

FR*ui*TROP

Version française

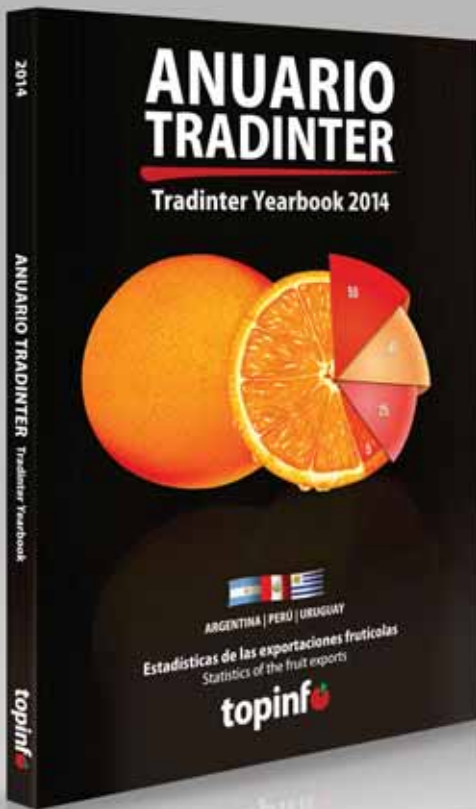
Le ramboutan

**Le cousin chevelu
des tropiques**

**Kiwi de
l'hémisphère Sud
Déjà plus lumineux
en N^{elle}-Zélande**

**Banane
en Europe
Hausse
structurelle ou
conjoncturelle ?**

**Fret
maritime
Le calmar
à la rescousse**



Tradinter Yearbook

Statistics of all fresh fruit exports
Companies' profiles
Argentina, Perú & Uruguay



Tradinter 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



L'esclave rebelle
de Michel-Ange

Après les esclaves dans le secteur horticole au Mexique, les centaines d'ouvriers au Bangladesh morts écrasés dans leur usine textile, les clandestins africains dans le secteur italien de la tomate, voici venir le temps médiatique des esclaves de la crevette en Thaïlande. Le reportage du Guardian fait froid dans le dos et les chiffres estimés de cette traite humaine, rien qu'en Thaïlande, donnent le tournis : 300 000 personnes concernées. Pour les organisations internationales et les ONG, plusieurs dizaines de millions de personnes seraient touchées par ce fléau dans le monde.

Mais revenons à ces crevettes qui sentent mauvais la sueur et la chair humaine. Les grands groupes de distribution ont été immédiatement pointés du doigt. Ils se défendent en déclarant qu'ils travaillent à construire des chaînes d'approvisionnement dont le contenu social et environnemental s'améliore, mais qu'ils ne peuvent pas avoir l'oeil sur l'ensemble du processus d'élaboration d'un produit, tant il est devenu complexe. Leur réaction est logique et personne ne peut blâmer les entreprises qui cherchent à s'améliorer. En outre, il serait injuste de ne voir dans ces horreurs que la seule main du distributeur. Car c'est avant tout le premier maillon en amont qui est à condamner et à éradiquer. A l'autre bout de cette chaîne de « dévalueur », on doit aussi blâmer le consommateur. Il vit en symbiose avec l'ensemble de la chaîne et pousse, par son comportement, à aller chercher toujours moins cher, qu'importe l'endroit, les conditions de travail ou l'impact sur l'environnement. Certes, il y a bien les certifications qui sont, au pire, un cautère marketing sur une jambe de bois, au mieux, inefficaces tellement les responsabilités sont diffuses grâce à un sens aigu du taylorisme mondialisé. D'ailleurs, il ne serait pas étonnant que les crevettes en question soient labellisées « pêche durable » car s'il y a un concept qui est mal partagé, c'est bien celui de la durabilité.

Denis Loeillet



Editeur
Cirad
TA B-26/PS4
34398 Montpellier cedex 5, France
Tél : 33 (0) 4 67 61 71 41
Fax : 33 (0) 4 67 61 59 28
Email : 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

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Actimage

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
www.fruitrop.com

Traducteurs
James Brownlee, Simon Barnard

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 / 11 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.



Sommaire

En direct des marchés (E. Imbert, D. Loeillet, C. Dawson, P. Gerbaud, T. Paqui, R. Bright)

p. 2 MAI 2014

- **Banane** : Retour de la banane jamaïcaine sur les étals des marchés européens — Banane fair trade : des hauts et des bas — Au doigt, mais pas à l'oeil ! — Banane : beau fixe pour la demande mondiale.
- **Agrumes** : La pire saison depuis 20 ans pour les oranges d'Espagne — Petit rebond de la production brésilienne d'orange prévu en 2014-15 — Importations d'agrumes d'Afrique du Sud dans l'UE : des contrôles renforcés, mais pas de fermeture automatique des frontières — Le Pérou teste un nouveau label de qualité à l'export.
- **Avocat** : Avocat du Chili : la sécheresse frappe durement la région de Coquimbo — Saison export mexicaine d'avocat 2013-14 : aussi fort qu'en 2012-13.
- **Exotiques** : ananas, mangue.
- **Fret maritime et vie de la filière** : KISSAO rejoint NOSIBE — « Hommes et fruits en pays du Sud » de Bernard Aubert.

Le point sur...

- p. 10 • **La consommation de banane en Europe** — Hausse structurelle ou conjoncturelle ?
Denis Loeillet
- p. 19 • **Fret maritime** — Les prises de calamar records de l'Atlantique Sud sauvent le marché de l'affrètement
Richard Bright
- p. 24 • **Kiwi de l'hémisphère Sud** — Encore un peu froid au Chili, mais déjà plus lumineux en Nouvelle-Zélande
Cécilia Céleyrette
- p. 28 • **Le ramboutan** — Le cousin chevelu des tropiques
Fabrice Le Bellec et Eric Imbert

Prix de gros en Europe

p. 35 MAI 2014

photo couverture © Guy Bréhinier

Banane

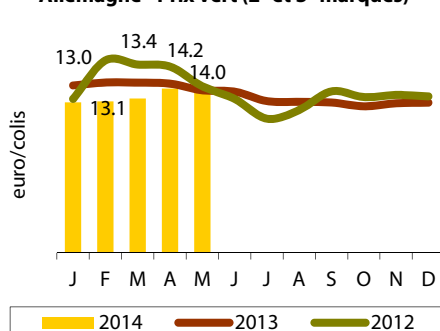
Mai 2014

La plupart des marchés européens ont retrouvé un meilleur équilibre en mai. Pourtant, l'offre de banane a conservé des niveaux supérieurs à la moyenne, mais dans une moindre mesure qu'en avril. En effet, le pic de production de Côte d'Ivoire est resté très soutenu tout au long du mois, mais l'offre des Antilles a amorcé sa baisse saisonnière, avec des volumes revenus à un niveau légèrement déficitaire. De même, l'offre de banane dollar est à nouveau plus proche de la moyenne, après le pic d'arrivages observé en avril : le déficit de Colombie s'est accentué, les apports du Costa Rica ont reculé, mais ils ont continué à être compensés par des volumes toujours excédentaires d'équateur. Enfin, l'absence d'offres spot de banane dollar a contribué à l'équilibre des marchés. Par ailleurs, la demande est restée très portée sur la banane en Europe du Nord et du Sud grâce à une météo encore maussade et à la présence de promotions. De plus, malgré une présence plus marquée, les fruits de saison sont restés peu compétitifs face à la banane. Enfin, les réexportations vers les marchés de l'Est ont continué à être actives et à permettre d'écouler le surplus d'offre de l'Ouest. Ainsi, aucun stock n'a été disponible et les prix en vert sont restés stables, même si une légère érosion saisonnière a été notée vers la fin du mois. En Espagne, le marché s'est alourdi tout au long du mois en raison de la baisse de la demande (concurrence de volumes importants de fruits de saison sur le marché local) et de volumes canariens supérieurs à la moyenne. Enfin, le marché russe a amorcé une dégradation vertigineuse vers la mi-mai, suite à une progression très nette des températures et à la présence de stocks cumulés pendant la période de fêtes en début de mois.

EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Mai 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
14.03	- 1 %	- 2 %

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



■ **Banane fair trade : des hauts et des bas.** + 50 % en un an ! C'est le taux de croissance du marché de la banane fair trade en Allemagne entre 2012 et 2013, selon les chiffres récemment publiés dans Fruchthandel. Les volumes commercialisés auraient atteint 32 000 t en 2013, faisant du marché allemand le troisième d'Europe en termes de volumes, derrière le Royaume-Uni et la Suisse. Un succès largement dû à l'entrée du produit dans la plupart des grandes chaînes allemandes du hard discount (Lidl, Penny, Netto et plus récemment Aldi Nord et Süd), fréquentées par 90 % des Allemands au moins une fois par semaine. Une tendance qui doit faire pâlir d'envie les distributeurs anglais car, à l'inverse de l'Allemagne, le premier marché européen pour les produits équitables tendrait à perdre de sa superbe selon « The Grocer ». Travailler la banane fair trade ne serait plus viable dans un contexte de guerre des prix de plus en plus vive entre distributeurs en raison de la crise économique. Toujours selon cette même source, le prix d'un fruit serait passé de 18 à 11 pence en dix ans malgré la hausse des coûts de production.

Sources : Fruchthandel, The Grocer

■ **Retour de la banane jamaïcaine sur les étals des marchés européens.** Le premier arrivage, anecdotique en quantité, a été

déchargé au Royaume-Uni mi-juin. La filière, laminée par cinq ouragans majeurs en cinq ans, avait dû mettre fin à son activité export en 2008. La production, revenue aujourd'hui à un niveau d'environ 50 000 t, grâce notamment à l'aide européenne prodiguée dans le cadre du programme BAM, pourrait atteindre 100 000 t d'ici 2017, si les projections du ministère de l'Agriculture se vérifient. La Jamaïque exportait 40 000 à 45 000 t par an durant ses dernières années d'activité, au début des années 2000.

Source : jamaicaobserver.com

■ **Au doigt, mais pas à l'oeil !** C'est ce qu'il faut retenir de la vente des « meilleures bananes du monde », qui s'est récemment tenue dans un supermarché japonais. Chacun des 59 fruits proposés, produits par Dole sur les meilleurs terroirs philippins, a été commercialisé numéroté et livré dans un étui individuel au prix de 590 yens (soit environ 4 euros). Ce n'est pas la première initiative de ce type sur ce marché où les fruits premium sont très appréciés et souvent offerts comme des cadeaux précieux. Un mûrisseur japonais proposait déjà des bananes mûries au son des plus beaux concertos de Mozart, procédé leur conférant, paraît-il, une douceur inégalable.

Source : eater.com



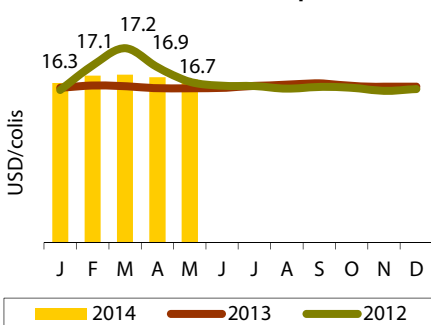
EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	Mai 2014		Comparaison	
	type	euros/kg	avril 2014	moyenne 3 dernières années
France	normal	1.57	- 1 %	0 %
	promotion	1.31	- 2 %	- 4 %
Allemagne	normal	1.32	- 1 %	0 %
	discount	1.20	- 1 %	+ 1 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.12	- 2 %	- 8 %
	vrac	0.72	0 %	0 %
Espagne	plátano	1.84	- 5 %	- 3 %
	banano	1.31	- 5 %	- 5 %

Banane

ETATS UNIS

Etats-Unis - Prix vert (spot)

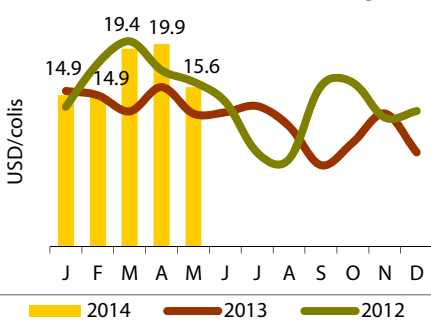


USA — PRIX IMPORT

Mai 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.70	- 1 %	+ 4 %

RUSSIE

Russie - Prix vert CIF St Petersburg

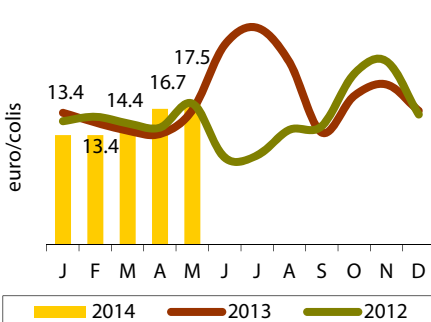


RUSSIE — PRIX IMPORT

Mai 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
15.60	- 21 %	+ 7 %

CANARIES

Espagne - Prix vert platano*



CANARIES — PRIX IMPORT*

Mai 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
17.50	+ 5 %	+ 4 %

* équivalent colis 18.5 kg

Banane : beau fixe pour la demande mondiale.

Le marché de l'Union européenne confirme une nouvelle fois en avril l'excellente tendance des mois passés. Les importations ont augmenté de près de 7 % et la production européenne a progressé de 5 %. Au total, le marché a consommé sur les quatre premiers mois de l'année près de 2 millions de tonnes de banane, ce qui fait 120 000 tonnes de plus qu'en 2013 sur la même période. Sur douze mois (mai à avril), l'augmentation est de plus de 340 000 tonnes ! Si l'on prolonge la tendance, on pourrait atteindre un sommet en 2014 avec une projection qui frôle les 5.7 millions de tonnes. Cette projection est possible vu le caractère très similaire des rythmes annuels d'approvisionnement. En effet, les quatre premiers mois de l'année représentent systématiquement entre 34 et 36 % de l'approvisionnement annuel.

Tous les types d'origines progressent sur le marché européen, mais ce sont les États ACP d'Afrique (notamment Côte d'Ivoire et Ghana) qui réalisent les meilleures performances en pourcentage (+ 10 %). Les origines dollar font évidemment la course en tête en

termes de volume : + 87 000 tonnes. A l'exception du Pérou un peu en retrait depuis début 2014, toutes les origines dollar progressent. Côté production européenne, les Antilles retrouvent des niveaux oubliés depuis près de dix ans (87 000 tonnes). La production canarienne est, pour sa part, en léger recul.

Les États-Unis ne sont pas en reste sur les quatre premiers mois de 2014. Les importations progressent de 3 % et les réexportations de 6 %. L'excédent qui reste sur le marché est d'environ 28 000 tonnes (+ 2 %). Les trois grands fournisseurs du marché américain progressent : Guatemala, Costa Rica et Équateur.

