

Mai 2014 - n°222

FR*ui*TROP

Version française

**Fruits à noyau
européens**

**Premiers éléments
de récolte 2014**

**Litchi de
Madagascar**

**Troisième saison
au beau fixe**

**Agrumes de
contre-saison**

**La prudence
s'impose**

www.fruitrop.com

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

CITROLE®

L'insecticide respectueux
de l'environnement

Grâce à son mode d'action physique reconnu, le Citrole, formulation d'huile de paraffine biodégradable de grande pureté, offre de nombreux avantages à la protection des agrumes:

- Produit facile d'utilisation et à large spectre d'efficacité
- Pas de développement de résistance des parasites ciblés
- Sans danger pour les opérateurs et les consommateurs
- Faible impact sur la faune auxiliaire, sans danger pour les mammifères et les oiseaux
- Sans danger pour l'environnement – facilement biodégradable.



Approuvé en agriculture biologique selon le règlement (CE) 834/2007 et (CE) 889/2008





Il en est de la recherche comme du commerce. Le chercheur doit marketer son activité s'il veut exister. Les revues à comité de lecture sont au chercheur ce que les têtes de gondole sont aux produits de grande consommation. On se bat, parfois l'on paie même pour y être présent, le plus souvent et le plus longtemps possible. Cela a un impact certain sur les ventes, pardon, sur l'intérêt que les bailleurs de fonds portent aux travaux scientifiques. Dans ce domaine, le Saint Graal est la grande revue scientifique telle que « Nature ». Ce type de marketing reste l'apanage des grandes équipes, des grandes idées ou des grands sujets du moment. Pour les secteurs ou les équipes les moins en vue, il reste ce qu'on pourrait appeler le marketing direct : faire le buzz via l'annonce « d'une catastrophe sans aucun doute probable et imminente ». C'est encore plus efficace si la nouvelle est relayée par un grand organisme ou un leader d'opinion. Le tour est alors joué. Tous les médias du monde en parlent. D'ailleurs, l'important n'est pas de bien en parler mais d'en parler tout simplement. L'espoir pour les forces de vente, pardon, pour les équipes de recherche est que les bourses des bailleurs se délient face à cet enjeu tellement important que même les quotidiens gratuits distribués à la sortie des métros s'en font l'écho ! Mais quel rapport avec nos filières tropicales ? Une nouvelle fois, comme en 2003, c'est la banane ou plutôt une maladie qui menacerait l'existence même du bananier Cavendish. L'alerte a été lancée par la FAO qui a relayé le vrai-faux scoop d'équipes de recherche en mal de financement et souhaitant, en outre, promouvoir la solution OGM. Mais quelle est donc cette menace planétaire ? C'est un champignon du sol : la fusariose Race Tropicale 4 ou TR4. Mais j'en oublierais presque son nom de baptême médiatique « la jaunisse fusarienne » ! Car le fin du fin est de trouver un bon nom de scène pour que le spectacle soit complet !

Denis Loeillet



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

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Actimage

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
www.fruitrop.com

Traducteurs
James Brownlee, Simon Barnard

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

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

Tarif abonnement annuel
300 euros HT / 11 numéros par an
(éditions papier + électronique)

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

FRUITROP

Sommaire

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

p. 2 AVRIL 2014

- **Banane** : Le retour du Niño fin 2014 ? — Banane des Philippines : plus petite campagne export depuis dix ans — Consommation de banane dans l'UE : du jamais vu !
- **Agrumes** : Le marché européen de la lime passe la barre des 100 000 tonnes — Orange de Floride : abyssale plongée — La contrefaçon s'attaque aux filières fruitières — La Russie, plus que jamais marché numéro 1.
- **Avocat** : Avocat colombien : un pas de plus vers l'ouverture du marché américain — Avocat d'Israël : une grosse campagne 2013-14 dans l'UE, mais pas de record.
- **Exotiques** : ananas, mangue.
- **Fret maritime et vie de la filière** : Création d'une joint-venture entre UNIVIG et la firme indienne Mahindra ShubhLabh Services — 12e édition du salon SIFEL MAROC.

Le point sur...

- p. 12 • **Campagne européenne de fruits à noyau** — Premiers éléments de récolte 2014
Cécilia Céleyrette
- p. 16 • **Agrumes de contre-saison** — Campagne européenne 2014 : la prudence s'impose
Eric Imbert
- p. 36 • **Litchi de Madagascar en 2013-14** — Une troisième saison au beau fixe
Pierre Gerbaud
- p. 42 • **Campagne litchi 2013-14** — Les autres origines de l'océan Indien
Pierre Gerbaud

Prix de gros en Europe

p. 47 AVRIL 2014

Banane

Avril 2014

Les marchés se sont fragilisés au mois d'avril suite à une offre de banane revenue à un niveau sensiblement plus soutenu. En effet, les volumes de banane dollar ont progressé jusqu'à un niveau supérieur de 17 % à la moyenne : l'offre d'Équateur et du Costa Rica, en progression, a compensé les arrivages modérés de Colombie, qui subissent toujours les effets de la sécheresse. De même, les volumes d'Afrique et des Antilles ont atteint un niveau historiquement élevé suite à leur pic de production, notamment ceux de Côte d'Ivoire très supérieurs aux moyennes de saison. Toutefois, la demande en Europe a été très dynamique jusqu'à mi-avril : les températures ont continué à être très douces pour la saison et favorables aux ventes de banane, la concurrence des fruits de saison a été faible (présence de pommes et de fraises, mais prix peu compétitifs) et, enfin, des opérations de promotion ont continué à être en vigueur sur l'ensemble des marchés permettant de maintenir des ventes fluides. La situation a commencé à basculer à partir de mi-avril, en raison des congés et des jours fériés de Pâques. La lourdeur de l'offre, couplée à une demande plus calme, a entraîné la formation de stocks et le début d'une baisse des prix en France et en Europe. En Allemagne, la renégociation des contrats a eu lieu, les cours ont modérément progressé pour la période avril, mai, juin. Mais sur le marché libre, les cours, qui avaient atteint des niveaux très élevés en mars, ont repris le chemin de la baisse. En Russie, les marchés ont conservé des prix stables et soutenus du fait d'une offre de banane modérée. Stabilité des prix en Espagne tout au long du mois d'avril en raison d'une offre de Platano des Canaries modérée pour la période.



© André Lassoulière

■ Le retour du Niño fin 2014 ?

Ce n'est pas encore certain, mais c'est plus que probable. Les derniers relevés de températures, notamment des eaux du Golfe de Guayaquil, laissent penser que le phénomène climatique que tous les agriculteurs redoutent se développera d'ici la fin 2014. Les pronostics donnent à 70 % l'apparition d'un Niño au cours du dernier trimestre 2014. Reste à en connaître l'intensité et la durée.

Le phénomène El Niño se traduit par un réchauffement des eaux de surface à l'est de l'océan Pacifique tropical, où se concentrent habituellement des eaux relativement froides. Cette situation atypique de l'océan perturbe la circulation atmosphérique à l'échelle globale, influençant de manière significative plusieurs régions du monde, non seulement dans les tropiques mais aussi aux latitudes moyennes. Par exemple, pour l'Équateur, le phénomène se traduit par des pluies abondantes et, pour la Colombie, par une sécheresse importante.

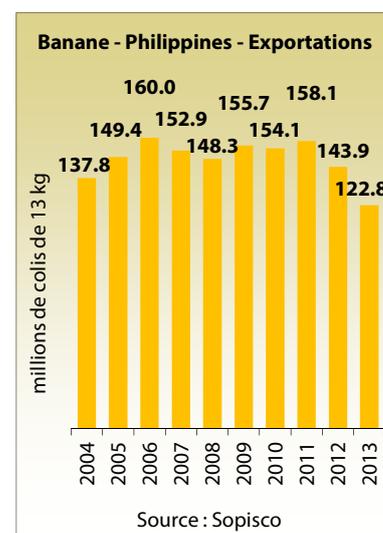
Derniers phénomènes El Niño :

- juin 2002 à mars 2003
- août 2004 à février 2005
- octobre 2006 à février 2007
- août 2009 à mai 2010.

Source : CIIFEN

■ **Banane des Philippines : plus petite campagne export depuis dix ans.** 2013 est un très mauvais cru pour les exportateurs de banane philippins. Avec un peu moins de 123 millions de colis de 13 kg, les volumes exportés reculent de 15 à 20 % par rapport aux dernières saisons et affichent leur plus bas niveau de ces dix dernières années. La faute bien sûr au typhon Pablo, qui a ravagé les plantations de Mindanao en décembre 2012, mais aussi à des problèmes sanitaires de plus en plus prégnants (cercosporiose noire et souche TR4 de la maladie de Panama). Des problèmes suffisamment graves pour que de grandes maisons de commerce japonaises cherchent à réduire leur dépendance vis-à-vis de cette source d'approvisionnement fragile et de plus en plus intéressée par le développement rapide du marché chinois. Certaines d'entre elles ont mis en place des programmes d'importation, à petite échelle mais réguliers, de fruits mozambicains et vietnamiens.

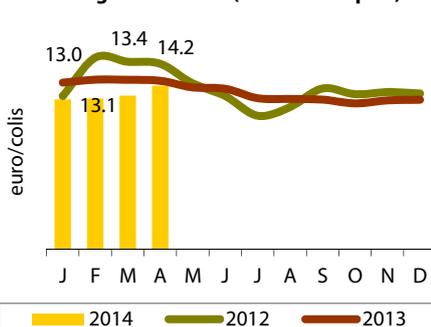
Sources : Sopisco, Reefer Trends



EUROPE DU NORD — PRIX IMPORT

Avril 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
14.23	+ 6 %	- 8 %

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



EUROPE — PRIX DETAIL

Pays	type	Avril 2014		
		euros/kg	mars 2014	moyenne 3 dernières années
France	normal	1.59	+ 4 %	0 %
	promotion	1.34	+ 7 %	- 2 %
Allemagne	normal	1.33	+ 2 %	- 1 %
	discount	1.21	+ 2 %	+ 1 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.15	- 1 %	- 7 %
	vrac	0.72	+ 2 %	- 1 %
Espagne	plátano	1.93	- 1 %	+ 4 %
	banano	1.38	+ 1 %	0 %



Asparagus

Asperges fraîches

Une touche de différence
dans votre assiette!

Les asperges fraîches européennes sont riches en vitamines et minéraux, contiennent très peu de matières grasses et elles ont beaucoup de saveur. Prenez-en plaisir maintenant, en créant des plats uniques de haute gastronomie!



A.S.K.G.E.
KOMARON



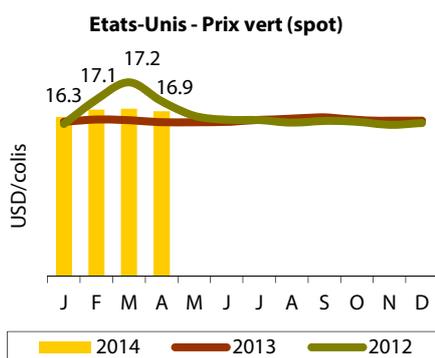
ACTION COFINANCÉE PAR L'UNION EUROPÉENNE
ET LA GRÈCE



www.euasparagus.gr

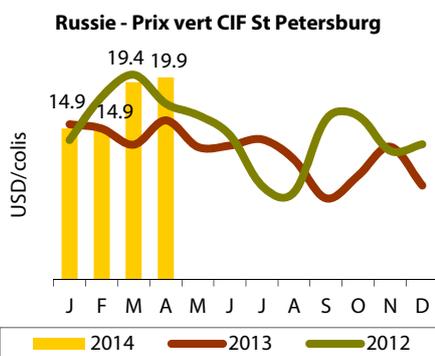
Banane

ETATS UNIS



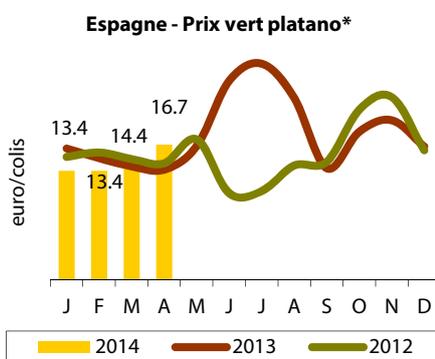
USA — PRIX IMPORT		
Avril 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.90	- 2 %	0 %

RUSSIE



RUSSIE — PRIX IMPORT		
Avril 2014 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
19.90	+ 2 %	+ 21 %

CANARIES



CANARIES — PRIX IMPORT*		
Avril 2014 euros/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne 2 dernières années
16.70	+ 15 %	+ 19 %

* équivalent colis 18,5 kg

■ Consommation de banane dans l'UE : du jamais vu ! Les consommateurs européens n'ont jamais autant acheté de banane. Les résultats du premier trimestre 2014 sont sans appel. Les importations ont augmenté de 7 % par rapport au 1^{er} trimestre 2013, qui fut déjà un excellent cru. Les bananes dollar progressent de 8 %. Il ne manque personne dans le groupe des origines majeures. La Colombie est en tête, avec une augmentation impressionnante de 13 % sur le 1^{er} trimestre. L'Équateur avec + 5 % progresse, mais moins vite que le marché. Et ce n'est pas parce qu'il arbitre en faveur des États-Unis. Sur ce marché, l'origine est stable. Côté ACP, la situation est beaucoup plus contrastée. République dominicaine, Côte d'Ivoire et Ghana explosent avec des taux de croissance de respectivement 20, 24 et 18 % sur la période. Cameroun, Belize et Surinam sont dans le rouge (entre - 7 et - 9 %). La production européenne est sur la même tendance, avec les Antilles qui progressent fortement (+ 26 % pour la Martinique et + 12 % pour la Guadeloupe), alors que les Canaries stabilisent leur offre. En fin de compte, l'UE à 28 a consommé plus de 100 000 t supplémentaires de banane en seule-

ment trois mois. Sur les douze derniers mois (avril 2013 à mars 2014), l'approvisionnement net du marché européen a augmenté de 330 000 tonnes environ !

Pour la France, la situation est semblable. L'approvisionnement net progresse depuis 7 mois et, si l'on exclut la petite baisse d'août 2013, la bonne tendance dure depuis 14 mois ! Sur le 1^{er} trimestre 2014, la consommation ressort à 159 000 tonnes (+ 11 %). Sur les douze derniers mois, ce sont 580 000 tonnes de banane qui ont été achetées, un chiffre qui donne le tournis tant on disait ces marchés arrivés à maturité et sans avenir.

Selon nos informations, cette très bonne tendance en volume devrait se confirmer dans les statistiques officielles pour le mois d'avril, ce dont **FruiTrop** se fera évidemment l'écho dans son prochain numéro.

Une fois n'est pas coutume, ce ne sont pas les États-Unis qui montrent le chemin de la croissance. Le marché US est en effet stable (+ 1 % de croissance), et encore grâce au Costa Rica qui augmente de 20 % ses volumes. Les autres origines sont en petite forme. Le leader, le Guatemala, progresse de 1 % et tous les autres (Équateur, Honduras, Colombie et Mexique) stagnent ou chutent.

Source : CIRAD

Banane - Janvier à mars 2014 (provisoire)				
tonnes	2012	2013	2014	Écart 2014/2013
UE-27 — Approvisionnement	1 320 743	1 342 493	1 447 679	+ 8 %
Total import, dont	1 163 816	1 193 387	1 287 417	+ 8 %
NPF	943 620	955 333	1 031 788	+ 8 %
ACP Afrique	117 857	132 687	140 553	+ 6 %
ACP autres	102 339	105 367	114 852	+ 9 %
Total UE, dont	156 927	149 106	160 263	+ 7 %
Martinique	40 036	39 225	44 044	+ 12 %
Guadeloupe	13 333	13 333	16 753	+ 26 %
Canaries	98 296	93 043	94 451	+ 2 %
USA — Import	1 059 415	1 109 618	1 122 261	+ 1 %
Réexportations	123 344	129 128	136 718	+ 6 %
Approvisionnement net	936 071	980 490	985 543	+ 1 %

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

EUROPE — VOLUMES IMPORTES — AVRIL 2014			
Origine	Comparaison		
	mars 2014	avril 2013	cumul 2014 par rapport à 2013
Antilles	↗	+ 10 %	+ 13 %
Cameroun/Ghana/Côte d'Ivoire	=	+ 10 %	+ 6 %
Surinam	=	+ 2 %	- 3 %
Canaries	↗	- 10 %	- 2 %
Dollar :			
Equateur	↘	+ 43 %	+ 38 %
Colombie*	=	- 15 %	- 8 %
Costa Rica	=	+ 143 %	+ 64 %

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

CMA CGM

Votre expert mondial du transport réfrigéré



CMA CGM, 3^{ème} groupe mondial de transport maritime en conteneurs, est un expert incontournable de la logistique sous température dirigée.

Avec 170 lignes maritimes parcourant le monde entier, CMA CGM offre une large gamme de services grâce à un réseau international d'experts dans 85 pays, une flotte moderne de 170 000 EVP (20', 40' high cube, 45' pallet wide) et 150 000 prises reefer disponibles sur les 428 navires CMA CGM.

CMA CGM utilise des technologies de pointe afin d'assurer **un contrôle optimal de l'humidité, de l'atmosphère et de la température**. Ainsi, vos marchandises sont traitées avec le plus grand soin tout au long de leur transport.

Stay Cool with CMA CGM !



www.cma-cgm.com

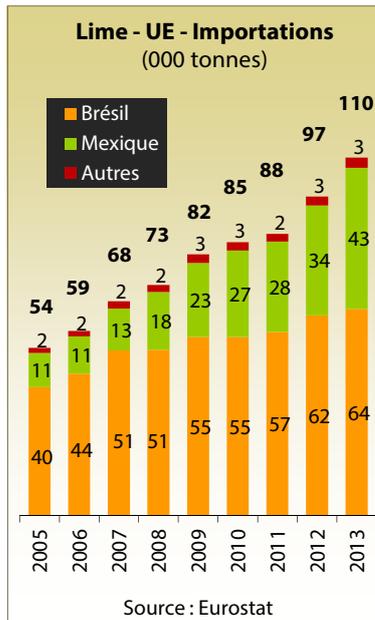
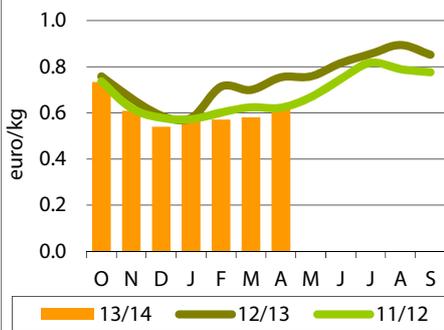
Content published by the Market News Service of CIRAD – All rights reserved

Orange

Avril 2014

Mieux vaut tard que jamais. Le marché de l'orange, extrêmement difficile depuis le début de saison, s'est légèrement amélioré. La dynamique des ventes s'est accélérée en Navelate, pour atteindre un niveau sensiblement supérieur à la moyenne. Les prix se sont légèrement raffermiss au stade import, tout en restant à un niveau nettement inférieur à la moyenne compte tenu de l'importance des volumes encore disponibles au stade production. En revanche, le marché de l'orange à jus est resté extrêmement difficile. La saison de Salustiana s'est prolongée jusqu'en milieu de mois, retardant le réel démarrage de la campagne de Valencia Late. Les prix se sont maintenus à un bas niveau, la qualité étant souvent hétérogène. La campagne de Maltaise de Tunisie s'est terminée sur un bilan très décevant.

