

FR*ui*TROP

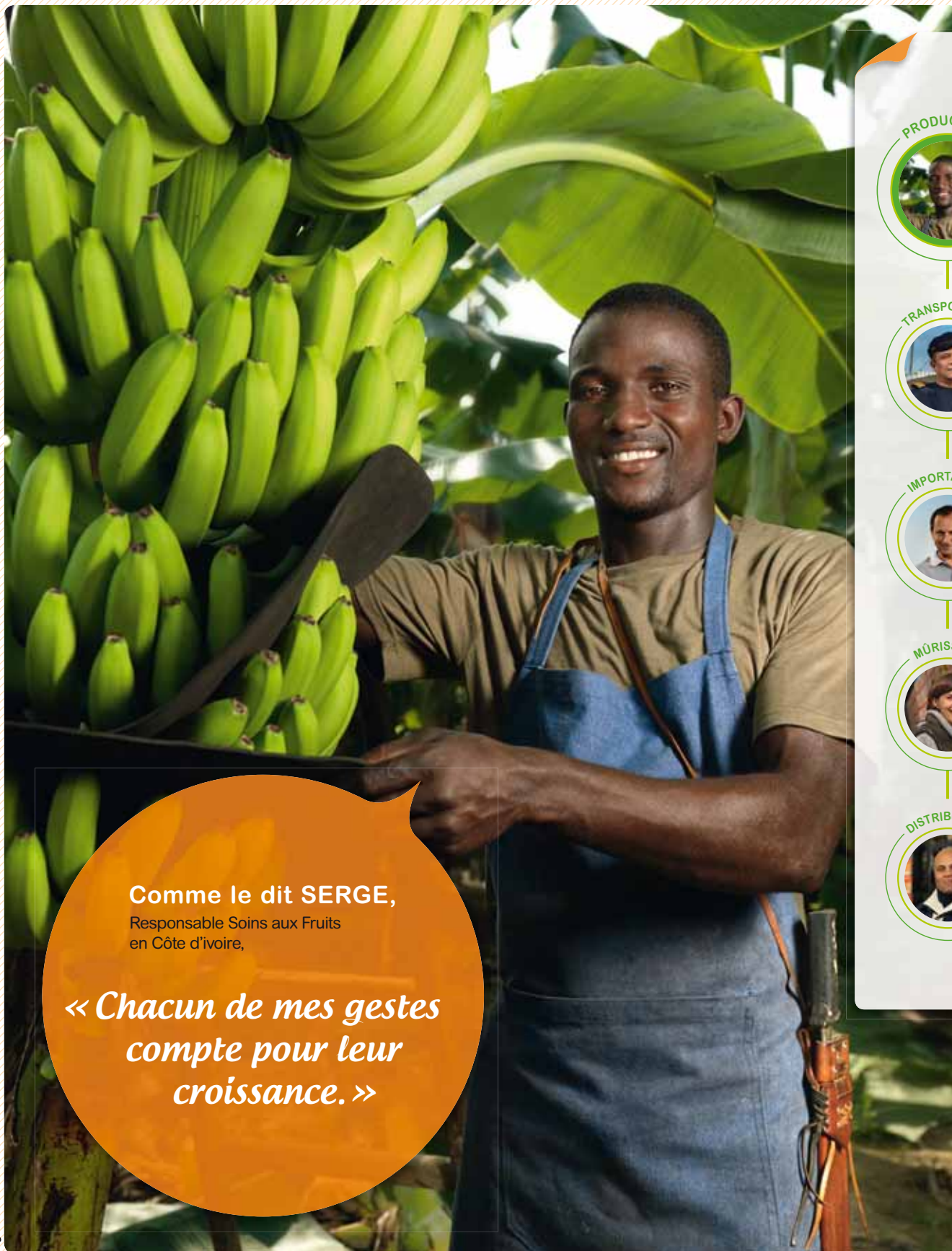
Version française

<http://passionfruit.cirad.fr>

Bilan de campagne litchi 2011-12 :
Madagascar, l'année de la décennie ?

Campagne avocat de contre-saison
2012 : à l'aube d'un nouveau big-bang ?

Kiwi de l'hémisphère Sud :
lutter sur tous les fronts !



Comme le dit SERGE,
Responsable Soins aux Fruits
en Côte d'Ivoire,

« Chacun de mes gestes
compte pour leur
croissance. »



Serge, comme tous les collaborateurs de la Compagnie Fruitière, apporte un soin constant aux fruits dont il a la responsabilité, pendant leurs 9 mois de croissance. Chacun de ses gestes compte, comme ici, où Serge glisse délicatement des coussins entre les mains de bananes, pour éviter les chocs qui pourraient abîmer leur peau fragile. Nous cultivons ainsi, avec le plus grand soin, 400 000 tonnes de bananes chaque année en Afrique de l'Ouest.

La Compagnie Fruitière compte plus de 16 000 personnes qui œuvrent chaque jour et à chaque étape, pour vous apporter le meilleur des fruits. Comme Serge, les fruits, on les aime.



COMPAGNIE
FRUITIÈRE

We love fruit. Les fruits, on les aime.



Le greening est en Californie.

Pour les professionnels, ce n'était qu'une question de temps depuis la détection du premier psylle en août 2008. Il se sera donc passé moins de quatre ans avant que la présence de la forme asiatique de cette bactériose mortelle ne soit confirmée fin mars sur un arbre dans le jardin d'une résidence d'Hacienda Heights, dans le comté de Los Angeles. Au-delà de la menace directe qui pèse sur une filière produisant en moyenne 3 millions de tonnes d'agrumes et dont le chiffre d'affaires est estimé à 2 milliards USD, c'est la majeure partie de l'approvisionnement en agrumes frais des Etats-Unis et de pays comme le Japon, le Canada ou la Corée, vers lesquels la Californie exporte, qui pourrait être remis en cause. La facture de cette maladie en Floride, chiffrée par l'université de Floride à 3.6 milliards USD perdus et 6 600 emplois détruits depuis son apparition en 2005, montre que le problème n'est pas virtuel ! Mais l'émergence de cette maladie dans un état ayant déployé tous les moyens de prévention à la portée d'un pays riche est aussi un sérieux signal d'alarme de plus pour les producteurs méditerranéens, beaucoup moins préparés et eux-aussi sous la menace du dragon jaune.

Eric Imbert



Editeur

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

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Unité multimédia (Cirad)

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
odm@cirad.fr

Traducteur
Simon Barnard

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

Deux versions française et anglaise

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

CPPAP
Fra. : 0711 E 88281 / Ang. : 0711 R 88282

© Copyright Cirad

Tarif abonnement annuel
220 euros HT / 11 numéros par an

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

FRUITROP

Sommaire

En direct des marchés

p. 2 MARS 2012

- **Banane** : Banane d'Equateur : une affaire d'Etat ! — Banane des Antilles françaises : quand la vertu ne paie pas — Banane - France - Approvisionnement net en baisse et prix import en hausse sur le premier bimestre de 2012.
- **Avocat** : Bilan de campagne d'avocat du Chili — Mutualisation de la recherche pour lutter contre l'alternance de production de l'avocat.
- **Exotiques** (ananas, litchi, mangue)
- **Agumes** (orange, petits agrumes et pomelo) : Les exportateurs espagnols profitent de la croissance du marché russe ! — Marché européen des jus de fruits : une nouvelle directive plus restrictive — Un zeste de folie dans l'industrie du pneumatique ? — Etats-Unis : la taxe antidumping sur les importations de jus d'orange brésilien supprimée — Petite campagne floridienne de pomelo dans l'UE.
- **Racines et tubercules** (patate douce, igname, manioc, eddoe)
- **Fret maritime et vie de la filière** : Reconnaissance mutuelle entre USA et UE dans la réglementation bio.

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

Le point sur...

- p. 12 • **Bilan de campagne litchi 2011-12**
Madagascar : l'année de la décennie ?
Pierre Gerbaud
- p. 21 • **Campagne avocat de contre-saison 2012**
A l'aube d'un nouveau big-bang ?
Eric Imbert
- p. 35 • **Kiwi de l'hémisphère Sud**
Lutter sur tous les fronts !
Cécilia Céleyrette

Prix de gros en Europe

p. 39 MARS 2012

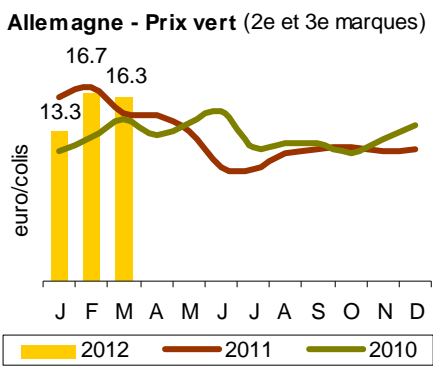
Crédit photo couverture : Eric Imbert

Banane

Mars 2012

Le premier trimestre se clôt sur un bilan plutôt satisfaisant, le marché étant resté en mars sur la bonne lancée de février. La demande s'est montrée d'un assez bon niveau sur la plupart des places européennes. Les ventes ont été convenables en Europe du Nord, alors qu'en France des opérations de mise en avant assez nombreuses ont permis de relancer le marché de détail plutôt mollasson en début de mois. Le déficit de fruits de saison (fraise notamment) a aussi joué un rôle positif. Seuls les marchés d'Europe du Sud ont fait exception, les ventes restant lentes en Espagne et en Italie. Par ailleurs, l'offre s'est montrée plutôt déficitaire, notamment en banane dollar. Les exportations équatoriennes ont été sensiblement inférieures à la normale, la production pâtissant d'une période de froid suivie de pluies. Le déficit d'apport colombien, déjà sensible en février, s'est accentué. Les envois costariciens semblent eux aussi s'être maintenus à un niveau inférieur à la normale. Les livraisons antillaises sont restées stables et légèrement inférieures à la normale, le mouvement saisonnier de croissance de la production ne s'amorçant qu'en toute fin de mois. Côté africain, les volumes ont progressé par rapport à février, mais se sont maintenus à un niveau légèrement inférieur à la moyenne. Le niveau modéré des volumes ivoiriens et camerounais a compensé l'importance des apports ghanéens. Dans ce contexte, les prix sont restés assez fermes et supérieurs à la moyenne sur la plupart des places européennes, à l'exception de l'Espagne qui n'a pas résisté à la croissance des apports canariens.

EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT		
Mars 2012 euro/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
16.30	- 2 %	+ 12 %



■ **Banane d'Equateur : une affaire d'Etat !** Si Jacques Chirac aimait les pommes, c'est clairement la banane qui préoccupe Rafael Correa. Le président équatorien l'a encore démontré en mars, tant sur le plan local qu'international. Son voyage officiel en Turquie a été si largement consacré à la promotion des importations de ce fruit, actuellement taxé d'un droit de douane prohibitif de 140 %, que la presse locale a qualifié le déplacement de « The banana visit ». Quelques jours avant son départ, le président a dégainé un nouvel outil visant à mieux contrôler la relation entre producteurs et exportateurs et aussi au respect du prix minimum. Depuis le 19 mars, chaque transaction doit être enregistrée en ligne sur le site unibanano dépendant du ministère de l'Agriculture (<http://www.magap.gob.ec/unibanano/>). Et le président ne compte pas s'arrêter là car il a déclaré officiellement que la mise en place d'une société d'exportation contrôlée par l'Etat était à l'étude.

Source : Reefer Trends

■ **Banane des Antilles françaises : quand la vertu ne paie pas.** Le séminaire organisé par les producteurs de bananes de Guadeloupe et de Martinique sur le thème de l'agriculture de préservation a été à la fois très réjouissant et très déprimant. Le public a pu se réjouir en entendant les effets réels du passage d'un système de production intensif à une agronomie raisonnée ou, plus communément, à l'intensification écologique. La réduction de l'usage des pesticides est entrée dans les faits depuis plus d'une décennie. On parle de plus de 70 % de réduction. Nous sommes donc très loin du greenwashing dont certains opérateurs nous bassinent. Evidemment, ce n'est pas que pour la beauté du geste ou pour une passion soudaine pour l'écologie

que les producteurs antillais ont radicalement changé leurs itinéraires techniques. La réglementation, les déboires passés et la pression citoyenne ont renversé la table des vieilles lunes agronomiques. Et si on ajoute les règles sociales et salariales françaises, il n'est pas besoin d'étude poussée pour dire que cette banane est bel et bien la plus durable du marché. Mais, c'est là où la déprime s'est abattue sur la salle. Car, à la question de savoir si on pouvait attendre une valorisation de ce positionnement très environnementalement et socialement responsable, le représentant de la grande distribution puis celui du Credoc (institut qui ausculte les comportements d'achat) n'ont laissé aucun doute sur l'impossibilité absolue de valoriser cet atout. En effet, la banane aurait un niveau de prix repère auquel il ne faut en aucun cas déroger. Décidément, le système alimentaire ne tourne plus très rond. Comme l'a déclaré, mortifié, le Chef Arnaud Daquin : « Que l'on ne paie pas la vertu c'est une chose, mais c'est encore plus grave de ne jamais payer le prix du vice ». Mais le business s'accommode fort bien de ce genre de choses et aussi le consommateur car, comme l'a écrit Molière dans Amphytrion, « J'aime mieux un vice commode qu'une fatigante vertu ».

Source : CIRAD



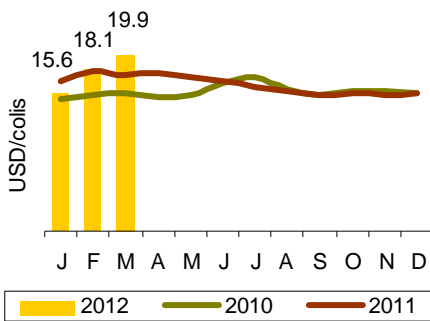
© UGPBAN

EUROPE — PRIX DETAIL				
Pays	type	Comparaison		
		Mars 2012 euro/kg	Février 2012	moyenne des 2 dernières années
France	normal	1.54	0 %	- 1 %
	promotion	1.24	- 6 %	- 9 %
Allemagne	normal	1.39	+ 5 %	+ 6 %
	discount	1.23	+ 6 %	+ 8 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.21	- 1 %	+ 1 %
	vrac	0.72	- 5 %	- 18 %
Espagne	plátano	1.82	- 1 %	- 3 %
	banano	1.39	+ 2 %	- 1 %

Banane

ETATS UNIS

Etats-Unis - Prix vert (spot)

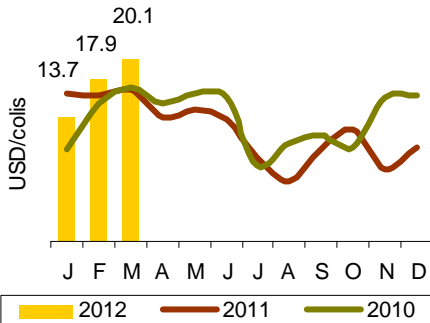


USA — PRIX IMPORT

Mars 2012 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
19.90	+ 10 %	+ 20 %

RUSSIE

Russie - Prix vert

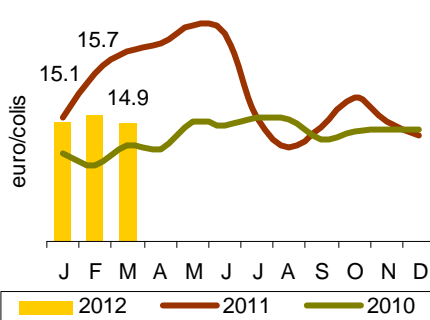


RUSSIE — PRIX IMPORT

Mars 2012 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
20.10	+ 12 %	+ 19 %

CANARIES

Espagne - Prix vert platano*



CANARIES — PRIX IMPORT*

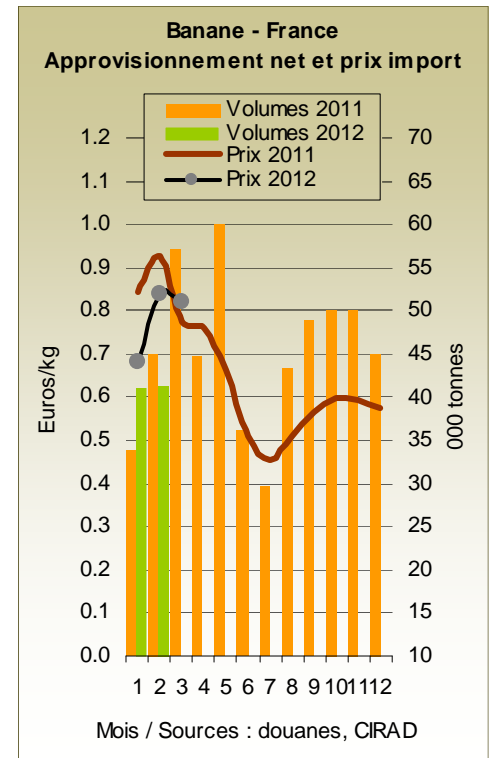
Mars 2012 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
14.90	- 5 %	- 17 %

* équivalent colis 18.5 kg

■ Banane — France — Approvisionnement net en baisse et prix import en hausse sur le premier bimestre de 2012. Après un approvisionnement normal en janvier 2012 (41 100 t pour une moyenne longue 2005-2011 de 41 200 t), celui de février s'avère relativement bas. Les douanes françaises notent 41 400 tonnes contre une moyenne longue de 43 300 t. C'est surtout une baisse de 8 % par rapport à février 2011 où la barre des 45 000 t avait été dépassée, fait rarissime à cette période. Sur le premier bimestre de 2012, les réexportations (intra comme extra-UE) sont en chute libre de - 24 % par rapport à 2011, pour un total de 26 000 t. Le flux entrant via un autre Etat membre de l'UE (introductions) baisse aussi drastiquement à 34 500 t, soit - 30 % sur 2011. Pourtant, grâce à ce flux net entrant en provenance des autres pays de l'UE, la France assure depuis le début de l'année 10 % de son approvisionnement net (8 500 t sur 82 500 t). En 2012 (janvier et février), sept fournisseurs assurent 84 % des importations en direct ou via un Etat membre, sur un total de 108 500 t. La Martinique compte pour 24 % du total, suivie par le Cameroun (19 %), la République dominicaine (10 %) et le Surinam (10 %). A noter que la Belgique assure 3 % du total importé, sans qu'on puisse connaître le pays de production des fruits mis en marché. Les origines qui sont connues pour mettre en marché tout ou partie de leurs fruits sous les labels bio et/ou Commerce équitable (République dominicaine, Ghana et Pérou) représentent quelque 13 800 tonnes (13 %). Les origines dollar sont la Colombie, l'Equateur et le Costa Rica sont relativement peu présentes, puisqu'elles ne réalisent que 9 % des bananes importées en 2012 (9 800 t) contre 14 % en 2011 (15 300 t). Côté prix import, la conjoncture est particulièrement bien

orientée en ce début d'année, quoiqu'un peu en retrait par rapport à l'excellent début d'année 2011. Tout indique que cette bonne tendance se prolongera pendant tout le deuxième bimestre au-dessus des niveaux de l'année passée. Encore une fois, la théorie économique est vérifiée car, à des volumes contraints (offre mondiale en banane dollar relativement basse sur cette première partie de l'année) correspondent des niveaux de prix import très convenables pour les opérateurs au stade vert. Malgré tout, sur les douze derniers mois, le prix moyen import en France recule, mais les bonnes perspectives pour le mois d'avril, voire début mai, permettent d'espérer le retour à un prix moyen annuel qui dépassera les 12 euros par carton.