Source : CIRAD



Banane - Janvier à avril 2014 (provisoire)

000 tonnes	2012	2013	2014	Écart 2014/2013
UE-27 — Approvisionnement	1 784	1 855	1 975	+ 7 %
Total import, dont	1 573	1 643	1 753	+ 7 %
NPF	1 260	1 309	1 396	+ 7 %
ACP Afrique	161	181	198	+ 10 %
ACP autres	152	153	159	+ 3 %
Total UE, dont	211	211	222	+ 5 %
Martinique	56	58	65	+ 13 %
Guadeloupe	18	18	22	+ 22 %
Canaries	130	131	128	- 2 %
USA — Import	1 443	1 496	1 534	+ 3 %
Réexportations	166	175	185	+ 6 %
Approvisionnement net	1 277	1 322	1 350	+ 2 %

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

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — MAI 2014

Origine	Comparaison		
	avril 2014	mai 2013	cumul 2014 par rapport à 2013
Antilles	↘	- 7 %	+ 8 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	↗	+ 24 %	+ 10 %
Surinam	↗	- 9 %	- 4 %
Canaries	=	+ 8 %	0 %
Dollar :			
Équateur	↗	+ 28 %	+ 36 %
Colombie*	↘	- 9 %	- 8 %
Costa Rica	↘	+ 64 %	+ 64 %

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

Orange

Mai 2014

Les volumes écoulés ont été soutenus, mais au détriment des prix. Les opérateurs ont conservé une politique de prix agressive en Navelate, afin d'écouler les importants volumes encore disponibles au stade production. Cette stratégie a permis de conserver un bon courant commercial durant les deux premières décades, mais les prix payés aux producteurs ont atteint un de leurs pires niveaux jamais enregistrés. Dans ce contexte dégradé, le rythme de récolte de Valencia est resté lent en Espagne, alors que les autres fournisseurs (Maroc notamment) ont été particulièrement peu visibles sur le marché européen. Quelques premiers lots de Navel d'Afrique du Sud ont été offerts en fin de mois.

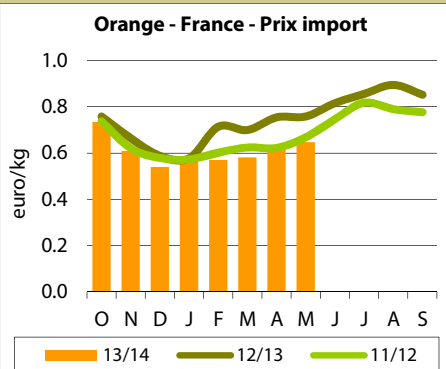
■ La pire saison depuis 20 ans pour les oranges d'Espagne !

C'est le souvenir que laissera la campagne 2013-14 aux producteurs espagnols. L'importance, pour ne pas dire la lourdeur, de la production de Naveline n'est pas le seul facteur en cause. Les conditions climatiques durant l'automne et l'hiver, marquées par une grande douceur et de très faibles précipitations, ont aussi joué un rôle majeur dans cette crise et n'ont pas seulement pesé sur la demande. Les écarts de triage ont atteint des niveaux rarement observés (parfois près de 50 %) à cause d'un faible calibre et de problèmes physiologiques comme le gaufrage (« clareta ») et l'éclatement des fruits (« rajado »), typiques d'années très sèches. Ainsi, les prix perçus par une majorité de producteurs ont affiché un niveau souvent inférieur de moitié à celui de la campagne précédente et clairement inférieur au coût de revient. Ainsi, 80 % des oranges tardives étaient encore sur les arbres en Andalousie début juin. La banque Cajamar a ouvert une ligne de crédit de 100 millions d'euros à conditions préférentielles pour soutenir la trésorerie des agriculteurs en difficulté.

Source : Reefer Trends

raison d'un greening de plus en plus prégnant et d'un nombre toujours élevé de petits producteurs arrêtant l'activité faute de rentabilité. Un peu plus de 4 millions d'arbres auraient été perdus en 2013, le verger ne comptant plus aujourd'hui qu'un peu moins de 153 millions d'arbres. Dans ce contexte, Citrus BR prévoit que le mouvement de décreuse des stocks devrait se poursuivre. Leur niveau, qui dépassait 765 000 t en juin 2013, était estimé à 517 000 t en juin 2014. Il pourrait décroître à 350 000 t en juin 2015. De quoi alléger un peu la pression sur les prix : si le marché physique reste relativement volatil, sur des bases de prix comprises entre 2 100 et 2 200 USD/t rendu Rotterdam, le marché à terme a repris le chemin de la hausse et a dépassé la barre des 160 cents par livre début juin.

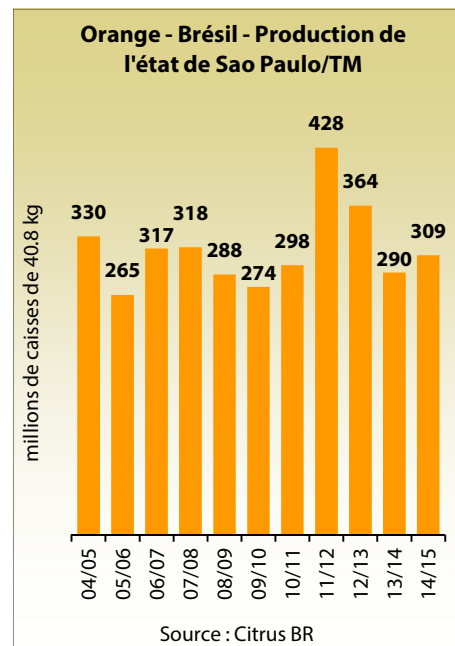
Sources : Citrus BR, FoodNews



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Orange de table	10.20	- 11 %
Orange à jus	9.00	- 15 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Orange de table	=↘	+ 34 %	
Orange à jus	=↗	- 42 %	

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
Navelate d'Espagne	=↘	+ 34 %	Apports nettement supérieurs à la moyenne. Prolongation de la saison, avec des volumes soutenus jusqu'en fin de mois.	+ 12 %	
Valencia d'Espagne	↗	- 42 %	Développement très limité des apports durant tout le mois. Cumul expédié nettement inférieur à la moyenne.	- 48 %	

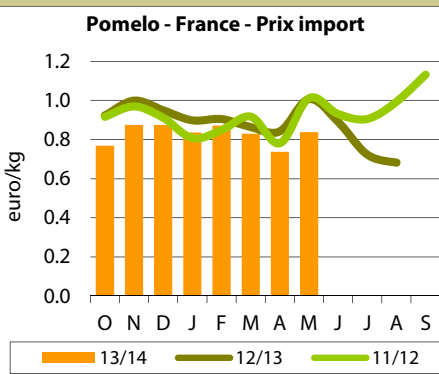


Source : Citrus BR

Pomelo

Mai 2014

La saison d'été a aussi mal démarré que la saison d'hiver ne s'est terminée. L'écoulement des derniers volumes en provenance de l'hémisphère Nord a été difficile. Les ventes floridiennes sont restées lentes, d'autant que la qualité de certains lots était souvent décevante. Un petit sursaut des prix n'est intervenu que pour les marques haut de gamme. La situation est restée critique pour les fruits méditerranéens, la présence affirmée de lots turcs proposés à des prix très agressifs continuant de peser sur un marché déjà lourd. Ainsi, malgré une entrée tardive et des volumes mesurés, la situation s'est vite dégradée pour l'Afrique du Sud. Les prix, pourtant fixés à un niveau attractif en début de saison, ont baissé pour atteindre dès la fin du mois un niveau inférieur de plus de 20 % à la moyenne.



■ Importations d'agrumes d'Afrique du Sud dans l'UE : des contrôles renforcés, mais pas de fermeture automatique des frontières.

Les exportateurs sud-africains ont évité le pire. Les mesures adoptées lors de la réunion du 27 mai du Comité Permanent Phytosanitaire de la Commission européenne permettent d'écarter l'épée de Damoclès que représente une fermeture automatique des frontières si plus de cinq lots positifs sont interceptés. En revanche, les procédures de contrôle sont sensiblement renforcées : inspection des vergers, enregistrement des stations de conditionnement, monitoring des traitements pré et post-récolte, test sur un nombre accru de fruits, particulièrement pour les oranges tardives de type Valencia. Par ailleurs, les fruits envoyés à la transformation seront dorénavant soumis aux mêmes exigences que ceux destinés au marché du frais. Le soulagement des producteurs sud-africains est manifeste, mais teinté de réserve : l'attitude des autorités européennes est considérée comme discriminante pour nombre d'entre eux, et ce contingent de nouvelles mesures coûte cher. Les commentaires sont beaucoup moins nuancés du

côté des producteurs européens : les organisations professionnelles dénoncent le « laxisme de la Commission, qui ne met pas oeuvre un arsenal réglementaire proportionné à la gravité de la menace ».

Sources : Freshfruitportal, Reefer Trends

■ Le Pérou teste un nouveau label de qualité à l'export.

« Quality certified for export », c'est le sticker que les consommateurs trouveront bientôt apposé sur l'épiderme d'une sélection de petits agrumes péruviens. Six des principaux exportateurs d'agrumes du pays, qui représentent les trois quarts de l'offre, ont décidé de s'unir pour lancer cette initiative visant à démarquer leur offre de produits bas de gamme vendus à bas prix sur les marchés d'Europe ou d'Amérique du Nord. Les critères de sélection portent principalement sur la maturité (cahier des charges imposant un Brix minimum de 8° et une acidité maximale comprise entre 0.85 et 1.7 g/kg). Le concept sera testé cette campagne sur la Minneola, variété la plus sujette aux problèmes d'hétérogénéité qualitative. Il pourrait par la suite être élargi à toutes les variétés.

Source : ProCitrus



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Tropical (Floride)	15.00-17.00	- 5 %
Méditerranée	9.00-10.00	- 26 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Tropical (Floride)	↗	- 17 %	
Méditerranée	⇒↘	+ 12 %	

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
Afr. du Sud	↗↗	- 17 %	Démarrage très progressif de la saison et apports globaux sensiblement inférieurs à la moyenne.	- 17 %	
Floride	↘↘	non significatif	Arrivages terminés, mais stocks importants disponibles en début de mois. Niveau qualitatif très variable selon les marques.	- 9 %	
Israël	↘↘	-30 %	Apports très limités et inférieurs à la moyenne.	- 4 %	

Ananas

Mai 2014

En mai, la situation s'est considérablement tendue sur le marché de l'ananas. Les volumes de Sweet, qui ont été relativement faibles tout au long du mois, ont eu de plus en plus de mal à se vendre. En effet, l'augmentation progressive de l'offre de fruits de saison, dont les prix ne cessaient de baisser, a mobilisé l'essentiel de la demande et entraîné un désintérêt pour les ananas. Pour faire face à la mévente, les opérateurs ont baissé leurs prix, sans pour autant que les ventes en soient améliorées. La spirale baissière des cours s'est donc poursuivie et, dès la deuxième quinzaine, on a vu apparaître sur le marché des lots de Sweet mis en vente en PAV. Les marques établies ont, elles aussi, été obligées de baisser leurs prix, ce qui a compliqué encore davantage la commercialisation des petites marques. L'offre de Cayenne, bien que confidentielle et réservée à un marché de niche, a également eu plus de difficultés à se positionner.

Dans l'ensemble, la situation a été plutôt bonne sur le marché de l'ananas avion. Les nombreux lots qui traînaient après Pâques ont été absorbés au cours de la première quinzaine, ce qui a permis de relancer la demande même si les ventes restaient un peu lentes. La réduction de l'offre en provenance du Bénin et du Cameroun, à la suite de pluies, a contribué à maintenir la demande. Toutefois, la disponibilité à bas prix de nombreux fruits de saison a empêché une meilleure valorisation des quelques lots mis en marché. L'offre de Pain de sucre, plus réduite, s'est bien vendue tout au long du mois entre 1.80 et 2.00 euros/kg.

Avec l'augmentation progressive de l'offre de fruits de saison, les opérateurs se sont petit à petit détournés du Victoria. Les volumes ont donc fortement baissé tout au long du mois pour s'adapter à la demande.

ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 19 à 22	Min	Max
Cayenne lisse	1.70	1.95
Victoria	2.80	4.00
Par bateau (euro/colis)		
Cayenne lisse	6.00	8.00
Sweet	5.00	8.50

Mangue

Mai 2014

L'approvisionnement en mangue du marché européen s'est modifié au passage d'avril à mai. Les derniers lots peu importants du Pérou se sont vendus en forte baisse du fait de la montée en puissance des arrivages d'Afrique de l'Ouest. Ainsi, les livraisons particulièrement massives de Côte d'Ivoire, ajoutées à une moindre demande après Pâques et au développement des fruits de saison ont rapidement orienté le marché à la baisse. Mi-mai, de nombreuses entreprises ivoiriennes cessaient leurs envois en raison de pluies importantes sur les zones de production, faisant planer le risque d'une dégradation qualitative des fruits. En effet, la coloration et la maturité assez hétérogènes des mangues ivoiriennes accentuaient les difficultés de vente. La campagne du Mali débutait plus tard, en seconde quinzaine, avec des prix peu ou prou alignés sur ceux des produits ivoiriens qui dominaient l'approvisionnement européen. Profitant du creux relatif entre Pérou et Afrique de l'Ouest, des origines comme le Brésil ont intensifié, en début de mois, leurs envois vers le marché européen avec des Tommy Atkins et Keitt principalement écoulées en Europe du Nord à des prix assez stables

entre 5.00 et 6.00 euros/colis. En seconde quinzaine démarraient les exportations de Porto Rico puis de République dominicaine avec des Keitt qui, alternative aux mangues africaines, ont trouvé plus ou moins facilement un créneau commercial.

Le marché de la mangue avion s'est avéré assez difficile tout au long du mois en raison des importantes quantités de fruits disponibles en période de baisse de la demande. Les arrivages des différentes origines africaines se sont fortement concurrencés. Leur disparité de coloration et de stade de maturité a souvent entraîné des fourchettes de cotation assez larges.

MANGUE — ARRIVAGES (estimations en tonnes)

Semaines 2014	18	19	20	21	22
Par avion					
Pérou	10	-	-	-	-
Mali	25	25	25	20	-
Burkina F.	15	15	15	5	-
RCI	100	80	80	120	-
Par bateau					
Brésil	1 740	1 280	960	880	1 320
Pérou	370	-	-	-	-
RCI	2 640	3 300	3 300	3 300	1 760

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Semaines 2014		18	19	20	21	22	Moyenne mai 2014	Moyenne mai 2013
Par avion (euros/kg)								
Pérou	Kent	4.00-4.50	4.00-5.00	-	-	-	4.00-4.75	5.00-5.50
Mali	Amélie	2.80	2.80	2.60-2.80	2.80	2.00-2.40	2.60-2.70	2.80-2.85
Mali	Valencia	-	3.00-3.50	2.80-3.00	-	-	2.90-3.25	2.90-3.70
Mali	Kent	3.80-4.00	3.00-4.00	3.00-3.80	3.00-3.80	2.50-3.80	3.05-3.85	3.60-4.20
Burkina	Amélie	2.60	2.80	2.60	-	-	2.65	2.65-2.75
Burkina	Kent	3.50-4.00	3.00-3.50	3.00-3.20	2.80-3.50	2.50-3.70	2.95-3.60	3.40-4.00
RCI	Kent	3.80-4.50	3.50-4.50	3.20-4.00	3.50-4.20	3.50-4.50	3.50-4.35	4.35-5.10
Par bateau (euros/colis)								
Pérou	Kent	4.00	4.00-5.00	4.00	-	-	4.00-4.30	6.00-8.00
Brésil	T. Atkins	4.50-5.00	4.50-5.00	-	-	-	4.50-5.00	-
Brésil	Keitt	5.50-6.00	-	-	-	-	5.50-6.00	-
RCI	Kent	5.50-7.50	5.00-7.00	4.00-6.50	4.50-5.50	4.00-5.00	4.60-6.30	6.90-8.00
Mali	Kent	-	-	4.50-5.50	4.50-5.50	4.00-5.00	4.30-5.30	6.80-7.50
Porto Rico	Keitt	-	-	5.00-5.50	5.00-5.50	5.00-5.50	5.00-5.50	7.10-7.80
Rép. dom.	Keitt	-	-	-	-	4.00-5.00	4.00-5.00	-

ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2014		19	20	21	22
Par avion (euro/kg)					
Cayenne lisse	Bénin	1.70-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90
	Cameroun	1.70-1.90	1.80-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90
	Ghana	1.75-1.90	1.85-1.95	1.85-1.95	1.85-1.95
Victoria	Réunion	3.00-3.80	3.00-4.00	3.00-4.00	3.00-4.00
	Maurice	2.80-3.00	3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-3.50
Par bateau (euro/colis)					
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	7.00-8.00		7.00-7.50	6.00-7.00
Sweet	Côte d'Ivoire	7.50-8.50	7.50-8.50	7.00-8.00	5.00-8.00
	Ghana	7.50-8.50	7.50-8.50	7.00-8.00	5.00-8.00
	Costa Rica	6.00-7.50	6.00-7.50	6.00-7.00	5.00-6.50



Société Internationale d'IMportation



Votre
partenaire
pour les
mangues
d'Afrique
de l'Ouest

- Côte d'Ivoire
- Mali
- Sénégal

Production Certifiée :

- Global Gap
- BSCI
- Rainforest Alliance
- Fairtrade (IMO - Fair For Life)
- Agriculture Biologique



Elle est mûre,
savourez-la !