Orange - France - Prix import



Le marché européen de la lime passe la barre des 100 000 tonnes !

Les chiffres douaniers de 2013 montrent une fois de plus que la lime reste un agrume très en vogue. Les importations européennes ont continué de croître à un rythme d'environ 10 000 t par an et ont dépassé 110 000 t en 2013. Et la marge de croissance paraît encore importante, même si un recul est vraisemblable en 2014 en raison de la faiblesse de la production mexicaine. La consommation annuelle atteint à peine 300 g/habitant dans la Communauté européenne, alors qu'elle dépasse 1.4 kg aux États-Unis, le différentiel ne pouvant être imputé à la seule population latino-américaine, certes très surconsommatrice. Le Brésil reste le principal fournisseur du marché communautaire. Cependant, le Mexique, principal exportateur mondial, continue de gagner des parts de marché et assure aujourd'hui près de 40 % de l'approvisionnement.

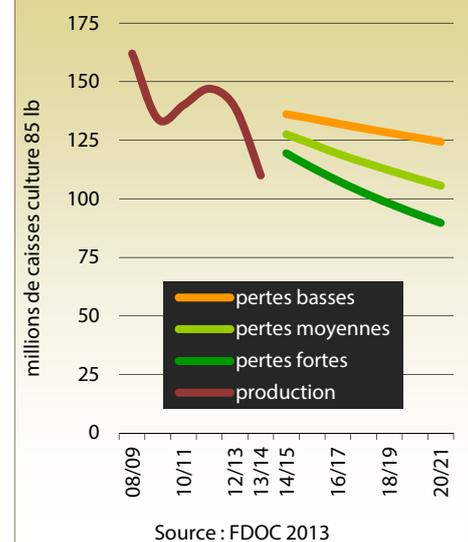
Source : Eurostat

Orange de Floride : abyssale plongée...

La dernière révision de la prévision de production d'agrumes de Floride publiée en avril n'a rien de rassurant. Avec 110 millions de caisses culture, la récolte plonge à son plus bas niveau depuis la fin des années 1980 ! Mais, au-delà du côté sensationnaliste de cette nouvelle, c'est surtout l'accélération du rythme de baisse de la production qui doit retenir l'attention. La récolte, qui avait déjà reculé de près de 10 millions de colis entre 2011-12 et 2012-13, accuse cette saison un repli de près de 30 millions de colis par rapport à la saison passée. Cet effondrement démontre les effets dévastateurs du greening, principal responsable du niveau incroyablement élevé des chutes de fruits enregistré de nouveau cette saison. Cette tendance pose question quant à l'avenir : les 110 millions de colis récoltés cette saison correspondent au niveau de la récolte prévu par le FDOC dans trois ans dans son pire scénario d'évolution...

Source : FDOC

Orange - Floride - Scénarios d'évolution de la production



Source : FDOC 2013

PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/carton 15 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Orange de table	9.60	- 7 %
Orange à jus	8.00-8.50	- 22 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Orange de table	=↗	+ 16 %	
Orange à jus	=↗	- 1 %	

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Navelate d'Espagne	=↗	+ 16 %	Saison continuant de battre son plein. Volumes disponibles toujours très importants au stade production.	+ 4 %
	Maltaise de Tunisie	↘↘	+ 7 %	Derniers volumes en début de mois.	- 35 %
	Valencia d'Espagne	↗	- 62 %	Accroissement du retard. Volumes extrêmement modérés durant tout le mois.	- 63 %
	Salustiana d'Espagne	↘	+ 420 %	Fin de la saison en milieu de mois, après une prolongation de près d'un mois par rapport aux années précédentes. Qualité très hétérogène.	+ 12 %

Pomelo

Avril 2014

Le marché est resté en demi-teinte pour la Floride, dont les apports ont décliné précocement mi-avril. Les marques haut de gamme ont continué de s'écouler avec une certaine fluidité. En revanche, le marché s'est montré plus difficile pour les marques standard qui ont représenté une part croissante de l'offre. Le cours moyen mensuel affiche un niveau légèrement inférieur à la moyenne, malgré une offre en repli. Les opérateurs travaillant le pomelo méditerranéen auront vu le calice jusqu'à la lie. La pression de l'offre s'est accrue, dans un contexte de demande toujours lente. Les arrivages d'Israël ont été conformes à la moyenne. Cependant, la Turquie a été très présente et les prix ont été particulièrement agressifs. Le cours moyen mensuel affiche son pire niveau depuis le début de la décennie.

■ **La contrefaçon s'attaque aux filières fruitières.** Faudra-t-il bientôt fournir un certificat d'authenticité avec chaque colis d'orange de marque renommée ? Les autorités de Hong Kong ont saisi un peu plus de 5 000 oranges logotées Sunkist. Problème : elles ne venaient pas de Californie mais d'Afrique du Nord. C'est un consommateur, connaisseur, qui a donné l'alerte après avoir remarqué une différence de goût et d'épaisseur d'épiderme par rapport aux oranges de sa marque favorite. Les fruits étaient « maquillés » par le détaillant qui possède plusieurs boutiques. C'est le premier cas de contrefaçon dans le monde des fruits et légumes !

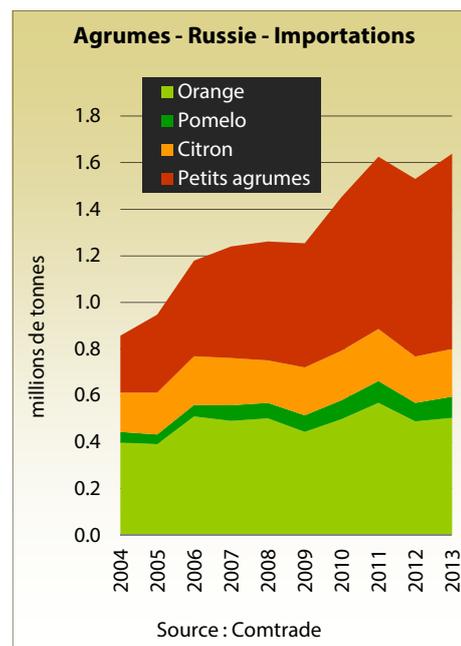
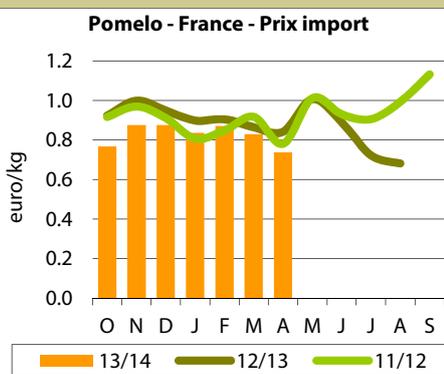
Source : Reeper Trends

■ **La Russie, plus que jamais marché numéro 1.** Est-ce la rigueur des températures ou un goût immodéré pour la vodka citron ? En tout état de cause, les chiffres douaniers de 2013 montrent que la Russie est plus que jamais le premier marché mondial d'agrumes par les volumes. Avec 1.6 million de tonnes, les importations d'agrumes en 2013 sont supérieures aux importations totales de l'Asie hors Japon ou de toute la Péninsule arabique (environ 1.5 million de tonnes dans les deux cas) et représentent plus de 30 % des volumes totaux mis en marché dans l'UE-28 (hors consommation locale des pays producteurs). Si un nouveau record a été battu en 2013, la dynamique de croissance du marché n'est plus celle qu'elle était par le passé depuis 2011. Les chiffres de 2013 confirment un nouveau plafonnement des volumes en orange, citron et pomelo. Les petits agrumes sont la seule famille continuant de progresser, mais pour combien de temps ? Avec 6.0 kg par habitant, la consommation annuelle russe dépasse largement les 4.6 kg absorbés par les pays non-producteurs de l'UE-15 et égale celle des pays scandinaves.

Sources : Comtrade, CIRAD



© Régis Domergue



Source : Comtrade

PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Tropical (Floride)	16.00-17.00	- 4 %
Méditerranée	9.50-10.00	- 23 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Tropical (Floride)		↘↘	+ 38 %
Méditerranée		=↘	+ 12 %

VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Turquie	=↘	+89 %	Maintien d'un flux export lourd nettement supérieur à la moyenne, tant vers l'UE que vers la Russie et l'Ukraine du fait de l'importance de la production et du retard de commercialisation pris en début d'année.	+26 %
	Floride	↘↘	+38 %	Déclin précoce des arrivages dès le début de la deuxième décennie. Apports cumulés légers, mais supérieurs à la moyenne des deux dernières saisons.	-9 %
	Israël	=↘	-1 %	Déficit moins prononcé qu'en février, mais demeurant néanmoins significatif en raison de conditions de marché toujours peu satisfaisantes.	-8 %

Avocat

Avril 2014

Le marché a encore signé une très jolie performance. L'approvisionnement a été particulièrement lourd, avec des arrivages hebdomadaires compris pendant tout le mois entre 1.7 et 1.8 million de colis. D'une part, l'offre des fournisseurs alimentant le marché d'hiver a été sensiblement supérieure à la moyenne, du fait notamment de la prolongation très atypique de la saison chilienne. D'autre part, le développement des arrivages en provenance des pays alimentant le marché de contre-saison a été particulièrement rapide, surtout pour le Pérou. Cependant, la demande s'est montrée excellente. L'offre a été bien répartie entre les différents marchés de la Communauté, alors que les opérations de mise en avant de Pâques ont dopé les ventes durant la première quinzaine. Les prix, légèrement inférieurs à la moyenne, affichent néanmoins un excellent niveau.



© Régis Demergue

stations de conditionnement sont maintenant opérationnelles et les surfaces progressent rapidement, notamment dans le nord et l'ouest du Caldas. Par ailleurs, le gouvernement de la région d'Antioquia a alloué un budget de 6 millions USD sur trois ans pour la mise en place de différents projets visant au développement de la filière.

Sources professionnelles, ICA

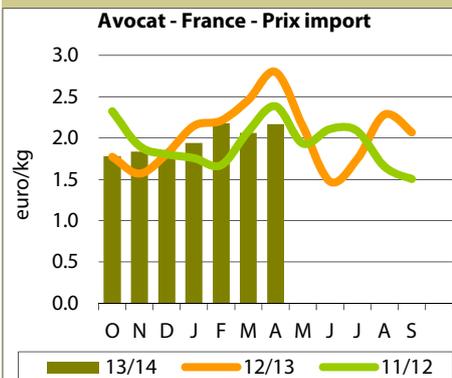
■ Avocat colombien : un pas de plus vers l'ouverture du marché américain.

Selon un communiqué de l'Instituto Colombiano Agrario (ICA), l'APHIS prépare le projet de protocole sanitaire qui devrait permettre l'entrée du Hass colombien aux États-Unis. Les points clés sont le contrôle de trois ravageurs (le lépidoptère *Stenoma catenifer* et les deux coléoptères *Heilipus trifasciatus* et *Heilipus lauri*) et bien sûr la traçabilité. Le communiqué ne mentionne aucune date quant à l'ouverture possible du marché. Parallèlement, le secteur continue de croître : quatre

■ Avocat d'Israël : une grosse campagne 2013-14 dans l'UE, mais pas de record.

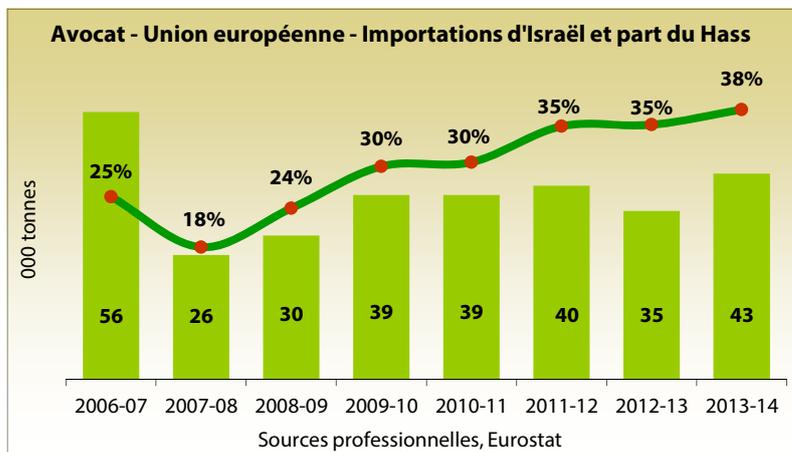
Le Chili n'a pas été la seule origine à bénéficier de l'appétit croissant des consommateurs européens pour l'avocat durant la campagne d'hiver 2013-14 (cf. **FruiTrop** 221, avril 2014). Avec des exportations vers l'UE estimées entre 42 000 et 44 000 t, les producteurs israéliens signent leur plus grosse saison depuis 2006-07. Sans surprise, la progression d'un peu plus de 10 % des volumes par rapport à la moyenne quadriennale est à mettre à l'actif de la montée en puissance de la production de Hass. Les exportations de cette variété vers l'UE ont progressé d'environ 1.5 million de colis en quatre ans.

Sources professionnelles, Eurostat



PRIX	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne 2 dernières années
	Vertes	5.50-6.50	- 2 %
Hass	9.00-11.00	- 4 %	

VOLUMES	Variétés	Comparaison	
		mois précédent	moyenne 2 dernières années
Vertes	=↗	- 6 %	
Hass	↗	+ 57 %	



VOLUMES	Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul 2 dernières années
		mois précédent	moyenne 2 dernières années		
	Afr. du Sud	↗↗	+ 26 %	Développement rapide des volumes. Apports soutenus en variétés vertes et nettement supérieurs à la moyenne, mais restant modestes en Hass.	+ 40 %
	Pérou	↗↗	+ 47 %	Démarrage tonitruant. Volumes de Hass très lourds dès le milieu du mois.	+ 29 %
	Chili	↘↘	+ 1 082 %	Campagne finissante, mais apports encore très significatifs et nettement supérieurs à la moyenne durant la première quinzaine.	+ 64 %
	Espagne	=↘	+ 33 %	Volumes de Hass soutenus et nettement supérieurs à la moyenne. Offre de variétés vertes sensiblement déficitaire.	- 1 %



Leur **ouvrir** de nouveaux **horizons** pour un meilleur **avenir**

Programme pédagogique d'été pour les enfants

Tous les ans, en janvier et février, nous offrons aux enfants de nos employés un programme d'enseignement durant l'été afin de renforcer leur niveau scolaire, de développer leurs aptitudes sportives et leur sens artistique et d'améliorer leur confiance en eux. Ces activités sont menées avec l'appui et le conseil des écoles et universités locales.

Les formations mises à leur disposition comprennent de l'expression orale et des mathématiques. Des stages sont aussi proposés dans le domaine de l'expression artistique et de la créativité, de l'informatique, de la danse moderne et traditionnelle et du sport.



Commercial office Europe

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

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



GLOBALG.A.P.
The Global Standard for Good Agricultural Practices



www.camposol.com.pe

Ananas

Avril 2014

En avril, la commercialisation des ananas s'est déroulée en deux phases. Au cours des trois semaines qui ont précédé Pâques, l'offre globale de Sweet a été limitée. Les cours ont connu une progression régulière car la demande, tonique, était largement supérieure à l'offre. On a même assisté à des ventes spéculatives. En effet, certains opérateurs, à court de fruits et engagés dans des opérations de promotion ont dû accepter de payer des prix bien plus élevés que ceux du marché pour pouvoir satisfaire leurs clients. Après Pâques, l'augmentation ponctuelle de l'offre a coïncidé avec l'habituelle baisse de la demande qui suit cette fête. Les cours se sont donc progressivement tassés, d'autant plus que la demande se tournait vers les fruits de saison de plus en plus présents sur les marchés. L'offre de Cayenne, qui est restée confidentielle tout au long du mois, s'est vendue sur des bases stables.

L'offre d'ananas avion a été très irrégulière en termes de qualité, les fruits manquant soit de coloration soit de tenue. Si au cours de la première quinzaine les ventes sont quand même restées fluides du fait d'une offre limitée, la situation s'est dégradée une semaine avant Pâques. En effet, les volumes ont connu une forte progression sans que la qualité globale des fruits ne s'améliore. Après Pâques, les opérateurs chargés en fruits de qualité hésitante ont dû recourir aux ventes en PAV (prix après vente) pour écouler leurs stocks. En revanche, les cours ont été plus stables sur le marché du Pain de sucre. Cependant, même si les prix se sont légèrement tassés en fin de mois, ils ont dans l'ensemble fluctué entre 1.70 et 2.00 euros/kg.

Le marché du Victoria a été sous-apprivoisé avant Pâques, ce qui a entraîné des ventes à des cours assez élevés. Après Pâques, la demande a commencé à se tourner progressivement vers les fruits de saison de plus en plus disponibles.

ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 14 à 18	Min	Max
Cayenne lisse	1.70	2.00
Victoria	2.50	4.00
Par bateau (euro/colis)		
Cayenne lisse	6.50	8.00
Sweet	6.50	9.00

Mangue

Avril 2014

Le Pérou a assuré l'essentiel de l'approvisionnement du marché européen en avril, avec des quantités en baisse progressive. Ce fléchissement des volumes n'a été que partiellement compensé par une augmentation des arrivages du Brésil, alors que la demande se dynamisait sensiblement à l'approche des fêtes de Pâques. Ce sous-apprivoisement a entraîné une véritable flambée des prix, qui ont atteint des niveaux rarement observés. La campagne d'exportation d'Afrique de l'Ouest ne débutait qu'en toute fin de mois, lorsque la demande se faisait moins pressante. La grande majorité des acheteurs basculaient leur approvisionnement sur la Côte d'Ivoire, provoquant une chute des cours des derniers lots péruviens, accentuée par la dégradation qualitative des produits (attaques fongiques). Au lendemain des fêtes de Pâques, le marché abordait une période d'apesanteur se traduisant par un fléchissement rapide des cours des mangues de Côte d'Ivoire, accompagné d'un élargissement des fourchettes de prix pratiqués.