Source : CIRAD



EUROPE — VOLUMES IMPORTES — MARS 2012

Origine	Comparaison		
	Février 2012	Mars 2011	cumul 2012 par rapport à 2011
Antilles	=	+ 4 %	+ 32 %
Cameroun/Ghana	↗	+ 3 %	+ 10 %
Surinam	↗	+ 17 %	+ 10 %
Canaries	↗	+ 8 %	+ 5 %
Dollar :			
Equateur	=↘	- 8 %	- 1 %
Colombie*	=↘	- 7 %	- 3 %
Costa Rica	=↗	nd	nd

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

Avocat

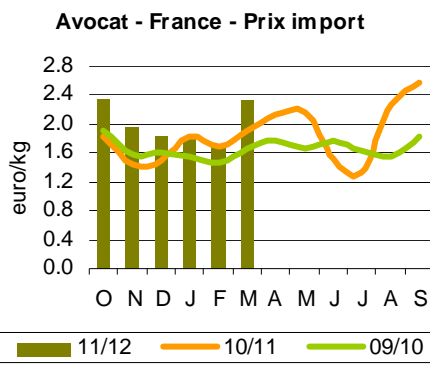
Mars 2012

Les prix ont enregistré une belle flambée, sous l'action d'un approvisionnement global limité et d'une accélération progressive de la demande pour les mises en avant de Pâques. L'offre de Hass a été légèrement déficitaire. La production des origines alimentant la saison d'hiver a amorcé son déclin, les volumes chiliens devenant marginaux dès le début du mois. Israël et Espagne ont été bien présents, avec des arrivages ibériques d'un niveau supérieur à la moyenne malgré les pertes dues au gel. Côté fournisseurs d'été, les apports du Kenya et du Pérou sont restés limités. Le déficit a été nettement plus marqué en variétés vertes. Dans ce contexte, le marché a commencé à se tendre en début de mois. Les prix ont amorcé une hausse marquée durant la deuxième quinzaine et atteint un niveau spectaculaire en fin de mois avec l'accélération de la demande pour Pâques, malgré des apports espagnols et israéliens plus soutenus.



■ Mutualisation de la recherche pour lutter contre l'alternance de production de l'avocat. Les chercheurs australiens, californiens, néo-zélandais et mexicains, qui ont fondé l'Avocado Research Consortium en septembre 2011, ont décidé de concentrer leurs efforts pour trouver des solutions techniques permettant de mieux contrôler le phénomène d'alternance de production. La physiologie de l'avocatier se caractérise par un déséquilibre important entre sa forte production de fleurs (souvent plus d'un million) et le faible nombre de fruits (300 à 500) que cet arbre peut alimenter jusqu'à maturité, en raison du mauvais rendement photosynthétique de ses feuilles. Ainsi, une année de forte production, la plante consacre la plus grande partie de ses réserves carbonées à la croissance des fruits, en hypothéquant grandement la ramification et la floraison prochaine. Le Hass, cultivar roi, est particulièrement sensible à ce phénomène très difficile à gérer au niveau commercial.

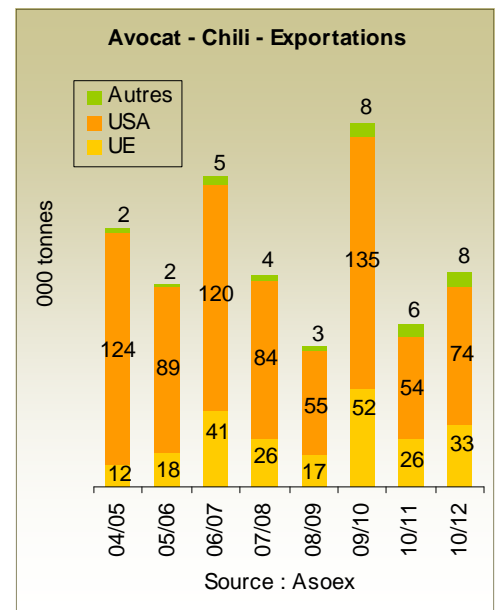
■ Bilan de campagne d'avocat du Chili. Le Comité de Palma l'avait prédit et les exportateurs l'ont fait ! Les volumes exportés en 2011-12 devraient être très proches de l'objectif de 120 000 t annoncé par l'organisation professionnelle en début de saison. La progression est belle par rapport à la saison passée, mais les volumes restent bien en deçà de ceux des campagnes records 2006-07 (166 000 t) et surtout 2009-10 (plus de 190 000 t). La faute à la sécheresse qui a continué de sévir durement, en particulier dans les régions de Petorca et Quillota où les surfaces de vergers abandonnés se compteraient en milliers d'hectares. Le manque d'eau semble également avoir eu un impact sur les résultats économiques à l'export : la comparaison des valeurs en douane pour 2011 et 2010 laisse penser que les retours économiques seraient juste au niveau de ceux de la campagne précédente, en raison du recul du calibrage moyen.



Source : InfoHass

PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Vertes	6.00	+ 12 %
Hass	8.50-8.60	+ 9 %	

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Vertes		= ↗	- 4 %
Hass		= ↗	- 1 %



Sources : InfoHass, FruiTrop

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Chili	↘↘	+ 87 %	Quelques arrivages durant tout le mois, mais en quantité insignifiante dès la deuxième semaine.	- 18 %
	Israël	= ↘	- 2 %	Volumes modérés de variétés vertes, mais supérieurs à la moyenne surtout durant la deuxième quinzaine. Apports soutenus de Hass, mais légèrement déficitaires par rapport aux années précédentes.	+ 2 %
	Espagne	=	- 2 %	Apports supérieurs à la moyenne en Hass, notamment durant la deuxième quinzaine. Volumes très modérés et déficitaires en variétés vertes.	- 6 %
	Kenya	↗	- 10 %	Volumes de Fuerte très déficitaires, mais décollage précoce d'apports modérés mais réguliers de Hass.	- 3 %
	Pérou	↗↗	+ 33 %	Apports de Fuerte déficitaires mais développement très précoce d'apports de Hass nettement supérieurs à la moyenne.	+ 11 %

Ananas

Mars 2012

Le mois de mars a été marqué par la faiblesse de l'offre globale de Sweet, alors que les opérateurs s'attendaient à la voir progresser en prévision de Pâques. Semaine après semaine, elle n'a cessé de décroître. Plusieurs raisons indépendantes les unes des autres sont à l'origine de cette baisse. On retiendra notamment, pour ce qui concerne le Costa Rica, la préférence donnée au fret melon plutôt qu'à l'ananas ainsi que des retards de navires et, pour l'Afrique, des retards ajoutés à des avaries de navires. Tous ces éléments cumulés au moment où le marché se préparait pour les fêtes de Pâques ont eu un double effet. Les opérateurs ont très vite manqué de fruits dans les calibres qui devaient faire l'objet d'opérations de promotion (8 et 9 notamment). Et on a assisté à un renforcement des prix, qui sont restés assez moyens du fait de la faiblesse globale de l'offre. En effet, si l'offre suffisait à peine à couvrir la demande, celle-ci n'était pas non plus euphorique.

L'offre de Cayenne est restée globalement assez limitée. Au cours de la première quinzaine, le manque de coloration des fruits a empêché une meilleure valorisation des quelques arrivages. En revanche, ceux de la deuxième quinzaine, mieux colorés, se sont vendus à des prix plus soutenus.

La situation a été bonne sur le marché de l'ananas avion. L'offre du Bénin fortement affectée par la sécheresse et des problèmes de qualité a été quasi absente, ce qui a permis de raffermir les prix des autres origines. L'augmentation globale de l'offre au début de la deuxième quinzaine s'est traduite par un ralentissement des ventes et un léger tassement des cours. Le marché du Pain de sucre a été continuellement sous-approvisionné. Le fruit s'est vendu entre 1.90 et 2.00 euros/kg sur l'ensemble du mois, avec quelques pointes à 2.10 euros/kg.

Bonne situation globale sur le marché du Victoria. La baisse de l'offre de la Réunion a permis un raffermissement des cours qui a davantage profité aux fruits réunionnais qu'à ceux de Maurice.

ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 10 à 13	Min	Max
Par avion (euro/kg)		
Cayenne lisse	1.70	1.95
Victoria	3.00	4.00
Par bateau (euro/colis)		
Cayenne lisse	5.00	8.50
Sweet	5.50	9.50

Mangue

Mars 2012

Les livraisons du Pérou ont largement dominé le marché européen de la mangue en mars. Elles se sont infléchies en seconde quinzaine, partiellement compensées par l'augmentation des exportations du Brésil. Ces dernières ont été essentiellement dirigées vers le nord de l'Europe, les ventes sur les autres marchés restant ponctuelles et modérées en volume. Les prix des mangues du Pérou sont restés assez stables en mars. Ils dissimulaient néanmoins de grandes disparités dues à la dégradation qualitative des fruits (coupe noire, développements fongiques). Le marché se scindait rapidement en deux avec, d'une part, des prix réguliers et soutenus pour les fruits de bonne qualité et, d'autre part, des cours inférieurs pour ceux de qualité plus fragile. Le triage d'un nombre important de lots a minoré les résultats des ventes. Par ailleurs, la prépondérance de gros calibres n'était pas toujours adaptée à la demande des grands distributeurs, plutôt orientée vers les calibres médians. Le cours des fruits péruviens de bonne qualité se raffermissait en fin de mois du fait d'une demande plus active à l'approche des fêtes de Pâques.

Le marché avion a été lui aussi dominé par les envois péruviens. En revanche, les prix se sont effrités en raison d'une augmentation de l'offre. La réception de

nombreux lots de maturité avancée entraînait également à partir de la mi-mars des ventes de dégageage à des prix nettement inférieurs. Parallèlement débutait la campagne d'exportation des pays d'Afrique de l'Ouest, avec des Amélie du Mali et du Burkina Faso qui constituaient une alternative à l'omniprésence des produits péruviens. Le Mali exportait également quelques lots de Valencia, assez bien valorisés en dépit d'un manque ponctuel de maturité. Les envois du Mali étaient contrariés en semaine 12 par les événements politiques dans le pays. Quelques lots de Cavallini et d'Irwin du Costa Rica étaient également mis en marché à partir de la deuxième semaine du mois, mais ils se vendaient difficilement face à la concurrence péruvienne.

MANGUE — ESTIMATIONS DES ARRIVAGES — en tonnes

Semaines 2012	10	11	12	13
Par avion				
Pérou	40	100	120	120
Mali	5	5	10	5
Burkina Faso	-	20	30	20
Costa Rica	-	10	5	5
Par bateau				
Brésil	570	1 160	1 500	1 560
Pérou	2 570	2 990	2 460	1 540

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS — en euros

Semaines 2012		10	11	12	13	Moyenne mars 2012	Moyenne mars 2011
Par avion (kg)							
Pérou	Kent	4.80-5.30	4.50-5.00	4.00-4.80	4.00-4.50	4.30-4.90	3.75-4.40
Mali	Amélie	3.00	3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-3.35	3.15-3.35
Mali	Valencia	3.80-4.20	3.80-4.00	3.50-3.80	3.50-3.80	3.65-3.95	4.15-4.40
Burkina Faso	Amélie	-	-	3.00	2.50-3.00	2.75-3.00	2.90-3.05
Costa Rica	Cavallini	-	4.50-4.80	4.00-4.50	4.00	4.15-4.40	4.40-4.50
Par bateau (colis)							
Pérou	Kent	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-5.00	4.50-5.50	4.25-5.10	2.30-3.50
Brésil	T. Atkins	-	4.50	4.50-5.00	-	4.50-4.75	-

ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2012		10	11	12	13
Par avion (euro/kg)					
Cayenne lisse	Bénin	1.70-1.90	-	-	1.80-1.90
	Cameroun	1.80-1.90	1.75-1.95	1.80-1.95	1.70-1.90
	Ghana	1.75-1.90	1.75-1.95	1.75-1.90	1.75-1.90
	Côte d'Ivoire	-	-	-	1.75-1.80
Victoria	Réunion	3.50-4.00	3.50-4.00	3.80-4.00	3.50-4.00
	Maurice	3.30-3.70	3.00-3.70	3.30-3.60	3.00-3.30
Par bateau (euro/colis)					
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	5.00-7.50	6.50-7.00	7.00-8.00	8.00-8.50
Sweet	Côte d'Ivoire	6.00-8.00	6.50-8.50	7.00-9.00	7.50-9.50
	Cameroun	6.00-8.00	6.50-8.50	7.00-9.00	7.50-9.50
	Ghana	6.00-8.00	6.50-8.50	7.00-9.00	7.50-9.50
	Costa Rica	5.50-7.00	6.00-7.50	6.50-8.00	7.50-8.50

Orange

Mars 2012

Les importantes pertes de production dues à la vague de froid qui a frappé l'Espagne n'ont pas inversé la tendance. Le marché est resté très difficile, en particulier durant la première quinzaine où des fruits touchés par le gel ont été commercialisés. Les Navelate d'Espagne ont constitué l'essentiel de l'offre d'orange de table. Malgré une petite remontée durant la deuxième quinzaine, les cours se sont maintenus à un niveau sensiblement inférieur à la moyenne. Le constat est similaire pour les oranges à jus. La fin de saison de Salustiana a été très difficile et la campagne de Valencia a commencé sur des bases de prix très basses. Seule la Maltaise de Tunisie a continué de tirer son épingle du jeu, des apports sensiblement inférieurs à la moyenne contribuant à conserver un niveau de prix soutenu.

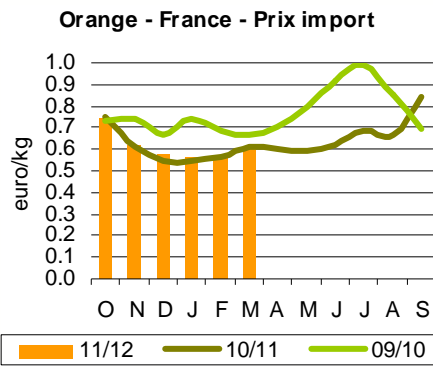


■ Les exportateurs espagnols profitent de la croissance du marché russe ! Pour les exportateurs de produits horticoles espagnols, l'Eldorado n'est pas à l'Ouest mais à l'Est. Les exportations extracommunautaires de fruits et légumes frais d'Espagne ont bondi de 20 % en 2011, pour atteindre 815 000 t. Cette forte progression s'est principalement faite à destination des pays de l'Est situés en dehors de l'UE. Les efforts des professionnels espagnols pour accroître leurs envois vers le très prometteur marché russe ont été couronnés de succès : les volumes, qui ont dépassé les 240 000 t, ont progressé de près de 50 % par rapport à la saison précédente. Les exportations d'agrumes arrêtées mi-mars dépassaient les 50 000 t et affichaient elles aussi une hausse de 50 %.

Source : Reefer Trends

■ Marché européen des jus de fruits : une nouvelle directive plus restrictive. Approuvée le 8 mars par le conseil de l'Europe, la nouvelle réglementation clarifie l'étiquetage des mélanges. Pour les produits à base de deux jus, les deux composants devront être mentionnés même si l'un d'entre eux est présent en quantité minimale. La pratique légale du « coupage » du jus d'orange avec une quantité limitée de jus de petits agrumes, courante chez certains producteurs méditerranéens, devient donc interdite à moins d'une mention expresse. « Mélange » peut être utilisé pour les compositions à base d'au moins trois fruits. Par ailleurs, le texte réglementaire vise à rendre plus précis l'étiquetage relatif à la présence de sucre ou d'édulcorant. Interdits dans les jus, ces produits peuvent être utilisés dans les nectars, fabriqués à partir de purée de fruits et d'eau, dans la mesure où leur présence est mentionnée. En revanche, la mention « sans sucre ajouté » ne peut être utilisée pour les nectars contenant des édulcorants.

Sources : FoodNews, Conseil de l'Europe



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis 15 kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Orange de table	8.50-8.50	- 21 %
Orange à jus	7.50-8.00	- 22 %	

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

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Groupe Navelate d'Espagne	↗↗	+ 2 %	Apports d'un niveau moyen. Qualité hétérogène en particulier en début de mois en fonction des marques (présence de fruits touchés par le gel).	+ 11 %
	Salustiana d'Espagne	↘	+ 20 %	Fin tardive de la saison en fin de première quinzaine.	+ 30 %
	Maltaise de Tunisie	↘	- 22 %	Arrivages inférieurs à la moyenne, en particulier durant la deuxième quinzaine.	+ 9 %



© Régis Domergue

Source : Yokohama

■ Un zeste de folie dans l'industrie du pneumatique ? Le manufacturier Yokohama, un des grands spécialistes mondiaux du pneu automobile, a annoncé début mars l'élargissement de sa gamme de pneus incluant de l'huile essentielle d'orange dans leur formulation. Ce composé conférerait au pneumatique une meilleure adhérence et limiterait l'usure et la consommation de carburant. Une idée gonflée, mais qui tient la route !

Pomelo

Mars 2012

La légère amélioration perçue en février s'est confirmée. D'une part, la demande s'est montrée un peu plus active. D'autre part, l'approvisionnement global a été modéré. Les apports floridiens ont décliné précocement et sont devenus très limités dès la fin du mois, soit deux à trois semaines plus tôt que la normale. Ainsi, les prix des fruits de cette origine sont rapidement remontés, pour atteindre un niveau supérieur à la moyenne. Ce contexte a profité aux origines méditerranéennes. Les ventes se sont accélérées pour l'Espagne et dans une moindre mesure pour Israël (part importante de gros fruits, positionnement prix). Par ailleurs, la Turquie s'est montrée plus présente, notamment sur le marché français. Les cours se sont raffermis, mais n'ont atteint qu'un niveau moyen.

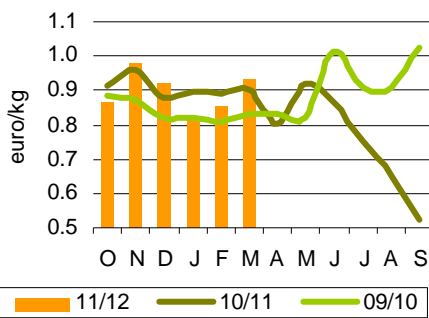


■ Etats-Unis : la taxe anti-dumping sur les importations de jus d'orange brésilien supprimée. Cette taxe additionnelle avait été mise en place en 2006 à la demande des producteurs de jus américains qui considéraient que le jus brésilien était vendu à un niveau inférieur au coût de production. Touchant les trois plus gros producteurs brésiliens (Citrusuco, Cutrale et Louis Dreyfus), son montant pouvait aller jusqu'à 60 % pour certains produits. La commission du commerce international des Etats-Unis a décidé sa suppression mi-mars.

■ Petite campagne floridienne de pomelo dans l'UE. Les exportations de pomelo de Floride vers l'UE devraient vraisemblablement se situer sous la barre des trois millions de caisses en 2011-12. C'est le plus bas niveau jamais enregistré si on exclut les campagnes 2004-05 et 2005-06 où la récolte avait été drastiquement réduite par le passage d'ouragans. Comme en témoigne le bon niveau du prix moyen de campagne, ce n'est pas la demande qui a fait défaut, mais plutôt les volumes de fruits éligibles à l'export. L'avance de maturité a en effet contraint les exportateurs à stopper leurs opérations très précocement, alors que les restrictions sanitaires contre le chancre citrique en vigueur dans l'UE pèsent de plus en plus fortement sur les envois vers le vieux continent.