L'expertise du producteur associée au savoir-faire de l'affineur pour vous garantir une mangue soigneusement mûrie et sélectionnée.

www.siim.net

Producteur - Importateur - Mûrisseur - Distributeur



Siège Social - Plateforme de Mûrissage – MIN Rungis – Bât. C3 – D2 – E2, 2-16 rue de Perpignan, Fruileg CP 70432, 94642 Rungis Cedex, France - Tél. : +33 1 45 12 29 60 - Fax : +33 1 45 60 01 29- E-mail : dibra@siim.net

Avocat

Mai 2014

Le marché du Hass a bien résisté à un approvisionnement extrêmement important durant tout le mois. Les apports en provenance d'Afrique du Sud et surtout du Pérou ont été nettement supérieurs à la moyenne et aussi lourds que la saison passée. De plus, le complément de volumes kenyans a été plus soutenu que les saisons précédentes, alors que les derniers apports d'Espagne et du Chili ont été, eux aussi, plus lourds. Cependant, la demande s'est montrée d'un bon niveau, tant en France que dans le reste de l'Europe. Ainsi, le cours moyen mensuel affiche un niveau légèrement supérieur à la moyenne, malgré une baisse sensible par rapport à avril, notamment pour les calibres extrêmes. Le marché des variétés vertes a lui aussi été fortement approvisionné. Le décrochage des prix a été plus marqué qu'en Hass, le cours moyen affichant un niveau inférieur à la moyenne.



■ Avocat du Chili : la sécheresse frappe durement la région de Coquimbo.

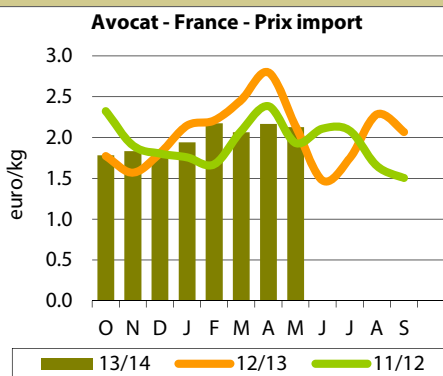
C'est le constat fait par Juan Enrique Lazo, nouveau directeur général du Comité de Palta. Le manque récurrent de précipitations, qui devient structurel dans le centre-sud du pays, aurait conduit à des arrachages massifs dans la région 4 (région de Coquimbo) : 25 % du verger aurait été éliminé, ce chiffre risquant fort de monter à 50 % dans les années à venir. La région de Coquimbo concentre environ 17 % du verger chilien, soit un peu moins de 6 300 ha. Des arrachages ou « mises en dormance » de vergers avaient déjà été réalisés les années passées dans la région V (région de Valparaiso), où la sécheresse frappe durement les vallées de la Ligua et de Petorca.

Source : El Mercurio

■ Saison export mexicaine d'avocat 2013-14 : aussi fort qu'en 2012-13 ! Les exportations mexicaines vers les États-Unis devraient de nouveau dépasser les 500 000 t en 2013-14 et approcher le

record absolu à 518 000 t atteint en 2012-13. Une performance d'autant plus belle que le marché était moins ouvert que la saison passée, en raison de volumes chiliens plus soutenus (plus de 50 000 t contre moins de 15 000 t la saison passée) et d'un démarrage tonitruant de la saison péruvienne. Le système de stimulation des ventes mis en place par le Hass Avocado Board a, cette saison encore, fait la preuve de son efficacité, les volumes consommés aux États-Unis de juillet 2013 à juin 2014 marquant une progression de 5 % par rapport à la saison passée pour approcher les 800 000 t, selon des sources professionnelles. Pas étonnant dans ce contexte de voir la saison mexicaine se solder à nouveau par un bilan très mitigé en Europe : les volumes exportés vers le vieux continent devraient à peine dépasser 5 000 tonnes, contre plus de 9 000 t en 2012-13.

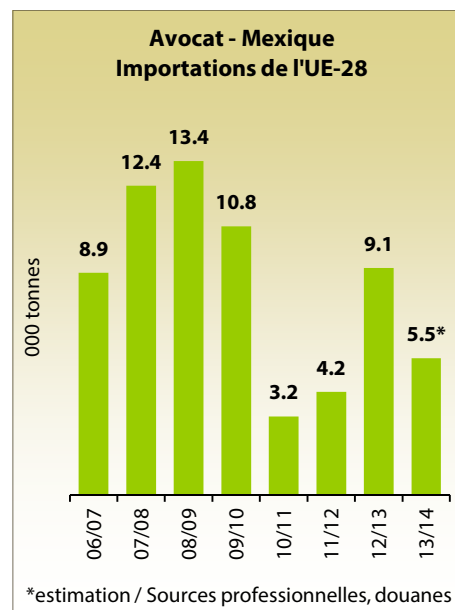
Sources professionnelles, HAB



PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Vertes	4.50-5.50	- 14 %
Hass	7.50-9.00	+ 3 %	

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Vertes		↗	+ 34 %
Hass		↗	+ 22 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Afr. du Sud	↗	+ 16 %	Apports de Hass suivant un calendrier normal de développement et d'un niveau moyen. En revanche, volumes de Fuerte largement supérieurs à ceux des années précédentes.	+ 24 %
	Pérou	↗	+ 23 %	Volumes de Hass d'un niveau très soutenu et similaire à celui de la saison passée dès le début du mois. Apports de variétés vertes eux aussi très lourds.	+ 31 %
	Kenya	↗	+ 30 %	Apports de Hass en développement et similaires à ceux de la saison passée.	- 18 %



Fret maritime

Mai 2014

Le mois de mai marque la transition dans l'hémisphère Sud entre la saison des fruits à pépins et les agrumes, marché largement dominé par l'Afrique du Sud avec environ 65 % de l'ensemble des marchandises. Avec un volume croissant de cargaisons reefers expédiées soit en conteneurs reefers, soit en services de ligne saisonniers, l'activité du marché de l'affrètement est en net recul. L'été s'annonce bien ennuyeux !

Malgré une récolte d'agrumes record, similaire à celle de l'année passée, le démarrage des expéditions d'Afrique du Sud vers le nord de l'Europe et la Russie s'est trouvé retardé par des stocks non écoulés de fruits de fin de saison en provenance d'Égypte et de Turquie. Le transport des agrumes argentins était tardif et aussi moins important, en raison d'une conjonction d'éléments climatiques associant sécheresse et gel, aggravée par de fortes précipitations. L'affréteur argentin Lemon Alliance a conclu un accord avec NYKCool pour ses six navires dans l'ouest de la Méditerranée au même tarif que l'année dernière. Pour la première fois cependant, la charte-partie prévoit des clauses de décompte du temps de planche et de surestaries, ce qui devrait se traduire pour les opérateurs par de meilleurs retours.

Même à 59c/cbft, cette moyenne est la plus forte pour le mois de mai depuis 2008. Les résultats du marché du premier semestre seront similaires à ceux de l'année dernière malgré l'absence du pic saisonnier traditionnel cette année. Ceci découle soit de l'évolution structurelle profonde du marché de l'affrètement de ces douze derniers mois, soit des pêches historiques de calamar dans l'Atlantique Sud. Sans le calamar, les rendements des opérateurs seraient équivalents à ceux de 2012, comparaison peu favorable avec la reprise du marché en 2013 !



■ **Des oranges géantes dans la garrigue gardoise.** Profitez cet été du 17^e festival du film court d'Aigues-Vives (25 et 26 juillet 2014).

www.cine-aiguesvives.fr

■ **« Hommes et fruits en pays du Sud »** de Bernard Aubert. L'auteur, à travers un parcours d'agronome au CIRAD l'ayant mis au contact des vergers paysans comme des grandes plantations industrielles, relate plusieurs exemples d'opérations fruitières menées dans les principaux bassins de production des pays du Sud. Il nous fait revivre quelques épisodes de la recherche agronomique tropicale dans le contexte des tensions Est-Ouest de la seconde moitié du XX^e siècle.

ADAC et CIRAD, Histoire et mémoire des hommes, 263 pages

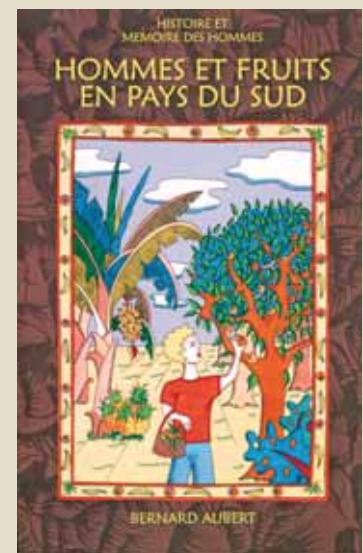
ISBN 978-2-9546591-0-7

■ KISSAO rejoint NOSIBÉ.

Le Groupe POMONA a cédé à ELH, holding propriétaire de NOSIBÉ, son activité KISSAO, importateur et distributeur de fruits exotiques situé à Marseille. Cette opération prend effet le 1^{er} juin 2014. KISSAO continuera de fonctionner de manière indépendante de celle de NOSIBÉ. Les synergies, notamment logistiques, participeront au développement de chacune des entités auprès de leurs clients respectifs. ELH rassemble ainsi les savoir-faire complémentaires des équipes de NOSIBÉ et KISSAO pour poursuivre leur essor.



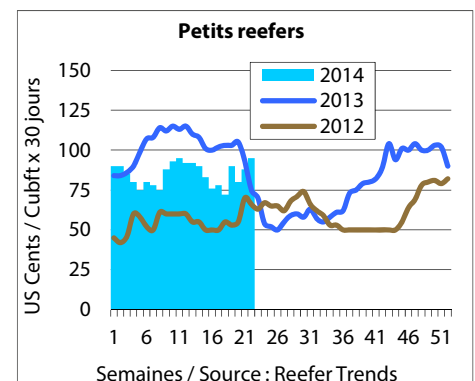
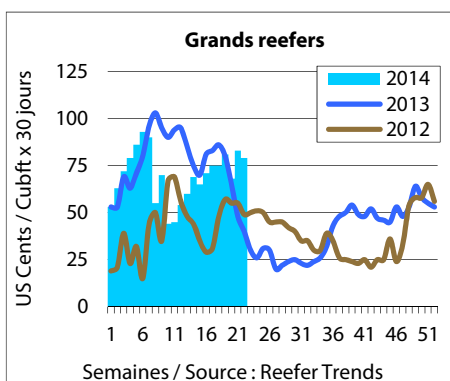
Source : NOSIBÉ



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

reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer



REEFER

MARCHES SPOT Moyennes mensuelles

USD cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Mai 2014	59	90
Mai 2013	52	95
Mai 2012	49	60

La consommation de banane en Europe

Hausse structurelle ou conjoncturelle ?

La consommation européenne de banane s'envole. Si 2013 fut une année atypique, la tendance semble se confirmer en 2014. Quels en sont les ressorts ?



photos © Régis Domergue



*Le laboratoire de production
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

Votre spécialiste du vitroplant de bananier

Une gamme unique de variétés d'élite

VITROPIC S.A.

Nos engagements

Les sélections élités les plus productives

Des régimes d'une qualité inégalée

Homogénéité au champ optimale

Les meilleures garanties sanitaires du marché

Une réactivité à toute épreuve

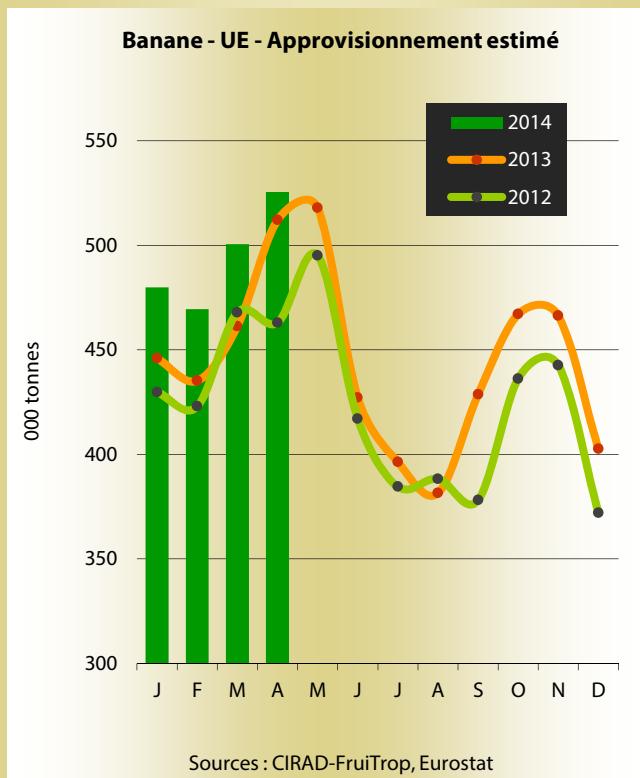
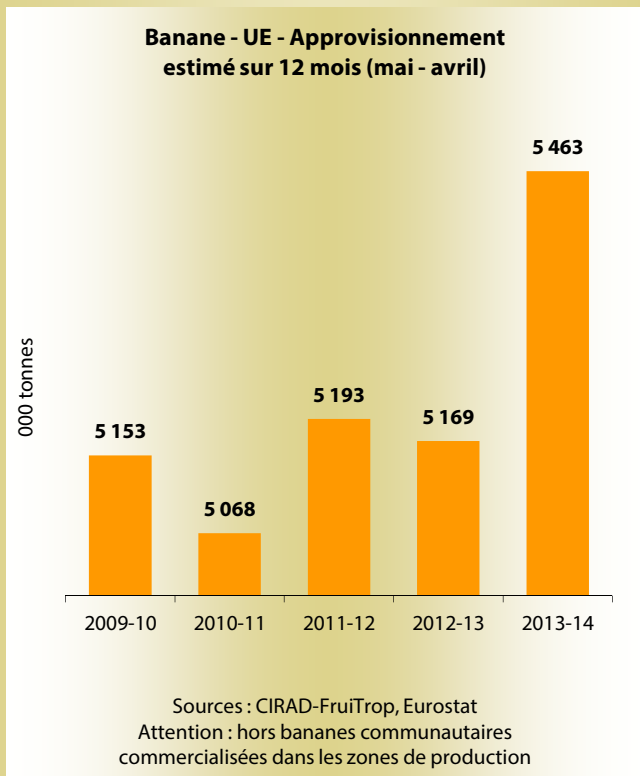


Tél : +33 (0)4 67 55 34 58
Fax : +33 (0)4 67 55 23 05
vitropic@vitropic.fr

*ZAE des Avants
34270 Saint Mathieu de Tréviérs
FRANCE
www.vitropic.fr*

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





Les superlatifs manquent tant le marché bananier européen vole de record en record. Précisons que cette performance est circonscrite aux seuls volumes car la situation est plus délicate côté prix import. Il n'empêche que, sur un marché qu'on disait à maturité, l'exploit est de taille. La preuve : au dernier pointage, sur les quatre premiers mois de l'année 2014, la consommation a fait un bond de 9 % par rapport à la moyenne triennale 2011-12 -13 et de 7 % par rapport à 2013, qui fut déjà une année exceptionnelle (cf. **FruiTrop** n°221, avril 2014, pages 34 et suivantes). Nos estimations de consommation font apparaître un surplus entre 120 000 et 170 000 tonnes selon la période de référence. L'erreur statistique concernant le Pérou en fin d'année 2013, qu'Eurostat n'a d'ailleurs toujours pas rectifiée, laisserait même penser que nous sommes au-delà des 200 000 tonnes ! Et ce n'est pas l'accession à l'UE de la Croatie, le 28^e État membre, qui gonfle les résultats jusqu'à inverser la tendance. En effet, ce pays n'importe en direct de pays tiers qu'un peu moins de 50 000 tonnes par an. La hausse constatée ne laisse donc pas de place à la discussion.