Le marché de la mangue avion connaissait également une flambée des prix en première quinzaine du mois, compte tenu d'une accélération de la demande face à une offre péruvienne en déclin. Les fortes livraisons de Côte d'Ivoire en seconde quinzaine, cumulées à celles du Mali et du Burkina Faso, provoquaient une érosion des prix de vente.

MANGUE — ARRIVAGES (estimations en tonnes)

Semaines 2014	14	15	16	17	18
Par avion					
Pérou	80	30	30	50	10
Mali	15	20	35	35	25
Burkina F.	20	15	10	20	-
RCI	-	-	100	120	100
Par bateau					
B Brésil	1 780	1 910	2 020	1 850	1 740
Pérou	3 120	1 780	2 400	400	370
RCI	-	-	-	-	2 640

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANCAIS

Semaines 2014		14	15	16	17	18	Moyenne avril 2014	Moyenne avril 2013
Par avion (euros/kg)								
Pérou	Kent	3.50-4.50	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-5.00	4.00-4.50	3.90-4.80	4.30-4.75
Mali	Amélie	2.80	2.60-2.80	2.80-3.00	2.60-2.80	2.80	2.70-2.85	3.00-3.30
Mali	Valencia	3.00-3.50	3.00-3.50	3.50	2.80-3.00	-	3.10-3.35	3.10-3.55
Mali	Kent	-	-	4.50	4.50	3.80-4.00	4.25-4.30	-
Burkina	Amélie	2.80	2.80	2.80-3.00	2.60-2.80	2.60	2.70-2.80	2.90-3.20
Burkina	Valencia	3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-3.50	-	-	3.00-3.50	-
Burkina	Kent	-	-	-	3.80-4.00	3.50-4.00	3.65-4.00	4.50
RCI	Kent	-	-	5.00	4.00-5.00	3.80-4.50	4.25-4.80	5.00-5.50
Par bateau (euros/colis)								
Pérou	Kent	6.00-8.00	7.00-9.00	7.00-8.50	7.00-8.00	4.00	6.20-7.50	5.75-6.85
B Brésil	T. Atkins	-	-	6.00-8.00	4.00-5.50	4.50-5.00	4.80-6.50	-
B Brésil	Keitt	-	-	-	6.00-6.50	5.50-6.00	5.75-6.25	-
RCI	Kent	-	-	-	6.00-8.00	5.50-7.50	5.75-7.75	-

ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2014		14	15	16	17	18
Par avion (euro/kg)						
Cayenne lisse	Bénin	1.80-1.90	1.80-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.80
	Cameroun	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.90	1.70-1.80
	Ghana	1.85-2.00	1.85-2.00	1.75-2.00	1.75-1.95	1.70-1.80
Victoria	Réunion	2.50-4.00	3.50-4.00	3.50-4.00	2.50-3.80	3.00-3.80
	Maurice	3.00-3.30	3.00-3.30	3.00-3.30	2.80-3.00	2.80-3.00
Par bateau (euro/colis)						
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	6.50-8.00	7.00-8.00	7.00-8.00	6.50-8.00	7.00-8.00
Sweet	Côte d'Ivoire	7.50-8.50	8.00-9.00	8.00-9.00	8.00-9.00	7.50-8.50
	Ghana	7.50-8.50	8.00-9.00	8.00-9.00	8.00-9.00	7.50-8.50
	Costa Rica	7.50-8.50	8.00-9.00	8.00-9.00	6.50-8.50	6.50-8.50

Fret maritime

Avril 2014

Les statistiques ci-dessous, pour le moins inhabituelles, rendent compte de l'ampleur de l'évolution du marché de l'affrètement reefer ces deux à cinq dernières années : pour la première fois depuis que sont collectées ces données, le retour TCE moyen d'avril pour les plus grands navires est supérieur à celui de mars. Ce n'est pas tant le reflet d'une haute saison de peu d'ampleur que celui du changement structurel qui s'opère dans le secteur des reefers spécialisés.

Sans l'effet « calamar », le rendement TCE du mois d'avril aurait pu être identique à celui de 2012. La pêche au calamar dans l'Atlantique Sud a entraîné des conséquences majeures sur le marché de l'affrètement des grands et petits navires cette année : la prise n'est peut-être pas aussi remarquable qu'en 2007 ou 2008. Pour autant, elle a été suffisante pour absorber le tonnage du Lavinia, 10 unités de Seatrade, 5 navires de la Baltic Shipping et 3 de Holyhouse, tous sur de longs trajets et à des niveaux TC, ou rendements, s'échelonnant de 70c/cbft à 110c/cbft selon la taille, le type et l'âge du bateau affrété.

Non seulement les tramps gourmands en énergies sont restés en marge d'un marché de la banane qui, faute de quoi, aurait été difficile, mais les calamars ont également permis aux opérateurs de faire un choix entre, le démantèlement sur le sous-continent indien, vendre aux entrepreneurs chinois... Ou encore un retour tardif pour les bananes à l'est du Canal. Parmi les unités toujours en service vers l'Extrême Orient, il est difficile d'estimer aujourd'hui le nombre de navires qui profiteront du marché encore soutenu de la démolition ou de ceux qui tenteront leur chance à vide vers l'Équateur, pour une ultime traversée transatlantique avant désarmement en Méditerranée pour le reste de l'année.

À l'évidence, le calamar ne peut porter à lui seul le marché de l'affrètement. Pendant les années qui ont suivi 2008, les prises ont chuté, du niveau presque historique de 450 000 Mt à moins de 100 000 Mt. Pourquoi les volumes ont-ils mis aussi longtemps à se reconstituer et revenir à un

niveau proche de 400 000 Mt ? Personne ne le sait vraiment. Mais surtout, il n'y a aucun élément pour garantir que le succès de cette année se répétera l'année prochaine.

Le marché des petites unités n'a pas été le seul à profiter de la hausse de la demande des affréteurs de calamar. En plus de mobiliser les plus grands navires et handysize, le manque de tonnage a également réduit les possibilités de choix en tonnage disponible pour l'affrètement de bananes ou d'agrumes. Si les volumes de fruits à pépins, de citrons argentins et de bananes équatoriennes avaient été plus importants, le TCE du mois d'avril aurait été bien supérieur.

À la place, c'est un marché à trois vitesses qui s'est mis en place, avec d'un côté, des affrètements spot de bananes générant pour les opérateurs un rendement par voyage inférieur à 50c/cbft par colis de banane, d'un autre côté, un TC de 65 à 70c/cbft pour les navires modernes auprès des multinationales et enfin, le tonnage des calamars qui s'est maintenu entre 70c/cbft et 110c/cbft.



© Régis Domergue



■ **Création d'une joint-venture entre UNIVEG et la firme indienne Mahindra ShubhLabh Services.** L'entité sera détenue à 60 % par Mahindra ShubhLabh Services, filiale du groupe indien Mahindra (16.7 milliards USD de chiffre d'affaires) et à 40 % par UNIVEG. Elle s'appuiera sur l'expertise et sur la structure des deux groupes pour offrir une gamme de produits frais de haute qualité sur le marché local indien et sur le marché international.

Source : Univeg



■ **12^e édition du salon SIFEL MAROC.** Le SIFEL MAROC se tiendra du 13 au 16 novembre 2014 près d'Agadir, où le salon a déménagé en 2013. Les primeurs, filière pour laquelle le Maroc dispose de nombreux avantages comparatifs, seront à l'honneur pour cette 12^e édition. Le salon a accueilli près de 50 000 visiteurs en 2013, dont 50 % d'étrangers venant de 26 pays.

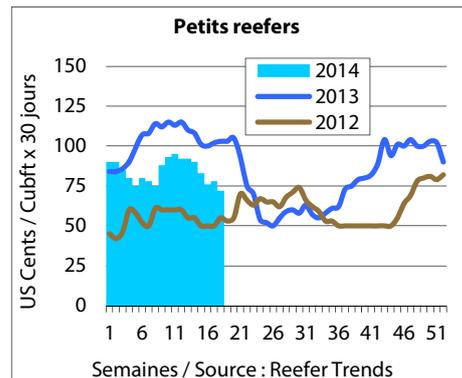
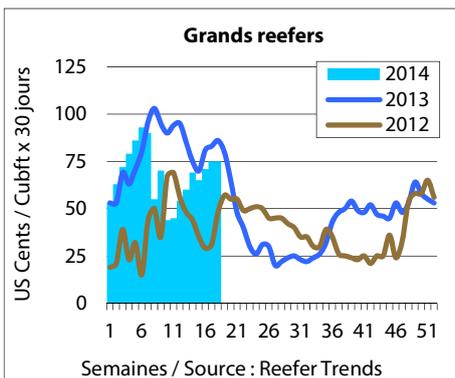
Contact RP : Ghita Mestassi, gmestassi@iecgroupp.org

Source : Sifel

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

reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer



REEFER

MARCHES SPOT Moyennes mensuelles

USD cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Avril 2014	65	81
Avril 2013	77	100
Avril 2012	34	51

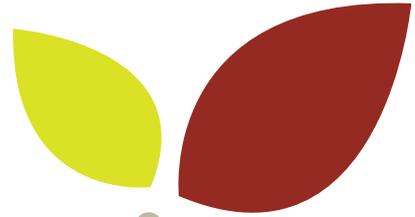
Campagne européenne de fruits à noyau

Premiers éléments de récolte 2014



Les prévisions de la récolte européenne de fruits à noyau, dévoilées lors du salon de l'EuroMéditerranée (Medfel) qui s'est déroulé à Perpignan du 15 au 17 mai dernier, confirment les premiers éléments déjà annoncés par les professionnels. On attend un bon niveau de récolte en pêche et nectarine (3 millions de tonnes, soit + 11 % sur 2013 et + 6 % sur la moyenne des 3 dernières années) et, dans une moindre mesure, en abricot (520 755 t, soit + 13 % sur 2013). Cela fait suite à un printemps particulièrement doux, même si pour les abricots la nouaison n'a pas été optimale partout, notamment dans le sud de l'Espagne et de l'Italie. La récolte devrait commencer avec une à deux semaines d'avance environ.

23rd International
Food & Drinks Exhibition



worldfood

MOSCOW

15 - 18 September 2014

Expocentre • Moscow • Russia



www.worldfood-moscow.com

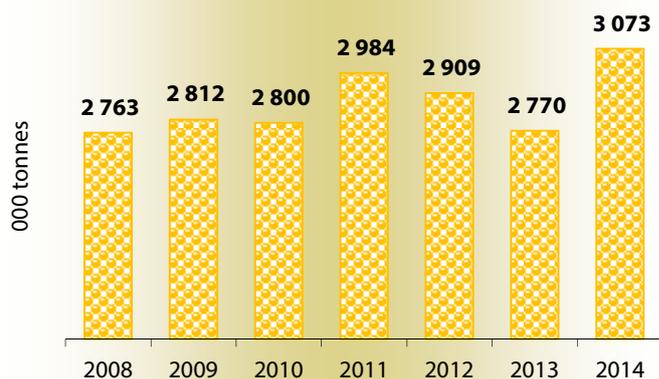


Content published by the Market News Service of CIRAD - All rights reserved

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



Pêche & nectarine - Union européenne
Évolution de la production



Source : Europech

Pêche & nectarine — Union européenne
Évolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne des 3 dernières années
Italie	1 427 670	+ 2 %	- 4 %
Espagne	1 050 674	+ 16 %	+ 22 %
France	260 749	+ 15 %	- 2 %
Grèce	334 200	+ 44 %	+ 20 %
Total	3 073 293	+ 11 %	+ 6 %

Source : Medfel / Élaboration : INFOFRUIT

Vers un nouveau record de production en pêche et nectarine

La récolte 2014 de pêche et nectarine s'annonce globalement d'un très bon niveau et pourrait même constituer un nouveau record (+ 3 % par rapport à la très forte production 2011), en l'absence d'incidents climatiques majeurs et compte tenu de la plantation de variétés modernes ces dernières années. Ainsi, si en Italie le potentiel attendu devrait être assez proche de celui de l'an dernier, il devrait être en hausse d'au moins 15 % en France et en Espagne et revenir à un très bon niveau en Grèce, après le fort déficit enregistré l'an dernier.

En effet, la reconversion des surfaces se poursuit en Espagne avec l'arrachage de variétés anciennes et d'autres espèces comme les fruits à pépins, bien que le rythme de plantation soit désormais moins soutenu qu'au début de la décennie. La production de pêches et nectarines plates devrait donc encore progresser très sensiblement cette année (+ 30 % sur 2013), avec l'entrée en production des jeunes vergers plantés entre 2010 et 2012, pour atteindre un potentiel de 216 260 t. De même, le renouvellement est dynamique en Grèce où l'exportation a stimulé ces dernières années la reconversion du verger, avec la plantation de variétés rouges et sucrées, de nectarines et de pêches et nectarines plates. En revanche, les superficies baissent légèrement en Italie du fait de leur reconversion en fruits à pépins dans la moitié nord du pays, mais on assiste également à la modernisation des vergers, voire même à une petite recrudescence des plantations dans le sud du pays. La situation semble désormais se stabiliser en France, après la baisse sensible des surfaces ces dernières années due à la maladie de la Sharka.

Le marché devrait donc être bien approvisionné durant toute la saison, la plupart des zones européennes annonçant un retour à un bon potentiel de production. On risque même d'assister à des périodes de forte production, le temps chaud risquant d'accélérer encore le calendrier de récolte déjà en avance d'une à deux semaines. Aussi, la diversification du portefeuille de clientèle export, amorcée ces dernières années par les grosses structures afin de désengorger le marché européen saturé, devrait se poursuivre (Amérique du Sud, Moyen-Orient), d'autant que de fortes incertitudes pèsent sur les marchés de l'Est (situation politique en Ukraine, dévaluation du rouble).

Une montée en puissance en abricot

La situation est un peu plus hétérogène en abricot, mais le potentiel global s'annonce également d'un bon niveau, tout en restant très loin du record enregistré en 2012 (604 000 t). En effet, si la floraison a été belle dans la quasi-totalité des zones de production, les besoins en froid de certaines variétés modernes n'ont pas pu totalement être satisfaits, notamment dans le sud de l'Espagne et de l'Italie, et la nouaison a été très inégale par endroits.

Ainsi, la production est légèrement inférieure à celle de l'an dernier en Espagne, d'autant que les arrachages pratiqués en Bulida ne sont pas pour l'instant totalement compensés par les nouvelles variétés plantées à Murcie ou dans le nord du pays (Aragon, Castille et Catalogne). La récolte est donc annoncée en baisse de 8 % à Murcie (60 000 t). De même, le potentiel est un peu inférieur aux attentes en Italie du fait d'une baisse de 8 % des volumes dans le sud du pays (115 400 t), alors que le potentiel devrait revenir au niveau de celui de 2012 en Emilie-Romagne (70 000 t).

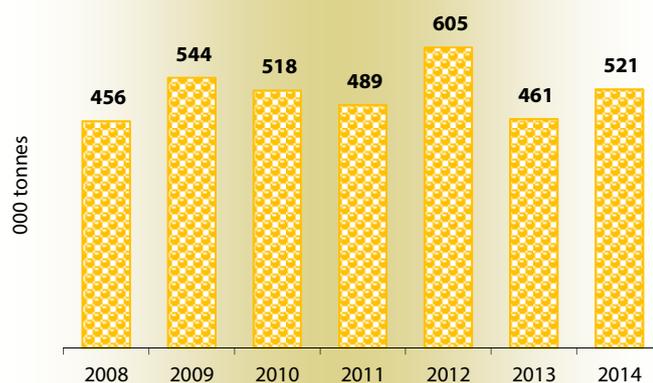
La production française devrait, en revanche, revenir à un très bon niveau, sans toutefois atteindre celui de 2012 (183 000 tonnes), avec toujours un fort renouvellement variétal et un allongement du calendrier grâce à l'entrée en production de cultivars précoces et de variétés tardives, la campagne s'étalant désormais de mai à courant août. Le potentiel s'annonce quasiment normal en Languedoc-Roussillon, avec une hausse de 7 % par rapport à 2013 (41 500 t). Les volumes devraient également revenir sur de très bons niveaux en région PACA (23 500 t, soit + 37 % sur 2013) et en Rhône-Alpes (95 300 t, soit + 27 %) après les pertes subies l'an dernier, sans toutefois atteindre la pleine capacité. De même, la Grèce annonce cette année un bon potentiel.

Aussi, si l'offre s'annonce sans trop d'excès en ce début de saison, le marché pourrait rapidement se charger au cours du mois de juin/début juillet, compte tenu de l'avance d'une à deux semaines de la campagne et de très bons potentiels pour les zones de production les plus tardives ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr



Abricot - Union européenne - Evolution de la production



Source : Europech

Abricot — Union européenne
Évolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne des 3 dernières années
Italie	210 263	+ 11 %	- 6 %
France	160 453	+ 22 %	+ 3 %
Espagne	87 939	- 10 %	+ 3 %
Grèce	62 100	+ 47 %	+ 15 %
Total	520 755	+ 13 %	0 %

Source : Medfel / Élaboration : INFOFRUIT

Agrumes de contre-saison

Campagne européenne 2014 : la prudence s'impose



La campagne d'agrumes de contre-saison 2014 ne s'annonce pas de tout repos. Pourtant, les volumes qui devraient être offerts sur le marché mondial n'apparaissent pas démesurés. Le déficit sera même patent en citron. Pour les autres agrumes, les productions cumulées des différents pays fournisseurs de l'hémisphère Sud affichent un niveau soutenu, mais pas si éloigné de celui de 2013. Cependant, le contexte de marché paraît beaucoup plus difficile, notamment sur le vieux continent. Dans l'UE-28, les productions concurrentes s'annoncent nettement plus présentes, que ce soit le reliquat d'agrumes méditerranéens ou les récoltes de fruits à noyau qui accaparent l'essentiel des linéaires dans les pays d'Europe du Sud. A l'est de l'Europe, la dévaluation du rouble risque de peser sur les envois vers le grand marché russe.

Nous les cultivons.
Nous les emballons.
Nous les exportons.
Nous les commercialisons.



Vous les aimerez.

Les fruits, tout comme les gens, sont différents de par le monde. Ce qui complique le commerce de ces produits. C'est pourquoi nous ne faisons pas que vendre des agrumes, nous les cultivons, les emballons et les exportons. C'est ce qui nous donne un avantage majeur : le contrôle total de la filière.

Des fruits dans le monde entier. Une administration allemande - c'est pourquoi Don Limón n'est pas comme les autres. Vous pourrez nous trouver en Asie, au Moyen-Orient, aux USA, en Russie et, bien sûr, en Europe.