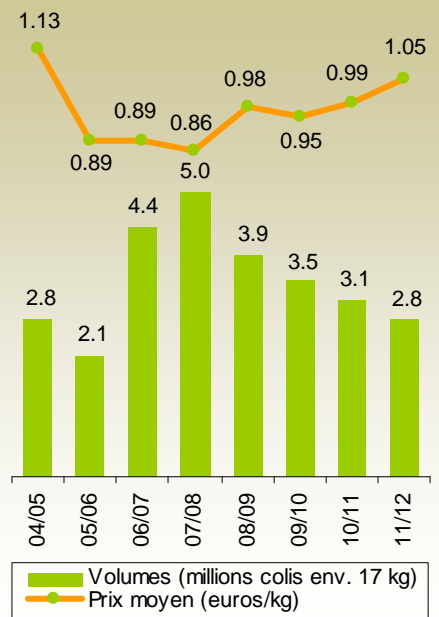
Source : FDOC

Pomelo - France - Prix import



Source : The Ledger

Pomelo - Floride Exportations vers l'UE-27



Source : FDOC



PRIX

Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
Tropical	18.00-19.00	+ 14 %
Méditerranéen	11.50-12.00	+ 2 %

VOLUMES

Type	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Tropical	↘↘	- 15 %
Méditerranéen	↗	+ 4 %

VOLUMES

Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
Floride	↘↘	- 30 %	Déclin précoce de la saison export, tant vers l'UE que vers le Japon. Report des volumes sur le marché local.	- 15 %
Espagne	↘	nd	Apports en baisse sensible et inférieurs à la moyenne, notamment durant la deuxième quinzaine.	nd
Israël	=↗	- 10 %	Rythme d'exportation vers l'UE légèrement plus soutenu, mais toujours inférieur à la moyenne.	- 18 %
Turquie	↗	+ 46 %	Exportations vers l'UE nettement plus soutenues que les mois précédents et bien supérieures à la moyenne.	- 5 %

Racines & tubercules

1er trimestre 2012

Patate douce

Par rapport aux 107 millions de tonnes produites dans le monde, le commerce européen de la patate douce paraît marginal avec 69 000 t importées en 2011. Ce produit a cependant connu une forte croissance durant la dernière décennie, puisque les importations européennes totalisaient seulement 13 000 t en 2000. Les plus gros pays producteurs ne sont pas nécessairement les principaux fournisseurs du marché européen, la consommation locale étant très largement prépondérante. Au cours du premier trimestre 2012, les importations de patate douce à peau rouge et chair blanche provenaient essentiellement d'Égypte et de Chine. Les produits égyptiens obtenaient les prix les moins élevés compte tenu notamment d'un prix de revient plus bas. En début d'année s'achevait la campagne des origines européennes avec les derniers envois du Portugal. En seconde quinzaine de mars débutait la nouvelle récolte d'Afrique du Sud avec des produits vendus autour de 1.30-1.40 euro/kg. Durant la même période, la fourniture de patate douce à peau rouge et chair orange était assurée régulièrement par les États-Unis et le Honduras. Ces marchandises se sont écoulées autour de 1.30 euro/kg, avec un raffermissement des prix en mars du fait d'un approvisionnement moins

soutenu. Seul le Brésil expédiait vers le marché européen des patates douces à peau et chair blanches, valorisées à un niveau de prix supérieur pour des quantités limitées. Assez régulières entre mi-janvier et mi-février, les livraisons de cette origine devenaient ensuite plus sporadiques.

Igname

Au cours du premier trimestre 2012, le Ghana a été la principale source d'approvisionnement du marché français en igname, avec la variété blanche plus commune et un complément en variété Puna vendue à un prix légèrement supérieur. Le cours de ces produits est resté stable, avec une légère progression en février jusqu'à mi-mars en raison d'une réduction ponctuelle des approvisionnements. La campagne de commercialisation de l'igname française (Val de Loire et Sud-Ouest) s'est poursuivie au premier trimestre avec un tassement des cours mi-janvier, puis une stabilité autour de 2.00 euros/kg jusqu'à fin mars. Des approvisionnements complémentaires de Colombie sont parvenus en quantité limitée.

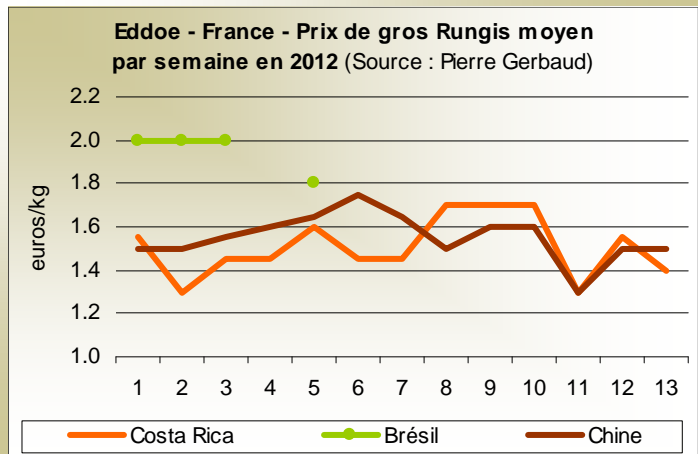
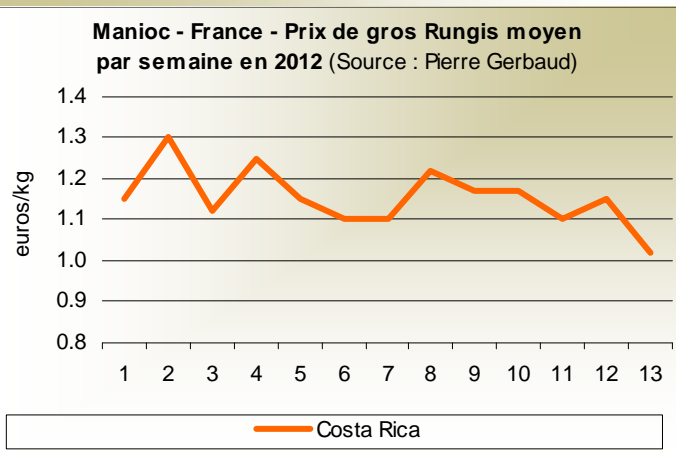
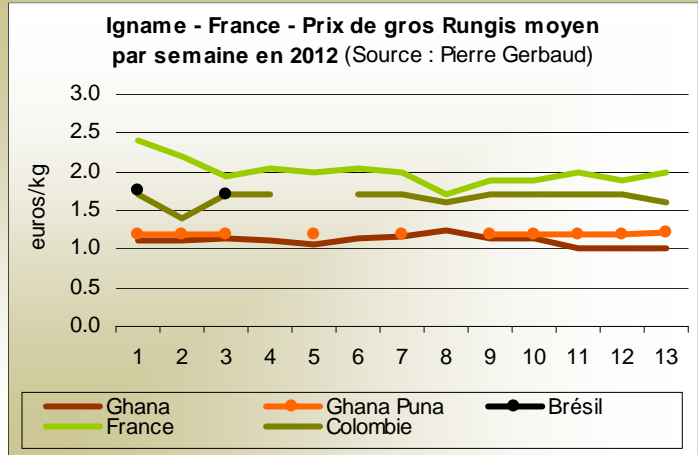
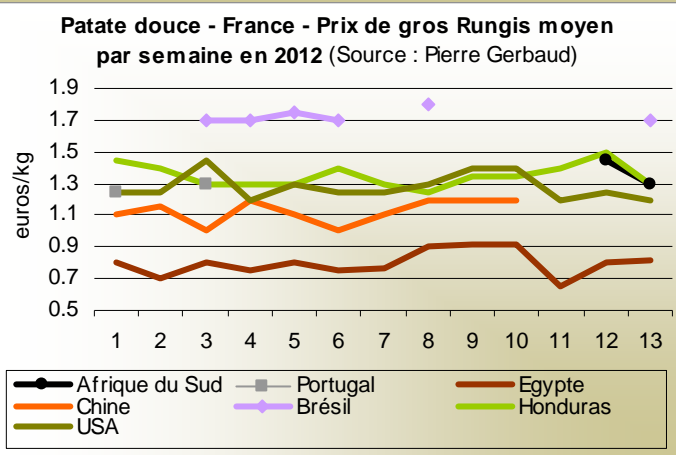
Manioc

La production mondiale de manioc avoisine les 230 millions de tonnes (source FAO). Comme pour les autres tubercules, cette

importante production est autoconsommée dans les pays producteurs. Une infime partie de la production est orientée vers le marché international. Le fournisseur presque exclusif de l'Union européenne est le Costa Rica, présent toute l'année avec des volumes plus ou moins importants. Durant le premier trimestre 2012, le cours du manioc s'est infléchi en février pour se redresser fin février-début mars. Il s'est ensuite de nouveau érodé jusqu'en fin de mois.

Eddoe

Le marché européen a été approvisionné principalement par le Costa Rica au cours du premier trimestre 2012. Le déficit de volumes fin février-début mars a provoqué une augmentation ponctuelle des prix. Les envois de cette origine, plus importants en mars, ont de nouveau pesé sur les prix. Parallèlement, la Chine expédiait de manière régulière des marchandises sur le marché européen. Profitant d'une présence plus discrète du Costa Rica de fin février à mi-mars, les produits chinois voyaient leur prix progresser. Il fléchissait de nouveau courant mars face à la concurrence plus marquée du Costa Rica. Quelques lots complémentaires du Brésil s'écoulaient à des prix plus élevés en janvier. Ces approvisionnements cessaient ensuite du fait de la concurrence des deux autres origines présentes sur le marché.



Manioc — Union européenne — Importations ou introductions

en tonnes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Extra-UE, dont	8 525	11 093	14 458	17 133	17 041	23 439	23 533	23 860	24 376	23 687	22 397
Costa Rica	7 630	9 213	11 959	13 281	12 890	18 225	18 816	16 308	16 572	19 269	18 492
Ghana	117	310	835	1 979	1 771	2 865	2 209	2 650	2 527	1 244	1 399
Inde	2			2		31	79	194	287	243	469
Brésil	56	535	765	723	371	586	442	578	486	236	404
Vietnam	68	5	14	23	42	79	74	160	318	173	336
Sri Lanka			1	2	0	0	0	22	424	437	265
Equateur	428	720	345	370	904	323	600	2 576	2 248	1 010	262
Cameroun	1	101	245	414	522	590	437	136	295	141	212
Intra-UE, dont	3 062	3 089	2 733	3 437	3 769	4 138	4 908	4 919	3 866	4 973	6 286
Pays-Bas	1 784	1 566	1 338	2 384	2 910	3 221	3 177	2 914	2 352	3 222	3 687

Source : EUROSTAT

Patate douce — Union européenne — Importations ou introductions

en tonnes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Extra-UE, dont	13 117	16 031	19 003	21 868	27 025	37 423	48 945	51 919	57 659	57 887	62 221	69 056
Etats-Unis	3 417	5 180	6 371	7 285	9 397	15 683	19 910	18 592	25 589	32 933	41 273	49 157
Israël	3 437	3 662	4 905	6 329	10 718	14 135	19 592	21 797	19 488	12 456	6 291	4 547
Honduras	0	0	0	41	361	772	2 132	4 750	6 004	4 133	3 315	4 356
Egypte	2 404	2 978	2 831	2 609	2 654	2 651	2 834	2 870	2 278	3 042	4 780	4 212
Chine	6	71	232	409	252	183	428	362	433	565	556	2 359
Afrique du Sud	2 814	2 913	2 996	2 710	1 745	1 697	1 231	1 560	1 772	2 454	2 218	1 936
Brésil	157	228	512	973	1 057	1 126	1 781	1 000	1 451	1 724	1 996	1 421
Pérou	4	23	78	227	153	0	55	17	20	177	138	244
Ghana	21	51	354	360	86	360	122	26	44	136	109	225
Vietnam	0	0	0	0	0	7	8	74	45	0	147	143
Jamaïque	558	706	618	688	335	302	235	182	101	116	144	93
Ouganda	0	2	2	0	2	1	5	18	58	55	72	78
Argentine	0	0	0	8	0	17	0	78	5	14	38	63
Cameroun	0	6	0	0	0	0	4	2	4	4	52	60
Costa Rica	21	4	2	70	26	86	101	76	60	12	51	57
Sénégal	0	2	3	0	0	0	0	0	37	0	0	50
Islande	0	0	0	0	0	1	11	5	0	0	0	19
Intra-UE, dont	23 923	21 004	14 512	8 644	14 422	11 212	13 021	23 255	18 760	23 360	31 121	39 151
Pays-Bas	3 635	3 272	1 718	1 992	2 463	3 267	3 756	4 345	4 459	5 162	6 848	11 801
France	12 052	7 580	10 158	4 391	10 000	4 386	6 774	14 109	10 468	8 580	10 894	9 142
Royaume-Uni	189	232	579	733	423	342	567	492	916	2 498	4 136	5 412
Espagne	764	659	1 130	375	327	638	509	2 124	1 184	1 347	2 818	5 403
Italie	444	700	389	408	552	353	433	870	657	4 098	3 450	1 846
Belgique	178	48	36	418	340	2 046	644	357	185	414	424	1 567
Allemagne	6 123	6 607	444	53	71	121	147	783	728	841	1 121	1 239
Chypre	0	0	0	0	0	0	0	4	8	30	742	797
Grèce	0	21	0	1	0	0	88	21	26	23	4	712
Portugal	31	85	39	19	40	23	3	11	0	85	188	651
Autriche	267	1 779	0	230	186	30	11	11	0	12	33	292
Danemark	0	0	0	1	0	0	62	55	86	89	58	84
Slovaquie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	75
Pologne	232	0	0	0	0	0	0	15	0	2	276	39
Irlande	4	0	3	0	0	0	0	3	18	23	73	31
Malte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28
Luxembourg	3	2	1	0	0	0	1	0	0	1	4	17
Suède	1	1	0	16	17	7	22	13	6	3	10	4
Rép. tchèque	0	0	0	0	0	0	1	2	1	151	1	2
Slovénie	0	0	0	0	0	0	0	37	19	0	16	0

Source : EUROSTAT

Content published by the Market News Service of CIRAD – All rights reserved

Pierre Gerbaud Consultant



Tél : 33 1 46 87 47 41

Mob : 33 6 77 76 11 56

pierre.gerbaud@hotmail.com



L'information de marché
au service des professionnels
des fruits et légumes tropicaux

Des analyses économiques
indépendantes

Des newsletters hebdomadaires
spécialisées : litchi, mangue, etc.

Un contrôle qualité

Charles De Wulf *Consultant indépendant*

**Etudes
Conseils
Expertises techniques**

Produits frais et
transformés

Spécialiste
des fruits et
légumes

MISSIONS D'ÉVALUATION PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

Au bénéfice des producteurs, assureurs,
transporteurs, importateurs et Institutionnels

Basé à **Bruxelles**

Mob. **+32 495 55 28 55**

e-mail **charles.dewulf@skynet.be**

SKYPE **charles.dewulf**

Ingénieur Agronome - 20 années d'expérience
Spécialiste des filières bananes et ananas
Gestion de production en zone tropicale
Audit qualité et expertise produits tous stades logistiques

Fret

Mars 2012

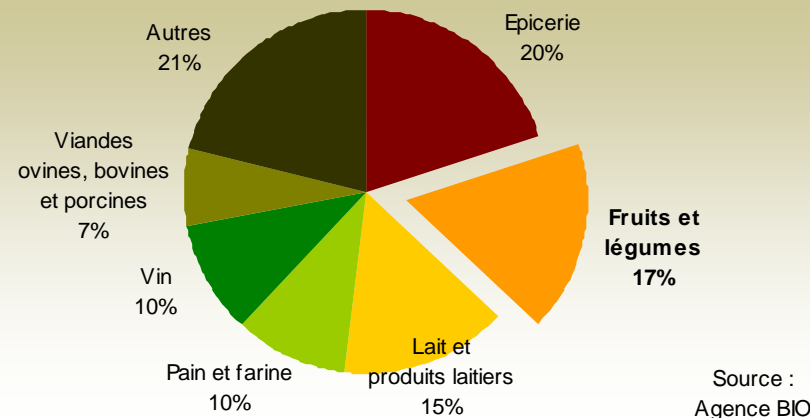
Le retour moyen TCE pour mars pour les navires grands et petits a été plus bas que jamais. Les prix TC et conteneur banane ont effectivement grimpé un tout petit peu mi-mars par rapport aux dix mois précédents, mais parler d'un pic saisonnier serait une exagération grossière. La moyenne pour mars d'à peine plus de 50 c/cbft montre que le retour TCE pour ces navires aux contrats signés pendant le premier trimestre de 2012 est également le plus bas de tous les temps. Avec un prix du gasoil aussi élevé, les armateurs arriveront-ils un jour à générer des retours TCE profitables ? Le premier trimestre de l'année, où la demande en capacité reefer devrait être à son apogée, a clairement montré qu'il n'existe pas de marché pour les navires les plus vieux et peu économes en carburant, sauf s'ils sont équipés de mâts de charge pour le transbordement de poissons en haute mer. Un changement structurel dans le secteur des reefers a sans aucun doute eu lieu : avec un pourcentage tellement élevé de transferts de ce qui était auparavant des activités spot vers des services de ligne reefer ou de conteneurs de tiers, la demande spot pour des navires plus grands a pratiquement disparu. Ce n'est pas encore le cas pour les navires plus petits qui dépendent fortement du commerce du poisson, actuellement peut-être le secteur qui résiste le mieux à la conteneurisation. La question est de savoir si l'histoire aurait été différente, même avec bien moins de navires. En d'autres termes, les armateurs pourraient-ils espérer de bien meilleurs retours en 2013 si, par exemple, 100 navires ou 50 millions de cbft étaient démolis cette année ? Une analyse superficielle indiquerait peut-être que le marché de capacité reefer restera faible, surtout si le rythme de production des conteneurs réfrigérés se maintient : l'augmentation de ressources en conteneurs réfrigérés est estimée à un peu plus de 100 000 FFE, équivalent à 235 million de cbft, presque cinq fois le chiffre de 50 millions de cbft ! Il est décisif de savoir où et comment cette nouvelle capacité sera déployée. Une telle conclu-

sion s'avérerait juste si les lignes en général et Maersk et MSC en particulier choisissent de continuer de gagner des parts de marché dans le secteur de la banane. Cependant, il est plus probable que cela arrive en 2014 quand le Canal de Panama élargi pourra accepter des navires plus gros et donc plus économes en carburant, et avec davantage de slots pour des conteneurs réfrigérés. Ceci doit être un souci tout d'abord pour Seatrade, NYKCool et Baltic Shipping qui proposent tous des services directs pour la banane vers l'Europe du Nord et la Baltique. Maersk en particulier ne cache pas ses ambitions de mettre la main sur un maximum des exportations sur douze mois de banane de l'Equateur. Probablement aux dépens des exportations saisonnières de fruits si nécessaire, que les lignes trouvent difficiles à assurer du point de vue du repositionnement des équipements.

■ Reconnaissance mutuelle entre USA et UE dans la réglementation bio. Mi-février 2012, les Etats-Unis et l'Union européenne ont signé un accord de reconnaissance mutuelle de leur norme bio. A partir du 1er juin 2012, les opérateurs européens comme américains seront dispensés de produire deux certificats, un pour chaque marché. Les Etats-Unis sont les plus grands producteurs de produits bio. On estime à 38 milliards d'euros le chiffre d'affaires total des secteurs américains et européens. Ces deux origines représenteraient 90 % du marché mondial. En France en 2010, le marché de l'alimentation bio a atteint 2 % du marché alimentaire total, contre 4 % en Allemagne. Le chiffre d'affaires des filières bio y est de l'ordre de 3.4 milliards d'euros. Les fruits et légumes sont, derrière les produits d'épicerie, le secteur le plus actif.