L'analyse sur les douze derniers mois est encore plus optimiste. La poussée des volumes est relativement récente et donc les effets les plus forts se traduisent dans les chiffres de 2013 et 2014. Et pas qu'un peu... Sur les douze derniers mois, l'excédent se monte à 300 000 tonnes (comparaison 2012-2013 par rapport à 2013-2014). Pour enfoncer un peu plus le clou, tentons une prospective, toujours à très haut risque dans le secteur alimentaire. L'hypothèse est la suivante : sur les cinq dernières années, les quatre premiers mois ont représenté entre 34 et 36 % de la consommation annuelle. Sachant qu'on a consommé 1.97 million de tonnes en ce début 2014, une simple règle de trois nous amène à penser que l'année pourrait se terminer sur un volume de près de 5.7 millions de tonnes, soit plus de 330 000 tonnes de mieux qu'en 2013 ! Si l'hypothèse se vérifie, l'UE aura consommé plus de 580 000 tonnes supplémentaires de banane en l'espace de deux ans, l'équivalent de la consommation annuelle française.

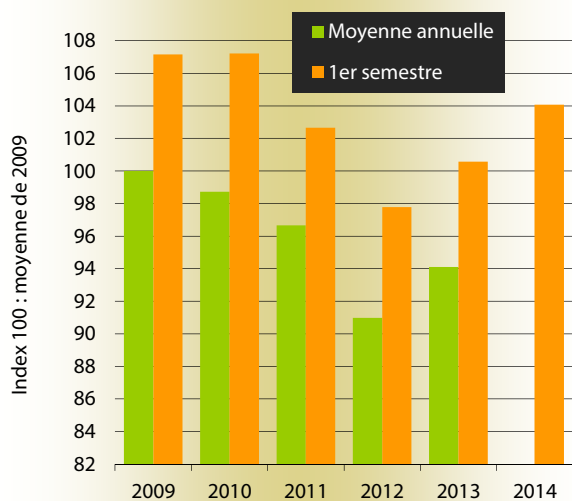


© Régis Domergue



© Régis Domergue

Banane - Allemagne - Taux d'activité dans la grande distribution



Source : TWMC

Banane — France — Consommation (kg/habitant)

12 mois (mai à avril)		Année pleine	
2010-2011	7.91	2010	7.49
2011-2012	8.48	2011	8.75
2012-2013	8.56	2012	8.18
2013-2014	9.06	2013	8.83
Écart 2012-13/ 2013-14	0.50	Écart 2012/2013	0.65
En %	+ 6 %	En %	+ 8 %

Source : CIRAD-Fruitrop

Bien sûr, les projections sont là pour être démenties. Mais, cette fois, tout va dans le même sens. Le marché européen a encore du potentiel, quelle que soit la référence temporelle prise en compte et c'est tant mieux. Nous nous sommes assez lamentés, dans ces colonnes, de voir un marché atone, sans ressort, proche de l'asphyxie, pour se réjouir de cette situation hors norme. Après huit mois de croissance ininterrompue, on doit maintenant se poser la question de la nature même de cette tendance. Est-elle conjoncturelle ou structurelle ? Difficile bien évidemment d'en juger. On peut juste énoncer quelques pistes de réflexion.

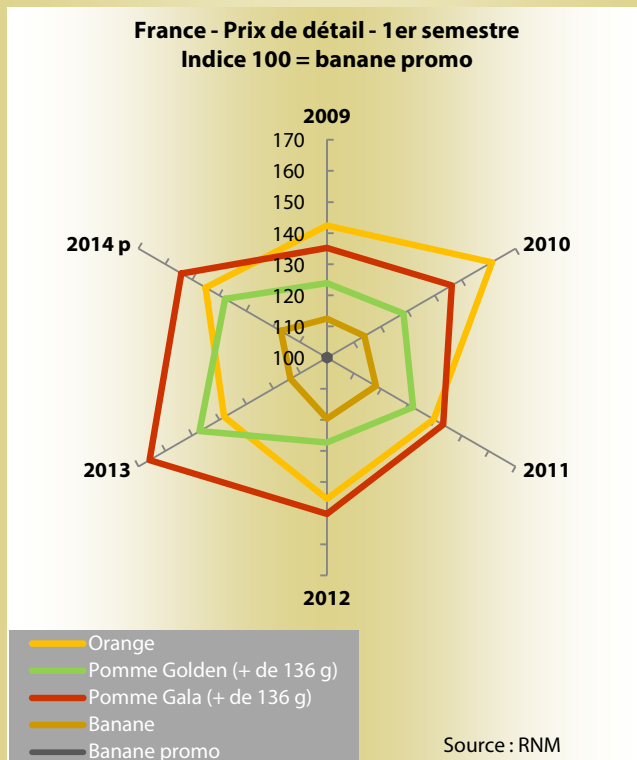
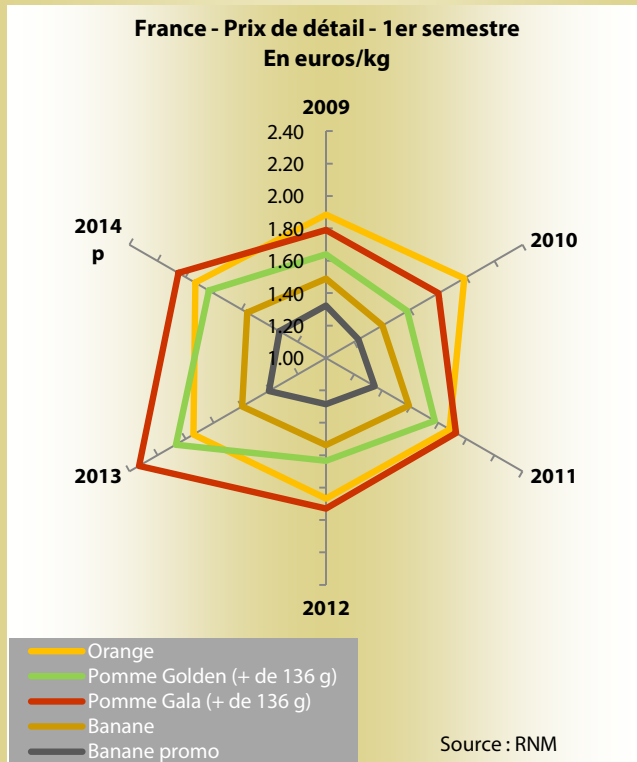
Le temps des hypothèses

Répondre à cette question, c'est d'abord et avant tout faire le tri entre les événements ponctuels ayant influencé le marché bananier et la lame de fond, si lame de fond il y a. Clairement, la fin de l'année 2012 et une grande partie de 2013 ont été marquées par la réduction historique de la récolte européenne de fruits à pépins, qui a laissé un boulevard à la banane. En effet, la concurrence entre les grandes références du marché des fruits (pomme, banane et agrumes) est une réalité et chaque changement dans l'approvisionnement ou le prix d'un de ces produits joue sur les ventes des autres. La météo a, elle aussi, bien servi la star des fruits tropicaux avec un printemps et un été très moyens et une campagne de fruits d'été faible, en retard et d'une médiocre qualité. Bref, toutes les étoiles étaient alignées pour faire de la banane la superstar du rayon. Pas de doute, nous sommes bien ici dans une séquence marquée par la conjoncture.

Rien ne l'arrête

La suite est nettement moins limpide car l'attrait pour la banane n'a fait qu'augmenter mois après mois, même quand les fruits concurrents sont revenus sur le marché. En effet, alors que la récolte européenne de pomme et de poire 2013 était abondante et que la campagne d'orange de Méditerranée était historiquement élevée en volume, les acheteurs de la grande distribution européenne ont continué de privilégier la banane. Les chiffres de l'activité « banane » dans la distribution allemande, élaborés par la société TWMC, sont sans appel. Ils montrent une augmentation moyenne de 3 à 4 % au premier semestre 2014 par rapport à la moyenne des premiers semestres 2012 et 2013.

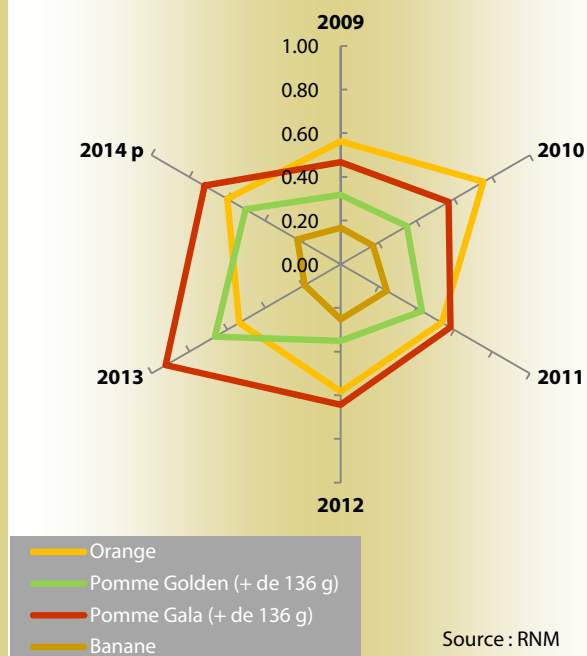
L'estomac de l'Européen moyen n'étant pas extensible (malgré l'épidémie d'obésité qui s'étend !), il existe forcément un système de vases communicants entre fruits concurrents, voire avec les autres produits alimentaires.



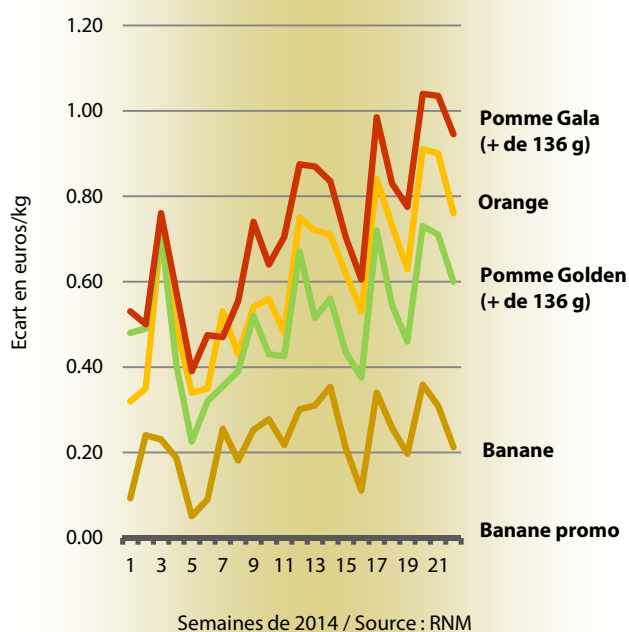
En France, les données d'un panel de consommation nous apportent un éclairage quant à un possible report. La consommation de pomme aurait chuté de quasiment 1 kg par ménage entre les deux dernières campagnes (2013-14 et 2012-13) et de plus de 2 kg par rapport à une plus longue période historique (moyenne depuis 2008). On apprend aussi par ce même panel que la consommation d'orange est en léger retrait. Difficile de connaître avec certitude le taux de report en faveur de la banane. Le phénomène est bien là, mais son intensité est difficile à cerner. Le panel montre une augmentation sur la longue période de 400 g par ménage. Le bilan d'approvisionnement calculé chaque mois par le CIRAD est plus optimiste. En effet, arrêté en avril 2014, il laisse apparaître une augmentation de 6 à 8 % de la consommation par habitant, selon que l'on compare en année glissante (mai 2013 à avril 2014 comparé au douze mois précédents) ou en année pleine (2013 par rapport à 2012). En valeur absolue, les Français auraient consommé de 500 à 650 g de banane de plus par habitant en l'espace d'un an.

Il est délicat de rapprocher des chiffres qui ne sont pas estimés de la même manière. On va donc en rester sur la tendance et conclure que la banane absorberait une grande partie de la baisse de la consommation de pomme et d'orange.

France - Prix de détail - 1er semestre
Ecart en euros/kg par rapport au prix banane promo



France - Ecart de prix de détail
dans la gamme "Fruits" - 2014



La profonde inertie du prix de la banane

Sans certitude quant aux causes réelles de cette belle performance, nous ne pouvons qu'émettre des hypothèses.

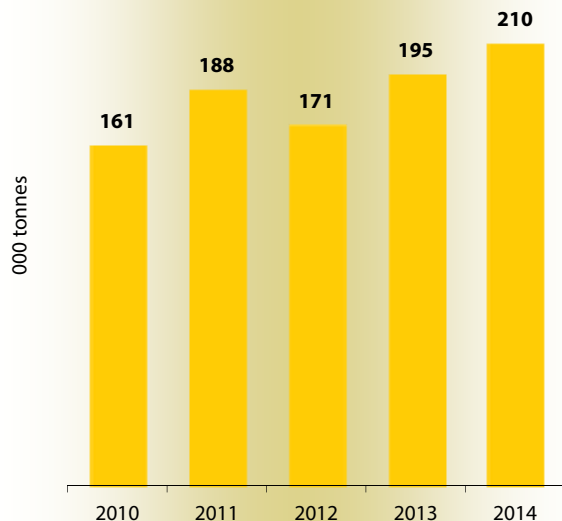
Celle qui tient la corde est centrée sur les prix de détail et plus précisément sur l'écart entre la banane et ses concurrents. A partir de l'exemple français et grâce aux données complètes fournies par le Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM), la situation semble relativement claire. En 2013, l'effet de la réduction de l'offre de fruits à pépins a joué pleinement et s'est traduit dans les prix par un écart très élevé entre la banane (prix moyen ou prix promo) d'un côté et la pomme que ce soit une Gala (haut de gamme) ou une Golden (bas de gamme). La preuve : en 2013, si on fixe à 100 l'indice du prix de détail annuel moyen de la banane promo, celui de la pomme est monté à 163 pour la Gala et à 161 pour la Golden. Pour mémoire, la moyenne 2009 à 2012 fut respectivement de 150 et de 137, toujours par rapport à la banane en promotion. Notons que seule l'orange a affiché des prix en baisse avec un indice de 157 en 2013, soit le plus bas depuis au moins 2009.