Appelez-nous au : +49 (0) 40 - 30 95 49 9 - 0
Ou envoyez-nous un mail : Don-Limon@don-limon.de



DONLIMÓN

东篱梦

www.don-limon.com

Agrumes — Afrique du Sud Prévisions d'exportation

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Orange	1 130 000	- 2 %	+ 8 %
Petits agrumes	138 000	+ 9 %	+ 20 %
Pomelo	251 000	- 6 %	+ 18 %
Citron	182 000	+ 14 %	+ 17 %
Total	1 701 000	0 %	+ 11 %

Source : CGA

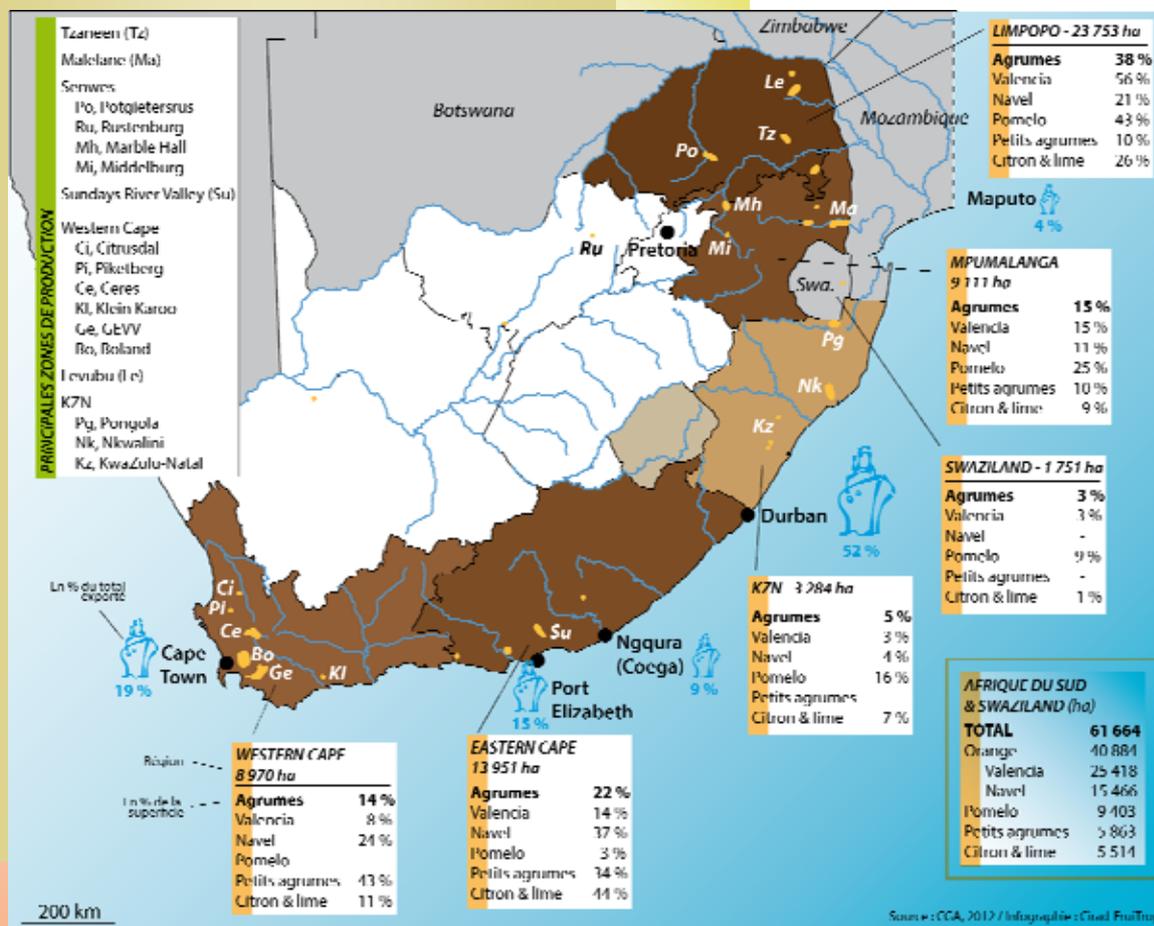


© Régis Domergue

Afrique du Sud Un nouveau record de production... ou presque

C'est de nouveau une grosse campagne qui s'annonce en Afrique du Sud, premier fournisseur du commerce mondial d'agrumes de contre-saison. Les exportations, toutes familles d'agrumes confondues, devraient pouvoir se maintenir au niveau record de 113 millions de colis de 15 kg atteint en 2013. La campagne sera conforme à la moyenne des deux saisons précédentes en orange (petite progression en Navel et légère baisse en Valencia). Elle s'annonce importante en petits agrumes et citron (+ 15 % par rapport à la moyenne des deux dernières années) et restera aussi généreuse en pomelo (+ 10 % par rapport à la moyenne), malgré un recul sur 2013. Le calibrage serait en progression par rapport à la saison passée, sauf en petits agrumes.

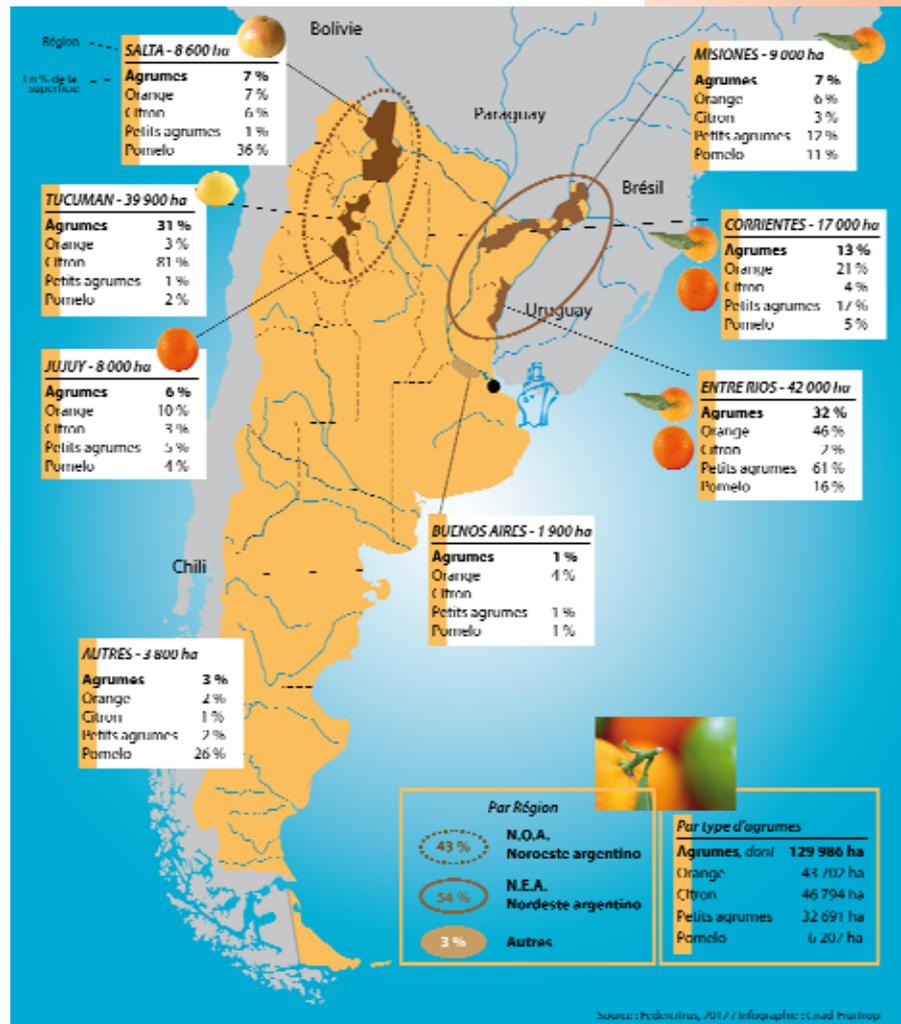
Le niveau encore soutenu de la production cette année est le reflet de l'expansion du verger sud-africain. Les ventes de plants, en déclin et sous la barre des 2 millions d'unités annuelles jusqu'en 2008, ont repris de la vigueur. Elles ont été comprises entre 2.9 et 3.2 millions d'unités de 2009 à 2012. Si plus personne ne plante de pomelo, la croissance continue à un rythme très soutenu en petits agrumes (hydrides tardifs en particulier) et dans une moindre mesure en citron. Quant à l'orange, les plantations semblent relativement stables en Navel, mais ont rebondi en Valencia. C'est surtout dans le Limpopo, à l'extrême nord du pays, et dans les provinces plus méridionales de l'Eastern et particulièrement du Western Cape que l'expansion est la plus forte.



Argentine Moins de production, mais un peu plus de compétitivité

La tendance paraît bien différente pour l'Argentine, deuxième acteur mondial. Le gel survenu durant l'hiver austral 2013 dans le nord du pays (provinces de Tucuman et de Salta notamment) a provoqué des pertes de production majeures, d'autant que les arbres étaient à un stade végétatif avancé et déjà stressés par la sécheresse. Le maintien d'un bas niveau de précipitations, puis l'été chaud qui a suivi n'ont rien arrangé. Le citron, fleuron de la citriculture du pays, a été particulièrement touché. Avec à peine 700 000 t, la récolte recule de 40 à 50 % par rapport à une saison normale et affiche son plus bas niveau des dix dernières années. La production de Valencia devrait aussi enregistrer une baisse, les zones précoces du Nord ayant été plus affectées que celles du littoral. Seule la récolte de petits agrumes devrait progresser grâce aux plantations réalisées ces dernières années.

La situation économique du pays reste peu favorable au secteur exportateur, même si la dévaluation de 20 % du peso intervenue début 2014 devrait permettre aux professionnels argentins de retrouver un peu de leur compétitivité perdue. L'inflation galopante ces dernières années a provoqué une flambée des coûts de production, qui n'a pas été sans conséquences sur les exportations : les volumes, qui avaient dépassé le million de tonnes en 2007, sont passés sous la barre des 500 000 t en 2013. Par ailleurs, le risque d'introduction du greening paraît de plus en plus prégnant. Aucun nouveau cas n'a été détecté depuis la découverte de quelques plants isolés contaminés dans l'extrême nord de la province de Misiones, mais la maladie est maintenant présente dans des régions du Paraguay voisin qui jouxtent la région citricole de Corrientes où le vecteur est présent. Enfin, le gel semble avoir provoqué la perte de certains jeunes vergers, notamment de citron dans la province de Tucuman. La production 2014 risque donc fort de ne pas revenir à son niveau nominal pour cet agrume.



Agrumes — Argentine — Prévisions d'exportation			
en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Orange	50 000	- 37 %	- 56 %
Petits agrumes	90 000	+ 2 %	- 15 %
Citron	200 000	- 29 %	- 24 %
Total	340 000	- 25 %	- 30 %

Sources : Federcitrus, Shaffe

Uruguay D'un extrême à l'autre

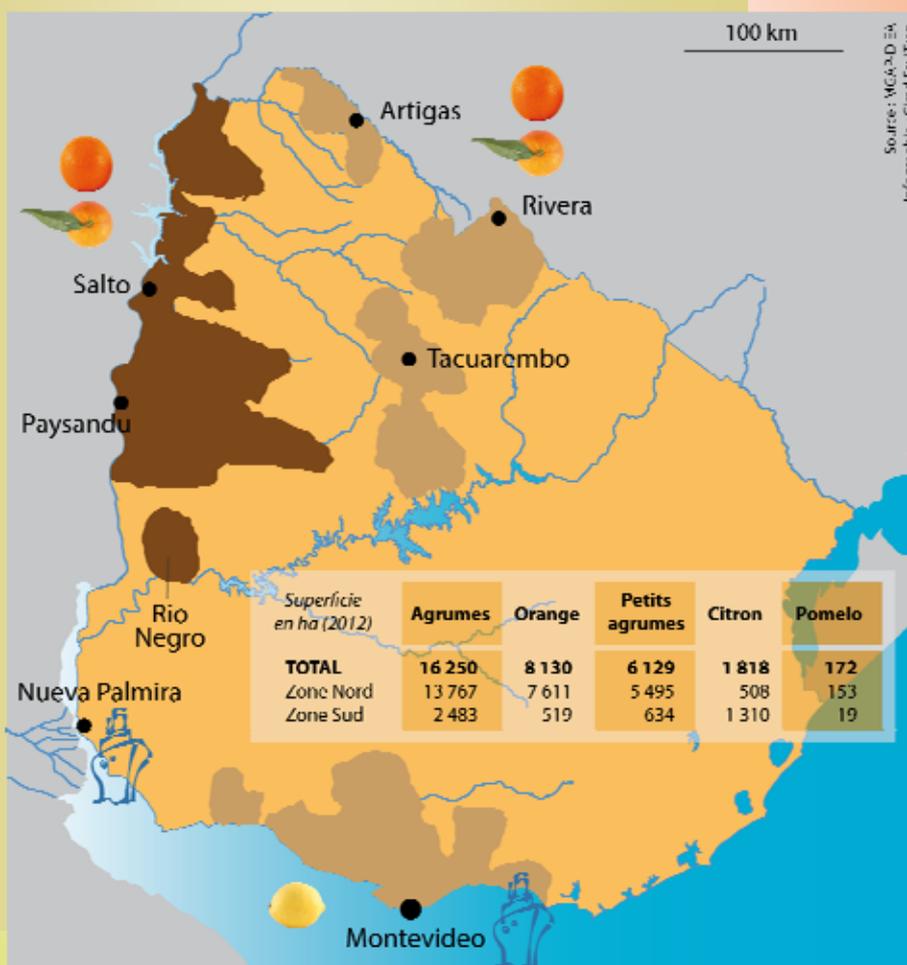
La récolte 2013 a été la plus faible de ces dix dernières années, en raison notamment d'un épisode de gel dévastateur. Celle de 2014 pourrait être une des plus importantes, selon une première estimation fournie par les professionnels. Avec un peu plus de 320 000 t, elle devrait légèrement dépasser celle de 2012 et marquer une progression de plus de 20 % par rapport à la saison passée. Les exportations sont en mesure de retrouver leur meilleur niveau depuis le début de la décennie, tant en petits agrumes qu'en orange et citron. La très forte humidité qui a prévalu au début du printemps ne semble pas avoir eu d'impact majeur sur la qualité de la production.

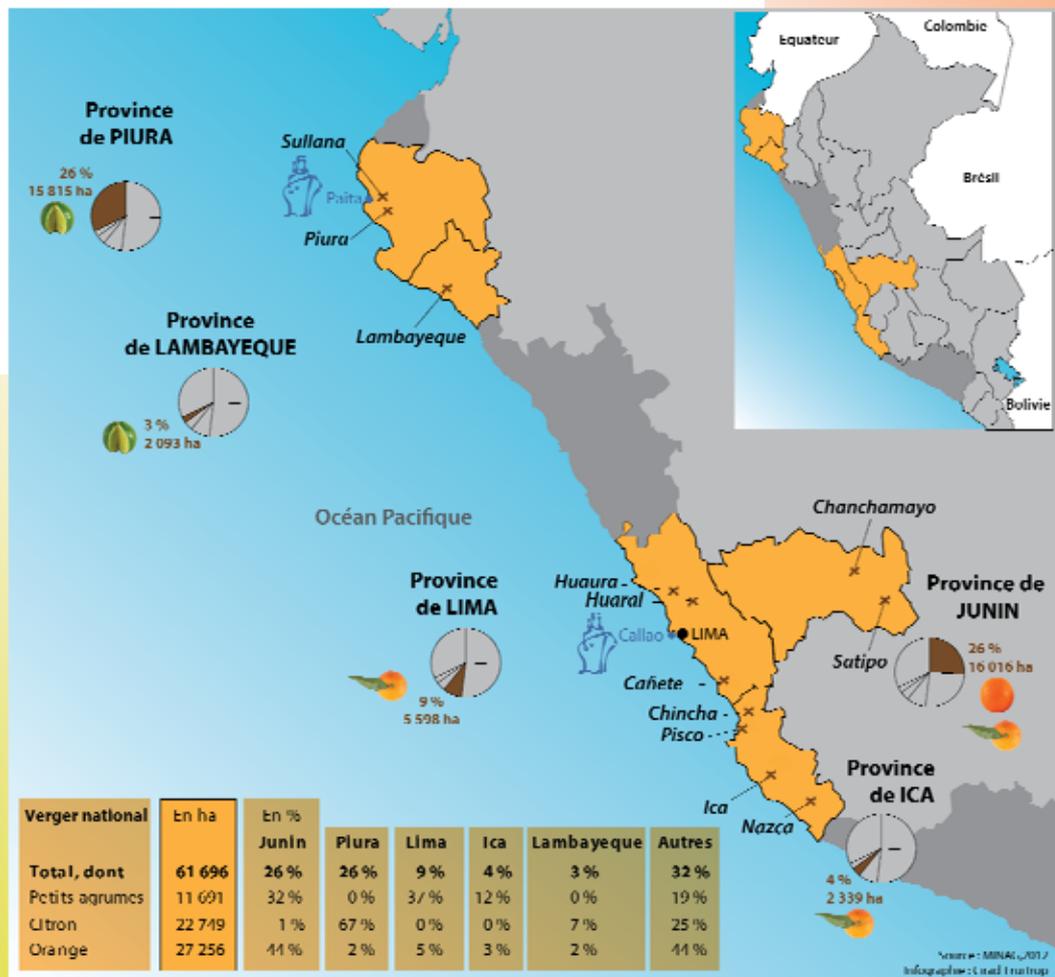
Agrumes — Uruguay — Prévisions d'exportation			
en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Orange	75 000	+ 7 %	+ 12 %
Petits agrumes	48 000	+ 29 %	+ 18 %
Citron	17 000	+ 37 %	+ 20 %
Total	140 000	+ 17 %	+ 15 %

Sources : MGAP, Shaffe



© Régis Domergue





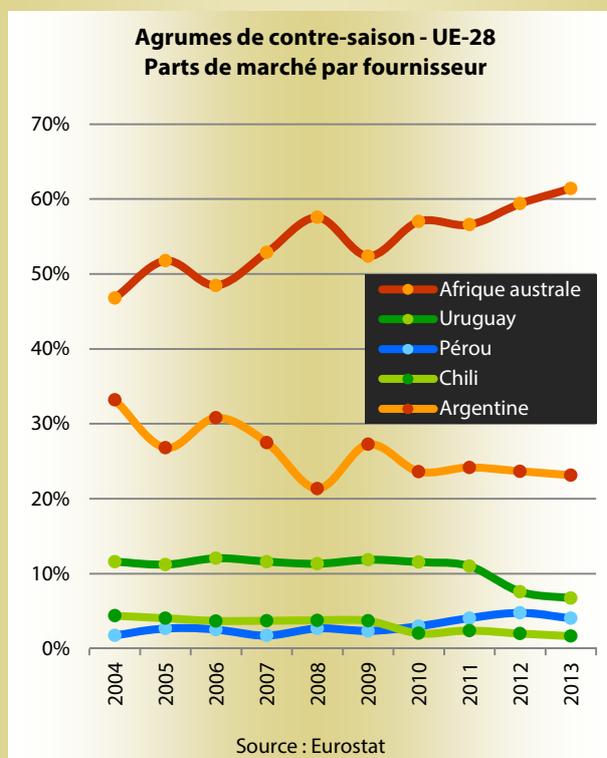
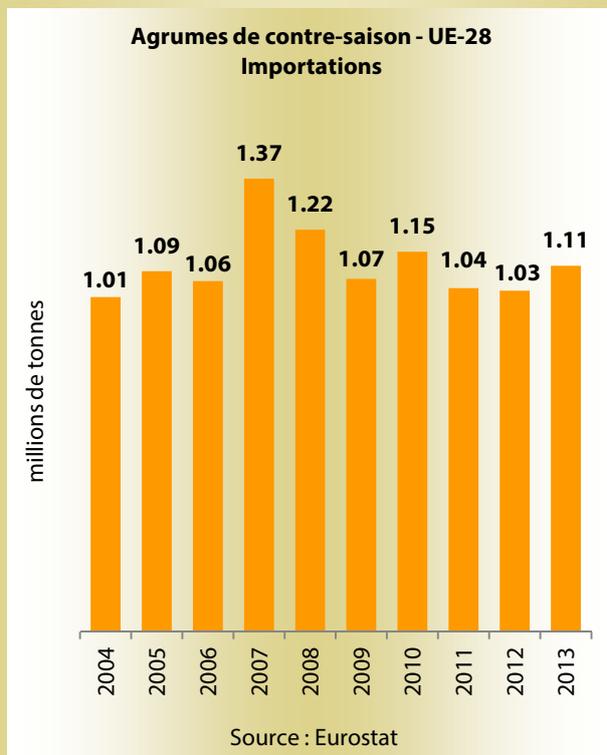
Pérou Toujours en croissance

Sans surprise, la dynamique de croissance de la production restera vive au Pérou. Les nouveaux vergers plantés à un rythme très soutenu ces dernières années sur la côte centrale (2 000 à 2 500 ha/an selon des sources professionnelles) entrent en production ou montent en puissance. Ainsi, les exportations devraient enregistrer une progression d'environ 10 % et dépasser pour la première fois la barre symbolique des 100 000 t. La dynamique sera variable selon les variétés de petits agrumes, famille qui représente l'essentiel des exportations péruviennes. La hausse serait particulièrement sensible en Satsuma (+ 20 %), notamment en Okitsu, grâce à une alternance positive de production. Elle devrait être aussi notable en W. Murcott et autres hybrides tardifs largement plantés ces dernières années. En revanche, aucun développement sensible ne serait attendu en Minneola.