Source : CIRAD

France - 2010 - Répartition en valeur des ventes de produits biologiques



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

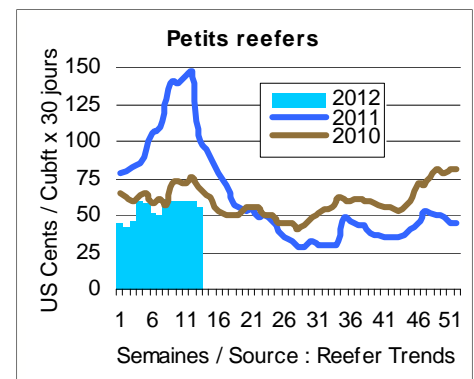
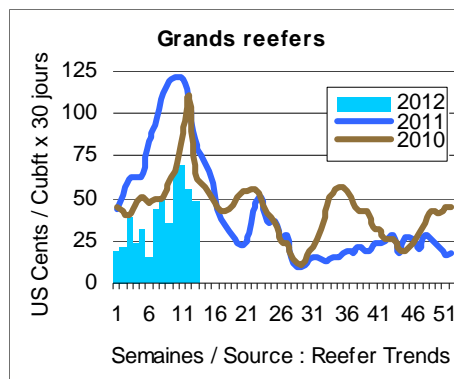
reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer

REEFER

MARCHES SPOT
Moyennes mensuelles

US\$/cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Mars 2012	53	59
Mars 2011	110	131
Mars 2010	81	69



Bilan de campagne litchi 2011-12

Madagascar : l'année de la décennie ?

La tendance observée depuis plusieurs années semble se confirmer en 2011-12. En dépit d'un recul global des volumes, les exportations de litchi de la zone de l'océan Indien dominant très largement l'approvisionnement européen en fin d'année. Les origines se manifestant en dehors de cette période peinent à s'imposer et nombre d'entre elles, dont la Thaïlande, limitent leurs expéditions. Néanmoins, chaque année quelques nouvelles origines se manifestent ponctuellement comme le Maroc ou le Vietnam, mais restent marginales.

Voici bien des années que Madagascar n'avait pas connu une telle campagne ! Elle pourrait se résumer par son aspect tardif, une production moindre et une meilleure maîtrise tant de la qualité que de la commercialisation. Pourtant, la cause n'était pas désespérée, mais sérieusement préoccupante au lendemain de la campagne 2010-11. Le bilan de la saison 2011-12 totalise autour de 14 000 tonnes commercialisées sur les marchés européens, dont 510 tonnes expédiées par avion et 13 530 tonnes par bateau (12 250 tonnes en navires conventionnels et 1 280 tonnes par conteneurs). Ce résultat s'inscrit en net retrait par rapport à la précédente campagne, durant laquelle 17 700 tonnes avaient été exportées par les opérateurs malgaches.

Une production plus faible

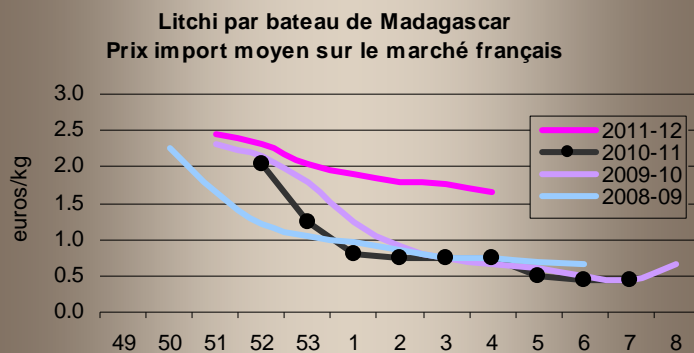
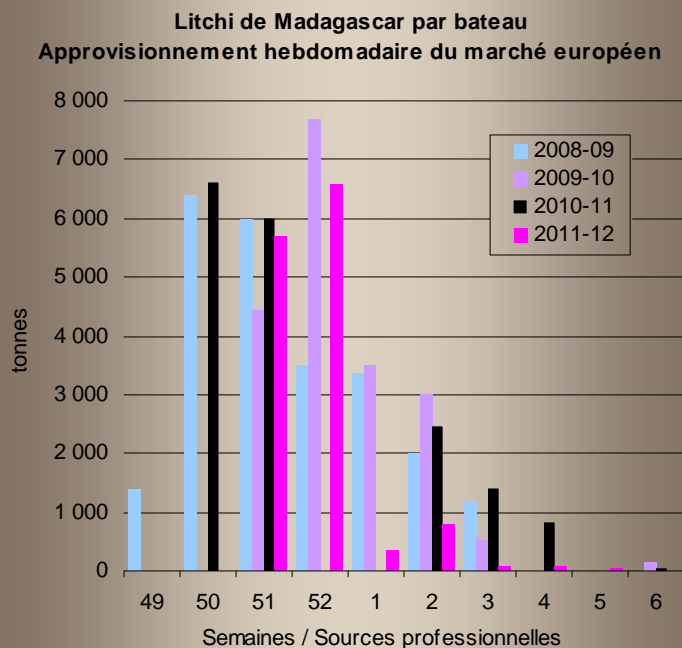
La sécheresse qui a affecté la côte Est de Madagascar durant la période de fructification a fortement limité la production de litchi. La mauvaise pollinisation des hampes florales a compromis le potentiel habituel de production. Il semblerait que la population d'abeilles, principal vecteur de pollinisation, ait été moins nombreuse et moins active que les années précédentes. Il est difficile de déterminer si le climat en est la raison es-

entielle ou si d'autres facteurs ont conduit à cet état de fait. Les conditions climatiques peu favorables ont non seulement réduit la production, mais également entraîné une

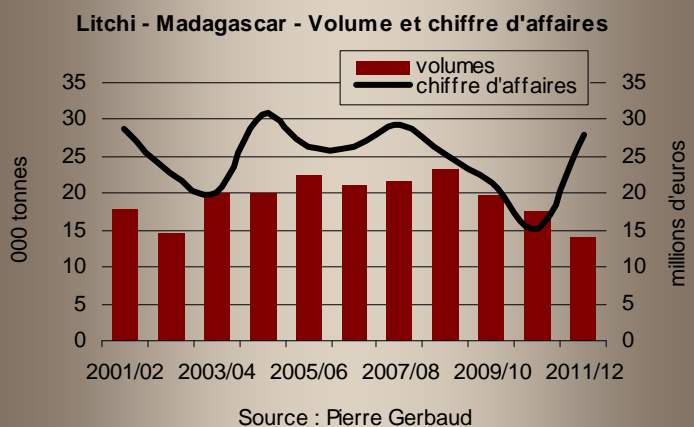
fructification lente et tardive. Ces aléas ont aussi engendré un décalage dans la maturation des fruits entre les zones de production de la région de Tamatave, plus tardives au nord et plus précoces au sud. Si le potentiel global de production ne remettait pas en cause les capacités d'exportation de Madagascar, le décalage accroissait les difficultés de récolte et perturbait le rythme d'approvisionnement des stations de traitement et de conditionnement.



© Guy Bréhinier



Note : en 2008-09, 2010-11 et 2011-12, la semaine 53 correspond à la 52 / Semaines / Source : Pierre Gerbaud



© Guy Brehner

Une campagne avion importante et concentrée

Madagascar a démarré la commercialisation de ses litchis avion dans un contexte de marché peu dynamique en semaine 46, en même temps que Maurice et la Réunion. L'offre s'étoffait la semaine suivante avec l'Afrique du Sud. Le prix élevé demandé pour ces premières livraisons a sans doute freiné l'écoulement des produits. L'augmentation rapide et importante des arrivages dès la semaine 47 orientait les cours à la baisse, cours qui se stabilisaient en semaine 48 entre 5.00 et 5.50 euros/kg, niveau de prix rarement atteint depuis plusieurs années pour les litchis traités. Parallèlement se développait une offre en fruits frais branchés ou égrenés, sans commune mesure avec les volumes commercialisés précédemment. Le cours de ces produits fléchissait jusqu'en semaine 50, puis se redressait ensuite jusqu'en fin de campagne compte tenu de l'offre limitée de la Réunion et de Maurice sur ce créneau de marché. En dépit des aléas de la conjoncture économique et de périodes ponctuelles de méventes, les litchis de Madagascar se sont écoulés de façon assez fluide. Majoritairement de petite taille, ils présentaient néanmoins une qualité globalement satisfaisante et en accord avec la réglementation européenne relative aux teneurs résiduelles de soufre.

Afrique du Sud : campagne réduite et difficile

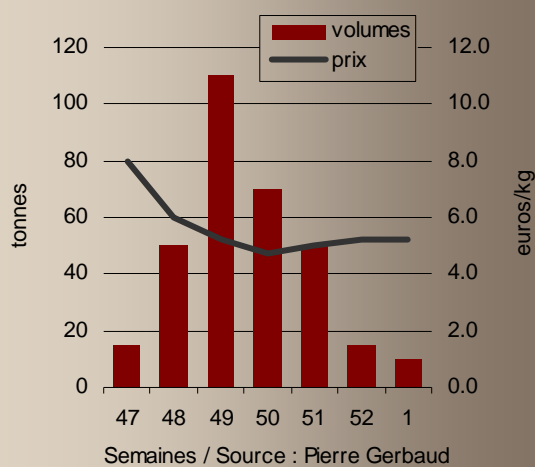
Moins importantes que les 2 700 tonnes de la campagne 2010-11, les exportations de litchi de l'Afrique du Sud en 2011-12 s'établissent autour de 2 000 tonnes, dont 1 600 tonnes par bateau et le solde par avion. La campagne avion démarrait en semaine 47, marquant un léger retard par rapport aux autres origines de l'océan Indien. Les premiers lots étaient composés de la variété Fay Zee Siu, caractérisée par une coloration verte, un noyau de petite taille et une bonne qualité gustative. Méconnus, ces fruits nécessitaient souvent une dégustation pour convaincre la clientèle de leurs qualités intrinsèques. Leur vente s'avérait difficile et s'achevait finalement en semaine 49. Les envois se poursuivaient avec la variété Mauritius, plus commune sur le marché européen. Le prix de ces fruits fléchissait rapidement face à une demande peu dynamique et au cumul des arrivages des différentes origines. Il atteignait des niveaux inférieurs à ceux enregistrés pour les produits concurrents. Pourtant, les expéditions par avion se poursuivaient après l'arrivée des premiers litchis bateau jusqu'en début d'année 2012, les quantités disponibles étant insuffisantes pour convenir à un envoi par bateau. Cet approvisionnement limité permettait un léger redressement des cours à partir de la semaine 51.

La campagne bateau démarrait en semaine 52. Les fortes chaleurs affectant certaines zones de production réduisaient le potentiel d'exportation et influençaient également sur la qualité des fruits, qui se révélaient particulièrement fragiles et présentaient rapidement des développements fongiques. L'écoulement des arrivages devenait d'autant plus difficile que la demande s'amenuisait nettement en janvier en pleine campagne d'exportation. La disparité qualitative des litchis sud-africains et la diminution des quantités de fruits de gros calibre pesaient fortement sur les ventes et orientaient les cours à la baisse. Ce n'est qu'en fin de campagne que les prix se redressaient légèrement pour les fruits de bonne qualité. En fin de campagne, quelques lots de la variété Wai Chi étaient mis en marché, mais leur faible tenue interrompait rapidement cette tentative de diversification variétale. Il en était de même avec les quelques lots de Red MacLean réceptionnés en fin de saison.

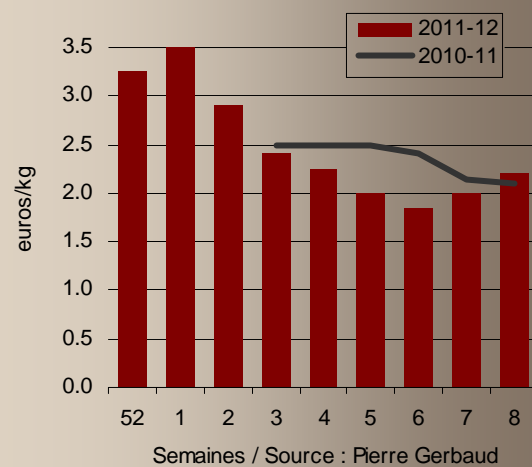


© Guy Blehner

Litchi avion - Afrique du Sud - Campagne 2011-12
Volumes et prix moyen import en France



Litchi bateau - Afrique du Sud
Prix moyen import en France



Une campagne bateau réduite mais fluide

La lente maturation des fruits a entraîné une ouverture de campagne tardive, le 26 novembre. Le décalage entre les zones de production de la région de Tamatave réduisait dans un premier temps les disponibilités et donc le chargement du premier navire conventionnel, qui quittait Madagascar le 29 novembre avec un déficit de plus de 800 palettes par rapport aux prévisions initiales (6 500 palettes). Ne dérogeant pas aux imprévus enregistrés chaque année, le départ de ce premier navire était retardé de quelques heures pour cause d'enlèvement. L'entrée en pleine production de l'ensemble du verger malgache permettait ensuite le chargement du second navire conventionnel, qui prenait la mer le 4 décembre avec près de 6 600 palettes. Son départ prévu le 3 décembre était également retardé en raison du dysfonctionnement de grues de chargement.

L'aspect tardif de la campagne et le calendrier des fêtes de fin d'année ne constituaient pas, a priori, des conditions particulièrement favorables à la mise en marché des litchis de Madagascar. La période de commercialisation était en effet amputée d'une fin de semaine, compte tenu de l'arrivée du premier navire conventionnel le vendredi 16 décembre en soirée à Zeebrugge. Le déchargement en continu du navire permettait des livraisons sur les principales places européennes le dimanche 18 décembre pour une commercialisation en début de semaine 51. La prévente d'une grande partie de la cargaison, la bonne diffusion des marchandises et leur qualité satisfaisante se traduisaient par une mise en marché fluide à prix soutenus. En fin de première semaine de commercialisation, on enregistrerait même un relatif creux d'approvisionnement accentué par l'arrivée du second navire à Vlissingen-Flushing le jeudi 22 décembre en soirée. Le déchargement rapide et en continu autorisait des livraisons partielles les vendredi 23 et samedi 24 décembre. Toutefois, la mise en marché de la majorité de la cargaison était reportée en semaine 52 après les fêtes de Noël. Les ventes se poursuivaient à un rythme soutenu au cours de la dernière semaine de l'année. Les cours fléchissaient régulièrement, mais restaient à des niveaux supérieurs de plus de 1.00 euro/kg par rapport à la campagne précédente.

En janvier, la demande pour ce fruit festif retombait rapidement et les ventes devenaient plus difficiles. La modeste campagne par conteneurs limitait l'engorgement des marchés et la baisse des prix de vente. La célébration du nouvel an chinois, très précoce cette année en fin de troisième semaine de janvier, relançait partiellement la consommation et redynamisait ponctuellement les ventes. La campagne de commercialisation s'achevait mi-février, avec des cours en baisse pour les derniers lots dont la qualité demeurait en majorité étonnamment correcte.

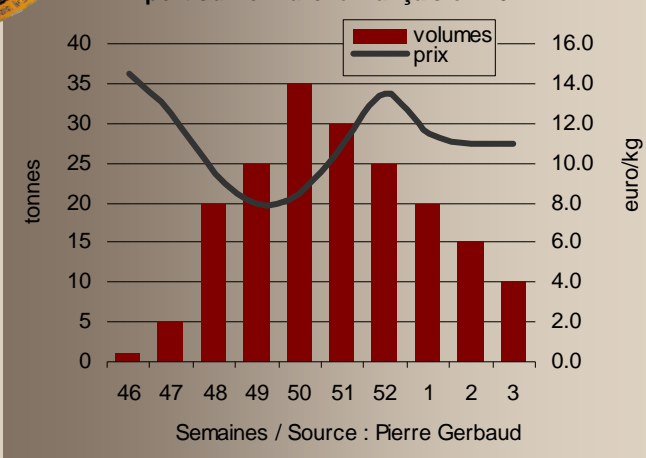
Réunion : les vaches maigres

Après une campagne exceptionnelle en 2010-11 totalisant plus de 400 tonnes de litchi expédiées, les envois de la Réunion ont connu une forte régression avec à peine 200 tonnes en 2011-12, conséquence d'une faible production. Les premiers lots réunionnais ont été réceptionnés en semaine 46, date du démarrage des campagnes de commercialisation de la plupart des origines de l'océan Indien. Les faibles livraisons au cours des deux premières semaines de campagne ont provoqué une mise en marché à des cours anormalement élevés. Dès la troisième semaine, les prix s'orientaient à la baisse sous l'effet de l'augmentation de l'offre, mais également d'un désintérêt de la clientèle pour ce produit dont les prix au stade de détail atteignaient des sommets. Début décembre, le fléchissement des cours se poursuivait. Les opérateurs procédaient alors à une segmentation du marché en proposant, d'une part, des fruits égrenés vendus moins cher et, d'autre part, des fruits présentés en bouquets proposés à 2.00 euros de plus par kilo. En semaine 50, la demande s'accélérait en même temps que progressaient les livraisons, entraînant un raffermissement des cours en fin de semaine. Cette évolution se pérennisait durant les deux dernières semaines de l'année, caractérisées par une demande toujours forte mais des apports en diminution. La raréfaction provoquait même une nouvelle flambée des prix en fin d'année où quelques ventes s'effectuaient jusqu'à 15.00 euros/kg. En début d'année, la tendance s'inversait du fait d'une réduction marquée de la demande. Pour autant, les prix se stabilisaient au-delà de 10.00 euros/kg et se raffermis-saient même jusqu'à 13.00 euros/kg pour les derniers lots mis en marché en troisième semaine de janvier.

Certes, le manque de volumes n'a pas permis de réaliser un chiffre d'affaires important cette année, mais les résultats demeurent toutefois positifs compte tenu des niveaux de prix pratiqués tout au long de la période de commercialisation. De qualité assez moyenne au début (taille et coloration), les litchis de la Réunion retrouvaient leur place de produit apprécié de la clientèle au moment des fêtes de fin d'année. L'origine reste la référence en matière de litchi frais sur le marché européen.