En valeur absolue, ces écarts avec la banane ont atteint 0.89 euro pour la Gala et seulement, si l'on peut dire, 0.61 euro pour l'orange. L'attractivité prix a donc joué en faveur de la banane. Son approvisionnement n'ayant pas été contraint par de graves aléas climatiques, les distributeurs comme les consommateurs se sont tournés vers elle.





Banane - France
Approvisionnement net de janvier à avril



Source : douanes / Traitement : CIRAD-FruiTrop

L'hypothèse « écart de prix » a encore plus de force si elle se vérifie quand la situation de l'offre de produits concurrents est considérée comme normale, voire même excédentaire. Cela a été le cas lors du 1^{er} semestre 2014 avec une situation identique, dans une large mesure, à celle de la très excentrique année 2013. L'écart entre la banane en promotion et l'orange s'est maintenu (0.60 euro) ainsi qu'avec la Golden (0.50 euro), mais il s'est érodé avec la Gala (0.72 euro).

Soit dit en passant, vu les titanesques écarts de prix, il est légitime de douter que nous soyons encore dans les mêmes univers de consommation : pomme et orange à quasiment 2 euros/kg, alors que la banane reste inexorablement scotchée à 1.33 euro/kg (1^{er} semestre 2014). Car, si l'écart est grand, le niveau même du prix de détail de la banane est faible et rien ne semble avoir d'effet sur lui. La stabilité est la règle absolue. On est dans un système en très grande partie, voire totalement, déconnecté de l'équilibre entre offre et demande et où la position de la banane n'est pas équivalente à celle des autres références du rayon fruits. Une sorte de produit de base dont on n'oserait pas toucher au prix de peur que cela n'engendre des émeutes.

Banane contre dentifrice

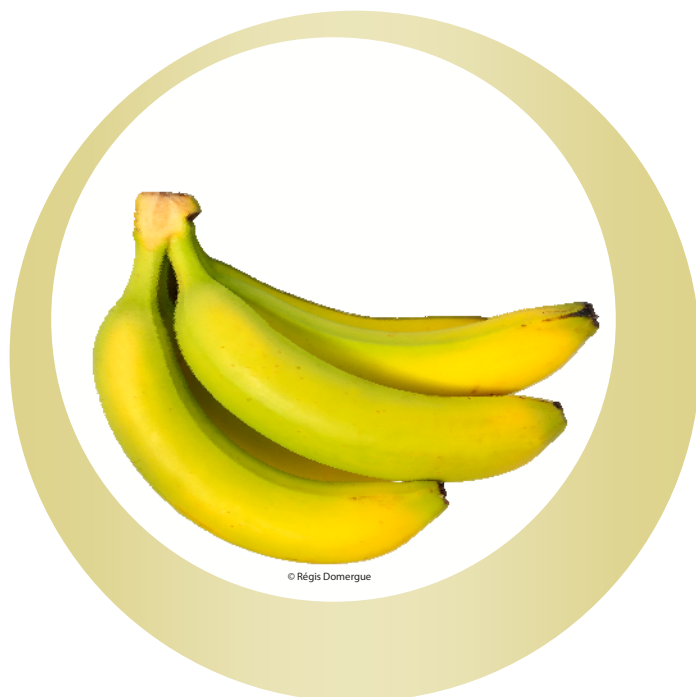
Deux événements récents crédibilisent cette thèse. Le premier a secoué le secteur de la banane en France. Au mois de mai, le groupe Auchan a lancé une promotion très agressive à 0.75 euro/kg de banane. Au-delà du fait que l'origine Antilles fut associée sans raison à cette action (cf. encadré), cela a dévalorisé un peu plus le produit, alors même que son prix est au plancher, l'onde de choc s'étant classiquement propagée aux autres enseignes. Dans tous les cas, si on reste focalisé sur le produit « banane », on ne peut pas comprendre cette baisse, destructrice de valeur ajoutée dans toute la filière. En effet, la banane est définitivement sortie du rayon fruits pour être le porte étendard de l'image de marque des enseignes qui, les unes comme les autres, se doivent d'apparaître moins chères que leurs concurrentes. La crise financière de 2008 a eu cet effet sur les politiques marketing : un mouvement général de repositionnement des enseignes sur les prix bas. La banane sert à merveille cette politique.

Tesco, récemment mis en cause sur la guerre des prix qui fait rage au Royaume-Uni, a éteint la discussion en déclarant, lors d'un colloque au Costa Rica en février dernier, que sa politique de prix en magasin n'avait aucune relation avec sa politique d'achat auprès des producteurs. CQFD. La banane est parfaite pour vendre aussi des dentifrices ou des canettes de bière.

Le deuxième événement va dans le même sens que le premier. Du 17 au 22 juin 2014, dans un grand nombre de magasins Netto (enseigne discount du groupe Intermarché), la banane était à 0.99 euro le kilo (origines Amérique ou Afrique). Rien d'extravagant lorsqu'on compare ce prix à celui de la promo d'Auchan, sur un marché qui s'est d'autant plus dégradé en juin. Mais le plus étonnant se trouve dans les mentions qui accompagnaient cette promotion : « Depuis plus d'un an » et « Prix bloqué sur la banane ». Zut ! Notre Observatoire des marchés a donc failli en ne constatant pas cette si grande stabilité des prix à tous les autres stades de commercialisation de la filière.

Pour résumé, le cas de la banane confirme que l'acte d'achat est piloté par deux facteurs décisifs : le niveau de prix et l'écart avec les produits concurrents. L'hypothèse prix semble donc être la bonne pour expliciter la hausse historique de la consommation de banane, au moins en France.

D'autres facteurs diffus, sans doute secondaires et dont on ne mesure pas l'intensité, influencent également la décision d'achat. Ils renforcent parfois même la théorie dominante. C'est, par exemple, le ressenti de la crise économique européenne, dont personne ne voit la fin et qui consacre la banane comme le fruit anti-crise par excellence. D'autres pensent que la piètre qualité de l'offre concurrente à certaines périodes est aussi un repoussoir. Dans ce domaine, on a beaucoup parlé des petits calibres et de la mauvaise tenue des pommes et des oranges cette saison.



© Régis Domergue

On peut aussi penser que, ces dernières années, grâce à la segmentation bio et bio-fair trade, le linéaire banane a repris de l'attrait ou au moins de la place en magasin. Dans de nombreux hypermarchés, les mètres linéaires pour ces produits s'ajoutent à ceux traditionnels de la banane en magasin. Cette présence renforcée motiverait ainsi l'achat. Une étude américaine a, d'ailleurs, récemment montré que multiplier les points de présence en magasin permettait d'augmenter de manière très significative les ventes.

Cet article n'a pas tenu tous ses engagements. Nous sommes toujours dans l'impossibilité de conclure si l'augmentation de la consommation de banane partout en Europe est liée à des facteurs conjoncturels ou structurels. Les plus optimistes pensent que nous sommes entrés dans une nouvelle ère et qu'on glisse petit à petit vers une lame de fond durable. Même si les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent, j'éviterai soigneusement de prendre parti.

Le fait est là, la consommation augmente de manière quasi frénétique. Comme dans beaucoup de secteurs, le comportement moutonnier étant la règle, on espère que cela ne suscitera pas trop de vocations en production et à l'exportation. Le programme de création ou d'extension de plantations est déjà assez rempli comme cela. A moins que le Niño, dont on dit qu'il sera faible cette année, mette tout le monde d'accord ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr



© Régis Domergue

Banane : comment stopper l'hémorragie de la valeur ajoutée ?

En ces temps de commémoration en Europe, les mots ne sont pas anodins : « Depuis le 19 mai 2014, la banane antillaise est en conflit avec l'enseigne Auchan ». Ce sont les mots employés dans le communiqué de presse diffusé par l'UGPBAN, société qui commercialise 100 % de la banane antillaise. Associée contre son gré à une action de promotion très agressive (0.75 euro/kg), l'origine a réagi en déclarant *urbi et orbi* qu'elle suspendait toute relation commerciale avec l'enseigne. C'est un acte fort de la part d'un fournisseur. Et ce n'est pas la première fois. Déjà en septembre 2010, l'UGPBAN avait refusé de servir Intermarché pour une promotion en magasin à 0.69 euro/kg. Toute l'industrie alimentaire avait alors salué la décision. Au-delà de la crispation entre deux maillons de la filière, c'est une partie importante qui se joue.

Car, en fait, la question est celle du niveau de la valeur ajoutée qu'on décide de créer dans cette filière et de sa répartition. Selon nos informations, Auchan n'a pas perdu d'argent dans l'affaire. Son prix d'achat supportait bien un tel prix de vente en magasin. Mais



peu importe. Cette discussion n'a pas grande importance car les enjeux sont ailleurs. En fin de compte, il est plus intéressant de se poser la question du caractère raisonnable d'une telle action de promotion. Raisonnable du point de vue de l'enseigne, qui considère que la banane sert de faire-valoir au reste de son offre, montrant ainsi à ses clients combien son positionnement prix est bon. Déraisonnable du point de vue des autres acteurs de la filière, qui considèrent que cela crée des références à la baisse, tous les autres distributeurs s'engouffrant alors dans la brèche. L'effet dépressif se généralise à l'ensemble du marché et cela durablement.

Mais pourquoi détruire ainsi de la valeur, alors que le prix est déjà très bas et que la consommation est très dynamique ? L'échange entre Tesco et un producteur de banane, lors du dernier séminaire Corbana au Costa Rica, illustre bien la partie qui se joue. Le producteur a pris note de la volonté du 3^e distributeur mondial de renforcer sa présence en amont de la filière via une forte contractualisation, mais a aussi rappelé : « Vous avez des droits comme opérateur le plus fort de la chaîne, assumez maintenant vos devoirs envers les autres maillons de la filière ». C'est en substance ce qu'a voulu rappeler l'UGPBAN, dans un geste qui ne manque pas de panache. Gageons, certes dans un élan d'optimisme, que ces crises permettront d'instaurer un dialogue entre les membres de la filière pour ainsi co-développer à la fois les ventes et créer et répartir de la valeur ajoutée. C'est une des définitions de la durabilité dont tous se rengorgent. J'aurais envie de dire : chiche !



Fret maritime

Les prises de calamar records de l'Atlantique Sud sauvent le marché de l'affrètement

Après une année 2013 satisfaisante pour le transport reefer, les opérateurs espéraient une meilleure année 2014 : un équilibre à peu près rétabli entre l'offre de tonnage et la demande des affréteurs, pas d'augmentation de production d'équipement, tout était en place pour un retour en force du mode. Ce ne devait finalement pas être le cas...



© Pauline Feschet



De fait : une faible demande des affréteurs en raisin de table du Chili et de fruits à pépins d'Argentine, associée au changement de mode opératoire du commerce de la banane en Équateur d'une part, et un léger excès de tonnage face à la demande d'autre part, ont entraîné un début d'année décevant et une moyenne TCE en retrait sur le premier trimestre. Sans les prises records de calamar dans l'Atlantique Sud entre les mois de mars et juin, les opérateurs seraient aujourd'hui face à des résultats pour le premier semestre similaires à ceux de 2012, une année désastreuse pour l'industrie.

Le recul des cargaisons chiliennes peut s'expliquer par des conditions météorologiques défavorables avant la nouaison des fruits, entraînant une baisse de la récolte. Mais le marché a également subi la décision des affréteurs argentins de pommes et poires de faire appel aux services tiers, et ce malgré l'impact négatif du différend politique avec l'Uruguay, qui a imposé le transit des marchandises par le port brésilien de Rio Grande à la place de celui de Montevideo. Le nombre de voyages en reefer spécialisé entre San Antonio Este et St Pétersbourg a chuté de 18 en 2011 à seulement 3 cette année.

En Équateur, jadis pilier du marché de l'affrètement, les lignes conteneurs ont abandonné l'idée

d'imposer une augmentation de prix généralisée. À la place, elles ont baissé leurs tarifs dans l'espoir de gagner des parts de marché. Il faut toutefois relever deux différences significatives cette année concernant le choix modal : tout d'abord, pour réduire sa dépendance au mode, l'affréteur Rastoder a détourné une large proportion de fruits des reefers spécialisés, déstabilisant le marché de l'affrètement.

Ensuite, le second exportateur de banane équatorien, Grupo Noboa, a fait travailler un service de ligne tiers exploité par MSC, au lieu d'utiliser son propre tonnage. Pour s'assurer le marché, MSC a adapté son calendrier de manière à répondre à la demande de Bonita Europe d'un transit de deux semaines pour un volume atteignant 300 000 colis de fruits hebdomadaires. La conclusion de cet accord avait pour condition préalable le respect impératif du calendrier de Bonita Europe.

Au vu de cette décision, il sera intéressant de suivre l'évolution de la marque Bonita, tant d'un point de vue logistique que de la commercialisation des fruits. Pour les expéditeurs de banane, l'utilisation de services tiers revient à utiliser le plus petit dénominateur commun. En effet, sur le long terme, la marque Bonita ne se distinguera pas beaucoup d'une autre marque : un colis de Bonita ne sera jamais qu'un colis de bananes dans un container reefer quelconque avec peut être un coût de transport légèrement plus avantageux.

Que deviennent alors les cinq navires de la flotte Island Class de Bonita ? L'entreprise n'a en fait que peu d'options : il est très hypothétique que les unités soient, par exemple, mises au service du commerce méditerranéen de Noboa, à moins de mettre fin à son accord avec MSC en milieu d'année. Alvaro Noboa ne s'est jamais montré très enthousiaste à l'idée de s'engager dans des accords de mise en commun de flottes, d'autant que ni Star Reefers, NYKCool n'ont besoin de navires supplémentaires. Un accord à long terme avec Baltic Shipping est très improbable, les unités n'ayant pas la certification glace. Ecuadorian Line préférerait évidemment un affrètement à temps jusqu'à la fin de l'année, voire plus longtemps, mais les navires sont trop grands pour les négociants de banane, qui de toute manière, favoriseraient des contrats d'affrètement plus souples ou tenteraient leur chance sur le marché.

Mais surtout, serait-ce l'annonce de la fin de Bonita ? Renoncer au contrôle d'un chaînon si crucial de la chaîne d'approvisionnement reviendrait à admettre sa défaite dans la lutte pour la valeur ajoutée. À terme, l'avenir des bananes Noboa sera peut-être similaire à celles de Reybanpac et aussi certainement à celles de l'expéditeur verticalement intégré Banacol : vendre à la source.

Entreprises

Le marché des reefers est peut-être en mode de veille, mais il s'agit d'une « veille ralentie, profitable », en grande partie grâce aux milliards de tonnes de plancton de l'Antarctique, selon le président directeur général de Laskaridis Shipping et Lavinia, Thanassis Laskaridis. Depuis 37 ans, l'entreprise familiale Lavinia Corporation travaille dans le secteur reefer et possède encore 27 navires. En plus de sa propre flotte, Laskaridis possède et exploite la flotte Alpha Reefer Transport basée à Hambourg, soit 42 reefers appartenant à divers propriétaires. Le groupe détient également deux navires-usines naviguant sous la direction de Unimed Glory dans les zones de pêche du Pacifique Sud et de Mauritanie.