Agrumes — Pérou — Prévisions d'exportation			
en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Orange	10 000	- 17 %	+ 4 %
Petits agrumes	94 000	+ 23 %	+ 42 %
Total	104 000	+ 2 %	+ 37 %

Source : Procritus



Une consommation européenne à ne pas surestimer

L'UE reste le premier marché au monde pour les agrumes de l'hémisphère Sud et est, à ce titre, incontournable. Pour autant, les importations y sont figées entre 1.0 et 1.2 million de tonnes depuis une dizaine d'années (hors accident climatique sur la production méditerranéenne). En l'absence d'actions de promotion d'envergure, qui ne sont pas d'actualité aujourd'hui, aucune croissance naturelle du marché n'est à attendre. La consommation paraît au mieux à maturité pour toutes les familles d'agrumes, petits agrumes compris. Sans surprise, elle semble décliner en pomelo, voire même en orange. Si certaines origines progressent, comme l'Afrique australe et plus encore le Pérou, c'est au détriment des autres fournisseurs du marché. Confrontés à d'importants problèmes de compétitivité, les pays du cône sud de l'Amérique latine (Uruguay et surtout Argentine) ont perdu beaucoup de terrain ces dix dernières années.

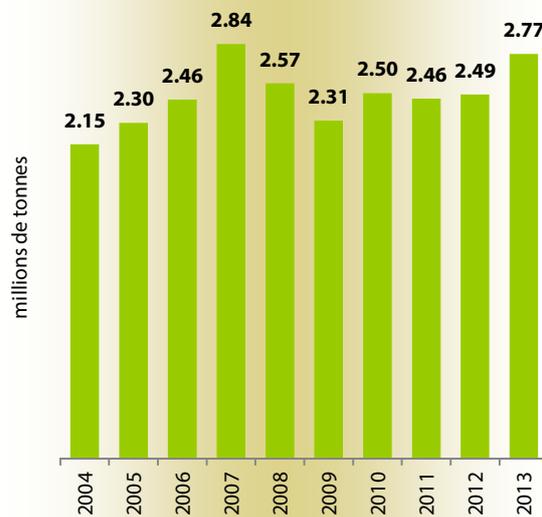
Un contexte de marché notoirement plus difficile en 2014 au niveau des fruits concurrents

Outre l'atonie de la consommation décrite précédemment, d'autres facteurs plus conjoncturels rendent le marché peu engageant en 2014. La concurrence des « poids lourds » du rayon fruits s'annonce très prononcée. D'une part, à l'inverse de 2013, les prix de la pomme seront très agressifs vu l'importance des stocks européens. Mais, sur-

Marché mondial des agrumes de l'hémisphère Sud

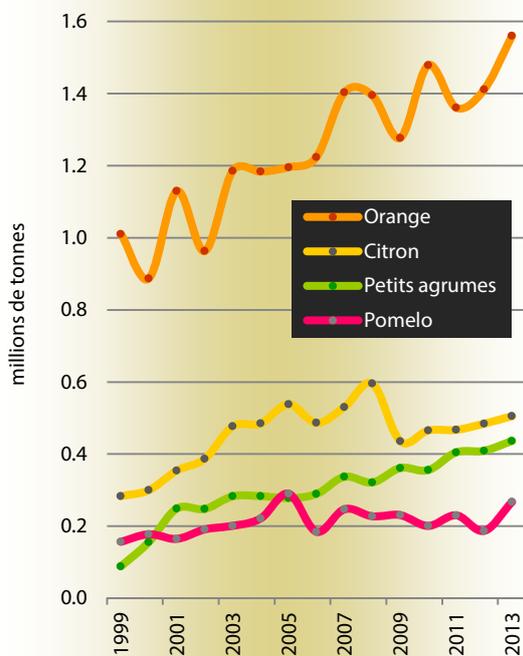
Stable le marché des agrumes de l'hémisphère Sud ? C'est ce que pourrait laisser penser la donnée — trompeuse — du cumul exporté toutes familles d'agrumes confondues, qui plafonne à environ 2.5 millions de tonnes depuis 2007 (exception faite du petit sursaut de 2013). Le décrochage brutal des volumes de citron, intervenu à la fin de la décennie 2000, masque une croissance régulière et solide du marché des autres familles hors pomelo. Les exportations d'orange ont progressé de près de 400 000 t ces dix dernières années, malgré un déclin des volumes absorbés par l'UE. Les marchés d'Asie, du Moyen-Orient et, dans une moindre mesure, des États-Unis ont été particulièrement dynamiques. Quant aux petits agrumes, le commerce mondial a progressé de plus de 100 000 t, les États-Unis, la Russie et l'Asie ayant été les principales locomotives. Pomelo et citron sont les deux parents pauvres. L'érosion est de mise en pomelo, l'UE-28 déclinant plus nettement que le Japon ces dernières années. Le marché du citron a, lui, retrouvé une certaine dynamique, mais pas son niveau de la fin de la décennie 2000.

Agrumes de l'hémisphère Sud
Commerce mondial

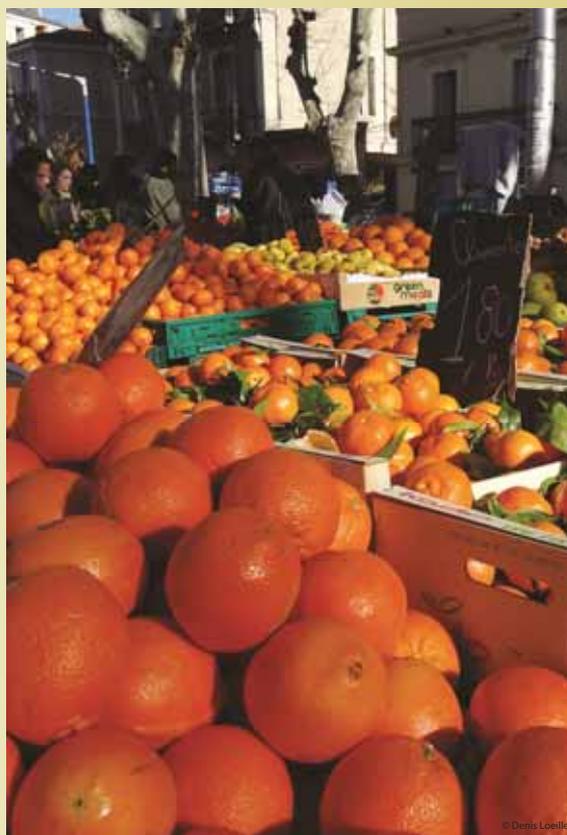


Source : douanes

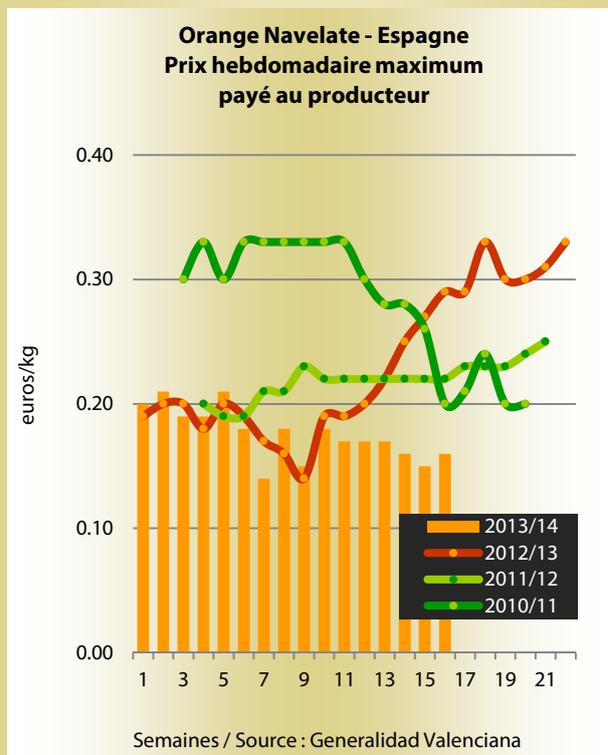
Agrumes de l'hémisphères Sud
Exportations mondiales par famille



Source : douanes



© Denis Loelliet



tout, l'offre de fruits à noyau s'annonce très large dans tous les grands pays producteurs d'Europe du Sud. Les conditions climatiques ont été très favorables pour toutes les familles de ces fruits, l'hiver ayant été doux (aucune perte de production due au gel à déplorer). De plus, les surfaces de pêche et nectarine continuent de légèrement progresser en Espagne, au détriment des fruits à pépins. Ainsi, pêches, nectarines, abricots et cerises devraient afficher un niveau de production supérieur à la moyenne en Espagne, France et Italie (cumul méditerranéen en progression de 10 à 12 % par rapport à 2013 et de 6 à 7 % par rapport à la moyenne 2009-2012 pour les pêches et nectarines selon Europech). Facteur aggravant : l'attractivité des abricots continuera de progresser grâce à la rénovation de la gamme variétale intervenue ces dernières années.

Des reliquats d'agrumes méditerranéens beaucoup plus présents qu'en 2013

Les volumes de la production méditerranéenne seront aussi plus présents qu'en 2013. La prolongation de la campagne d'hiver de petits agrumes, liée au développement de la production de variétés tardives comme l'Or d'Israël ou le Nadorcott d'Espagne et du Maroc, peut être perçue comme un point positif. Elle permet aux origines de l'hémisphère Sud de bénéficier d'une dynamique de vente déjà établie et d'éviter une rupture de gamme dans la grande distribution.

En revanche, le risque de télescopage entre les productions des deux hémisphères apparaît des plus importants en pomelo en mai et surtout en orange. Les disponibilités en Navelate d'Espagne demeurent très larges. Les importantes surfaces d'oranges de table tardives et super tardives, mises en place jusqu'à la fin de la dernière décennie, continuent de monter en puissance, alors que la demande a été particulièrement molle, vraisemblablement en raison de la douceur de l'hiver. L'Égypte, forte d'une production d'orange à nouveau en progression, reste aussi plus présente qu'en 2013. Le constat est similaire en pomelo : la production a été soutenue tant en Israël qu'en Turquie, l'important recul de la demande en Russie se surajoutant à un problème structurel de déconsommation en Europe de l'Ouest qui semble s'amplifier.

Les prix ont été des plus mauvais durant toute la saison pour ces deux familles d'agrumes, aucune amélioration ne se dessinant pour la fin de saison. Quant au citron, les volumes de Verna d'Espagne restant à commercialiser semblent eux aussi supérieurs à ceux de 2013, les prix affichant néanmoins pour cette variété un niveau convenable.

Un accès au marché plus difficile pour l'Argentine et l'Uruguay et une épée de Damoclès plus menaçante que jamais pour l'Afrique du Sud

Enfin, pour corser le tout, les conditions d'accès au marché paraissent plus difficiles ou incertaines qu'en 2013 pour la plupart des origines majeures. A la différence des campagnes précédentes, les productions d'Argentine et d'Uruguay ne bénéficieront plus de droits de douane nuls. En effet, les agrumes ne font plus partie des produits bénéficiant du Schéma de Préférences Généralisées et les importateurs devront acquitter cette saison une taxe allant de 6 % pour le citron à 16 % pour les petits agrumes, en passant par 10 % pour l'orange (source Export helpdesk - UE). Enfin, si les frontières de la Communauté ont été rouvertes aux agrumes d'Afrique du Sud depuis janvier, sans modification des mesures de contrôle du black spot, le risque d'une fermeture soudaine plane toujours. Une telle décision, ou l'éventuelle modification des règles d'accès qui pourrait être décidée lors de la réunion de la DG SANCO du 26 ou 27 mai, changerait bien entendu radicalement le scénario de cette campagne, et pas seulement au niveau du marché européen. Les professionnels sud-africains n'ont pas ménagé leurs efforts pour éviter d'atteindre le seuil fatidique de cinq interceptions, synonyme de blocage des frontières (renforcement des contrôles aléatoires, retrait de l'agrément d'exportation vers l'UE à près de 1 200 vergers, soit dix fois plus qu'en 2013, etc.).

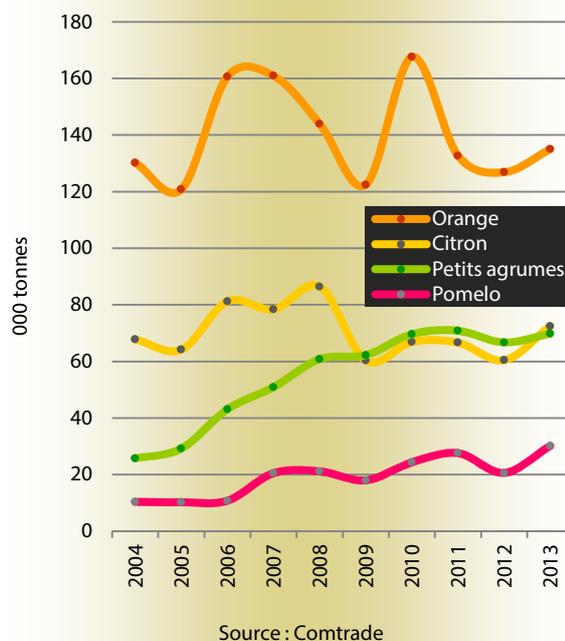
Trouver des marchés alternatifs, mais hors d'Europe !

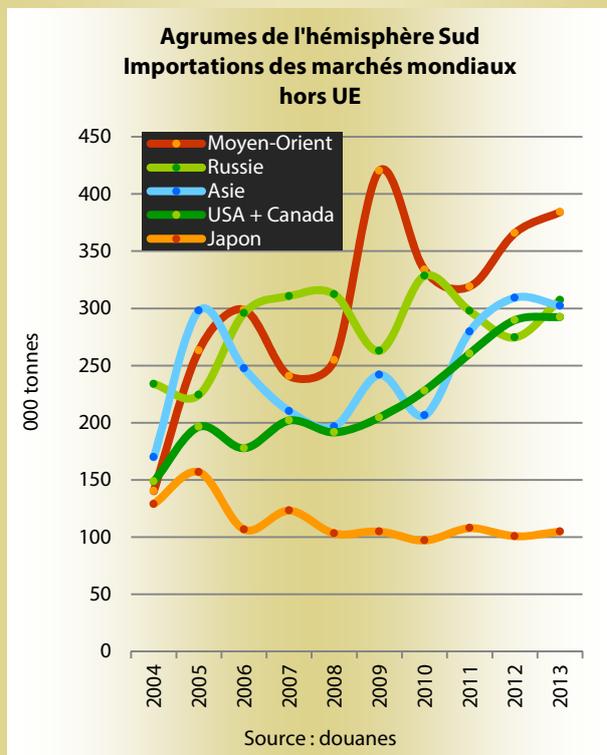
Vu les contraintes évoquées précédemment, le marché communautaire paraît donc à haut risque, en particulier en orange et pomelo en début de saison. La prudence s'impose, les niveaux d'importation risquant de se situer dans la fourchette basse, en particulier pour les deux familles citées. Les autres marchés mondiaux, qui absorbent près de 50 % du commerce mondial d'agrumes d'été, semblent constituer des alternatives plus qu'intéressantes cette saison. Pour autant, certains sont eux aussi à envisager avec la plus grande prudence. C'est le cas de la Russie, deuxième marché au monde après l'UE avec des importations stabilisées à 300 000 t ces dernières années (soit un peu plus de 10 % du commerce mondial). La dévaluation de près de 20 % du rouble par rapport à la saison passée va sans aucun doute détourner bon nombre d'exportateurs de ce marché. La campagne export de poire d'Argentine, qui se solde par un recul de 20 % des exportations par rapport à 2013 malgré des prix en baisse, en est la claire illustration.