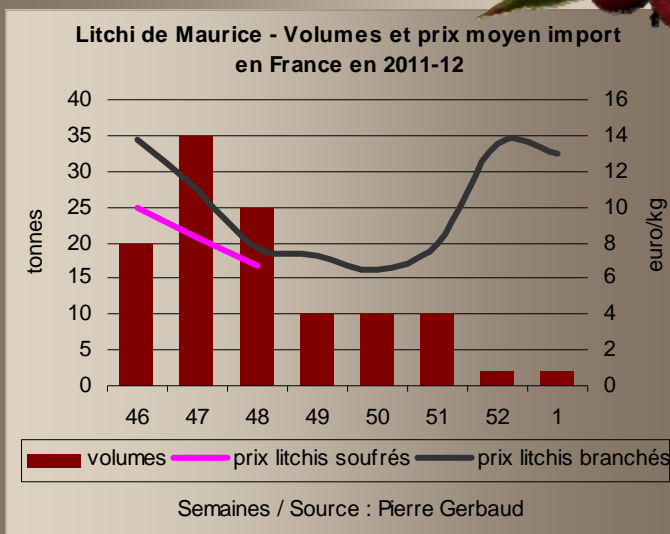
Litchi de la Réunion - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2011-12



Maurice : petite campagne tendue

L'île Maurice a réalisé une petite campagne en 2011, de mauvaises conditions climatiques ayant affecté la fructification des litchis. Estimées aux alentours de 110 tonnes, les exportations mauriciennes ont régressé sensiblement en volume par rapport aux 120 à 150 tonnes exportées au cours de la saison précédente. Le caractère tardif de la production dans la zone de l'océan Indien, particulièrement marqué cette année à Maurice, a une nouvelle fois handicapé les opérateurs en les privant de l'inauguration de la campagne avec des produits primeurs. Ainsi, les premiers litchis mauriciens sont parvenus sur les marchés européens en semaine 46, en même temps que ceux des autres origines de la zone. Les premières expéditions ont été mises en marché à des prix élevés, qui ensuite n'ont cessé de diminuer, remettant même en cause la rentabilité des exportations. Après trois semaines de campagne, les opérateurs décidaient de n'expédier que des fruits frais branchés ou égrenés, compte tenu de la forte concurrence des produits de Madagascar et d'Afrique du Sud. Profitant de l'offre limitée de la Réunion, les opérateurs mauriciens espéraient ainsi bénéficier de meilleures conditions de marché pour leurs litchis frais. De fait, les cours se redressaient à partir de la semaine 50 sous l'effet d'une demande accentuée par les fêtes de fin d'année. Les trois dernières semaines de commercialisation s'accompagnaient d'une envolée des prix qui retrouvaient leur niveau de début de saison.

La place de Maurice sur le marché international du litchi reste difficile. La faiblesse de la production et sa variabilité selon les années fragilise son créneau commercial sur les marchés européens. L'absence de litchi primeur depuis plusieurs années compte tenu du caractère tardif de la production n'a fait qu'amplifier cette fragilité. Face à la concurrence, les fruits mauriciens ont pour point faible un prix de revient rendu Europe souvent plus élevé. La sauvegarde de résultats positifs lors de la dernière campagne n'a été possible que par la segmentation du produit (litchi frais) et grâce à la faiblesse des envois réunionnais.



CQFD

La mauvaise campagne 2010-11, avec pour coup de grâce la suspension de la commercialisation des fruits par les distributeurs allemands en raison de leur non conformité vis-à-vis de la réglementation européenne, a sans nul doute provoqué un électrochoc dans la filière litchi. Cette nouvelle campagne avait pour enjeu essentiel de pérenniser les exportations de Madagascar, d'assurer un approvisionnement de ce fruit festif sur les marchés européens et aussi une entrée de devises non négligeable pour l'origine. Autant dire qu'elle constituait un pari sur l'avenir dont les opérateurs avaient rapidement mesuré l'importance. Forcé est de constater que la stratégie déployée cette année a été payante au regard des résultats obtenus. Réduction des quantités exportées et respect de la réglementation sur le traitement au soufre auront été les axes de travail majeurs des opérateurs en amont de la filière. Une meilleure maîtrise de la commercialisation constituait le volet complémentaire du dispositif, qui s'est concrétisé par une réduction drastique du nombre de réceptionnaires (passé d'une dizaine à deux). D'aucuns ont pu entrevoir là une sorte de kidnapping de la filière ne leur laissant en fait que la possibilité de commercialiser des fruits en seconde main ou des litchis avion non traités.

La diminution des tonnages, qui avait déjà été entamée lors de la campagne antérieure, s'est poursuivie en 2011-12 et s'est avérée positive. L'évolution des dernières campagnes montrait déjà un essoufflement de la consommation en dehors de la période restreinte des fêtes de fin d'année. Plus la campagne s'étendait grâce aux moyens techniques (logistique et traitement), plus la consommation semblait se recentrer sur un laps de temps réduit. Pour preuve : les ventes des années antérieures sur la période janvier-février s'effectuaient souvent à des prix inférieurs au coût de revient rendu Europe, sans compter les quantités retirées pour raisons qualitatives, toujours difficiles à évaluer mais non négligeables. Cela ne veut pas dire que les volumes potentiellement commercialisables seraient figés au niveau de cette dernière campagne. L'équilibre qui semble avoir été atteint en 2011-12 pourrait constituer une nouvelle base de départ, un second souffle pour une reconquête du marché plus adaptée aux conditions de consommation dans le contexte économique actuel.

L'amélioration de la qualité réglementaire a également été un facteur capital du bon déroulement de la dernière campagne. La mise en oeuvre d'un protocole de traitement révisé et une surveillance accrue de son application ont permis l'exportation de fruits conformes, évitant la résurgence de crises commerciales douloureuses.

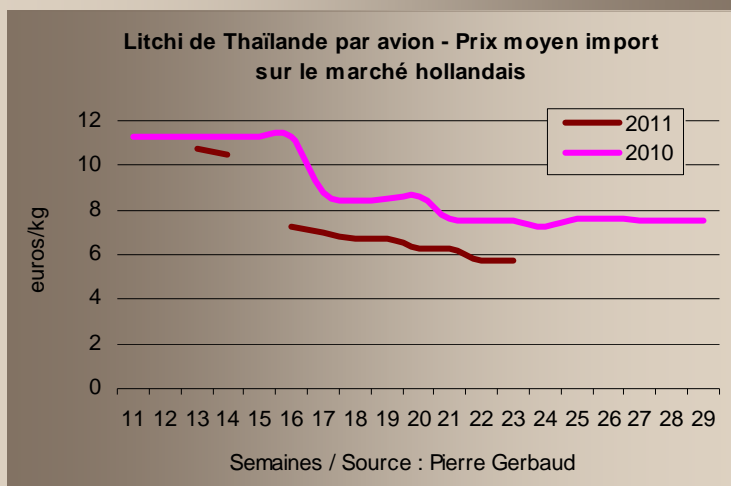


Thaïlande : un retrait confirmé

Au cours de la campagne 2010, les importations européennes de litchi de Thaïlande étaient estimées à un millier de tonnes, en forte régression par rapport aux années antérieures où elles avoisinaient les 2 000 tonnes. Ce mouvement semble se confirmer car, en 2011, de 500 à 600 tonnes ont été expédiées. Les exportations se sont concentrées de m-mars à fin juillet, une période plus étendue que l'année précédente où elles avaient cessé dès fin juin avec l'apparition des premiers envois d'Israël. L'extension de la période de commercialisation ne s'est pourtant pas traduite par une augmentation des tonnages. Bien au contraire, les envois semblent s'être effectués au compte-gouttes. La réduction des volumes disponibles a conduit les expéditeurs à choisir le transport aérien comme seul mode d'acheminement, entraînant un approvisionnement parfois chaotique avec des périodes de déficit. L'irrégularité des livraisons au cours de la campagne est sans doute le fait d'une production déficitaire, mais également de problèmes de qualité et de respect des réglementations communautaires relatives aux teneurs résiduelles en SO₂. En effet, en mai des analyses s'avéraient positives et entraînaient des perturbations pour les livraisons des semaines suivantes.

Comme les années précédentes, les volumes étaient essentiellement dirigés vers le marché hollandais, puis réexpédiés sur les autres places européennes. Toutefois, la perméabilité des marchés est apparue moins importante qu'auparavant. Ainsi, le marché belge n'a été alimenté que ponctuellement en mai et le marché français plus tardivement en juillet, mis à part quelques lots de fruits frais branchés réceptionnés fin juin (7.50-10.00 euros/kg). La Thaïlande, qui avait diversifié ces dernières années son offre variétale avec notamment la variété à gros fruits Emperor ou Chakrapad, semble là encore accuser un recul. Cette année, ces fruits n'ont été présents que sur le marché français et vendus au même cours que les autres. En avril, les livraisons limitées ont permis la fixation de prix élevés, qui se sont par la suite infléchis jusqu'en fin de campagne, bien que restant soutenus. C'est sans commune comparaison avec les campagnes précédentes où les arrivages plus conséquents par bateau entraînaient les prix dans une évolution baissière contenue entre 2.00 et 4.00 euros/kg.

Les inondations dévastatrices qui ont affecté la Thaïlande en octobre 2011 pourraient avoir des conséquences néfastes pour la campagne 2012 et accentuer encore le retrait de cette origine du marché européen.



© Eric Imbert

Israël : inversion de tendance

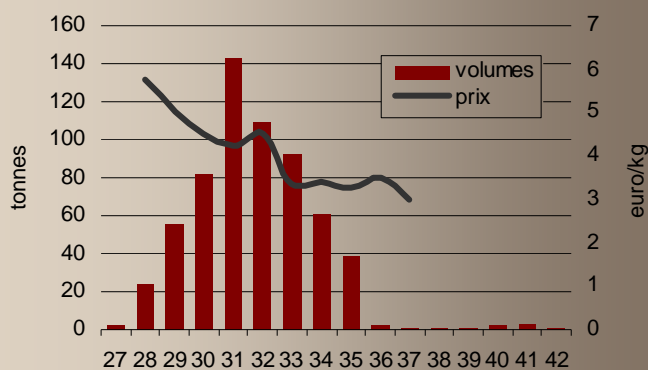
Estimées à un millier de tonnes au début des années 2000, les exportations israéliennes de litchi chutaient presque de moitié (autour de 600 tonnes) au milieu de la décennie. Ce retrait se confirmait ensuite avec 450 tonnes exportées en 2009 et 310 tonnes en 2010. La campagne 2011 a-t-elle enrayeré cette glissade ? Le retour à un niveau d'exportation évalué cette année à 620 tonnes semble le confirmer.

La campagne s'est déroulée cette année en deux phases successives. La première période a débuté en première semaine de juillet pour se prolonger jusqu'au début septembre. Elle a été dominée par la variété Mauritius, dont les cours fléchissaient régulièrement. A partir de mi-août, ils passaient en deçà de 3.50 euros/kg, alors que les quantités disponibles diminuaient fortement. La demande à cette période de l'année demeurait marginale et les ventes s'avéraient difficiles face à la concurrence des produits de saison, très présents et meilleur marché. En seconde quinzaine d'août, la tenue médiocre des fruits accentuait la pesanteur des conditions de marché et précipitait la dégradation des prix de vente. Israël fournissait aussi de petites quantités de la variété No Mai Chi, caractérisée par l'absence de noyau, qui se valorisaient généralement 2.00 euros/kg de plus que les Mauritius. Au cours de la deuxième période, en septembre et octobre, le rythme d'approvisionnement se réduisait sensiblement à quelques tonnes par semaine. La poursuite de la campagne s'effectuait alors principalement sur le marché français,



avec la variété Yellow Red qui obtenait des cours réguliers de 5.00-5.50 euros/kg, en baisse en fin de mois à 4.50-5.00 euros/kg. De forme plus sphérique que les Mauritius, ces fruits présentaient une coloration globalement satisfaisante et une bonne qualité gustative. En revanche, leur tenue de courte durée exigeait des ventes rapides dans un marché peu réceptif.

Litchi d'Israël - Volumes en Europe et prix moyen import sur le marché hollandais en 2011



Semaines / Source : Ministère de l'Agriculture israélien

Pour autant, la satisfaction légitime des opérateurs de la filière litchi ne devrait pas être considérée comme une finalité, mais plutôt comme le moteur d'une démarche s'inscrivant dans le temps. Car si la campagne 2011-12 peut être qualifiée en termes rugbystiques de « bel essai », il convient maintenant de le transformer. Or, si l'amélioration du déroulement de la campagne est incontestable, bien des interrogations demeurent. On sait par expérience que les années de plus faible production engendrent souvent de bonnes campagnes commerciales. Une production plus ample n'aurait-elle pas modifié le profil de cette saison ? Au même titre qu'une mauvaise campagne provoque des réflexions sur les améliorations à apporter pour la suivante, une bonne campagne n'entraîne-t-elle pas une certaine insouciance propre à générer des dérapages néfastes ? Sans remettre en cause le bien-fondé de la stratégie élaborée cette année, les facteurs externes à la filière n'ont-ils pas constitué un concours de circonstances favorable non systématiquement reproductible ? L'observation attentive de la prochaine campagne nous le dira ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



© Christian Lavigne

Mexique, Vietnam et Maroc : une offre complémentaire à la recherche d'un marché

Les origines complémentaires sur le marché du litchi se sont peu manifestées et leurs difficultés d'écoulement ont traduit la médiocre réceptivité pour ce fruit dans un contexte de forte concurrence des fruits de saison, plus précoces cette année.

Les litchis de Chine, qui depuis quelques années faisaient leur apparition en juin, ont été totalement absents des circuits traditionnels de commercialisation. En revanche, le Mexique s'est manifesté sur les marchés européens de fin mai à mi-juillet. Faibles en mai, les expéditions mexicaines s'intensifiaient en juin. Acheminés par bateau et distribués principalement sur les marchés hollandais, belge et français, ces fruits se sont écoulés difficilement à des prix peu stables (de 3.50 à 6.00 euros/kg), traduisant la fluctuation qualitative des produits souvent de petite taille et de saveur variable.

Le Vietnam initiait cette année ses premiers envois par avion en direction du marché hollandais. Présents en juillet, ces produits mis en vente autour de 8.00 euros/kg s'écoulaient autour de 6.50 euros/kg après trois semaines de campagne, avant de disparaître du marché.

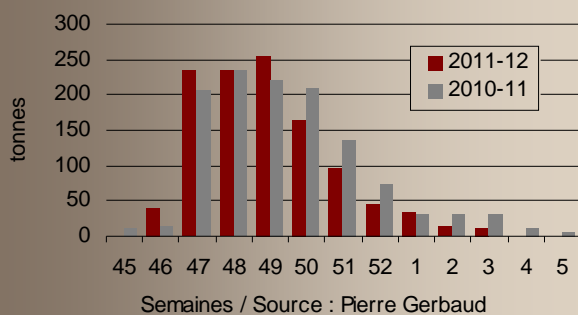
Enfin, on enregistrait fin juillet quelques expéditions du Maroc vers le marché français. Composées de fruits sphériques non traités, conditionnés dans des barquettes filmées de 500 g, ces marchandises étaient proposées autour de 5.00 euros/kg sur le marché de gros. Leur vente s'avérait rapidement difficile par manque de demande, mais également du fait d'une conservation limitée dans le temps.

L'apparition de nouvelles origines telles que le Vietnam ou le Maroc montre une nouvelle fois l'éventail des pays potentiellement fournisseurs de litchi. Mais les difficultés d'écoulement des fruits en période estivale ou printanière illustrent également l'étroitesse du créneau commercial à cette époque de l'année. La mise en vente de fruits exotiques à des prix élevés semble s'inscrire à contre-courant d'une consommation plutôt orientée vers les fruits de production européenne, surtout en période de crispation économique.

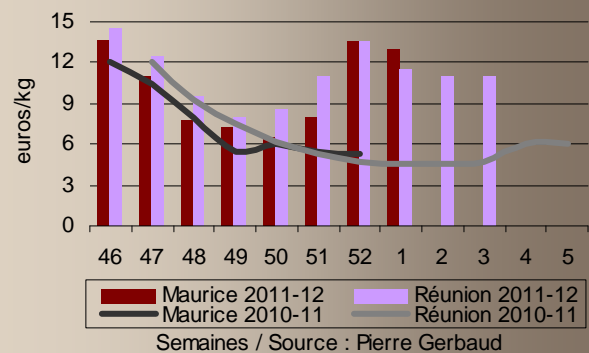


La campagne litchi avion 2011-12 en résumé

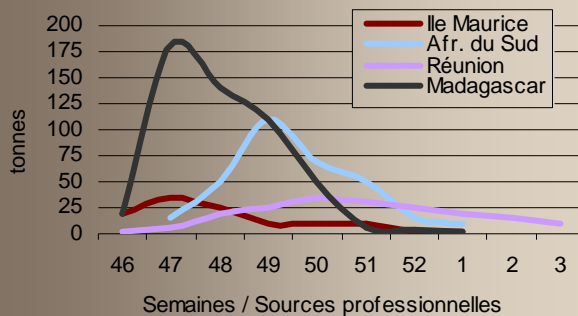
Litchi par avion - Arrivages hebdomadaires sur le marché européen toutes origines confondues



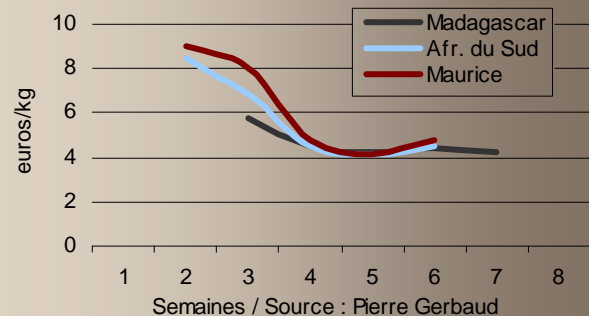
Litchi frais par avion - Prix import moyen en France



Litchi par avion - Campagne 2011-12 Arrivages hebdomadaires sur le marché européen



Litchi souffré par avion - Campagne 2011-12 Prix moyen import sur le marché français



Le meilleur de l'avocat

“ Nous sélectionnons les meilleures origines, variétés et marques de qualité pour vous servir tout au long de l'année. ”

Gabriel Burunat.

Répondons ensemble à l'attente des consommateurs en vendant des fruits mûrs pour développer le marché !

Conception TPC : 01 41 31 58 90 - Photo : Stew Patrikian ©

Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved



31, Avenue de l'Europe - Zone des Entrepôts - Bât. I 9
BP 70122 - 94538 Rungis Cedex - FRANCE
Tel +33 (0)1 46 87 30 00 - Fax : +33 (0)1 45 12 96 74
g.burunat@commercial-fruits.com

Campagne avocat de contre-saison 2012

A l'aube d'un nouveau big-bang ?

Quels arbitrages entre marchés pour les exportateurs péruviens ?

Le dernier événement en date de ce type, intervenu vers le milieu des années 2000, a été l'émergence d'un nouveau pays fournisseur, le Pérou, aux côtés des acteurs historiques qu'étaient l'Afrique du Sud et le Kenya. Dire que cette entrée a révolutionné le marché n'est pas exagéré : le niveau d'approvisionnement a plus que doublé en moins de dix ans, les rapports de force entre pays fournisseurs ont été bousculés, au point que l'impétrant a pris la place de leader depuis 2009, et la montée en puissance du Hass est telle qu'on peut légitimement se demander si ce cultivar ne va pas effacer les variétés vertes.