M. Laskaridis a déclaré que ses récents investissements dans le vrac sec ne sont pas synonymes de désengagement dans le secteur reefer, malgré un recul du marché. « Notre sentiment, qui est le même depuis 20 ans, est que ce qui peut être conteneurisé le sera au bout du compte », affirme M. Laskaridis. Le groupe n'a pas tenté d'inverser la tendance car la bataille aurait été perdue d'avance. Il s'est plutôt recentré sur un marché de niche : le transport de poissons surgelés entre les lieux de pêche et leur destination.

Les prises records de calamar dans les Malouines au premier trimestre de cette année ont redonné un



© Pierre Gerbaud

coup de fouet au commerce réfrigéré non conteneurisé. Un rappel, ajoute M. Laskaridis, que le transport maritime peut se relever d'un coup alors que tout le monde s'attendait à le voir périlcliter. Et de conclure : « Étant donné la situation aujourd'hui, nous devons investir de nouveau dans quelques navires pour continuer à desservir certains secteurs très spécifiques ».

La construction de reefer est au point mort depuis quelques années. Une telle décision servirait un objectif très ciblé, dans une perspective à long terme et sur une base non spéculative, où les utilisateurs industriels affrèteraient les navires ou s'engageraient sur la durée.

L'opinion de M. Laskaridis est largement partagée par une majorité d'acteurs du secteur reefer. Un reefer spécialisé moderne et économe en carburant peut facilement rivaliser avec un service de ligne tiers compétitif, sauf dans le cas où ce dernier est géré à perte et subventionné par d'autres activités commerciales ou sèches. Une perte pour les reefers n'est pas tenable sur le long terme car le mode n'a pas ce luxe des possibilités dont jouissent les lignes conteneurs.

Il y a presque deux ans, le secteur des reefers spécialisés avait bénéficié d'un répit. Les lignes, face aux structures de prix reefers non pérennes, avaient conjointement annoncé une augmentation de prix généralisée. Depuis sa mise en place, les tarifs reefers sont restés figés, voire, se sont dégradés. Et pourtant, le service continue. Les lignes ont peut-être une autre définition du terme "pérenne"...

En ce qui concerne M. Laskaridis, les nouvelles unités de reefer spécialisé sont une nécessité pour son activité, principalement parce qu'il n'y a pas d'autre tonnage disponible sur le marché qui puisse s'insérer dans le modèle verticalement intégré de Lavinia. Par conséquent, les prochaines commandes de navires reefers ne devraient pas être une surprise, ni un motif d'allégresse générale. Les mêmes remarques valent pour les grandes entreprises bananières qui préfèrent garder le contrôle de leurs chaînes d'approvisionnement, même si dans leur cas, le risque de passer commande basculerait chez Star ou Seatrade, par le biais d'accords à long terme.

Ces mêmes armateurs seraient-ils prêts à sauter le pas pour des affrèteurs saisonniers ou spot ? La réponse est évidente : bien sûr que non ! La structure actuelle du secteur, les rendements TCE, le niveau de confiance ou l'environnement concurrentiel hostile ne justifieraient aucunement un programme de construction. Le problème vient du fait que, à moins d'une construction spéculative, les conséquences seraient négatives pour les expéditeurs de l'hémisphère Sud, qui préfèrent aujourd'hui le mode reefer, quoique peut-être pas pendant 5 ou 10 ans. Dans la mesure très improbable où ces mêmes affrèteurs s'entendraient pour former une sorte d'entité

d'affrètement visant des contrats sur plusieurs années, ils n'auraient d'autre choix que de changer de mode.

Le secteur fruitier est encore sous le joug de la domination des clients de l'hémisphère Nord. Les évolutions logistiques de la chaîne d'approvisionnement pourraient bien jouer le rôle de catalyseur dans le changement nécessaire à la pérennité de la plupart des filières fruitières de l'hémisphère Sud.

Ailleurs, les trois premiers mois de 2014 ont été relativement décevants pour Siem Shipping (Star Reefers). L'armateur/opérateur de reefers spécialisés affiche une perte nette pour le premier trimestre, mais d'autre part affirme compenser cette perte par un contrat d'une valeur de 522 millions USD. La perte nette de 1.5 million USD au premier trimestre 2014 est à mettre en parallèle avec le revenu net de 1.5 million USD à la même période l'année dernière. Le chiffre d'affaires brut a atteint 58.2 millions USD (66.9 millions USD) alors que la capacité baissait de 6 %, jusqu'à 52.3 millions de cbft (58.8 millions de cbft). D'après l'entreprise, deux des navires de classe C ont pesé sur les résultats du premier trimestre (Cote D'Ivoirien et Colombian Star) : ils n'ont pas été opérationnels sur toute la durée à cause de l'allongement du projet. Les quatre unités sont sous contrat d'affrètement à temps de sept ans avec Africa Express Line. Star a également confirmé l'affrètement de quatre navires Star First Class avec Chiquita pour quatre ans et demi à partir du mois de juin cette année et à un « tarif ren-

table ». Star a déclaré qu'au 31 mars 2014, environ 72 % de la capacité de sa flotte étaient sous contrat jusqu'à la fin de l'année.

Futur

A part la manifestation possible d'un phénomène El Niño monstrueux pour cet automne, l'attention se tourne à nouveau vers l'augmentation de prix du carburant. Les nouvelles réglementations concernant le soufre dans le carburant des navires opérant en mer Baltique, mer du Nord et Manche entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2015. Les coûts supplémentaires engendrés par ces mesures auront un impact sur les cargaisons périssables à destination de l'UE, et plus particulièrement sur le port de St Pétersbourg, le point d'entrée de la Russie le plus éloigné de la nouvelle zone. Les reefers spécialisés ainsi que les lignes conteneurs sont concernés.

Le coût supplémentaire annuel pour les trois filiales de Maersk Liner, Maersk Line, Seago Line et Safmarine, est estimé à 200 millions USD pour l'application des nouvelles normes de teneurs en soufre, à compter du 1^{er} janvier 2015. Maersk souhaite attendre avant de se positionner. L'estimation de 200 millions USD se base sur une prévision d'achat supplémentaire de carburant à faible teneur en soufre de 650 000 MT pour un prix majoré de 300 USD à la tonne.

Hapag-Lloyd a d'ores et déjà annoncé un coût supplémentaire attendu de 150-200 millions d'euros par an, ou 270 millions d'euros si l'on se base sur le prix actuel ; un chiffre bien supérieur à l'estimation de Maersk Line, alors que ce dernier est bien plus gros que son concurrent allemand. Hamburg Süd affirme que la réglementation sur le soufre alourdira la facture du transporteur de 40 millions de dollars par an, un montant qui sera directement reporté sur les clients. Les analystes de Drewry estiment quant à eux que le coût supplémentaire de la mise en conformité se montera à 120 USD par EVP, 240 USD pour des reefers 40' high-cube.

Par voyage, cela se traduit par un coût additionnel de 150 000 à 170 000 USD pour un navire reefer transportant des bananes à St Pétersbourg, soit 0.50 USD par colis et par voyage, ou, pour un voyage de 55 jours, par un impact de 0.16c/cbft sur l'affrètement à temps d'une unité moderne, que les opérateurs devront assumer si le coût ne peut être répercuté sur les affrêteurs.

Il sera intéressant de voir si cette situation convaincra les principaux importateurs concernés de basculer les volumes vers la Mer Noire où les normes régissant l'émission de gaz d'échappe-



© Pauline Feschet



© Denis Loeillet

ment ne sont pas en vigueur. Selon le poids de la facture que les transporteurs feront porter aux clients, la carte des plateformes de distribution de l'UE pourrait bien être remodelée : les ports de la Baltique, mais aussi les ports de Belgique, des Pays-Bas, de l'Allemagne et de la côte sud du Royaume-Uni seront soumis à l'augmentation, alors que la côte ouest du Royaume-Uni, ainsi que tous les points et ports situés au sud de Brest, le long des côtes espagnoles et méditerranéennes sont exclus de la nouvelle réglementation.

Si le Coefficient d'ajustement de soutage augmente suffisamment pour couvrir le coût supplémentaire, l'impact pour chaque mode dépendra du coefficient de chargement et du nombre d'escales, en particulier sur les lignes services à destination de St Pétersbourg. Il sera particulièrement intéressant de voir comment MSC et Maersk factureront leurs services pour les bananes d'Amérique du Sud et d'Amérique centrale vers la Russie. Avec sept jours supplémentaires dans la Baltique à destination et en provenance de Rotterdam, les chargeurs équatoriens débourseront-ils en 2015 le même montant pour transporter les bananes jusqu'au port hollandais qu'à destination du port russe aujourd'hui ? Ou bien le taux jusqu'à Rotterdam continuera-t-il de subventionner celui de St Pétersbourg ? ■

Richard Bright, Reefer Trends
info@reefertrends.com

FRUITROP
online
www.fruitrop.com

Toute
l'information
économique et
technique en 1 clic

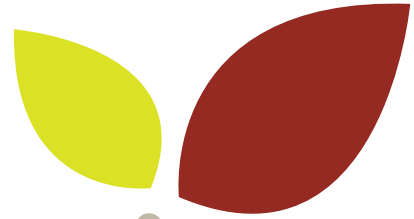
Kiwi de l'hémisphère Sud

Encore un peu froid au Chili,
mais déjà plus lumineux en Nouvelle-Zélande



Les producteurs tournent désormais la page des dernières campagnes marquées par la dissémination très rapide du Psa (*Pseudomonas syringae* pv. *actinidiae*). En effet, ils savent qu'il n'y a pas pour l'instant de traitement réellement efficace pour éradiquer la maladie et ils doivent la gérer en attendant de nouvelles solutions techniques. Pour autant, le renouveau est déjà là notamment en variétés jaunes, fortement impactées par la bactérie, après l'arrachage de tout le verger de Hort 16 en Nouvelle-Zélande comme au Chili.

23rd International
Food & Drinks Exhibition



worldfood

MOSCOW

15 - 18 September 2014

Expocentre • Moscow • Russia



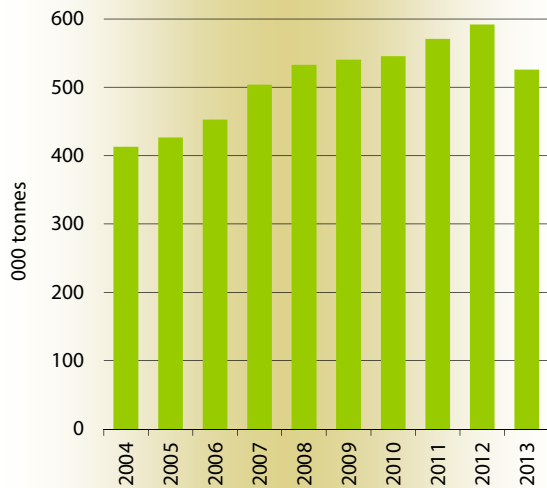
www.worldfood-moscow.com



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

For more information about participating, visit the website, call +44 (0) 20 7596 5086, or email fm@ite-exhibitions.com

Kiwi de l'hémisphère Sud - Exportations



Sources : ODEPA, STAT NZ

Kiwi de l'hémisphère Sud — Exportations en 2013

en tonnes	Total	Nouvelle-Zélande	Chili
Total, dont	526 049	312 971	213 078
UE-27*	214 333	129 423	84 910
Asie	160 488	137 921	22 567
Amérique latine	43 046	43 046	-
USA	38 676	6 602	32 074
Russie	19 591	969	18 622
Moyen-Orient	10 844	2 992	7 852

Sources : STAT NZ, ODEPA/ASOEX, *Eurostat



Un rythme d'exportation assombri par le Psa en 2013

La campagne s'est déroulée sans heurts en 2013, mais les origines de l'hémisphère Sud enregistrent leur plus bas niveau d'exportation suite à l'invasion des vergers par le Psa, notamment en Nouvelle-Zélande. Ainsi, les volumes exportés sont tombés à 312 000 t l'an dernier (- 16 % sur 2012), contre encore 392 000 t en 2011. On note un repli très marqué en variétés à chair jaune : - 57 % au départ de la Nouvelle-Zélande, soit seulement 37 900 t en 2013 contre 97 100 t en 2011. Par contre, le potentiel de Hayward, nettement plus résistant à la maladie, n'a reculé que de 4 % (273 400 t). Les volumes ont toutefois moins baissé au départ du Chili avec 213 000 t exportées en 2013 (- 2 % sur 2012).

L'Europe demeure de loin la principale destination de ces deux origines, avec un total de 214 000 t. Les volumes importés de Nouvelle-Zélande ont baissé de seulement 11 % par rapport à 2013. Par contre, ils ont été réduits de 45 % aux USA et de 54 % en Russie, où le niveau des importations a toutefois été en partie compensé par le Chili. En effet, ce pays consolide ses parts de marché vers ces destinations (+ 12 % vers les USA et + 18 % vers la Russie), mais les exportateurs chiliens ont dû arbitrer leurs envois en limitant les exportations vers les pays d'Amérique latine et d'Asie. En revanche, ces deux origines continuent de se déployer sur le Moyen-Orient (+ 10 % pour la Nouvelle-Zélande et + 5 % pour le Chili), qui représente désormais un débouché de 10 000 t.

La filière néo-zélandaise entrevoit déjà de nouveau la lumière

La production néozélandaise a été fortement affectée par le Psa qui a fait son apparition dans le pays en 2010. La propagation de la maladie a été très rapide. Elle touchait 69 % des vergers en 2012 et elle atteint désormais 80 % des surfaces (11 156 ha au 10 avril 2014). Pourtant, la baisse de potentiel a globalement été réduite grâce à la résistance de la variété Hayward (kiwi à chair verte), qui représentait encore l'essentiel des plantations à cette époque, ainsi qu'à la réactivité de la filière néo-zélandaise qui a très précocement pris des mesures de prophylaxie et lancé l'arrachage puis le surgreffage des plants de Hort 16 (Zespri Gold), particulièrement sensible au *Pseudomonas*. Ainsi, les 2 600 ha de Zespri Gold ont rapidement été greffés avec notamment la nouvelle variété Zespri SunGold (G3), ce qui devrait permettre de retrouver très vite le potentiel initial. Celui-ci pourrait même atteindre 85 millions de cartons dès cette année d'après Zespri, soit un niveau encore inférieur à celui d'avant le Psa, quand le tonnage flirtait avec les 100 millions de cartons. Mais il devrait sensiblement augmenter en Gold pour avoisiner 16 millions de cartons, contre 11 millions l'an dernier dont 9 millions de SunGold. Le potentiel en variétés jaunes devrait donc rapidement reprendre sa croissance pour satisfaire les nombreux marchés demandeurs, que ce soit en Europe mais surtout en Asie. Zespri prévoit, en effet, un



potentiel de 50 millions de cartons d'ici 2018, ayant autorisé l'an dernier des licences additionnelles pour 1 130 ha, portant le total des plantations de SunGold à 4 000 ha. Les producteurs savent néanmoins qu'ils ne se débarrasseront pas de la maladie à court terme, mais ils ont appris à vivre avec et gèrent les symptômes avec beaucoup d'attention, ce qui leur permet de retrouver des rendements comparables à ceux d'avant le Psa. De nouvelles variétés sont encore en cours d'essai, notamment une variété verte et une variété à chair rouge qui devront toutefois encore démontrer leur performance en termes logistiques et face au Psa.

