyen (16 g), globuleux, en forme de coeur. La pulpe est très sucrée, à l'arôme de rose, d'où sa dénomination. Cette vaLe fruit est de taille moyenne (20 g), de couleur rouge foncé, en grappes de 15 à 25. La peau est lisse et dure. Les noyaux sont moyens à grands. La chair est de bonne à excellente, douce et aromatique. Elle représente 70 % du fruit. Les arbres sont de vigueur moyenne, compacts, droits et de bonne production.

Chakrapad

(Emperor)

Le fruit est gros et en forme de coeur (32 g). La peau, fine et souple, est rouge foncé avec des taches jaunes. La pulpe est modérément juteuse et peut rester légèrement acide. Le noyau est assez gros. Les arbres sont de vigueur moyenne, à port érigé, avec de longues branches et un feuillage dense.

Rose scented

Le fruit est moyen (16 g), globuleux, en forme de coeur. La pulpe est très sucrée, à l'arôme de rose, d'où sa dénomination. Cette variété est principalement produite dans l'Uttranchal en Inde.

Photos © CIRAD Réunion

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

Prix de gros en Europe

Avril/Mai 2017

					UNION EUROPÉENNE - EN EUROS				
					France	Pays-Bas	UK	Belgique	Allemagne
ANANAS	Avion	MD-2	COTE D'IVOIRE	kg					1.54
			BÉNIN	kg	2.19				
		VICTORIA	MAURICE	Carton		13.50			
			MAURICE	kg	3.80				
			RÉUNION	kg	4.40				
	Bateau	MD-2	COLOMBIE	Carton		9.00			
			COSTA RICA	Carton		7.97		7.63	8.25
			COSTA RICA	kg	1.09				
			COSTA RICA	Pièce			1.17		
			COTE D'IVOIRE	kg	1.14				
			COTE D'IVOIRE	Pièce			0.99		
			ÉQUATEUR	Carton		8.50			
			PANAMA	Carton		8.25			
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRÉSIL	Carton	15.20	16.50			
	Bateau	FUERTE	AFRIQUE DU SUD	Carton	8.88	10.25	10.58		
			ISRAËL	Carton	10.00				
			KENYA	Carton	10.75				
			PÉROU	Carton	8.63	10.50	9.07		
		HASS	AFRIQUE DU SUD	Carton	12.33	13.75			13.50
			BRÉSIL	Carton	12.33				
			COLOMBIE	Carton	12.33	13.25			11.00
			ISRAËL	Carton	13.50				
			KENYA	Carton	10.13	10.75			11.00
			MEXIQUE	Carton	12.33	15.00			
			PÉROU	Carton	12.29	14.75			14.50
		PINKERTON	AFRIQUE DU SUD	Carton	9.13	10.50			
			ISRAËL	Carton	12.00				
			KENYA	Carton	10.50				
		ARDIT	ISRAËL	Carton		10.00			
		ETTINGER	ISRAËL	Carton	11.00				
			PÉROU	Carton	6.75	8.25			
		ZUTANO	PÉROU	Carton		10.25			
	Camion	HASS	ESPAGNE	Carton	18.50				
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg	6.80				
			ÉQUATEUR	kg		5.83			
	Bateau	PETITE	ÉQUATEUR	kg	2.10				
		ROUGE	ÉQUATEUR	kg		2.78			
CARAMBOLE	Avion		COLOMBIE	kg			4.53		
			MALAISIE	kg		6.67			
	Bateau		MALAISIE	kg		3.75			
DATTE	Bateau	DEGLET	ALGÉRIE	kg	4.80	2.19			
		MEDJOOL	AFRIQUE DU SUD	kg		10.04			
			ISRAËL	kg	9.00	7.11			
		NON DÉTERMINÉ	ALGÉRIE	kg		2.80			
			ISRAËL	kg			5.51		
			TUNISIE	kg		2.00	1.87		
		BAHRI	PÉROU	kg		6.57			
GINGEMBRE	Bateau		CHINE	kg	1.80	1.19	1.27		
			THAÏLANDE	kg	2.00	1.36			
GOYAVE	Bateau		BRÉSIL	kg			3.05		
GRENADE	Avion	WONDERFUL	AFRIQUE DU SUD	kg	2.90	3.00			
			ISRAËL	kg	2.75				
			PÉROU	kg	3.25	2.83			
		SMITH	PÉROU	kg	3.35				
		ACCO	AFRIQUE DU SUD	kg	2.90	3.00			
			PÉROU	kg	2.20				
		HERSKOWITZ	AFRIQUE DU SUD	kg		3.00			
		BAGHWA	INDE	kg		2.86			
	Bateau	NON DÉTERMINÉ	AFRIQUE DU SUD	kg			2.34		
			CHILI	kg		2.63			
			PÉROU	kg			1.91		
		WONDERFUL	AFRIQUE DU SUD	kg	2.90				
			ISRAËL	kg	2.50				
			PÉROU	kg	2.90	2.17			
		HERSKOWITZ	AFRIQUE DU SUD	kg		2.37			
GRENADILLE	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg		9.25			
			ÉQUATEUR	kg		8.42			
		NON DÉTERMINÉ	BRÉSIL	kg			4.56		
			COLOMBIE	kg	5.50	7.19	5.28	6.00	5.00
		VIOLETTE	AFRIQUE DU SUD	kg		7.25			
			BRÉSIL	kg			4.54		
			KENYA	kg		6.25			
			VIETNAM	kg	8.50				
			ZIMBABWE	kg		7.00		6.00	