Aujourd'hui, c'est encore le Pérou qui pourrait bousculer les structures du marché communautaire. La possibilité pour cette origine d'entrer pour la première fois dès le début de saison sur le très attractif marché américain pourrait de nouveau changer radicalement la donne. Si les exportateurs péruviens se ruient sur cette porte nouvellement ouverte, l'approvisionnement du marché communautaire pourrait opérer un mouvement arrière pendant au moins quelques campagnes. A l'inverse, dans l'hypothèse — il est vrai peu crédible — du maintien d'un flux presque uniquement dirigé vers l'Europe, les conséquences sur les prix pratiqués sur le vieux continent seraient vraisem-

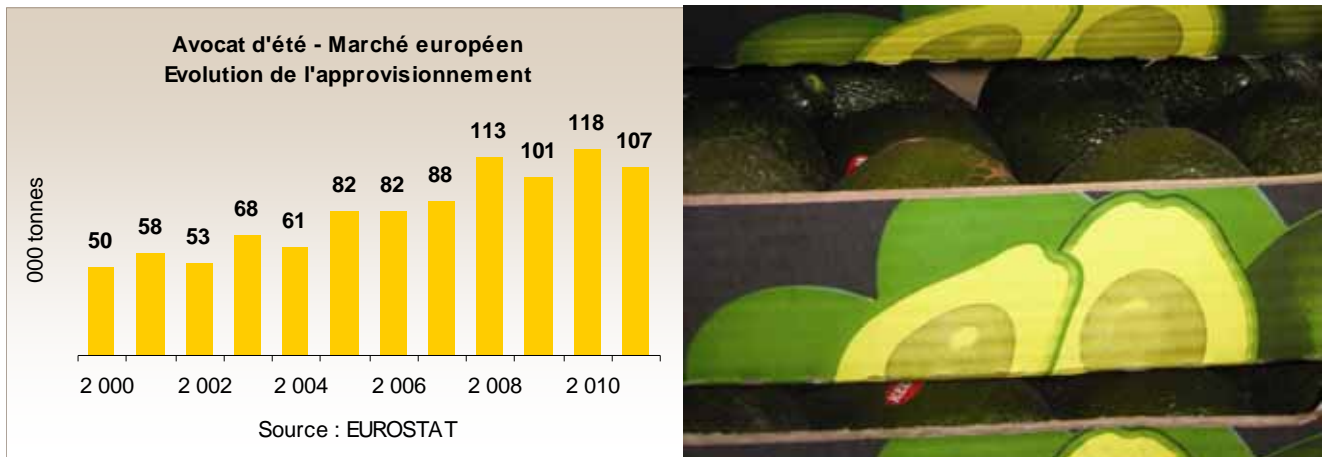
blablement dramatiques vu le rythme de croissance de la production péruvienne. **Fruitrop** propose quelques éléments de réponse, tout en faisant le point sur la situation des différents pays fournisseurs et sur la consommation des différents marchés.

Quel sera l'approvisionnement du marché communautaire durant la campagne d'avocat d'été 2012 ? Le pronostic semble beaucoup plus difficile à faire que les autres années. Car, au-delà des simples aléas purement conjoncturels liés aux niveaux de production des différents pays fournisseurs auxquels les opérateurs sont habitués, les conséquences d'un événement à la portée plus structurelle vont commencer à se dessiner cette saison.

blablement dramatiques vu le rythme de croissance de la production péruvienne. **Fruitrop** propose quelques éléments de réponse, tout en faisant le point sur la situation des différents pays fournisseurs et sur la consommation des différents marchés.



© Eric Imbert



Avocat d'été — Marché européen — Evolution de l'approvisionnement

tonnes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Total	49 857	57 683	52 631	67 958	61 407	81 733	81 887	87 509	113 156	101 216	117 754	106 706
Afr. du Sud	38 205	38 908	36 266	36 404	29 872	46 955	35 934	37 944	50 451	38 377	47 286	26 844
Pérou	1 299	2 849	4 401	11 266	14 590	18 096	30 508	35 857	49 894	45 818	56 345	65 217
Kenya	10 294	15 600	11 523	19 828	16 236	15 458	13 641	11 999	11 841	15 038	14 123	14 273
Argentine	58	326	440	460	709	1 224	1 804	1 709	970	1 983	0	372

Source : EUROSTAT

Miles Import
5 rue de la Corderie
Centra 310
94586 Rungis Cedex
France

Tél. : 33 (0) 1 41 80 10 10
Fax. : 33(0) 1 41 80 10 15

Contact : Guy Lesvenan
g.lesvenan@milesimport.com

CONTRE SAISON
et EXOTIQUES

Miles Import

Votre nouveau partenaire en avocat

Origine
• PÉROU
• BRÉSIL
• AFRIQUE DU SUD
• CHILI
• ISRAËL

Afrique du Sud

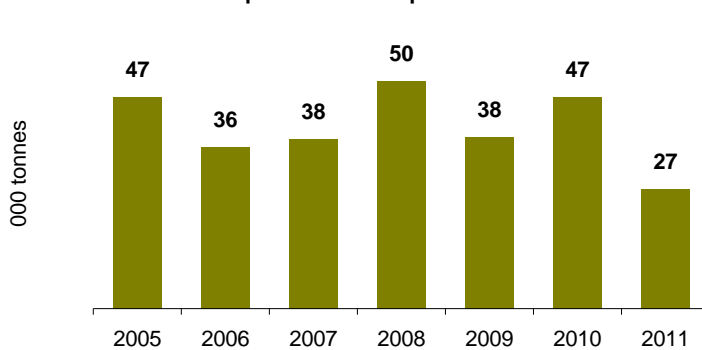


© Eric Imbert

Avocat — Afrique du Sud — Calendrier de récolte par zone de production

	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O
Fuerte	Levubu											
	Tzaneen											
	Nelspruit/Hazyview											
	Southern KwaZulu-Natal											
Hass	Levubu											
	Tzaneen											
	Nelspruit/Hazyview											
	Southern KwaZulu-Natal											
Pinkerton												
Ryan												

Avocat - Afrique du Sud - Importations de l'UE-27



Source : EUROSTAT

Afrique du Sud : potentiel export bon mais pas exceptionnel

Pour l'Afrique du Sud, les campagnes se suivent et heureusement ne se ressemblent pas ! Cette saison, la nature s'est montrée plus clémente qu'en 2011, permettant aux professionnels sud-africains de retrouver un potentiel export d'environ 12 millions de colis. Si le niveau d'exportation prévu est élevé, en particulier par rapport aux 7 millions de colis exportés en 2011, il n'est pas non plus exceptionnel et a déjà été atteint ou approché de très près en 2005, 2008 et 2010.

Côté variétés, le Hass devrait représenter environ 55 % des envois, part tendant à se stabiliser ces dernières saisons après une forte croissance au début des années 2000. Les statistiques de ventes de plants des pépinières, où Hass et variétés vertes font jeu égal, montrent que les producteurs sud-africains continuent de planter largement Pinkerton, Fuerte et consorts. Ce potentiel soutenu, qui apparaît de manière de plus en plus fréquente, illustre aussi la légère tendance au développement de la production sud-africaine. Le verger croît d'environ 250 ha par an, notamment dans les zones au climat plus tempéré permettant de tirer profit d'un marché de fin de saison généralement porteur.

Pour autant, le développement de la production attendu dans les prochaines années ne sera peut-être pas synonyme d'accroissement des exportations vers l'Europe. D'une part, la consommation locale tend à progresser sensiblement, à la faveur d'une population de plus de 50 millions d'habitants aux revenus en progression. D'autre part, le marché américain pourrait à moyen terme ouvrir ses portes à l'avocat sud-africain. Les protocoles sanitaires sont au point et certains professionnels pensent que les aspects plus politiques du dossier pourraient être réglés d'ici deux à trois ans dans le meilleur des cas. Pourtant, cette possible ouverture ne devrait pas provoquer un aussi grand déplacement de flux que celui qu'on peut légitimement imaginer pour le Pérou. La logistique, qui est au minimum de vingt jours pour un trajet par bateau de Cape Town à Newark, fait que l'UE, qui présente l'avantage d'être desservie en une semaine de moins, restera le marché naturel de l'Afrique du Sud.



© Eric Imbert



Votre spécialiste de l'avocat

CHILI

ESPAGNE

PÉROU

ISRAËL

KENYA

Un approvisionnement toute l'année en fruits prémûris et conditionnés



GEORGES HELFER S.A.
(France)

1, rue des Tropiques ENT. 133
94538 RUNGIS CEDEX (FRANCE)

Tél.: +33 1 45 12 36 50
Fax: +33 1 48 53 78 85

Content published by the Market News Service of ITC – All rights reserved



GEORGES HELFER S.A.
(Site de Cavailon)

717, avenue des Vergers
13750 PLAN D'ORGON

Tél.: +33 4 90 73 44 52
Fax: +33 4 90 73 44 66



GEORGES HELFER S.A.
(Suisse)

Chemin de Fontenailles
CH-1196 GLAND - SUISSE

Tél.: +41 22 999 99 99
Fax: +41 22 999 99 98

www.helfergroup.com

Kenya



© Eric Imbert

Avocat — Kenya — Calendrier de récolte

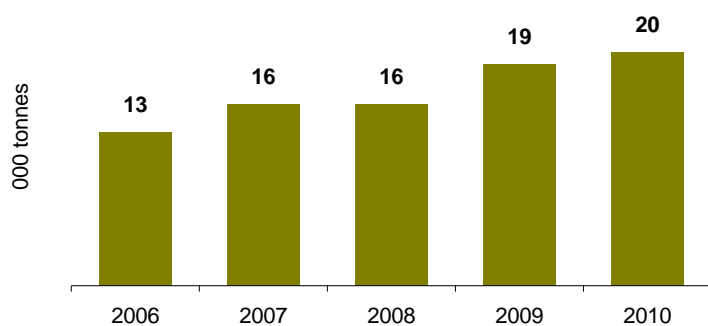
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Fuerte												
Hass												

Avocat — Kenya — Exportations

tonnes	2006	2007	2008	2009	2010	2011
UE	11 832	13 229	13 371	15 964	15 743	16 000*
Péninsule arabique	1 243	2 107	2 196	2 972	4 280	-
Autres	172	366	121	147	160	-
Total	13 246	15 702	15 688	19 083	20 183	-

*estimation / Source : SUNAT

Avocat - Kenya - Exportations



Source : COMTRADE

Une filière en croissance et de mieux en mieux structurée au Kenya, mais toujours bridée par la logistique maritime

La récolte kenyane s'annonce aussi d'un meilleur niveau qu'en 2011. D'une part, les conditions climatiques ont été plus satisfaisantes et les rendements devraient être d'un bon niveau, notamment entre août et septembre. D'autre part, environ 1 000 ha de nouveaux vergers de Hass plantés ces dernières années montent en puissance ou entrent en production, comme le montre la part de marché de cette variété dans les envois vers l'UE qui est passée de 20 % en 2006 à plus de 50 % depuis 2010. Ainsi, grâce à la combinaison de ces deux facteurs, les volumes disponibles à l'export devraient être plus soutenus que l'an passé, en particulier en Hass.

Mais les volumes destinés à l'UE dépasseront-ils les 14 000 à 15 000 t qui semblent la règle depuis trois campagnes ? Là est la question. Cette année encore, les importateurs considèrent que les difficultés rencontrées au niveau de la logistique maritime risquent de brider les exportations vers l'Europe, malgré les efforts continus faits en amont pour structurer la filière, mieux contrôler la qualité et la maturité des fruits exportés et développer la part du Hass. Aucune des solutions offertes actuellement par les compagnies maritimes qui font escale à Mombasa n'est pleinement satisfaisante. La ligne Messina propose une liaison directe entre Mombasa et Gênes d'une durée à peine supérieure à quinze jours, mais seules deux dessertes par mois sont proposées en moyenne. Les rotations sont plus régulières pour les autres compagnies stoppant à Mombasa, mais les temps de transport sont beaucoup plus longs en raison d'au moins un transbordement. Par ailleurs, dans tous les cas de figure, le coût du fret est extrêmement élevé.



© Eric Imbert



CAMPOSOL



www.camposol.com.pe

Francisco Graña 155, Piso 3 Urb. Sta. Catalina - Lima 13, Perú.
T: (+51 1) 621 0800

Honderdland 94 - 2676 LS - Maasdijk - The Netherlands
T: +31 174 523 332

Pérou



© Eric Imbert

Avocat — Pérou — Calendrier d'arrivages dans l'UE

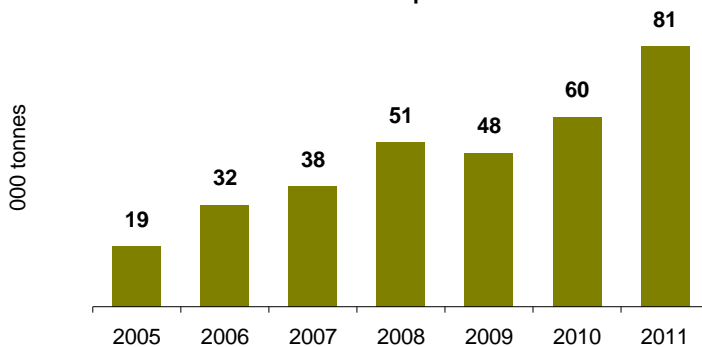
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Variétés vertes												
Hass												

Avocat — Pérou — Exportations

tonnes	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
UE, dont	18 380	30 521	36 129	49 832	46 312	56 750	67 050
Pays-Bas	5 601	8 011	14 430	23 106	24 160	26 570	38 124
Espagne	6 111	12 291	12 362	17 669	13 612	20 224	20 708
Royaume-Uni	3 378	4 757	5 899	4 953	4 097	4 412	6 030
France	2 934	4 962	3 058	3 957	4 170	5 025	1 828
Am. du Nord	224	891	807	1 013	1 426	1 700	11 481
Etats-Unis	-	-	54	563	84	434	8 998
Canada	224	891	753	450	1 342	1 266	2 483
Chili	0	102	400	453	479	281	400
Autres	66	224	270	0	129	790	2 500
Total	18 670	31 738	37 606	51 298	48 346	59 521	81 431

Source : SUNAT

Avocat - Pérou - Exportations



Source : SUNAT

Dans ce contexte, les envois vers les marchés de diversification d'Asie et surtout vers les pays de la péninsule arabe devraient poursuivre leur développement. Emirats Arabes Unis en tête, ces destinations ont absorbé près de 25 % des volumes en 2010, contre à peine plus de 10 % en 2006. Autre avantage non négligeable des marchés de la péninsule arabe, en plus de leur proximité : les variétés vertes, de plus en plus difficiles à placer dans l'UE, y sont les bienvenues.

Un potentiel péruvien en progression et des arbitrages de raison

La légère progression attendue du potentiel export péruvien n'étonnera personne. Le verger, qui aurait atteint les 10 000 ha en 2010, s'est développé à un rythme moyen supérieur à 1 000 ha par an depuis 2006. Ainsi, même si un léger recul de la production est attendu chez les opérateurs du nord du pays, les volumes de Hass proposés sur le marché international devraient être compris entre 80 000 et 85 000 t cette saison. Quelle sera la répartition de ces volumes entre les deux grands pôles de consommation de la planète ? Selon nos informations, les opérateurs péruviens programmeront deux tiers des volumes vers l'UE et un tiers vers les Etats-Unis. Cette répartition est vraisemblablement le choix de la raison, tant sur le plan de la rentabilité à court terme que de l'investissement stratégique.



© Eric Imbert

HALLS

www.hllhall.co.uk
Established in 1890

SUPPLIERS OF QUALITY PRODUCE



Votre Spécialiste Avocat

*Avocat 4kg vrac
Avocat Pré-Mûri
Avocat Barquette*

*Avocat Filet/Girsac
Avocat Prêt à Consommer
Avocat Plateaux Alvéolés*



BUREAU EN ANGLETERRE
TELEPHONE: + 44 (0) 1892 723488
FAX: + 44 (0) 1892 724916
EMAIL: sales@hllhall.co.uk

BUREAU EN FRANCE
TELEPHONE: + 33 (0) 1 82 39 00 30
FAX: + 33 (0) 1 45 12 95 04
EMAIL: ventes@hllhall.co.uk

Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved
2, Longbrooks, Knowle Road,
Brenchley, Tonbridge
Kent. TN12 7DJ

HL HALL (INTERNATIONAL) LTD

Chéz ECAM
Bâtiment B3, 62 Rue de Toulouse
94622 RUNGIS MIN. FRANCE

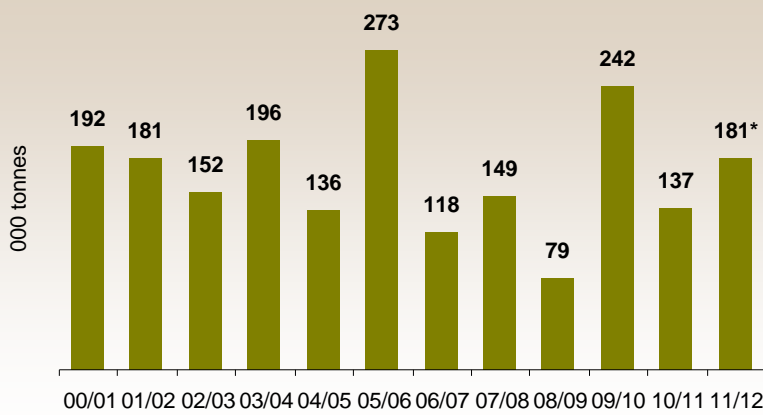
© Régis Domergue



Un marché communautaire plus ouvert que celui des Etats-Unis cette saison, sous certaines conditions

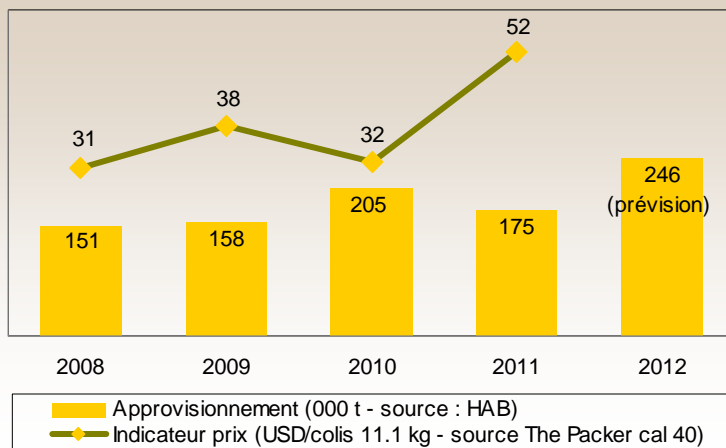
Les retours économiques semblent moins incertains cette saison sur le marché communautaire qu'aux Etats-Unis. Les volumes sud-africains et kenyans devraient être supérieurs à ceux de la saison précédente dans l'UE, sans toutefois atteindre un niveau record. Si on leur ajoute entre 12 et 13 millions de colis du Pérou, l'approvisionnement global du marché communautaire atteindrait environ 120 000 t, niveau déjà connu en 2010 où les prix avaient conservé un niveau satisfaisant. Reste encore à éviter par une bonne programmation des volumes le piège du surapprovisionnement de juin, période où les pics de production du Pérou et de l'Afrique du Sud se surimposent. Reste encore aussi pour les opérateurs péruviens à maintenir une offre en phase avec les exigences du marché communautaire, en évitant les envois excessifs de gros fruits et en maintenant des standards qualitatifs d'excellence, ce qui n'a pas toujours été le cas pour certaines marques depuis deux saisons.

Avocat - Californie - Evolution de la production



*estimation / Source : CAC

Avocat - Etats-Unis - Volumes et prix sur le marché d'été (mai-août)



Une conjoncture plus difficile aux Etats-Unis...

La concurrence paraît autrement plus âpre aux Etats-Unis, où les volumes attendus devraient atteindre un niveau jamais connu jusqu'alors entre mai et août, selon les projections du Hass Avocado Board. Les deux principaux fournisseurs alimentant le marché à cette époque affichent des volumes sensiblement supérieurs à la moyenne. Côté Mexique, l'importance de la récolte devrait permettre de maintenir un flux export plus soutenu que la saison passée. L'APEAM table sur environ 87 000 t d'avril à juin, contre 70 000 t l'année dernière. Côté Californie, la récolte qui culminera de mi-avril à mi-août affiche un niveau soutenu de 180 000 t, supérieur de 20 % à la moyenne de ces quatre dernières années. Si ces projections se réalisent, l'offre globale devrait atteindre un niveau supérieur de 20 % à celui de la campagne record 2010, où le prix du colis de 11.15 kg avait plafonné entre 30 et 35 USD au stade import d'avril à août pour les fruits californiens de bon calibre qui tiennent le haut du pavé.