La filière chilienne s'affaire à réduire la propagation de la maladie

De même, le Psa a fortement impacté la production de Hort 16 au Chili, détruisant l'intégralité du verger, et s'est rapidement propagé dans les zones concernées, notamment le sud du pays où le climat plus froid et humide a favorisé sa dispersion. Des mesures strictes ont donc été prises depuis le premier diagnostic en 2011, notamment à l'entrée des vergers (information, pédiluve, désinfection des mains, exclusivité du matériel utilisé dans les zones touchées) pour limiter la propagation de la maladie. Cependant, le dernier rapport publié par le Comité du kiwi révélait une propagation très rapide dans les zones concernées (essentiellement la province de Maule qui produit 50 % du potentiel et celle de Bio-Bio qui ne représente cependant pas plus de 5 % du potentiel), mais assez similaire à celle enregistrée en Nouvelle-Zélande. Ainsi, si seulement six vergers étaient infectés dans la région de Maule (région VII) en 2011, 82 % des surfaces l'étaient déjà en 2013.

Pour autant, toutes les zones de production ne sont pas touchées pour l'instant. Aucun cas authentifié en tant que tel n'a encore été décrit dans la zone V qui concentre 37 % du potentiel. Par ailleurs, le Comité chilien du kiwi a dévoilé un nouveau système pour la détection précoce de la présence du Psa. Il a été développé par la Fondation pour l'innovation agricole (FIA) en collaboration avec le Comité et devrait permettre aux producteurs de mieux cerner les conditions de développement de la maladie afin d'appliquer très précocement les mesures préventives appropriées. L'impact sur la production a jusqu'alors été limité, la variété Hayward représentant encore 84 % des surfaces en 2013, même si elles ont un peu baissé du fait des arrachages (11 086 ha en 2013, soit - 7 % sur 2012), mais aussi en raison des faibles retours. Le Psa a par ailleurs ralenti la diversification du verger sans néanmoins totalement la stopper. Elle repose essentiellement sur les variétés Jintao (1 000 ha) et Kiss (moins de 200 ha).

La campagne 2014 sera surtout marquée par le coup de froid sur la production chilienne

La campagne 2014 devrait surtout être marquée par le fort déficit qui frappe cette année le Chili. La production a, en effet, été décimée par la vague de froid intense du mois de septembre qui a grandement affecté la floraison. Aussi, selon les dernières estimations de la Commission du kiwi chilien, les volumes disponibles pour l'exportation ne devraient pas dépasser 100 000 t contre 215 000 t l'an dernier, avec un profil de calibrage moyen voire petit. Les opérateurs chiliens ont donc prioritairement ciblé le marché américain, en attendant la fin de la saison européenne pour valoriser leur production et étaler leur campagne. Celle-ci s'est toutefois terminée précocement, permettant de débiter la campagne en Europe courant mai sur des niveaux de prix rarement atteints (2.40 euros/kg, stade import, rendu France).

En revanche, la production néozélandaise devrait être d'un bon niveau, avec le retour d'un potentiel significatif en kiwi à chair jaune. Le premier bateau à destination de Zeebrugge a été réceptionné en semaine 20 et pas moins de 20 navires devraient ainsi faire escale dans le port belge tout au long des 32 semaines de campagne. Pourtant, le tout début de campagne a été un peu poussif. La saison devrait néanmoins rapidement se lancer avec, par ailleurs, une grande campagne promotionnelle orchestrée par Zespri pour positionner la nouvelle variété SunGold. Des spots TV sont prévus ainsi que des animations en magasins et sur les MIN dès le mois de juin. De leur côté, les opérateurs chiliens ont renforcé les liens avec leurs homologues italiens par la signature d'un accord entre KiwiFruit of Italy et Chilean Kiwifruit Committee lors du salon Fruit Logistica afin de consolider les marchés étrangers et fournir un appui promotionnel aux opérateurs ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr

Le ramboutan

Le cousin chevelu des tropiques



Poilu il l'est ! C'est d'ailleurs grâce à ce trait qu'il se distingue aisément de son lisse cousin le litchi. Dans les champs, le ramboutan ne craint pas la concurrence de son compère car il s'épanouit en climat chaud et humide, là où le litchi ne montrera que des feuilles et pas le moindre fruit ! Par contre, sur le marché, le litchi ne lui laisse guère de place, et c'est fort dommage...



Le ramboutan est un bel arbre au tronc assez droit, pouvant atteindre 10 à 15 mètres de haut. Ses feuilles sont composées de 2 à 4 folioles, vert foncé, luisantes dessus, plus pâles dessous. Les inflorescences portent de nombreuses fleurs de couleur vert-roux.

Deux types d'arbres s'observent : des pieds mâles (les inflorescences ne portent que des fleurs mâles et ne produisent donc pas de fruits) et des pieds hermaphrodites. Les inflorescences de ces derniers portent, quant à elles, deux types de fleurs : des fleurs hermaphrodites fonctionnellement femelles (pistil bien développé, étamines non fonctionnelles à filet court) et des fleurs hermaphrodites fonctionnellement mâles (pistil développé mais non fonctionnel et étamines fonctionnelles, bien développées à filet long). Certaines variétés portent ces deux types de fleurs hermaphrodites, mais pas simultanément sur la même inflorescence. De ce fait, les ramboutans requièrent une pollinisation croisée pour assurer une bonne récolte. L'espèce est finalement très florifère, mais peu productive. Treize à seize semaines sont nécessaires entre la nouaison et la récolte.

C'est un fruit non-climactérique qui doit être récolté à pleine maturité (quand le fruit passe du vert au jaune ou au rouge selon la variété). Cueilli vert, il ne continuera pas sa maturation et sera acide et sans parfum. Les fruits se présentent en grappes de 10 à 20, le poids de chacun étant com-

L'arbre, son écologie et sa culture

Le ramboutan (*Nephelium lappaceum* L.) est un arbre de la famille des Sapindacées, tout comme le litchi ou le longan. Probablement natif de Malaisie, il est exploité à travers toute l'Asie tropicale humide. D'introduction récente partout ailleurs, il se cultive notamment en Amérique tropicale, mais aussi en Afrique, en Australie ou encore à Madagascar. S'il est peu commun aux Antilles françaises et très rare à la Réunion, en Guyane française, dans le village de Cacao, une communauté originaire du Laos le cultive et approvisionne très largement les marchés locaux. La production mondiale est difficile à chiffrer, la quasi-totalité étant autoconsommée. La Thaïlande est sans conteste le plus grand producteur, avec une production qui avoisinerait les 450 000 t. Suivent ensuite la Malaisie et l'Indonésie, qui en produiraient respectivement 60 000 et 100 000 t. Les Philippines, l'Australie, le Sri Lanka, l'Amérique centrale, l'Afrique du Sud et les États-Unis (Hawaï et Porto Rico) en produisent également, mais dans une moindre mesure. Finalement, quelques milliers de tonnes seulement de fruits frais ou au sirop font l'objet d'échanges internationaux (probablement moins de 10 000 t au total).



© Guy Bréhinier

pris entre 20 et 50 g. Ils sont de forme ovale à globuleuse. La couleur extérieure varie du jaune au rouge, jusqu'à de profonds carmins à maturité. La peau est recouverte de sortes d'épines molles et recourbées, d'où son nom de litchi chevelu. Sous cette peau coriace se cache une chair (arille) charnue, blanche et translucide, qui adhère plus ou moins à un noyau brun. Les variétés de ramboutan sont très nombreuses et se différencient par la forme des fruits, leur couleur, la longueur de leurs « cheveux », l'adhérence du noyau, leur parfum, etc.

Le ramboutan est une espèce de climats purement tropicaux. Il peut être cultivé du niveau de la mer jusqu'à 500 m d'altitude, mais pas au-delà. Une pluviométrie annuelle comprise entre 2 000 et 3 500 mm d'eau lui est nécessaire, ce qui limite sa culture aux zones écologiques chaudes et humides tropicales. Une courte période plus sèche est cependant indispensable pour lui assurer une bonne production car, sans ce stress hydrique (d'un mois environ), sa floraison est erratique. Par contre, en période de grossissement des fruits, l'arbre ne doit subir aucun manque d'eau. Il s'adapte à de nombreux types de sols, dans la gamme de pH de 4.5 à 6.5. Il craint par contre les sols asphyxiants et est sensible aux carences en fer et zinc (chloroses très marquées, feuillage jaune).

Traditionnellement (et par facilité), le ramboutan se multiplie par semis de ses graines. Cette technique doit cependant être réservée à la production de porte-greffes. En effet, compte tenu des caractéristiques florales très particulières de l'espèce, la qualité des plants obtenus par graines est



© Guy Bréhinier

très fluctuante. La multiplication végétative est donc de mise. Le marcottage aérien est possible, mais le sevrage des plants, qui s'enracinent pourtant assez facilement, est délicat. Le greffage par approche est une bonne technique, mais lourde à mettre en oeuvre. On la réserve donc à la multiplication des variétés délicates.

La greffe « Forket modifiée » semble être une technique de greffage donnant de très bons résultats. Ce n'est ni plus ni moins qu'une greffe en placage d'oeil, dont les languettes d'écorce du porte-greffe sont conservées : deux incisions verticales et parallèles de l'écorce, de 3 cm de longueur et espacées de 1 cm, sont réalisées sur le porte-greffe (à 15-20 cm du collet). Une incision horizontale au milieu de ces 2 incisions verticales permet de soulever précautionneusement l'écorce en 2 languettes et de créer une fenêtre. Le greffon vient se loger dans cette fenêtre, les deux languettes étant ensuite rabattues sur ce dernier avant la ligature. Le greffon est prélevé sur de jeunes rameaux (de 9 mois environ), effeuillés 15 jours avant le prélèvement afin de stimuler le débourrement des bourgeons. Au bout de 20 à 25 jours, la ligature est retirée et le porte-greffe rabattu si la greffe est réussie.

Les densités de plantation varient entre 100 (10 x 10 m) et 285 (5 x 7 m) arbres par hectare. L'espèce est plutôt rustique et ne demande pas d'entretien spécifique, si ce n'est une taille d'entretien an-



© Guy Bréhinier

Colisage et calibrage

Le plus fréquemment, les ramboutans sont conditionnés dans des cartons de 2 kg net. Ils sont soit lités sur deux couches dans un carton d'environ 300 x 400 mm télescopique ou à rabats, soit préemballés en barquette de 1 kg filmée comme les marchandises de Thaïlande. Les barquettes de fruits sont ensuite conditionnées par deux dans le carton d'expédition.

Dans l'usage, il n'existe pas de calibrage déterminé. On se référera à la norme Codex.

Réglementation

Il existe une norme du Codex Alimentarius pour le ramboutan : Stan-246/2005.

Nutrition

Moins riche que le litchi en potassium, le ramboutan contient plus de vitamine C.

Ramboutan — Valeur nutritionnelle (pulpe/100 g)	
Energie	63 Kcal
Glucides	14.5 g
Vitamine C	17 à 32 mg



© Guy Bréhinier

nuelle (suppression des branches mortes). Les ramboutans de semis produisent vers 5-6 ans, ceux greffés ou marcottés dès 3 ans.

Pour s'assurer une bonne productivité, il est préférable de mélanger plusieurs variétés au sein du verger et même de planter quelques pieds mâles pour faciliter les pollinisations croisées entomophiles. Malgré ces précautions, en Asie, les rendements observés sont faibles et varient de 2 à 20 tonnes de fruits par hectare. C'est pourquoi, dans certains pays comme la Thaïlande, des pulvérisations de régulateur de croissance sont utilisées pour favoriser la production de fleurs fonctionnellement mâles au sein des inflorescences.

Le ramboutan est sujet à différents bio-agresseurs. L'oïdium l'affecte notamment durant la floraison et la nouaison. Les fruits sont quant à eux colonisés par des cochenilles, des acariens, des thrips ou encore des fourmis, qui occasionnent des dommages souvent irréversibles de l'épiderme du fruit. Les ramboutans sont aussi hôtes de différentes espèces de mouches des fruits (*Ceratitis capitata* et *Bactrocera dorsalis*) et requièrent donc des traitements spécifiques liés au statut d'organisme de quarantaine de ces insectes dans le cas d'exportation de fruits d'une région contaminée vers une autre qui ne l'est pas.

Pré et post-récolte, et quelques causes affectant la qualité

En culture, des conditions de stress hydrique important, particulièrement durant la phase de grossissement des fruits, affectent directement la qualité (développement de la chair). Une fois cueilli, le ramboutan se conserve mal. A température ambiante (25°C), la qualité visuelle des ramboutans décline très rapidement au bout de 2 à 3 jours. Cela se traduit par un brunissement des cheveux de l'épiderme. Des températures de conservation de l'ordre de 8 à 12°C et une humidité relative élevée de l'ordre de 90-95 % permettent de ralentir cette dégradation. Dans ces conditions, les ramboutans peuvent être conservés une quinzaine de jours.

Cependant, après 7 jours de conservation, ils peuvent être affectés par plus d'une dizaine de pathogènes différents conduisant à une pourriture du fruit, comme par exemple l'anthracnose (*Colletotrichum gloeosporioides*). La phase de contamination par ces pathogènes se fait généralement au verger, mais l'expression de la maladie intervient durant cette conservation prolongée. Différentes mesures de contrôle de ces pathogènes sont possibles : traitements chimiques, traitement à l'eau chaude, huiles essentielles, biopesticides, etc. Par ailleurs, la durée de vie des ramboutans (et leur qualité visuelle) peut être augmentée grâce aux techniques de conservation sous atmosphère modifiée et/ou contrôlée.

Utilisation

Les ramboutans sont principalement consommés frais, tels quels. Ils sont vendus entiers et rarement prêts à être consommés (« fresh-cut ») car le noyau, qui s'extirpe mal de la chair, ne facilite pas l'opération. En Asie, le ramboutan est extrêmement populaire. On prépare aussi des conserves et confitures, mais la pulpe perd alors de sa saveur. Les fruits des variétés plus acides se cuisent en compote. Les décoctions de racines, de feuilles et d'écorce sont utilisées en médecine traditionnelle pour traiter notamment la fièvre. La graine grillée est comestible, mais elle est amère et narcotique. Enfin, le bois est aussi utilisé dans la construction

Un marché confidentiel, emblématique du commerce des petits fruits exotiques

Les volumes de ramboutan commercialisés en Europe ne sont pas connus, faute de nomenclature douanière suffisamment fine. Pour autant, les spécialistes du commerce des exotiques confirment le caractère confidentiel du marché. Quoique d'une originalité attractive, notamment en raison de ses « cheveux », le fruit reste très peu connu du grand public. Par ailleurs, son prix au stade détail est élitiste, le transport exclusivement par avion pesant fortement sur son coût de revient (prix stade import pratiquement linéaire et de l'ordre de 7.50 à 8.50 euros/kg). Enfin, le produit est difficile à travailler et tient peu de temps en rayon (durée de vie de l'ordre d'une dizaine de jours maximum). Ainsi, les ventes sont limitées durant la quasi-totalité de l'année, le fruit étant principalement commercialisé dans les réseaux ethniques et chez une partie des primeurs. Deux pics d'activité permettent de doper les ventes, les fêtes de fin d'année et le nouvel an chinois, périodes où le ramboutan rentre plus largement dans la grande distribution.