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

					UNION EUROPÉENNE - EN EUROS				
					France	Pays-Bas	UK	Belgique	Allemagne
LIME	Bateau		BRÉSIL	kg	2.05	1.30	1.29	1.22	
			MEXIQUE	kg		1.41	2.39	1.44	
MANGOUSTAN	Avion		THAÏLANDE	kg		9.00			
			INDONÉSIE	kg		10.00			
			MADAGASCAR	kg		10.00			
MANGUE	Avion	KENT	COTE D'IVOIRE	kg	5.38				
			PÉROU	kg		6.33			
			BURKINA FASO	kg	3.86				
			MALI	kg	4.36				
		NAM DOK MAI	THAÏLANDE	kg		8.00			
		AMELIE	BURKINA FASO	kg	2.77				
		KEITT	BRÉSIL	kg	3.33				
		PALMER	BRÉSIL	kg		4.92			
		VALENCIA	MALI	kg	3.28				
	Bateau	ATKINS	AFRIQUE DU SUD	kg	1.50				
			BRÉSIL	kg	1.84	2.00	2.09		1.63
			COSTA RICA	kg	1.60	1.88			
			GUATEMALA	kg		1.81			
		KENT	AFRIQUE DU SUD	kg	1.75				
			COSTA RICA	kg				2.13	
			COTE D'IVOIRE	kg	1.80	1.63		1.75	
			PÉROU	kg				2.13	
			BURKINA FASO	kg		1.75			
			MALI	kg				1.75	
			GUINÉE	kg				1.75	
		KEITT	AFRIQUE DU SUD	kg	1.75				
			BRÉSIL	kg	2.00	2.15			
			COTE D'IVOIRE	kg				1.75	
			GUATEMALA	kg		1.75			
			PORTO RICO	kg		1.75			
			MALI	kg				1.75	
			GUINÉE	kg				1.75	
		PALMER	BRÉSIL	kg	2.00	2.10			
MELON	Avion	CHAR. JAUNE	REP. DOMINICAINE	kg	4.90				
			SÉNÉGAL	kg	2.60				
		CHAR. VERT	MAROC	kg	2.45				
	Bateau	CHARENTAIS	BRÉSIL	kg	1.58				
			HONDURAS	kg		1.45			
		CANTALOUP	BRÉSIL	kg	1.45		1.00		
			COSTA RICA	kg	1.60	1.20			
			HONDURAS	kg		1.35	1.03		
		GALIA	BRÉSIL	kg	1.20		2.59		
			COSTA RICA	kg		2.10			
			HONDURAS	kg		1.60			
		HONEY DEW	BRÉSIL	kg	1.18	0.80			
			COSTA RICA	kg		0.89	1.01		
			HONDURAS	kg		0.95			
			GHANA	kg			0.95		
		PASTEQUE	BRÉSIL	kg			1.11		
			COSTA RICA	kg	0.96	0.39	0.88		
			PANAMA	kg	1.07	0.35	0.69		
			MAROC	kg		0.55			
		PIEL DE SAPO	BRÉSIL	kg	1.00	0.38	1.02		
			COSTA RICA	kg		0.40			
			SÉNÉGAL	kg	0.85				
		CHAR. VERT	MAROC	kg	0.73				
		SEEDLESS WATER	COSTA RICA	kg	1.05				
NOIX DE COCO	Bateau	NON DÉTERMINÉ	COTE D'IVOIRE	Sac	10.75	12.83	15.25		
			SRI LANKA	Sac			8.82		
			VIETNAM	Sac		14.50			
PAPAYE	Avion	FORMOSA	BRÉSIL	kg		3.22			
		NON DÉTERMINÉ	BRÉSIL	kg	3.60	3.33	4.27	3.57	
			ÉQUATEUR	kg		2.64			
			JAMAÏQUE	kg		3.71			
	Bateau		BRÉSIL	kg			1.50		
			ÉQUATEUR	kg		2.07			
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLÉ	COLOMBIE	kg	10.00	6.67	7.63		
	Bateau		COLOMBIE	kg	5.67	5.52			
PITAHAYA	Avion	JAUNE	ÉQUATEUR	kg		10.00			
		ROUGE	VIETNAM	kg		7.50			
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg	1.10				
			ÉQUATEUR	kg	1.05	1.08			
			WINDWARD ISL.	kg			1.32		

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

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

FRuiTROP

comprendre & décider

Un site internet FRuiTROP online

Toute l'information économique et technique sur les fruits et légumes (tempérés et exotiques) en un clic en français et en anglais sur **fruitrop.com**

FruiTrop magazine est spécialisé dans le commerce international des fruits et légumes frais. Sa ligne éditoriale professionnelle en fait une référence dans la filière grâce à ses analyses originales et fortement documentées.

Un magazine FRuiTROP magazine

Des infos de marché FRuiTROP weekly

Chaque semaine, disposez d'un véritable outil de décision grâce à des informations exclusives sur les marchés de la **banane** et de l'**avocat** : production, exportations, marchés, etc.

contact : fruitrop.com ou info@fruitrop.com

FRuiTROP online FRuiTROP weekly FRuiTROP magazine FRuiTROP focus FRuiTROP thema

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

GREENYARD Fresh

L'expérience au service du goût

Notre litchi certifié GLOBALG.A.P. ou FAIRTRADE bénéficie de notre expérience d'acteur clé de la production, du conditionnement, de l'exportation, du stockage, du mûrissage et de la distribution de fruits et légumes frais.

Nous sommes spécialistes du litchi de Madagascar et offrons également à nos clients un litchi au sourcing multi-origine (Afrique du Sud, Île Maurice, Réunion...), au goût délicat, cultivé dans le respect des normes européennes.

Greenyard Fresh France SAS
15, boulevard du Delta / Zone Euro Delta DE1 / 94658 Rungis Cedex / France
T +33 1 49 78 20 00 / F +33 1 46 87 16 45 / contact@greenyardfresh.fr
www.greenyardfresh.fr

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

for a healthier future