SANOS 
NATURALEZA

www.reyesgutierrez.com

Camino de Málaga s/n
Aptdo. de Correos nº 65
29700 Vélez-Málaga España
Tel: (+34) 952 505 606 Fax: (+34) 952 506 629

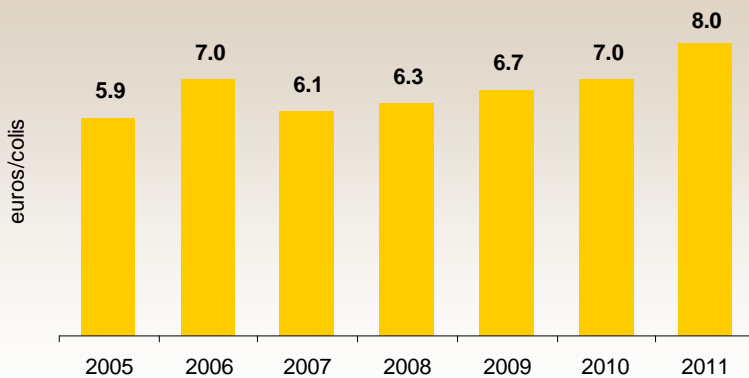
© Eric Imbert



...mais un marché américain aux fortes potentialités

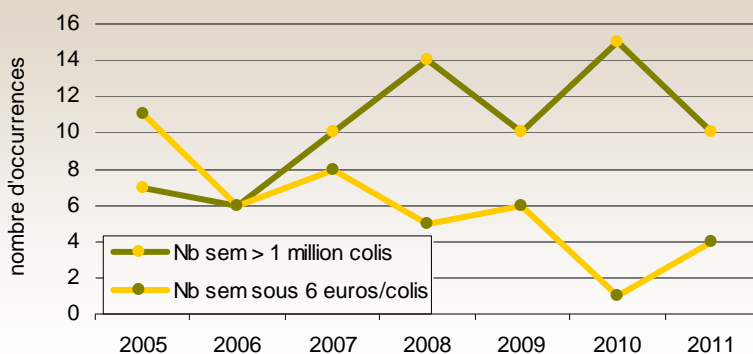
Outre le fait de tirer profit de prix vraisemblablement satisfaisants dans l'UE, cette répartition judicieuse permettrait au Pérou de commencer à prendre pied avec des volumes significatifs sur un marché des Etats-Unis plein de promesses, si on place l'analyse sur un plan moins immédiat. Sa proximité géographique, par rapport à l'Europe, en fait un débouché naturel, moins coûteux en frais d'approche et offrant une meilleure visibilité. Par ailleurs, son fonctionnement largement contractualisé est un sérieux gage de sécurité. Enfin, sa dynamique de croissance de 10 % par an depuis plus de dix ans offre des perspectives de développement incomparables, même si la demande européenne semble vouloir se réveiller (cf. fin de l'article). Nul doute dans ce contexte que les opérateurs péruviens commenceront à se positionner sur cette destination à fort potentiel. Nul doute non plus que la répartition entre UE et Etats-Unis tend à pencher de plus en plus sensiblement vers ces derniers lors des campagnes à venir. A titre de comparaison, le ratio est inverse, à savoir deux tiers Etats-Unis et un tiers Europe, pour le Chili qui occupe une position géographique très comparable à celle du Pérou.

Avocat - Pérou - Prix moyen de campagne en France
moyenne calibre 16/20



Source : CIRAD

Avocat - Saison d'été - Nombre de semaines où l'approvisionnement est supérieur à 1 million de colis et nombre de semaines où le prix est inférieur à 6 euros/colis



Source : CIRAD

Un appétit croissant pour l'avocat d'été en Europe

La dernière campagne a donné des indications intéressantes quant à la dynamique de la demande européenne, et les nouvelles semblent plutôt bonnes. Si le niveau de l'approvisionnement n'a pas permis une croissance globale du marché en volume, des signes évidents de l'appétit croissant des consommateurs européens pour l'avocat sont apparus ou se sont confirmés. Tout d'abord, malgré un passage difficile, le prix moyen de campagne a atteint un excellent niveau, illustrant la grande tension du marché communautaire durant la saison 2011. L'indicateur calculé par notre observatoire approche la barre des 8 euros/colis, niveau record jamais enregistré jusqu'alors ! D'autre part, la capacité croissante du marché à traverser des périodes d'approvisionnement très soutenu est un autre exemple de la bonne dynamique de la demande en Europe durant l'été. Le graphique ci-contre illustre clairement. Malgré un nombre croissant de semaines où l'approvisionnement dépasse le seuil du million de colis, le prix tend de

©Carolina Dawson



Avocat — Estimation de la consommation par habitant

	Population (millions)	Consommation (grammes)	
		été 2011	2011
Scandinavie	24.5	597	1 443
Danemark	5.4	768	1 926
Suède	9.1	711	1 796
Norvège	4.7	708	1 395
Finlande	5.3	131	385
France	63.4	585	1 186
Royaume-Uni	60.8	294	549
Allemagne	82.3	118	286
Europe de l'Est	102.2	26	66

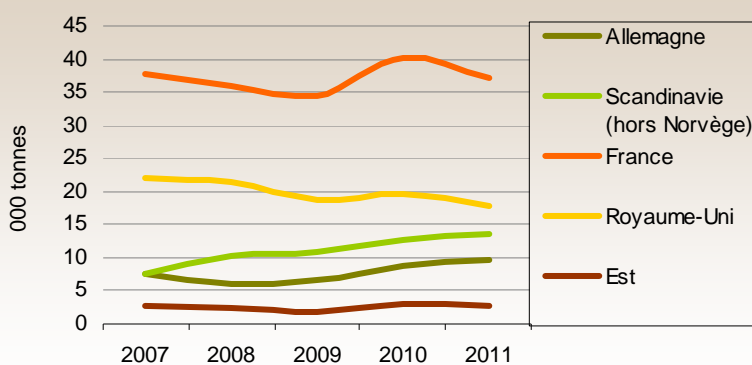
Source : EUROSTAT

Avocat — Consommation apparente des principaux marchés européens (période de mai à octobre*)

en tonnes	2007	2008	2009	2010	2011
Allemagne	7 446	6 029	6 689	8 748	9 706
Scandinavie	7 649	10 285	10 768	12 649	13 594
France	37 803	35 942	34 545	40 092	37 084
Royaume-Uni	22 033	21 377	18 771	19 631	17 889
Est	2 801	2 289	1 796	2 900	2 684

*comprend la plupart des déclarations en douane des volumes sud-africains, péruviens et kenyans / **hors Norvège / Source : EUROSTAT

Avocat - Consommation apparente (de mai à octobre)



Source : EUROSTAT

moins en moins à dévisser. L'année 2011 peut apparaître comme une contre-performance, mais il faut considérer que l'approvisionnement durant une bonne partie des semaines chargées s'est montré extrêmement important, pour ne pas dire parfaitement déraisonnable...

Quels sont les marchés à l'origine de cette dynamique ? L'analyse de la consommation apparente permet de donner quelques indications, même si on connaît les limites de ce calcul en termes de précision.

Le marché français, un pilier mûr pour jouer de nouveau un rôle moteur ?

Le marché français conserve son rôle de pilier, en absorbant entre 35 et 40 % des volumes totaux livrés en Europe. Cette envergure, couplée à la grande élasticité de la demande par rapport au prix, lui permet de jouer un rôle important de stabilisateur du marché communautaire. Sa surconsommation durant la campagne 2010, où l'approvisionnement a été important et les prix attractifs, illustre bien cette particularité. Un rôle majeur quand on connaît le caractère très alternant de la production d'avocat. Le mouvement de spécialisation des importateurs travaillant ce produit dans l'Hexagone devrait permettre d'accroître plus encore cette capacité. Les investissements réalisés ou en cours dans des chambres de mûrissement et des systèmes de contrôle de maturité vont permettre d'élargir nettement l'offre en fruits pré-mûris et de stimuler les achats d'opportunité. Ainsi le marché français paraît mûr pour jouer de nouveau un rôle moteur.

La Scandinavie toujours en pointe, mais pour combien de temps ?

Ce sont deux marchés d'Europe du Nord qui ont montré la plus forte dynamique de croissance ces dernières années. Retrouver la Scandinavie en pointe n'étonnera donc personne : des marchés comme la Suède ou le Danemark jouent un rôle moteur depuis le courant de la décennie 2000, notamment grâce aux investissements en promotions réalisés de longue date par les opérateurs sud-africains et chiliens. En revanche, on peut

© Eric Imbert



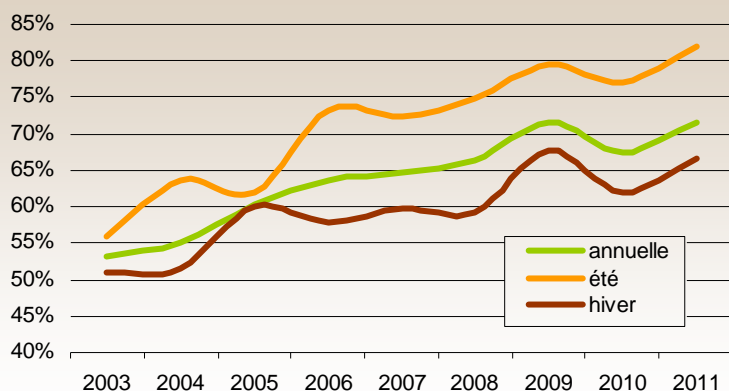
légitimement se demander pour combien de temps encore, vu les niveaux de consommation élevés atteints pour des pays non-producteurs. La barre des 2 kilos annuels par habitant a été dépassée au Danemark et celle des 1.5 kilo en Suède. La Norvège et la Finlande, comptent à elles deux un peu plus de 10 millions d'habitants, reste loin derrière avec respectivement 360 g et 900 g absorbés par an.

L'Allemagne se réveille, mais le Royaume-Uni s'assoupit

Les chiffres de consommation commencent à confirmer le réveil du marché allemand que les opérateurs ressentent depuis quelques années. Si la sortie de la léthargie est récente, elle n'en est pas moins manifeste : depuis 2009, les volumes absorbés auraient progressé de 3 000 t durant la saison d'été et de près de 10 000 t sur l'année civile. Et, à la différence de certains pays scandinaves, les limites paraissent loin d'être atteintes, la consommation annuelle n'atteignant pas encore 300 g par habitant pour un marché comptant plus de 80 millions d'habitants.

En revanche, l'heure semble être plutôt à la récession au Royaume-Uni. Après une belle croissance jusqu'à la fin des années 2000, la consommation tend à s'éroder, notamment sur le marché d'été. Est-ce faute de munitions, les exportateurs étant peu motivés par la faiblesse de la livre sterling ? Sont-ce les effets de la crise, sur un produit de plus en plus cher au détail ? Ne touche-t-on pas sur ce marché les limites en termes de surcoût lié à la certification et/ou au service que le consommateur accepte de payer ?

Avocat Hass - Evolution de sa part de marché dans l'UE-27



Source : CIRAD

Le vert bientôt dans le rouge ?

Si la soif d'avocat des consommateurs européens est de plus en plus patente, la place des variétés vertes paraît, elle, de plus en plus fragile. Le changement est particulièrement net durant la saison d'été, la part de marché du Hass ayant dépassé les 80 % en 2011, contre à peine plus de 55 % en 2003. Ne doit-on pas craindre une accélération du mouvement en 2012 ? C'est très probable car ce n'est plus seulement la progression des apports de Hass qui fait baisser la part des variétés vertes, mais aussi la politique explicite d'ostracisme contre ce groupe variétal d'une

L'avocat en promotion

Pour la troisième année consécutive, Prohass entreprendra des actions de promotion de l'avocat péruvien en Europe. Pour la première fois, le marché allemand fera partie des cibles, aux côtés du Royaume-Uni et de la France travaillés depuis la première campagne en 2010. Les moyens sont là, puisque le budget se monte à 1 million USD. Le plan marketing prévoit à la fois des actions auprès des professionnels et des consommateurs. La communication mettra en avant l'origine, les atouts du Hass par rapport aux variétés vertes, les bienfaits santé du produit et apportera des conseils aux consommateurs en termes de préparation et de mûrissement.



Les professionnels sud-africains de la SAAGA poursuivront eux aussi leurs efforts pour la 17^e année consécutive. Les cibles resteront le Royaume-Uni et la Suède, en plus du marché local sud-africain. Tout comme pour le Pérou, les actions cibleront à la fois les professionnels et les consommateurs. L'accent sera mis, comme l'année dernière, sur la

consommation du produit lors de moments de convivialité que sont barbecues et pique-niques, concept ayant fait ses preuves outre Atlantique.



part croissante des distributeurs européens. Ainsi, certains des derniers bastions occupés par les variétés vertes vacillent ou commencent peut-être même à tomber. Tout d'abord, certains marchés traditionnellement consommateurs de Fuerte et autre Pinkerton basculent. Le cas de l'Allemagne est emblématique. Par ailleurs, certaines lignes « premiers prix » où les variétés vertes avaient trouvé refuge tombent elles aussi aux mains du Hass. C'est le cas notamment en France, où même des centrales pourtant positionnées en milieu de gamme ont purement et simplement exclu Fuerte et consorts de leurs programmes, mouvement qui va de pair avec la généralisation des fruits pré-mûris sur bon nombre de marchés. Les opérateurs sud-africains, kenyans ou encore israéliens durant la saison d'hiver doivent plus que jamais se poser la question des marchés alternatifs.

Une nouvelle forte croissance des volumes à l'horizon

La croissance de la demande européenne décrite précédemment est une bonne nouvelle, car la production des origines de l'hémisphère Sud va continuer à croître dans les années à venir, et à un rythme vraisemblablement plus soutenu qu'à l'heure actuelle. Si, comme on l'a vu, les mouvements paraissent progressifs au Kenya et en Afrique du Sud, d'autres développements d'importance sont à attendre dans les années à venir du côté du Pérou. L'ouverture du marché américain semble avoir donné un nouveau souffle à un niveau de plantation qui, avec une moyenne de 1 000 ha/an depuis 2006, battait déjà tous les records. Il aurait atteint les 2 000 ha en 2011. D'une part, de nouvelles infrastructures de production ont été mises en place : le périmètre irrigué d'Olmos notamment, où 38 000 ha ont été aménagés pour l'agriculture. D'autre part, des investissements étrangers viennent s'ajouter à ceux que continuent de réaliser les professionnels locaux. A titre d'exemple, des groupes agro-industriels chiliens, déjà producteurs d'avocat durant la saison d'hiver, cherchent à développer une production de contre-saison. Ainsi, certains experts prévoient que le verger péruvien d'avocat pourrait atteindre 20 000 à 25 000 ha d'ici cinq ans, ce qui représenterait dans l'hypothèse basse un doublement de la production par rapport à son niveau actuel. Ce n'est donc certainement pas le moment de suspendre les efforts de promotion sur le marché communautaire ! ■

Eric Imbert, CIRAD
eric.imbert@cirad.fr

Kiwi de l'hémisphère Sud

Lutter sur tous les fronts !

Un redéploiement nécessaire sur les marchés émergents...

Compte tenu de la concurrence croissante sur les marchés de l'hémisphère Nord (UE et marché américain) entre, d'une part, les deux grands pays producteurs de l'hémisphère Sud (Nouvelle-Zélande et Chili) et, d'autre part, l'étalement des campagnes locales, les opérateurs de l'hémisphère Sud ont dû développer de nouveaux débouchés pour écouler leur potentiel.

Après deux années assez concurrentielles, notamment pour les variétés vertes, la filière kiwi poursuit sa diversification à la fois en termes de stratégie de marché et en termes techniques. Mais elle devra, avant toute chose, enrayer l'épidémie de Psa (*Pseudomonas syringae* pv. *Actinidiae*) qui décime notamment le verger de kiwi jaune.

La production a finalement été d'un bon niveau en Nouvelle-Zélande (+ 12 % par rapport à 2010), tandis qu'au Chili elle a été un peu réduite par des gelées tardives qui ont restreint le potentiel sud-américain. Les exportations chiliennes auraient donc atteint 178 500 t entre janvier et décembre 2011, d'après le ministère de l'Agriculture chilien (ODEPA), soit une baisse de 2 % sur 2010, voire de 4 % d'après le comité chilien du kiwi (CKC). De leur côté, les envois de la Nouvelle-Zélande n'auraient atteint que 360 000 t, en recul de 2 % sur 2010.

Néanmoins, bien que les exportations aient de nouveau reculé en 2011, notamment vers le marché européen avec 158 000 t pour la Nouvelle-Zélande (- 2 % sur 2010) et 75 000 t pour le Chili (- 15 %), elles se sont assez bien maintenues vers le marché américain avec 20 300 t pour la Nouvelle-Zélande (+ 11 %) et 22 200 t pour le Chili (- 1 %). Les envois à destination du continent asiatique ont également de nouveau progressé. La Nouvelle-

Zélande a expédié plus de 60 000 t vers le Japon, plus de 35 000 t vers la Chine, plus de 25 000 t vers la Corée du Sud et plus de 21 000 t vers Taiwan. Il en a été de même pour les exportations vers les pays d'Amérique latine, comme la Colombie, le Mexique ou le Brésil où les exportations chiliennes ont progressé de 3 % par rapport à 2010. Les opérateurs chiliens ont également signé une très belle performance sur le marché russe (+ 11 %).



© Régis Domergue



...En dépit de l'épidémie de Psa qui décime la production de Gold

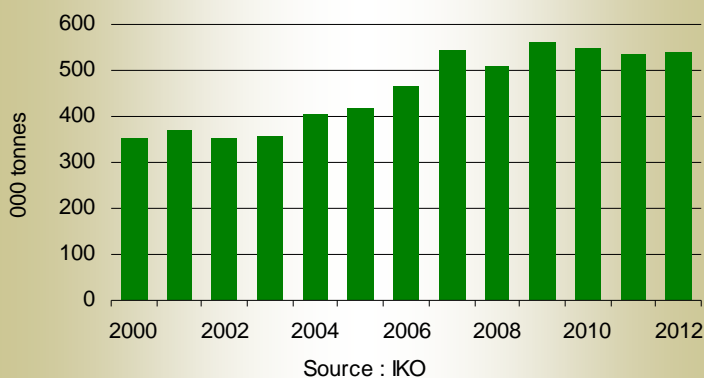
Le potentiel de production risque de chuter plus sensiblement dès la campagne 2012, suite à l'infestation du verger néo-zélandais par la Psa. L'épidémie semble en effet difficile à enrayer et atteignait déjà 1 070 vergers au début de l'année 2012, contre 800 en octobre 2011 et seulement 126 un an auparavant. Cette maladie touche essentiellement le verger de kiwi Gold (Hort 16) qui représente quand même 20 % de la production néo-zélandaise, 45 % étant situés dans la zone de Te Puke où se trouve le plus grand foyer de l'infection et où il faudra probablement arracher une grande partie de la production. Le ministère de l'Agriculture néo-zélandais (MAF) a estimé que la production pourrait chuter pour le Gold d'un potentiel de production de 30 millions de cartons à 20 millions de cartons en 2012, avec seulement 20 % des fruits récoltables dans la zone de Te Puke et 80 % dans celle de la baie de Plenty. Le développement de la maladie est cependant nettement moins rapide en Green, même si l'avenir demeure pour l'instant incertain y compris pour cette variété, en dépit des budgets de recherche actuellement déployés.