© Carolina Dawson

Agrumes de l'Hémisphère Sud - Russie
Importations





Des marchés relativement ouverts en Amérique du Nord et en Asie

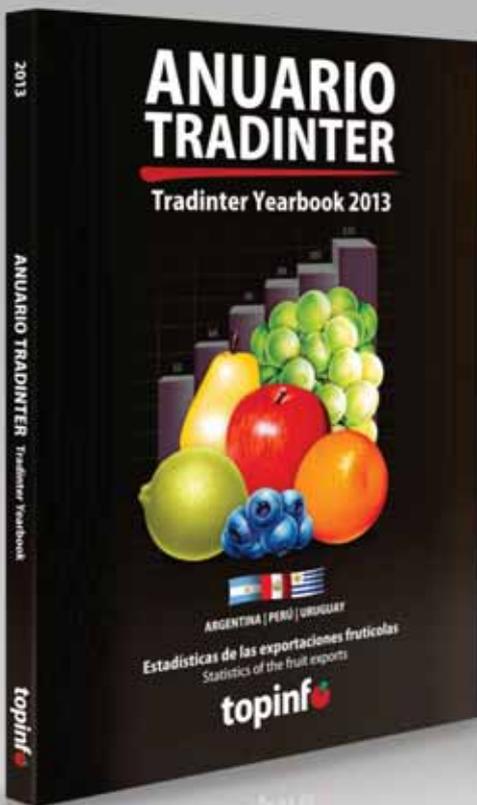
C'est donc plutôt hors d'Europe qu'il faudra viser cette année pour absorber la croissance de la production de certaines origines. Les États-Unis et le Canada apparaissent comme des valeurs relativement sûres. Les prix y affichent un niveau sensiblement supérieur à celui de la saison passée, en raison des pertes de production causées par le gel en Californie. Nul doute que l'Afrique du Sud, qui démarrera cette campagne un test de protocole sanitaire simplifié (réduction du temps de traitement de désinsectisation au froid notamment), cherchera à en profiter. Il en va de même pour l'Uruguay qui, pour la première fois, verra les portes de ce marché ouvertes dès le début de saison. Pour autant, l'envergure de ces deux marchés ne doit pas non plus être surestimée, les importations moyennes étant d'environ 200 000 t pour les États-Unis et de 100 000 t pour le Canada lors d'une année de production californienne normale. La demande devrait aussi être d'un assez bon niveau en Asie, grâce à la croissance naturelle de marchés comme la Chine, la Malaisie, les Philippines ou la Corée du Sud. En revanche, la prolongation vraisemblable de la saison égyptienne sur les marchés du Moyen-Orient, qui absorbent des volumes importants de l'ordre de 400 000 t, est à considérer au moins en début de saison ■

Eric Imbert, CIRAD
eric.imbert@cirad.fr



De vrais progrès dans les négociations pour la réouverture des USA au citron d'Argentine ?

Les organismes d'inspection sanitaire de végétaux des États-Unis (APHIS) et d'Argentine (SENASA) viennent d'écrire un nouvel épisode de la saga qui vise à la réouverture du marché américain au citron d'Argentine, saga qui dure depuis 2001. Les travaux de deux organismes de recherche ont démontré que le citron n'était pas hôte de *Xylella fastidiosa*, bactérie à l'origine de la chlorose variéguée, et que la maladie ne pouvait être transmise par les pépins. Les autorités américaines ont déclaré que cet argument devrait permettre d'accélérer le processus de réouverture des frontières aux citrons en provenance du nord-ouest de l'Argentine et qu'il aura aussi, par conséquent, un impact positif sur les négociations relatives aux « agrumes doux ».



Tradinter Yearbook

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



Tradinter Report®

Weekly market reports

Europe - USA - Russia - Asia - Argentina - etc. •

Specialists in Argentina's fresh
produce business •

Production areas, crop progress
and condition, forecasts •

Market comprehension
(studies, analysis, weekly shipments) •

Argentine independent consultants
reliable and unbiased fresh fruit market information

www.top-info.com.ar

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

topinf

Marché européen du citron de contre-saison

Limonades de luxe !

Certes, la consommation de citron d'été est figée entre 220 000 et 250 000 t depuis six ans. Certes, elle est aussi parfaitement inélastique. Certes encore, les volumes de citron tardif d'Espagne (Verna) paraissent légèrement plus importants que la saison passée en raison d'une production un peu plus généreuse (+ 15 % par rapport à 2012 et 2013). Pourtant, c'est bien le citron qui semble le moins incertain de tous les marchés d'agrumes d'été cette saison. La raison évidente est bien sûr la faiblesse de la production argentine. Le principal exportateur mondial de citron de l'hémisphère Sud, qui assure les trois quarts de l'approvisionnement du marché communautaire durant l'été, disposerait d'une récolte d'environ 700 000 t, inférieure de 40 à 50 % à celle de la saison précédente. Un niveau de production qui ne représente même pas les volumes moyens mis annuellement à la transformation, qui oscillent entre 800 000 t et un million de tonnes ! Et l'industrie a plus que jamais cette saison les moyens de payer décemment la matière première, les cours de l'huile essentielle enregistrant une nouvelle flambée : avec 43 000 USD la tonne fin avril selon FoodNews, ils se rapprochent du point haut historique à 45 000 USD/t connu en 2008 et marquent une progression de plus de 15 000 USD/t sur ceux de 2013. Dans ce contexte, l'Argentine sera-t-elle en mesure de maintenir son niveau moyen d'exportation vers la Communauté, qui se situe entre 160 000 et 190 000 t ? La question se pose, certains professionnels tablent sur une baisse des volumes d'environ 30 % (200 000 t contre un peu plus de 280 000 t en 2013). Ce qui est sûr, c'est que les envois ne se feront pas dans n'importe quelle condition de prix. Un report vers l'UE d'une partie des 40 000 t annuelles exportées vers le marché russe, qui paraît peu attractif cette saison, pourrait contribuer à atténuer sensiblement le déficit.

Le contexte semble donc des plus favorables pour l'Afrique du Sud, deuxième acteur du marché communautaire. La production est au rendez-vous. La récolte devrait retrouver un niveau normal dans la Sundays River, principal pôle de production du pays. De plus, les extensions de surface dans la région de Senwes (Mpumalanga) commencent à porter leurs fruits. Ainsi, le potentiel export pourrait atteindre un niveau record dépassant pour la première fois 12 millions de colis de 15 kg. Mais il y a un mais ! Les exportateurs resteront vraisemblablement prudents par rapport au marché communautaire, les principales zones de production étant situées dans des secteurs de prévalence faible à élevée pour le black spot.

Les origines de complément ne devraient guère être très présentes dans l'UE. Le marché américain semble très attractif, le gel survenu cet hiver ayant provoqué la perte d'environ 20 % de la récolte californienne selon les sources officielles. Le prix moyen calculé par l'USDA dépassait les 26 USD par caisse fin avril, contre 20 à 22 USD les deux saisons précédentes. Le Chili, fournisseur historique du marché, devrait donc rester focalisé sur son marché naturel. L'Uruguay, « petit » acteur sur le marché communautaire, devrait être plus que jamais discret. Le marché des États-Unis sera ouvert, pour la première fois, dès le début de la saison.



© Eric Imbert

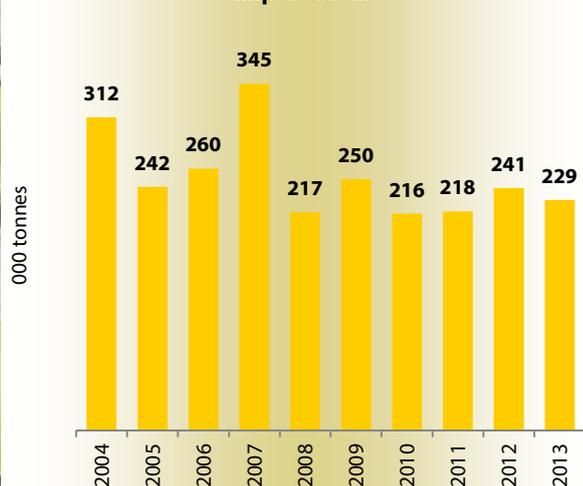


Citron — Hémisphère Sud
Estimation du potentiel export

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Afrique du Sud	182 000	+ 14 %	+ 17 %
Argentine	200 000	- 29 %	- 24 %
Uruguay	17 000	+ 37 %	+ 20 %
Total	399 000	- 12 %	- 8 %

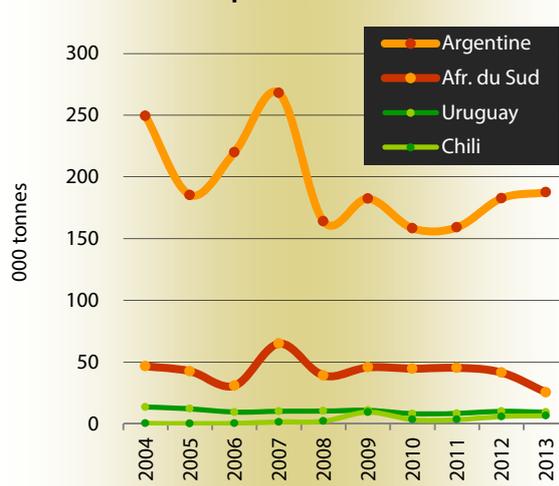
Sources professionnelles, Shaffe

Citron de contre-saison - UE-28
Importations



Source : Eurostat

Citron de contre-saison - UE-28
Principaux fournisseurs



Source : Eurostat

Citron de contre-saison — Union européenne — Importations

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total, dont	311 618	242 182	260 389	344 793	216 854	250 009	215 532	217 737	241 025	229 253
Argentine	249 449	185 303	219 942	267 893	163 969	182 387	158 391	159 063	182 580	187 449
Afrique du Sud	46 571	42 466	30 722	64 830	39 007	45 633	44 532	45 233	41 385	25 363
Uruguay	13 512	11 983	9 342	10 002	10 166	10 762	8 064	8 280	9 959	9 194
Chili	95	25	187	1 353	1 888	9 275	3 211	3 217	5 751	6 333
Rép. dom.	3	38	99	237	1 172	1 947	1 198	1 943	1 256	632
Brésil	1 573	2 366	96	477	652	5	136		92	249
Zimbabwe	415	0	2	3				0	2	32

Source : Eurostat

Marché européen de l'orange de contre-saison

Comment prendre le relais de la « pire campagne d'hiver de l'histoire » ?

C'est, sans conteste, la question qui doit hanter les nuits des exportateurs sud-africains. La récolte est de nouveau très importante cette saison en Afrique du Sud. Le potentiel export de Navel devrait atteindre un niveau historique. Parmi les trois principaux pôles de production qui assurent les trois quarts des exportations du pays, deux affichent une progression de 5 à 10 % (Western Cape et Sundays River), Senwes reculant d'environ 10 %. Les volumes disponibles en Valencia s'annoncent légèrement inférieurs à ceux de la campagne record de 2013, mais conservent un niveau très soutenu. La petite hausse de la production attendue à Letsitele (25 % de la récolte sud-africaine) et à Hoedspruit ne compense que partiellement la baisse des autres grands pôles (Sundays River et surtout Senwes). Or, le marché communautaire paraît bien difficile cette saison. Certes, il n'absorbe plus 50 % des exportations de l'origine, comme c'était encore le cas à la fin des années 2000. Mais, avec environ 400 000 à 430 000 t importées ces dernières années, il reste néanmoins le principal marché de l'Afrique du Sud. Ce ne sont pas les autres concurrents de l'hémisphère Sud que doit redouter l'Afrique australe, car elle est de plus en plus solidement implantée dans l'UE avec une part de marché passée en dix ans d'un peu plus de 50 % à près de 80 %. L'Argentine et l'Uruguay ne sont plus que des origines de complément sur le vieux continent. L'effet positif de la dévaluation du peso argentin sur la compétitivité risque d'être contrebalancé par un régime douanier moins favorable à l'entrée dans l'UE-28 depuis le 1^{er} janvier (droit de douane de 10 % sur les oranges, au lieu de l'exception en vigueur jusqu'alors), mesure qui touche aussi l'Uruguay. C'est plutôt le niveau de la demande qui risque de poser problème. Les importations annuelles toutes origines confondues ont oscillé ces cinq dernières années entre 530 000 t et 655 000 t. Tout porte à croire qu'il faut privilégier une hypothèse extrêmement conservatoire cette saison. La consommation a été des plus mauvaises durant l'hiver et elle l'est toujours en ce début de printemps. Par ailleurs, l'Espagne, qui assure 70 % de l'approvisionnement du marché communautaire, dispose de reliquats de volumes très importants à commercialiser tant en orange à jus qu'en orange de table. La récolte de Valencia semble d'un niveau moyen similaire à celui de la saison passée, mais elle a démarré très tardivement en raison de la mévente en Salustiana. Quant aux Navel tardives et super tardives, les ventes sont molles alors que la production culmine du fait de l'entrée en production des nouveaux vergers plantés entre le milieu et la fin de la décennie 2000. La faiblesse du calibrage, moins marquée toutefois qu'en Naveline, pourrait peut-être permettre d'alléger un peu la pression. La montée en puissance, chaque année plus sensible, de l'Égypte est aussi un facteur de concurrence supplémentaire sur les marchés d'Europe de l'Est mais aussi dans l'UE-28.

Fort heureusement, certains marchés de diversification semblent beaucoup moins sombres que l'UE-28. Les prix sont attractifs aux États-Unis, suite aux pertes de production subies par la Californie durant l'hiver (plus de 20 USD par colis fin avril contre 14 à 16 USD les deux saisons dernières). La mise en place, à titre de test, d'un protocole sanitaire simplifié pour l'Afrique du Sud est un facteur d'attractivité supplémentaire. Les marchés d'Asie devraient aussi continuer de croître (Chine, Malaisie, Corée, etc.). En revanche, la prudence reste vraisemblablement de mise au Moyen-Orient en raison d'une présence égyptienne plus marquée que les autres années.



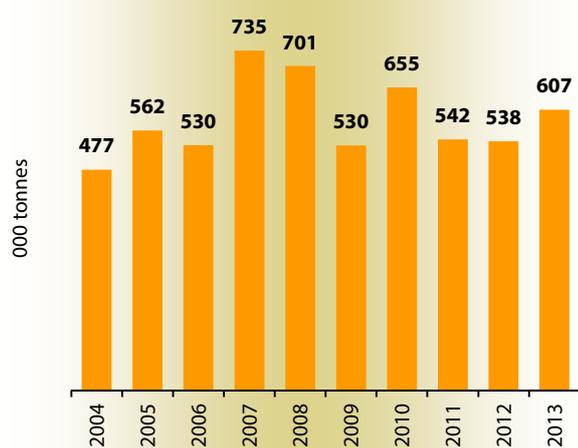
© Eric Imbert

Orange — Hémisphère Sud Estimation du potentiel export

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Afrique du Sud	1 130 000	- 2 %	+ 8 %
Argentine	50 000	- 37 %	- 56 %
Uruguay	75 000	+ 7 %	+ 12 %
Total	1 255 000	- 4 %	+ 2 %

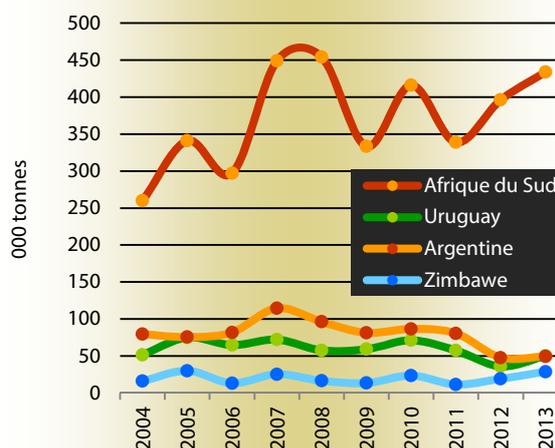
Sources professionnelles, Shaffe

Orange de contre-saison - UE-28 Importations



Source : Eurostat

Orange de contre-saison - UE-28 Principaux fournisseurs



Source : Eurostat

Orange de contre-saison — Union européenne — Importations

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

Source : Eurostat

Marché européen du pomelo de contre-saison

Des volumes lourds et des marchés plus étroits que jamais

Tout comme en orange, ce ne sont pas les concurrents de l'hémisphère Sud qui poseront problème à l'Afrique du Sud cette saison. Ce pays est aujourd'hui en position de quasi-monopole durant l'été, l'Argentine ayant abandonné la partie depuis la fin des années 2000. Pour autant, cette absence de concurrence est encore moins synonyme de promenade de santé que les autres années. D'une part, la récolte n'atteindra pas le niveau record de 2013, mais restera particulièrement importante, les fruits étant plutôt bien calibrés. D'autre part, la saison démarrera dans un contexte plutôt lourd dans l'UE. Malgré des arrivages en baisse et en déclin précoce, des stocks significatifs de fruits floridiens resteront disponibles durant la première partie du mois de mai. La campagne méditerranéenne a été catastrophique (recul significatif des volumes et des prix), mais devrait se terminer plus précocement. Le bilan — plus qu'en demi-teinte — de cette saison d'hiver met en lumière le troisième problème auquel sont confrontés tous les acteurs de ce marché : une déconsommation chaque année plus prononcée. Enfin, il y a fort à craindre que les marchés alternatifs ne soient pas en mesure d'absorber des volumes plus soutenus, voire même équivalents, à ceux de la saison passée. Le Japon, l'autre marché principal de l'Afrique du Sud avec l'UE-28, maintiendra-t-il encore un niveau d'importation d'environ 50 000 t, malgré un nouvel effondrement du marché d'hiver ? En effet, les arrivages de Floride ont enregistré une baisse de 25 % entre 2012-13 et 2013-14, soit environ 1 million de colis perdus. Les campagnes précédentes montrent que, jusqu'à présent, le déclin du marché d'hiver n'a jamais affecté celui de contre-saison. En revanche, on peut être plus inquiet en ce qui concerne le marché russe, troisième marché de l'Afrique du Sud en 2013 avec environ 25 000 t. La dévaluation du rouble risque fort de renchérir les prix de détail et de détourner les exportateurs de cette destination. Seule bonne nouvelle dans ce panorama bien sombre : la possible tardiveté de la saison mexicaine, qui pourrait rallonger un peu la période de commercialisation de l'Afrique du Sud.