Un approvisionnement provenant presque exclusivement du sud-est asiatique

C'est sur le sud-est asiatique, berceau de la culture, que repose la majorité de l'approvisionnement du marché européen. La Thaïlande, premier producteur mondial, reste un des principaux piliers du commerce international du ramboutan, grâce à ses vergers situés principalement dans l'est (région de Chanthaburi, principal pôle de production) et dans le sud (Chumphon, Surat Thani). Toutefois, cette origine ne domine plus le marché de manière aussi nette que par le passé. Les petits



producteurs, qui constituent l'essentiel de la base productive, semblent avoir des difficultés à se plier à une réglementation phytosanitaire de plus en plus stricte et impliquant des contrôles coûteux, d'autant que le ramboutan ne fait pas partie des productions majeures comme le longan, le durian ou le mangoustan. Le Vietnam a suivi une évolution inverse et est devenu l'autre origine de référence du marché depuis la fin de la décennie 2000. Comme c'est le cas pour beaucoup d'autres petits exotiques, les exportations de ramboutan montent en puissance et ce fruit est devenu une des spécialités export du pays, loin derrière la pitahaya néanmoins. L'Indonésie complète l'approvisionnement en provenance d'Asie du Sud-Est, avec ses productions principalement situées à l'ouest de Java. Quelques lots de Malaisie, d'où le fruit est originaire, sont sporadiquement disponibles.

L'Amérique latine quasi absente de l'UE et Madagascar pour un petit complément

Les pays producteurs d'Amérique latine, encore présents jusqu'au milieu de la décennie passée, ont pratiquement déserté le marché communautaire. Ils disposent d'un débouché naturel aux États-Unis, où la demande est croissante, avec une logistique beaucoup moins coûteuse que pour rallier le vieux continent. Le Mexique, qui peut exporter par la route ses productions en provenance du Chiapas, règne en maître sur ce marché, aux côtés des pro-



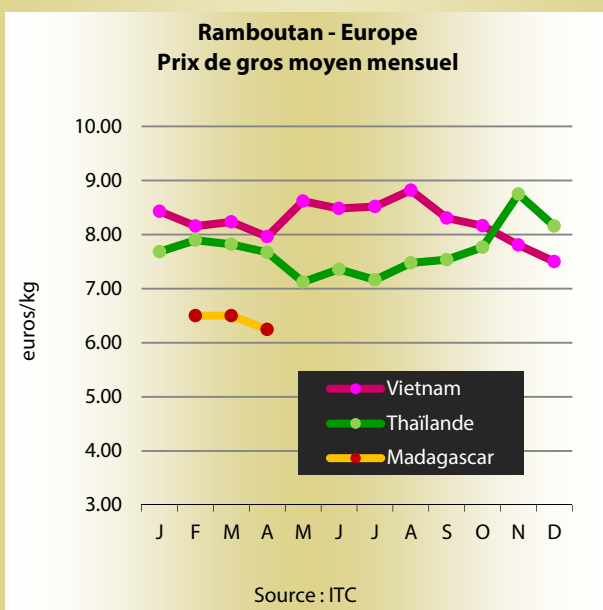
ductions « locales » hawaïennes. Des lots en provenance du Honduras, du Guatemala et d'autres pays (principalement d'Amérique centrale) complètent l'offre. L'Australie réserve les volumes de ses quelques productions du Northern Territory et du Queensland à son marché local. La seule origine non-asiatique à proposer des volumes significatifs en Europe est Madagascar. L'essentiel de sa production se concentre dans l'est du pays, notamment autour de Tamatave.

Présent toute l'année, plutôt à écorce rouge que jaune

La principale saison de production court d'avril à octobre pour l'Asie du Sud-Est, une autre période de récolte plus limitée intervenant de décembre à février. Pour autant, en jouant sur les origines et les microclimats, les importateurs sont en mesure de proposer un approvisionnement en ramboutan d'Asie du Sud-Est douze mois sur douze. C'est sur le type variétal à écorce rouge et à fibre verte que repose l'essentiel de l'offre, avec notamment le cultivar Rongrian très courant en Thaïlande et maintenant au Vietnam. La variété Si Chomphu, très emblématique des fruits à écorce jaune et fibre rouge et largement produite en Indonésie, est assez peu courante en Europe. La saison malgache, plus courte, succède à celle du litchi et dure de fin février/début mars à fin mai/début juin. Le gros de l'offre est composé de variétés à écorce rouge, qui succèdent aux premiers lots livrés principalement composés de fruits à écorce jaune. Le colis de 2 kg, composé de deux barquettes de 1 kg, est devenu le colissage de référence pour toutes les origines ■

Fabrice Le Bellec, CIRAD
fabrice.le_bellec@cirad.fr

Eric Imbert, CIRAD
eric.imbert@cirad.fr





- ▶ Vous décidez de l'avenir des filières.
- ▶ Vous souhaitez comprendre les conséquences sociales de ces décisions.
- ▶ Vous êtes entrepreneurs, décideurs publics, autorités publiques, consultants, chercheurs ou étudiants.

ACV sociales

Effets socio-économiques dans les chaînes de valeurs

Quelles sont les conséquences sociales des changements opérés dans les chaînes de valeurs, en particulier quand elles concernent de grandes filières internationales de produits agricoles ? Comment anticiper ce que provoquent les changements d'itinéraire technique, de fournisseur, d'organisation du travail, de répartition des revenus générés, etc. ?

Chercheurs de centres de recherche français (Cirad, Inra, Irstea, SupAgro, Université de Montpellier I) et consultants (Epsil'Hôm, CEP) proposent sur plus de 100 pages leur méthodologie et leurs pratiques de l'évaluation des effets socio-économiques.

FRUITROP
Thema

Ouvrage disponible en français et en anglais

Parution : octobre 2013

Prix : 40 euros



odm@cirad.fr

Prix de gros en Europe

Mai 2014

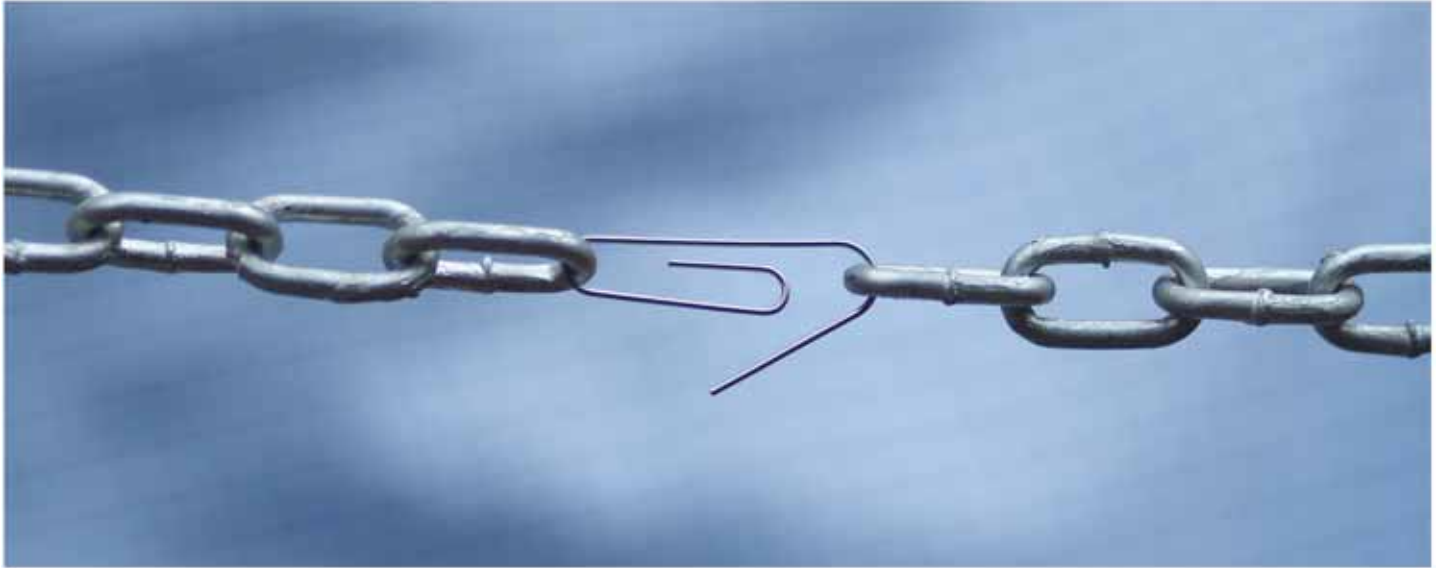
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
ANANAS	Avion	VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton				12.15	
			MAURICE	Carton				13.88	
	Bateau	MD-2	COSTA RICA	Carton	6.50	7.00		6.00	
			COSTA RICA	kg			0.95		
			COSTA RICA	Pièce					1.02
			COTE D'IVOIRE	kg			0.95		
		PANAMA	Pièce					0.62	
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton			14.00	16.73	14.81
	Bateau	ETTINGER FUERTE	PEROU	Carton	3.25				
			AFRIQUE DU SUD	Carton	5.50	6.50	5.25	6.70	
			KENYA	Carton					6.17
		HASS	PEROU	Carton		6.50	4.25	4.00	
			AFRIQUE DU SUD	Carton	8.75	8.00	7.59		
			BRESIL	Carton				7.68	7.65
			COLOMBIE	Carton			8.50		
		NON DETERMINE	ISRAEL	Carton					11.11
			KENYA	Carton			6.65	8.00	
			PEROU	Carton	8.75	8.00	7.43	9.65	
		PINKERTON	AFRIQUE DU SUD	Carton					7.56
			PEROU	Carton					4.79
		RINTON	AFRIQUE DU SUD	Carton				7.50	
			KENYA	Carton				7.40	
			PEROU	Carton				7.65	
		AFRIQUE DU SUD	Carton				7.40		
BANANE	Avion	PETITE ROUGE	COLOMBIE	kg			6.70	5.17	
			EQUATEUR	kg				4.88	
	Bateau	PETITE ROUGE	EQUATEUR	kg			1.70	2.65	
			EQUATEUR	kg				2.29	
CARAMBOLE	Avion		MALAISIE	kg		5.33	5.43	5.36	
	Bateau		MALAISIE	kg					3.53
DATTE	Bateau	DEGLET KENTA MEDJOL	ALGERIE	kg				2.29	
			TUNISIE	kg				2.08	
			ISRAEL	kg				7.85	6.17
		NON DETERMINE	MEXIQUE	kg				10.00	
			IRAN	kg		3.00			
		TUNISIE	kg					1.80	
GINGEMBRE	Bateau		CHINE	kg	1.88		2.80	2.20	2.32
			THAILANDE	kg			2.80	2.31	
GOYAVE	Avion	NON DETERMINE ROSE	BRESIL	kg				6.21	
			EQUATEUR	kg				7.00	
	Bateau	NON DETERMINE	BRESIL	kg					2.26
GRENADILLE	Avion	JAUNE NON DETERMINE VIOLETTE	COLOMBIE	kg				9.10	
			COLOMBIE	kg	5.50	5.00	6.00	5.85	4.94
			EQUATEUR	kg				7.00	
			ISRAEL	kg				5.50	
			KENYA	kg		4.75			
			VIETNAM	kg			6.00		
			ZIMBABWE	kg		4.75	5.80	5.59	
IGNAME	Bateau		GHANA	kg			1.30	1.31	
KUMQUAT	Avion		AFRIQUE DU SUD	kg				6.08	
LIME	Bateau		BRESIL	kg	2.33	3.11	4.00	3.29	
			MEXIQUE	kg		3.11		3.57	

				UNION EUROPEENNE — EN EUROS							
				Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK			
MANGOUSTAN	Avion		INDONESIE	kg				7.72			
			THAÏLANDE	kg				8.20			
MANGUE	Avion	AMELIE KENT	MALI	kg			2.80				
			BURKINA FASO	kg			3.00				
			COTE D'IVOIRE	kg			4.20	3.50			
	Bateau	NAM DOK MAI ATKINS	MALI	kg			3.50				
			THAÏLANDE	kg				7.60			
			BRESIL	kg	1.32	1.63		1.32	1.50		
		KEITT KENT NON DETERMINE	COSTA RICA	kg				1.00			
			GUATEMALA	kg	1.32						
			COSTA RICA	kg				1.13			
		PALMER	COTE D'IVOIRE	kg		1.73	1.37	1.31			
			COSTA RICA	kg					1.39		
			COTE D'IVOIRE	kg					1.31		
MELON	Avion	CHARENTAIS VERT	REP. DOMINICAINE	kg			3.50				
			Bateau	CANTALOUPE	kg			0.90	1.33		
	Bateau	CHARENTAIS	COSTA RICA	kg			0.70	2.22			
			HONDURAS	kg			1.15	1.11			
			HONDURAS	kg				0.86			
		GALIA	BRESIL	kg				1.60			
			COSTA RICA	kg			1.35	1.48			
			HONDURAS	kg			1.16	1.05			
		HONEY DEW	MAROC	kg				1.33			
			BRESIL	kg				1.17			
			COSTA RICA	kg			0.73	0.68			
		PASTEQUE PIEL DE SAPO	HONDURAS	kg			0.73	0.99			
			PANAMA	kg				0.99			
			BRESIL	kg				0.75			
			COSTA RICA	kg			0.63				
Bateau		PANAMA	kg			0.80	1.11				
		COSTA RICA	Sac		18.00						
		COTE D'IVOIRE	Sac	10.00		12.00	11.40	12.96			
		DOMINIQUE	Sac					12.34			
NOIX DE COCO	Bateau		SRI LANKA	Sac			20.00	11.41			
			PAPAYE	Avion	FORMOSA NON DETERMINE	BRESIL	kg		2.86	3.23	3.78
						BRESIL	kg		3.28	3.60	3.57
				Bateau	FORMOSA NON DETERMINE	THAÏLANDE	kg			4.81	
						BRESIL	kg	2.00			
PATATE DOUCE	Bateau	BLANCHE NON DETERMINE	EQUATEUR	kg		2.43	2.57				
			BRESIL	kg			1.85				
			AFRIQUE DU SUD	kg			1.60				
			EGYPTE	kg			1.00				
			ISRAEL	kg				1.25			
			PEROU	kg			1.50				
PHYSALIS	Avion Bateau	PREPACKED	COLOMBIE	kg			9.00	9.19			
			COLOMBIE	kg	4.58		5.80	5.15			
			EQUATEUR	kg			5.00				
PITAHAYA	Avion	JAUNE	kg				9.33				
		ROUGE	kg				7.00				
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg			1.05	0.91			
			EQUATEUR	kg			0.90	0.89			
			WINDWARD Isl.	kg				1.37			
RAMBOUTAN	Avion		THAÏLANDE	kg			7.60				
TAMARILLO	Avion		COLOMBIE	kg			7.00				

Note : selon calibre

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

Information... your weak link?



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

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

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

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

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

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

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

reefer trends

UNIVEG, LES SERVICES QUI VOUS CONNECTENT DIRECTEMENT AVEC LA PRODUCTION



UNIVEG Katopé 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 préserver la qualité et la saveur de ses produits.

En travaillant pour le respect de ses produits, en maintenant le dialogue constant avec ses partenaires producteurs, UNIVEG Katopé France réduit les distances qui vous séparent de la production et de ses acteurs.



UNIVEG Katopé France S.A.

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 | katopeintl@univeg.fr | www.univeg.fr

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