Dans un premier temps, le MAF estimait donc le potentiel d'exportation pour cette campagne à 89 millions de cartons, en baisse de 21 % par rapport à 2011, avec un potentiel de seulement 16 millions de cartons en jaune. Zespri vient d'annoncer qu'il allait se résoudre à arracher d'ici la fin de la saison un tiers du verger de Hort 16, variété la plus sensible à la Psa, et que les producteurs seraient incités à investir dans la nouvelle variété Gold 3 qui, malgré les incertitudes, semble plus résistante. Il faudra néanmoins trois ans à cette variété pour arriver en pleine production, mais elle est plus productive, présente de très bonnes qualités de stockage et est plus maniable que Hort 16. Sa production devrait déjà atteindre 1 million de cartons cette année.

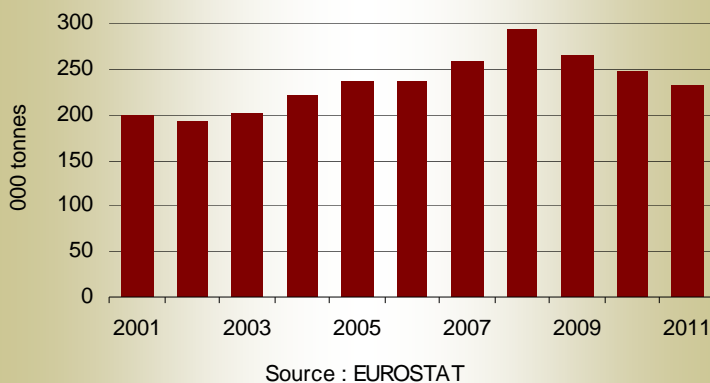
Une innovation nécessaire

Bien que les variétés jaunes soient génétiquement plus sensibles aux maladies que les vertes (Hayward), elles continuent de se développer afin d'élargir la gamme variétale et de séduire toujours plus de consommateurs. Ainsi, après la Nouvelle-Zélande et en dépit de l'échec de l'implantation de la variété Hort 16 au Chili, le comité du kiwi chilien et les producteurs de ce pays en général continuent d'investir dans de nouvelles variétés, en privilégiant néanmoins des variétés plus résistantes. Les essais conduits dans ce pays à partir de 2003 avec la variété Hort 16 ont en effet conduit à l'arrachage complet de ces vergers décimés par le *Verticillium albo-atrum*, un champignon qui s'atta-

Kiwi - Hémisphère Sud - Exportations totales



Kiwi - Hémisphère Sud - Importations de l'UE-27





© Régis Domergue

que au système racinaire de la plante et qui entraîne rapidement le flétrissement puis la mort des lianes. Les plantations conduites depuis avec de nouvelles variétés comme Enza Gold (140 ha actuellement sur Limache, San Fernando et Santiago) ne semblent pas non plus concluantes, cette variété étant particulièrement sensible au même champignon, même si elle semble avoir résisté dans la zone de Te Puke en Nouvelle-Zélande à l'épidémie de Psa.

Ainsi, les producteurs se tournent désormais vers de nouvelles variétés comme Jintao (Kiwigold). Mais deux nouvelles variétés jaunes sont également prometteuses et devraient être plus particulièrement plantées dans les années à venir. Tout d'abord, la Kiwi Kiss (600 ha prévus d'ici 2014) qui est une variété jaune greffée avec Hayward afin d'améliorer sa résistance au *Verticillium* et dont les rendements atteindraient 50 à 60 t/ha. Ensuite la variété Soreli (200 ha prévus au Chili d'ici 2016), développée par l'université d'Udine en Italie, qui présenterait génétiquement une meilleure résistance au *Verticillium* et de meilleurs rendements que Jintao, du fait d'un plus gros calibre. Les plantations se poursuivent également en Summer kiwi. La surface atteint désormais 380 ha au Chili dans la région Métropolitaine et la région VII (Maule). Les vergers ne dépassent pas encore 6 ha en Nouvelle-Zélande (zone de Kerikeri dans le nord du pays), mais devraient atteindre 100 ha d'ici trois ans.

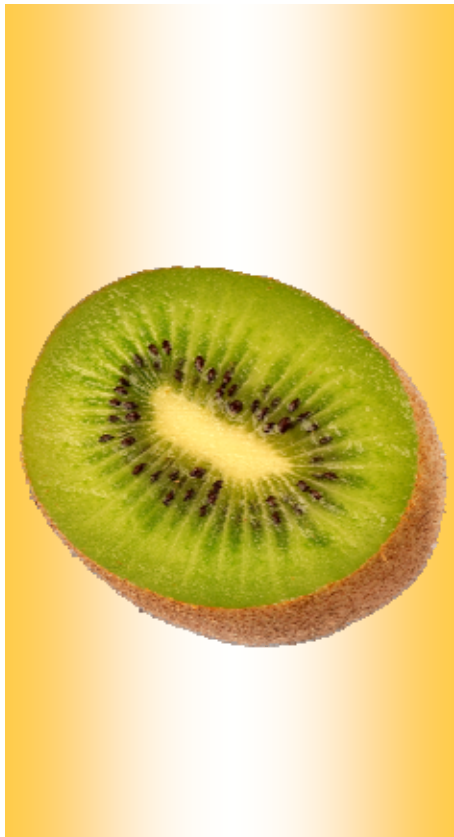
SINCLAIR iQ® ...gestion intelligente de la fermeté



Calibrage des kiwis pour une maturité homogène

innovation • machines • service | www.sinclair-intl.com





Sans doute encore quelques difficultés pour pénétrer les marchés traditionnels en 2012

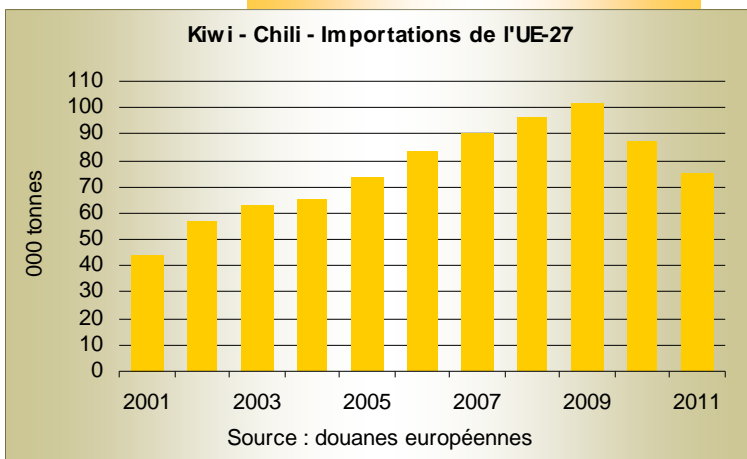
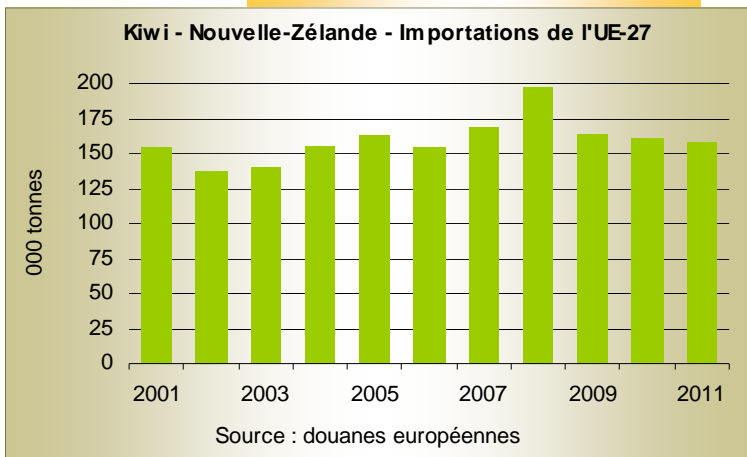
La pression devrait être modérée, cette année, en kiwi de l'hémisphère Sud, le potentiel de la Nouvelle-Zélande étant en baisse sensible, même si le déficit semble finalement un peu plus atténué que prévu. Zespri prévoit un potentiel de 95 millions de cartons, un volume inférieur de 17 % à celui de 2011, après la progression marquée de ces dernières années, et proche de celui de 2010. La part du Zespri Gold (Hort 16) devrait encore être de 21 % (20 millions de cartons) et celle du Hayward de 74 % (70 millions de cartons). Il faut également ajouter 3.5 millions de cartons de kiwi bio et 2 millions de cartons pour les nouvelles variétés (Gold 3, Gold 9, Green 14 et plusieurs variétés à chair rouge).

Le potentiel chilien devrait être un peu supérieur après la baisse enregistrée l'an dernier, grâce entre autres à de très bonnes conditions climatiques durant le printemps. Le potentiel d'exportation pourrait donc progresser de plus de 10 % par rapport à 2011, pour atteindre 195 000 t voire 200 000 t.

Mais, comme prévu, le début de saison est peu porteur compte tenu des stocks existants, notamment en Europe. En effet, même si les ventes de kiwi italien se sont accélérées progressivement depuis le début de l'année et sont actuellement supérieures de 9 % à celles de 2011, le retard accumulé depuis le début de la saison est conséquent. Le stock italien était encore de 173 400 t au 15 mars 2012 (+ 21 % sur 2011 et + 6 % sur la moyenne des 3 ans), pour une récolte en hausse de 13 % sur 2010, soit une bonne quinzaine de jours de retard par rapport à l'an dernier, sachant que la campagne s'était achevée courant juin. Le stock français serait également supérieur à celui de l'an dernier, avec un peu de retard dans les ventes mais surtout un plus gros potentiel (+ 8 % sur 2010). Il restait également encore de bons volumes en Grèce en mars.

Ainsi, les ventes sont pour l'instant réduites, non seulement sur le marché européen, mais également sur les marchés russe et chinois, où l'Italie était encore bien présente. Les organisations professionnelles chiliennes ont en effet constaté une baisse de 36 % des expéditions en ce début de campagne et incitent les opérateurs à retarder leurs envois jusque dans le courant du mois d'avril et à privilégier les marchés d'Amérique latine, notamment la Colombie. La campagne a aussi débuté en Nouvelle-Zélande avec les premiers Summer kiwi courant mars et Zespri Gold début avril. Les premiers départs (mi-avril) sont réservés comme traditionnellement au marché japonais. Les tout premiers volumes néo-zélandais sont attendus en Europe début mai, en fin de semaine 18 ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr



Prix de gros en Europe

Mars 2012

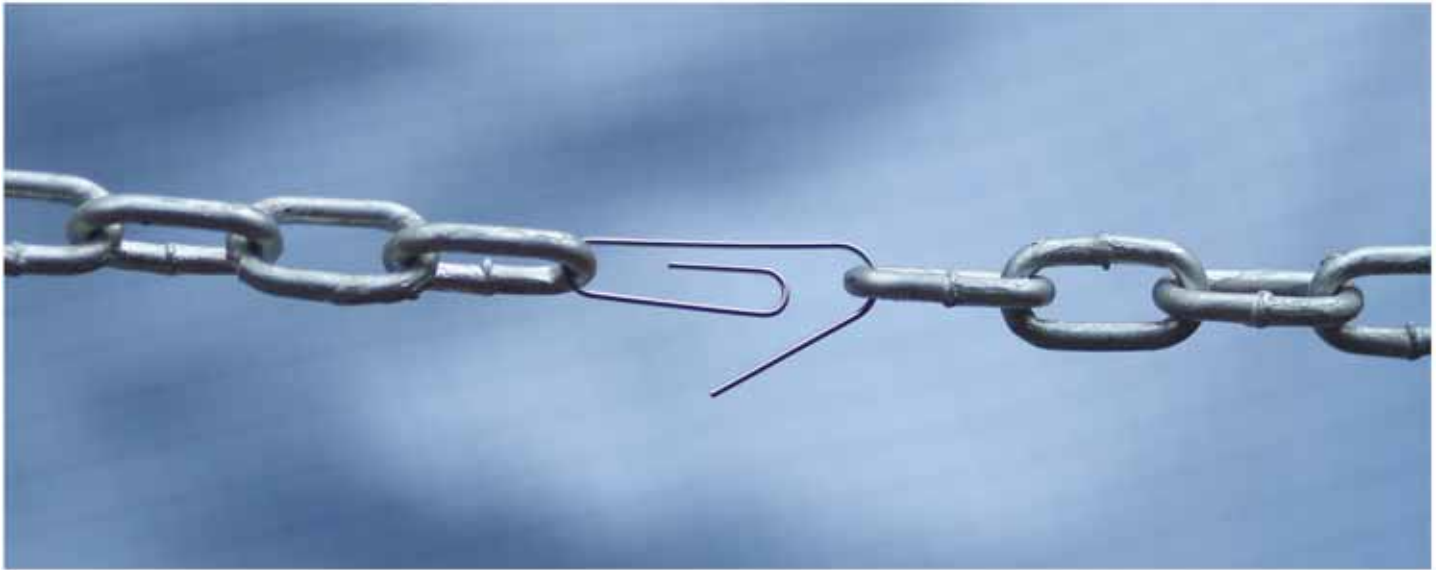
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
ANANAS	Avion	CAYENNE LISSE	BENIN	kg			2.05		
			CAMEROUN	kg			2.50		
			GHANA	kg			2.50		
		VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton				12.10	
			MAURICE	Carton		12.00		13.48	
			MAURICE	kg			3.60		
			REUNION	kg			4.20		
	Bateau	MD-2	AFRIQUE DU SUD	Carton					11.96
			COSTA RICA	Carton	11.25	8.35	8.75		11.36
			COTE D'IVOIRE	kg			1.00		
EQUATEUR			Carton			8.75			
REP. DOMINICAINE			Carton			8.75			
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg			7.49	6.70	
			EQUATEUR	kg		5.67		5.00	
	Bateau	ROUGE	EQUATEUR	kg				4.88	
			PETITE	EQUATEUR	kg			1.70	2.01
CARAMBOLE	Avion		MALAISIE	kg		4.57	4.50	4.32	
	Bateau		MALAISIE	kg				3.42	
CHAYOTE	Bateau		COSTA RICA	kg			1.20	1.43	
DATTE	Bateau	MEDJOOOL	ISRAEL	kg			7.50	7.81	
			MEXIQUE	kg	10.20			10.77	
		MOZAFATI NON DETERMINE	IRAN	kg				3.13	
			ISRAEL	kg				3.49	6.46
			TUNISIE	kg				1.88	1.75
EDDOE	Bateau	BRESIL	kg				1.90		
		CHINE	kg			1.80			
		COSTA RICA	kg			2.00	1.47		
GINGEMBRE	Bateau	CHINE	kg	1.15	1.66	1.26	1.23	0.92	
		THAILANDE	kg				1.13	1.10	
GOYAVE	Avion		BRESIL	kg			3.67	5.98	
GRENADILLE	Avion	JAUNE NON DETERMINE VIOLETTE	COLOMBIE	kg		8.75		9.13	
			COLOMBIE	kg	5.75		6.00	6.10	4.19
			AFRIQUE DU SUD	kg	7.00		6.50		
			ISRAEL	kg			6.50	5.65	
			KENYA	kg		4.50		5.00	4.19
			ZIMBABWE	kg				6.00	
IGNAME	Bateau	BRESIL	kg					1.44	
		COTE D'IVOIRE	kg				1.13		
		GHANA	kg			1.17	1.22		
KAKI	Avion		BRESIL	kg		4.00		4.70	
	Bateau	BRESIL	kg	4.67					
		ISRAEL	kg	1.93	2.05		2.62		
KUMQUAT	Avion		ISRAEL	kg			3.18	4.79	
LIME	Avion		MEXIQUE	kg			3.70		
	Bateau	BRESIL	kg	1.11	1.56	1.37	1.26	0.80	
		MEXIQUE	kg			1.89			
LITCHI	Avion		THAILANDE	kg			11.25		

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
MANGOUSTAN	Avion	INDONESIE		kg				7.32		
		THAILANDE		kg			9.50			
MANGUE	Avion	KENT		AFRIQUE DU SUD	kg			6.00		
				PEROU	kg			5.75	4.86	
	Bateau	NAM DOK MAI		THAILANDE	kg				7.00	
		ATKINS		BRESIL	kg					1.38
		KEITT		PEROU	kg		2.00			
		KENT		BRESIL	kg		2.00			
		NON DETERMINE		PEROU	kg	1.31	2.00	1.47	1.63	
				BRESIL	kg	1.19				
		MEXIQUE	kg					0.75		
MANIOC	Bateau	COSTA RICA		kg			1.30	1.00		
MELON	Avion	CHARENTAIS		GUADELOUPE	kg			4.50		
				REP. DOMINICAINE	kg			4.00		
	Bateau	CANTALOUPE		BRESIL	kg				0.72	
				COSTA RICA	kg		1.60		0.72	
		CHARENTAIS		HONDURAS	kg			1.70	1.56	
				BRESIL	kg		1.50			
		GALIA		MAROC	kg		2.75			
				BRESIL	kg			2.00	1.56	
				HONDURAS	kg				1.79	
		HONEY DEW		PANAMA	kg				1.44	
				BRESIL	kg				0.66	
				COSTA RICA	kg	0.70		0.70	0.80	0.98
				GUATEMALA	kg					0.60
		PASTEQUE		BRESIL	kg					0.97
				COSTA RICA	kg	0.85				0.91
				PANAMA	kg				1.12	
SEEDLESS WATER		COSTA RICA	kg					0.98		
NOIX DE COCO	Bateau	COSTA RICA		Sac		15.00		15.50		
		COTE D'IVOIRE		Sac		10.82	12.75	10.10	18.54	
		REP. DOMINICAINE		Sac				19.00		
		SRI LANKA		Sac				19.00	9.87	
PAPAYE	Avion	FORMOSA		BRESIL	kg	3.11		3.00	3.22	
		NON DETERMINE		BRESIL	kg		2.86	3.55	3.48	
				THAILANDE	kg				4.69	
	Bateau			BRESIL	kg				2.66	
				EQUATEUR	kg		1.71		2.50	
PATATE DOUCE	Bateau	EGYPTE		kg			0.95			
		HONDURAS		kg				1.38	1.04	
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLE		COLOMBIE	kg			8.25	8.33	6.74
	Bateau			COLOMBIE	kg	4.90	5.83		5.80	
PITAHAYA	Avion	JAUNE		COLOMBIE	kg			9.00		
				EQUATEUR	kg				8.00	
		ROUGE		VIETNAM	kg		6.00	9.00	6.52	
PLANTAIN	Bateau	COLOMBIE		kg			0.95	0.86		
		EQUATEUR		kg			0.88			
		JAMAIQUE		kg					1.20	
RAMBOUTAN	Avion	THAILANDE		kg				8.00		
		VIETNAM		kg		7.10	9.50	8.10		
TAMARILLO	Avion	COLOMBIE		kg		7.10		6.89		

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@reefer trends.com or visit www.reefer trends.com

reefer trends

UNIVEG, Votre connexion DIRECTE vers la production



Grâce à sa production diversifiée son infrastructure ultramoderne et une équipe compétente et motivée UNIVEG KATOPÉ FRANCE peut assurer un approvisionnement fiable et une gamme de services de haute qualité à ses clients toute l'année.