Pomelo — Hémisphère Sud Estimation du potentiel export

en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Afrique du Sud	251 000	- 6 %	+ 18 %

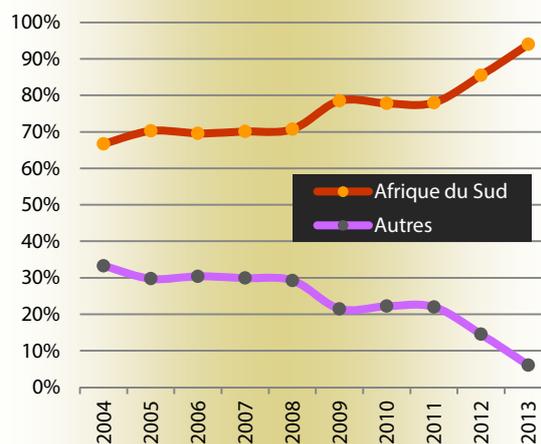
Sources professionnelles, Shaffe

Pomelo de contre-saison - UE-28 Importations



Source : Eurostat

Pomelo de contre-saison - UE-28 Parts de marchés des principaux fournisseurs



Source : Eurostat

Pomelo de contre-saison — Union européenne — Importations

en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total, dont	83 676	138 291	104 771	129 566	122 792	112 876	101 410	120 529	88 210	111 461
Afrique du Sud	55 833	97 170	72 924	90 825	86 852	88 616	78 897	94 006	75 412	104 725
Zimbabwe	1 436	5 001	2 227	3 556	1 409	1 947	2 053	2 228	1 360	2 414
Swaziland	5 369	7 197	7 210	10 085	9 260	6 707	9 906	14 986	8 480	2 328
Argentine	19 583	26 869	17 627	23 186	24 171	14 828	9 129	8 276	1 485	1 080
Chili	200	474	2 513	959	719	70	363	18	176	105
Mozambique	780	919	120	0	0	240	669	1 016	840	89
Uruguay	401	576	2 063	775	298	213	140	0	0	0
Autres	75	85	87	180	83	255	251	0	457	721

Source : Eurostat

Marché européen des petits agrumes de contre-saison

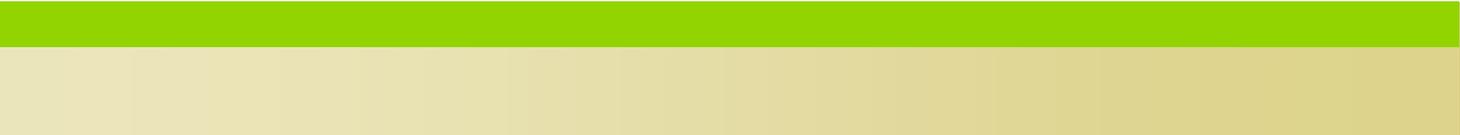
Chaises musicales sur un marché qui ne progresse plus

Sans surprise, la récolte de petits agrumes des pays producteurs de l'hémisphère Sud promet d'être plus importante en 2014. Les surfaces plantées, qui se sont largement développées dans la plupart des pays producteurs de l'hémisphère Sud ces dernières années, continuent de monter en puissance. C'est une nouvelle campagne record qui s'annonce en Afrique du Sud. Les exportations du premier fournisseur du marché communautaire devraient dépasser les 9 millions de colis et marquer une progression d'environ 8 % par rapport à la saison passée. La hausse serait d'environ 6 % en Satsuma, 7 % en clémentine et d'un peu plus de 8 % en hybrides. Une dynamique qui devrait s'accroître encore plus sensiblement dans les années à venir, en particulier en hybrides (famille la plus plantée en Afrique du Sud depuis 2009 et qui représente de 20 à 25 % des ventes totales de plants d'agrumes depuis cette date). Le Pérou, en deuxième position sur le marché communautaire depuis quelques années, ne sera pas en reste. Les exportations toutes destinations confondues devraient croître d'un peu plus de 10 % et approcher pour la première fois la barre symbolique des 100 000 t. La hausse sera particulièrement sensible en Satsuma (+ 30 %) et en W. Murcott.

Si l'offre semble donc sensiblement plus large pour la plupart des pays exportateurs, l'appétit des consommateurs européens ne doit pas être surestimé, en particulier dans un contexte de forte concurrence des fruits d'été. Les chiffres de la campagne 2013 ont malheureusement confirmé ceux des campagnes précédentes : la consommation de petits agrumes ne progressent plus durant la saison estivale, et ce depuis 2010. Les quantités importées ont même perdu un peu plus de 10 000 t depuis cette date. Les marchés du Royaume-Uni et de l'Irlande, qui absorbent plus de 50 % des importations totales de l'UE-28, continuent de se développer. En revanche, c'est le calme plat en Scandinavie, deuxième marché de la Communauté, où les volumes ne progressent plus. Les autres marchés de l'UE-28 restent très peu consommateurs, aucune dynamique ne semblant se profiler. Fort heureusement, le marché des États-Unis paraît très ouvert. Le rythme de croissance des exportations, de l'ordre de 10 000 t par an en moyenne ces dernières années, pourrait connaître un pic conjoncturel vu la fin précoce de la saison californienne.

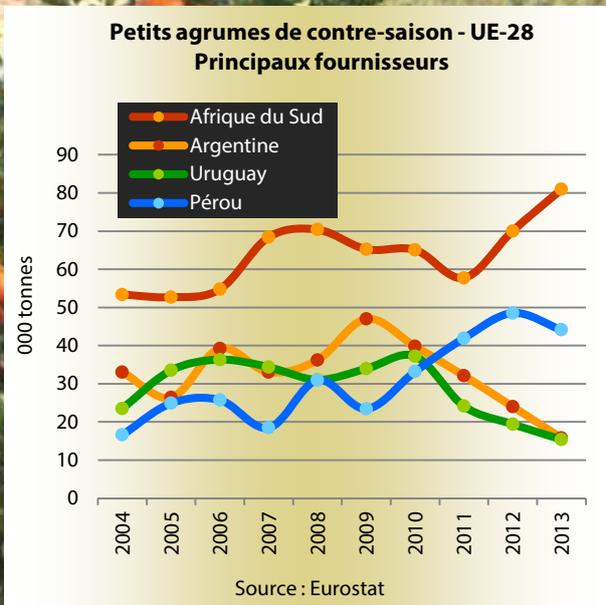
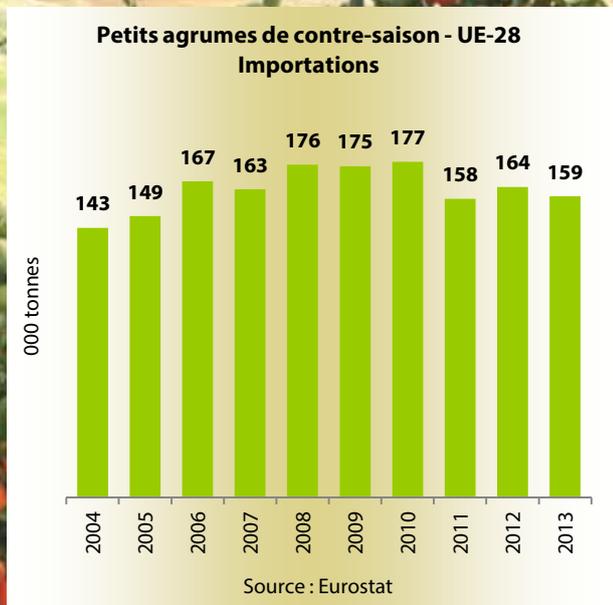


© Eric Imbert



Petits agrumes — Hémisphère Sud Estimation du potentiel export			
en tonnes	2014	Comparaison	
		2013	moyenne 2010-2013
Afrique du Sud	138 000	+ 9 %	+ 20 %
Argentine	90 000	+ 2 %	- 15 %
Pérou	94 000	+ 23 %	+ 42 %
Uruguay	48 000	+ 29 %	+ 18 %
Total	370 000	+ 12 %	+ 13 %

Sources professionnelles, Shaffe



Petits agrumes de contre-saison — Union européenne — Importations										
en tonnes	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total, dont	142 647	148 776	167 143	162 971	175 929	175 157	177 400	157 853	164 109	159 344
Afrique du Sud	53 378	52 683	54 790	68 412	70 389	65 261	65 100	57 755	70 030	80 939
Pérou	33 023	26 403	39 271	33 022	36 243	47 020	39 800	32 130	24 025	15 818
Argentine	23 548	33 519	36 336	34 359	31 046	33 948	37 200	24 160	19 431	15 421
Uruguay	16 611	24 924	25 728	18 469	30 981	23 414	33 200	41 925	48 536	44 139
Australie	10 925	6 770	7 618	6 950	4 886	2 249	1 400	1 560	1 314	1 012
Chili	2 584	3 288	2 059	93	441	378	200	102	310	112
Brésil	756	456	710	652	926	2 214	500	220	463	1 903

Source : Eurostat

Litchi de Madagascar en 2013-14

Une troisième saison au beau fixe



Une campagne satisfaisante est toujours à marquer d'une pierre blanche. Que deux bonnes campagnes se suivent relève parfois de la coïncidence. Mais trois campagnes à la suite, cela ne doit rien au hasard. C'est sans doute la première constatation d'ordre général qui peut être tirée des dernières saisons d'exportation du litchi de Madagascar.

© Clio Delanoue



© Clio Delanoue

Avec environ 17 785 tonnes de litchi exportées en 2013-14, Madagascar renoue avec ses années les plus fastes en termes de volumes. Il faut, en effet, remonter à la campagne 2010-11 pour retrouver des quantités similaires (17 700 t). La cure d'amai-grissement volontairement infligée en 2011-12 (14 000 t), par les acteurs mêmes de la filière malgache, avait sans nul doute favorisé son redressement après la sévère crise de 2010-11. En 2012-13, après la bonne campagne précédente, les tonnages exportés s'étaient accrus pour atteindre 16 220 t. La dernière campagne s'est inscrite dans le même mouvement avec 1 500 tonnes supplémentaires. La répartition des volumes exportés fait ressortir un tassement progressif des quantités expédiées par avion, passées de 510 t en 2011-12 à 460 t en 2012-13, pour s'établir finalement à 405 t lors de la dernière campagne. En revanche, les tonnages exportés par bateau ont globalement augmenté et sont à l'origine de la progression sur les trois dernières saisons. Si les quantités expédiées par navires conventionnels ont fortement augmenté entre 2011-12 et 2012-13 (+ 1 750 t), elles se sont avérées moins importantes entre 2012-13 et 2013-14 avec 880 t supplémentaires. Quant à celles parvenues par conteneurs maritimes, elles ont gonflé les quantités totales avec 480 t supplémentaires en 2012-13 et 740 t en 2013-14.

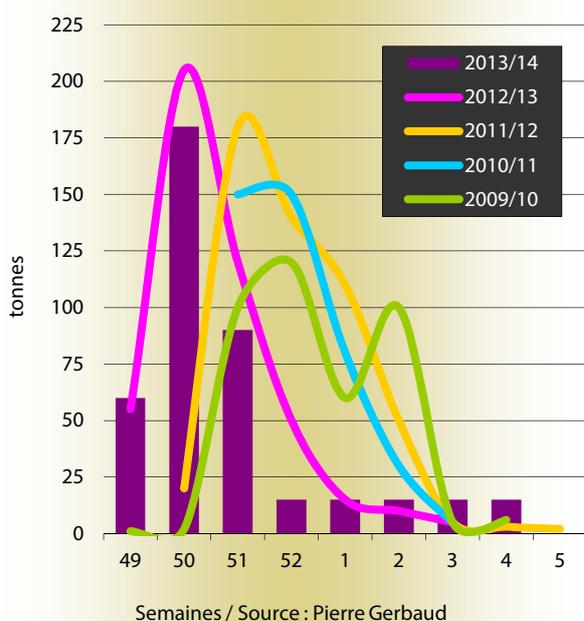
Une précocité renouvelée

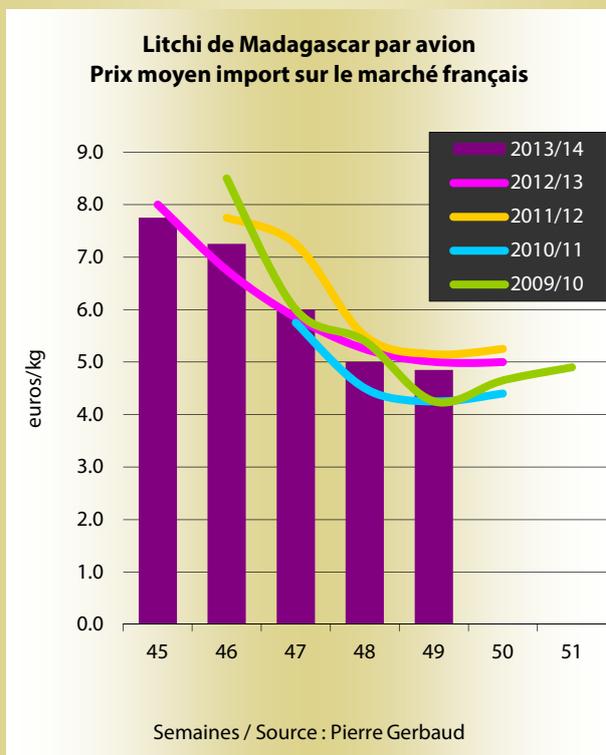
A l'instar de la précédente, la saison 2013-14 s'est caractérisée par un démarrage précoce et un niveau de production conséquent. Ces facteurs ont permis la mise en place d'une logistique maritime adéquate pour alimenter le marché européen à l'occasion des fêtes de fin d'année, période privilégiée pour la commercialisation du litchi. En revanche, cette précocité n'a peut-être pas servi la campagne avion, commencée loin des fêtes de fin d'année et en même temps que celles des origines concurrentes de l'océan Indien.

Une campagne avion concurrentielle sur fond de crise

La campagne avion a débuté en semaine 45, comme l'année précédente. La précocité de la production de l'ensemble des origines de l'océan Indien a entraîné un démarrage simultané de la mise en marché des litchis, dans une ambiance peu dynamique. Après le succès d'estime des premiers envois écoulés au travers des circuits de distribution traditionnels, les ventes se sont rapidement orientées à la baisse. Les litchis de Madagascar, fortement concurrencés par ceux des origines voisines, trouvaient difficilement leur place sur le marché, d'autant que les volumes cumulés étaient importants. La demande s'avérait encore timide compte tenu des prix élevés pratiqués au stade de détail. En semaine 47, les quantités malgaches

Litchi de Madagascar par avion
Arrivages hebdomadaires sur le marché européen





culminaient à 180 t, participant à l'engorgement du marché. Dès la semaine suivante, les opérateurs réduisaient leur approvisionnement et tentaient d'ouvrir le marché en direction de la grande distribution et des marchés extérieurs afin de fluidifier les ventes. Les flux fléchissaient nettement en semaine 48, avec des prix se stabilisant autour de 5.00 euros/kg. L'arrivée des premiers litchis acheminés par bateau en semaine 50 mettait fin aux apports par avion, à l'exception de petits lots de fruits non traités dont la campagne se poursuivait jusqu'en fin d'année.

Depuis les trois dernières années, on observe un fléchissement des importations de litchi de Madagascar, qui traduit l'âpreté de la mise en marché du produit. Les premiers arrivages, début novembre, entament la saison des origines de l'océan Indien, sur un marché européen encore peu orienté vers les produits festifs. Année après année, la mise en marché demeure difficile dans un climat économique où les consommateurs sont de plus en plus attentifs au prix des fruits. La grande distribution reste prudente durant ces débuts de campagne où il est tentant de communiquer sur de nouveaux produits, tout en étant limité par les volumes disponibles et les prix élevés pratiqués. Par ailleurs, distributeurs et consommateurs savent pertinemment que, juste avant les fêtes de fin d'année, les litchis seront disponibles en quantité et à des prix nettement plus attractifs.

La concurrence avec les autres origines de l'océan Indien constitue également un facteur limitant pour les produits malgaches. Plusieurs d'entre elles bénéficient de conditions tarifaires plus compétitives sur le fret aérien, ce qui leur donne une plus grande latitude sur les prix de vente. Enfin, les fruits de Madagascar sont généralement de qualité standard là où les autres origines se spécialisent dans une gamme de plus haute tenue. Ainsi, l'Afrique du Sud valorise ses produits grâce à un calibrage plus important, même si par ailleurs la coloration reste souvent moins attractive. Dans un autre domaine, la Réunion s'est spécialisée dans les litchis non traités, élément de plus en plus pris en compte par les consommateurs en dépit de prix plus élevés. On avancera bien sûr l'argument selon lequel à chaque type de produit ou d'origine correspond un créneau de marché. Mais force est de constater que la concomitance des livraisons entraîne une confrontation directe des différentes qualités de litchi, source de distensions commerciales.

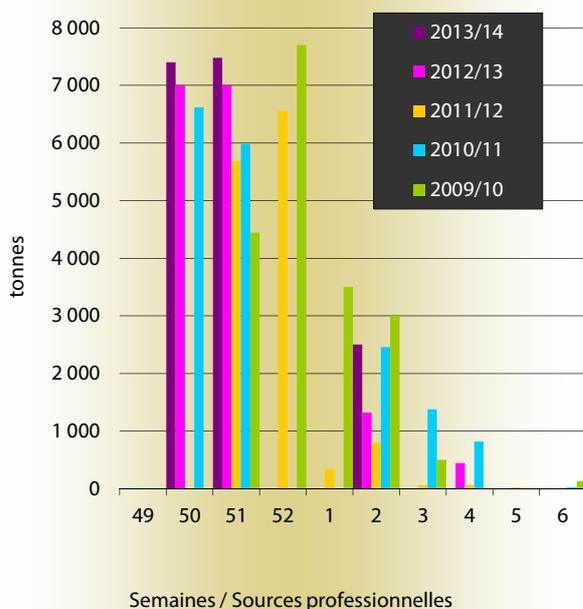
Une campagne maritime réussie, mais plus ardue

La précocité de la production a permis une nouvelle fois une logistique sereine pour présenter les litchis de Madagascar aux consommateurs européens un peu avant Noël. Ainsi, il a été possible d'organiser le chargement dans des conditions satisfaisantes et non précipitées, facteur important



© Guy Brehinier

Litchi de Madagascar par bateau
Arrivages hebdomadaires sur le marché européen



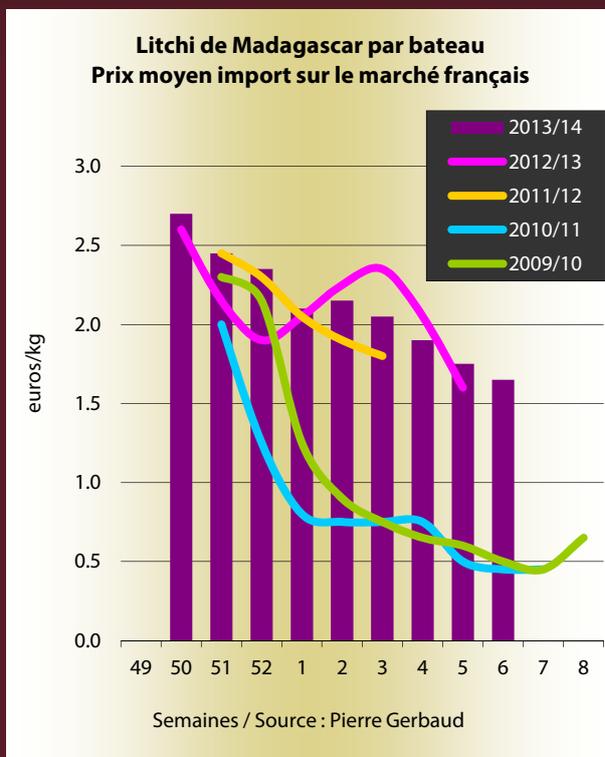
pour une recherche de qualité (temps de récolte plus étalé, délai de traitement, de conditionnement et de chargement plus large). L'ouverture officielle de la campagne est intervenue le 18 novembre, en tenant compte de l'état de maturité d'une masse suffisante de fruits pour le chargement des navires conventionnels programmés. Le premier bateau a effectué son chargement à partir de l'ouverture de la campagne et a quitté le port de Tamatave le 22 novembre. Le second bateau était chargé dans la continuité du 23 au 26 novembre. Ils sont arrivés en Europe respectivement les 9 et 16 décembre, ce qui a permis de bien irriguer les marchés, tout en bénéficiant de deux week-ends de commercialisation avant Noël.

La mise en vente des premiers litchis bateau s'est effectuée à un prix un peu supérieur à celui de l'année précédente, prenant en compte l'augmentation des coûts d'approche. La cargaison du premier navire s'est écoulee majoritairement avant les fêtes, à un cours fléchissant progressivement mais toujours assez ferme. Alors qu'en 2012-13 les prix s'étaient rétractés plus rapidement mais avaient rebondi en fin d'année, ils ont cette fois-ci poursuivi leur repli de façon linéaire jusqu'en fin de campagne. En effet, la saison précédente, les litchis des navires conventionnels avaient bénéficié de ventes plus fluides et plus rapides, créant un creux d'approvisionnement relatif entre les navires conventionnels et les premiers conteneurs retardés à cause de difficultés de navigation. Ce scénario ne s'est pas renouvelé et on a assisté à un continu fléchissement des cours. Les litchis arrivés par conteneurs en deuxième semaine de janvier rencontraient des conditions de marché plus difficiles, accentuées par l'augmentation des volumes programmés pour cette dernière phase de campagne. La plus grande fragilité des fruits et leur moindre tenue précipitaient la fin de campagne et les prix se fixaient alors à un niveau inférieur à celui de la saison antérieure. Si les résultats économiques de la dernière campagne sont indéniablement satisfaisants, ils ont semblé moins robustes et plus difficiles à atteindre.

Un marché surestimé ?

Le bon déroulement des dernières campagnes a incité les opérateurs à augmenter progressivement leurs volumes vers les marchés européens. Mais la dernière saison a montré quelques signes d'essoufflement, notamment en fin de période. Dans l'état actuel du marché, on peut estimer à 16 000 t les volumes commercialisables dans de bonnes conditions, si l'on se réfère à l'historique de la filière litchi de Madagascar. Le dépassement de ce seuil semble entraîner une dégradation plus rapide des prix et une plus grande difficulté d'écoulement des produits.

L'argument des conditions économiques des pays européens, s'il est ressassé et banalisé, reste un



facteur d'explication de la fixation de ce seuil. Les consommateurs sont plus attentifs au prix et réservent leurs achats à une période plus concentrée autour des fêtes de fin d'année. Cela s'illustre par la diminution des volumes de litchis acheminés par avion (au-delà d'un coût de revient variable) et par un désintéressement plus rapide du produit en janvier. Dans cette hypothèse, l'augmentation des envois par conteneurs maritimes, comme ce fut le cas lors de la dernière campagne, est-elle judicieuse ? Bien sûr, les mécanismes de commercialisation et de consommation sont plus complexes et ne s'arrêtent pas à la seule variation quantitative. L'augmentation des volumes se justifierait davantage si de nouveaux marchés s'ouvraient de façon sensible aux litchis malgaches, mais cela ne semble pas être le cas.

Autre facteur : la qualité. D'évidents progrès ont été accomplis dans ce domaine, particulièrement en ce qui concerne le traitement des fruits, mais aussi dans l'accession à des certifications réclamées par de nombreuses entreprises d'importation et de distribution. La mise en place d'une série de mesures fortes, tant au niveau des exportateurs que des importateurs, a permis de réduire de façon drastique les dépassements de teneurs résiduelles de soufre. Rares sont aujourd'hui les fruits hors norme. C'était d'ailleurs le défi essentiel après la crise de 2011 pour redresser la filière malgache. Néanmoins, le problème reste pendant. Un traitement adapté pour respecter les teneurs résiduelles autorisées est presque secondaire pour la cargaison du premier navire, qui parvient en Europe dans des conditions optimales de commercialisation pour les fêtes et s'écoule généralement rapidement. Le problème devient plus délicat pour les marchandises du second navire conventionnel dont l'écoulement est généralement plus lent. Que dire pour les fruits acheminés par conteneurs maritimes qui sont proposés à la vente jusqu'en février. Le cas est amplifié dans une configuration de campagne précoce, avec une production de fruits physiologiquement mûrs et dont la sénescence est d'autant plus rapide.

La qualité des litchis ne repose pas seulement sur la problématique du traitement au soufre, même si celle-ci demeure capitale. La sélection des fruits et surtout des calibres constitue également un volet important de la qualité. Or il semble qu'il tarde à se concrétiser. Certes la qualité standard des fruits de Madagascar chargés sur les navires conventionnels correspond à un créneau commercial et à une période de consommation déterminée. Mais, aux marges de ce flux majeur, peu de progrès ont été réalisés à ce jour. Pour les envois par avion et par conteneurs maritimes, de sérieuses améliorations pourraient être apportées. Sur le début et la fin de campagne, les litchis de Madagascar sont confrontés directement et plus fortement à la concurrence des autres origines, mieux considérées en termes de qualité. C'est à ces périodes qu'il serait opportun de mieux segmenter l'offre malgache. De plus, la moindre pression lors des chargements, par

rapport à ce qui se passe pour les navires conventionnels, permettrait aisément de réaliser une sélection plus stricte des fruits et de maintenir des prix plus fermes. Cette recherche de qualité entraînerait vraisemblablement la stagnation des volumes, ce qui dans le contexte économique actuel ne serait peut-être pas une mauvaise chose.

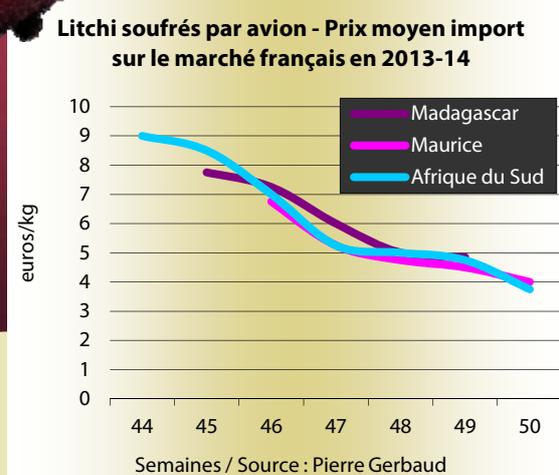
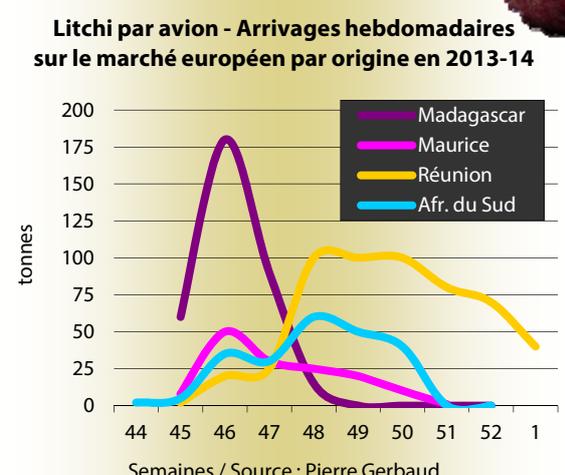
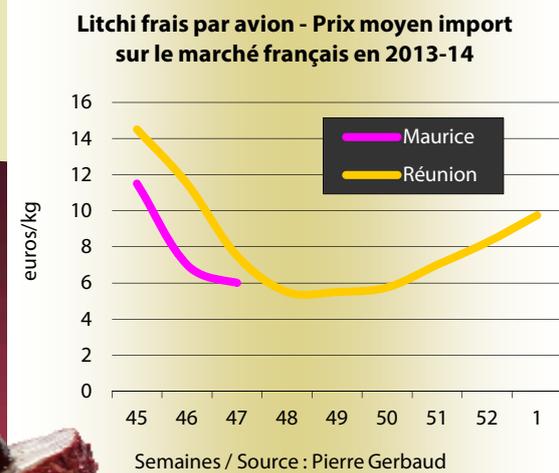
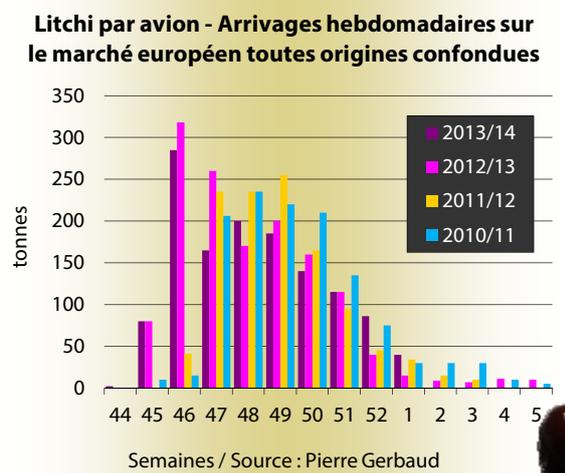
Concrétiser de nouvelles orientations

Depuis trois ans, la filière malgache est parvenue à se restructurer et personne ne s'en plaindra. Mais elle semble avoir atteint, cette année, une sorte de palier dans son évolution. Ce n'est sans doute qu'avec un regain d'efforts qu'elle pourra affronter les prochaines campagnes. Certaines pistes explorées ces dernières années alimentent l'espérance de nouveaux créneaux de commercialisation. Ainsi, l'exportation d'environ 300 palettes de litchi par bateau conventionnel sous le label

« Commerce Équitable » constitue un axe de développement prometteur, même s'il reste encore marginal au regard du total exporté. Ces fruits, principalement destinés aux marchés scandinaves et nord-européens pourraient à l'avenir irriguer plus largement des marchés encore peu réceptifs.

Dans un autre domaine, les expérimentations concernant des alternatives ou des compléments au traitement traditionnel de fumigation au soufre se sont révélées efficaces et devraient maintenant entrer dans une phase plus opérationnelle. Le gain de garantie d'innocuité des produits et de respect de la réglementation ainsi que la prolongation de la durée de conservation des fruits représentent des atouts sérieux de renforcement de la filière. Conforter et intensifier les différents aspects de la qualité des litchis de Madagascar est une étape essentielle préalable à la recherche de nouveaux débouchés ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



Campagne litchi 2013-14

Les autres origines de l'océan Indien



© Guy Bréhiner

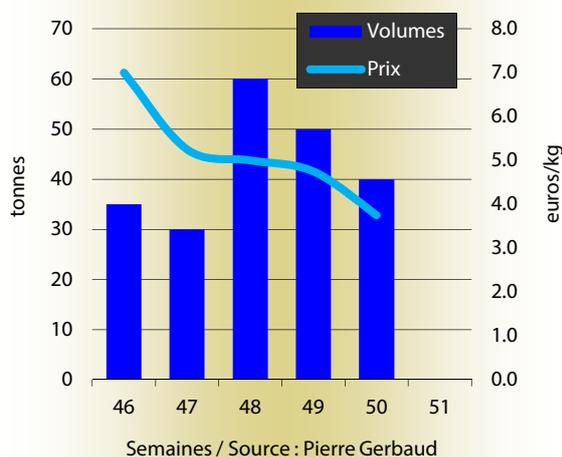
Les années fastes, où le litchi était présent quasiment tout au long de l'année, semblent révolues. A présent, les fêtes de fin d'année sont l'époque où se concentre l'offre de ce fruit majoritairement exporté par les origines de l'océan Indien.

Les autres origines qui, un temps, ont tenté de s'imposer à d'autres périodes de l'année ne développent plus leurs envois que timidement et sans réel succès. La Thaïlande a réduit sa saison d'expédition avec, en arrière-plan, l'apparition de problèmes sanitaires. Seul Israël poursuit ses exportations estivales, mais avec des volumes plus mesurés. Quant à la Chine, le Vietnam, l'Australie et le Mexique, leurs offres restent souvent erratiques.

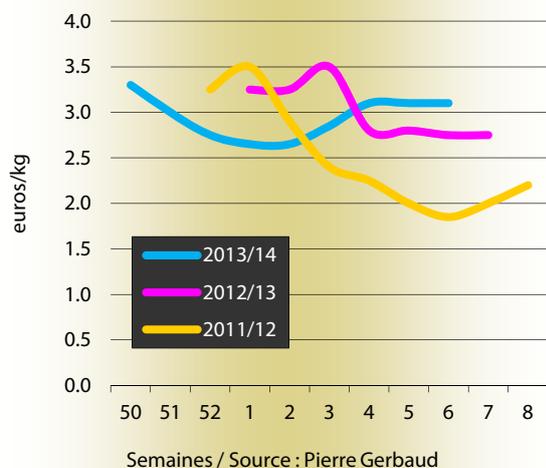


© Guy Brehinier

Litchi par avion d'Afrique du Sud - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2013



**Litchi par bateau d'Afrique du Sud
Prix moyen import sur le marché français**

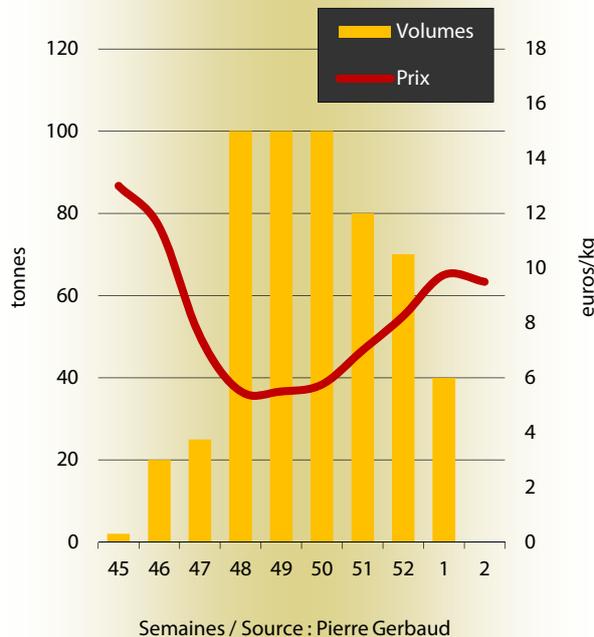


Afrique du Sud Campagne précoce et par à-coups

L'Afrique du Sud a débuté sa campagne d'exportation de façon particulièrement précoce cette année. Les premiers arrivages par avion ont été réceptionnés en semaine 44. Certes, les deux premières semaines de campagne se sont limitées à quelques centaines de colis, mais l'absence de concurrence a favorisé leur écoulement à prix élevés (9.00 euros/kg). Ce n'est réellement qu'en semaine 46 que les volumes se sont étoffés, s'accompagnant d'une baisse de prix rapide (5.00 euros/kg) compte tenu de l'entrée en campagne des origines voisines de l'océan Indien. L'Afrique du Sud a, en quelque sorte, subtilisé la place traditionnellement dévolue à l'île Maurice sur le créneau des fruits primeurs. La suite de la campagne avion s'est avérée plus complexe avec, d'une part, le développement global de l'offre et, d'autre part, l'irrégularité des livraisons en raison de précipitations abondantes sur les zones de production. Toutefois, de la semaine 47 à la semaine 49, les prix se stabilisaient autour de 5.00 euros/kg en dépit de conditions de marché difficiles. Le calibrage et la bonne qualité gustative des fruits en sont vraisemblablement les principales raisons, par rapport aux produits concurrents. En revanche, la coloration hétérogène des fruits et leur manque de tenue dans le temps ont souvent nécessité des ventes rapides à des prix moins élevés. Enfin, en semaine 50, les prix reculaient de nouveau alors que les premiers litchis bateau étaient mis en marché (en deçà de 4.00 euros/kg). Les litchis sud-africains (souffrés) occupent un créneau commercial similaire à celui des produits réunionnais (frais) dans les circuits de distribution traditionnels. Leur calibrage constitue un atout indéniable par rapport aux autres fruits traités proposés parallèlement. Quelques livraisons par avion se sont poursuivies jusqu'au mois de janvier, notamment vers les Pays-Bas, avec des prix de vente autour de 4.50 euros/kg pour une clientèle de détaillants spécialistes de la gamme des fruits exotiques.

Plus précoce qu'en 2012-13, la campagne par conteneurs maritimes a démarré en semaine 50, alors que se présentaient également sur le marché européen les litchis bateau de Madagascar. De 3.25 euros/kg en moyenne pour les premiers arrivages, le cours des litchis sud-africains fléchissait ensuite et se stabilisait autour de 2.65 euros/kg. Malgré la pression des quantités de fruits malgaches, les ventes des litchis sud-africains se faisaient à prix plus élevés en raison de volumes moins importants et d'un meilleur calibrage. La diversification des débouchés a également constitué une parade à l'affrontement direct et systématique avec les fruits concurrents. Des quantités importantes ont été écoulées sur les marchés allemand et britannique par exemple et auprès d'une clientèle distincte. A partir de mi-janvier, l'offre d'Afrique du Sud fléchissait fortement, entraînant un redressement des cours au-delà de 3.00 euros/kg en moyenne. Les prix restaient fermes jusqu'en fin de campagne (mi-février), bénéficiant du retrait progressif des produits de Madagascar de qualité plus fragile. Les livraisons irrégulières de l'Afrique du Sud ont également contribué à maintenir l'intérêt sur un produit plus rare, particulièrement au cours de la dernière phase de campagne.

Litchi de la Réunion - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2013-14



Réunion

Une origine qui s'impose dans le haut de gamme

Après une ample campagne en 2012-13, la Réunion a réitéré son envol en termes de quantités expédiées. Avec près de 540 tonnes, ce sont plus de 100 tonnes supplémentaires que cette origine a exporté cette année, contre 420 tonnes l'année précédente. Bénéficiant de bonnes conditions de production, les premières expéditions ont été réalisées de façon précoce en semaine 45, mais pour des quantités limitées et de qualité encore juste. En semaines 46 et 47, les volumes réceptionnés progressaient légèrement, s'accompagnant d'une dégradation sensible des prix face à la concurrence des autres origines. De la semaine 48 à la semaine 52, les volumes réunionnais décuplaient. Leur cours se stabilisait, puis se redressait rapidement les semaines suivantes, compte tenu de la dynamisation de la demande à l'approche des fêtes de fin d'année. L'amélioration de la qualité des fruits en termes de calibre et de coloration accélérât la reprise des cours. En fin d'année, les volumes diminuaient, favorisant le relèvement des prix face à une demande toujours active. Le passage du cyclone Bejisa en tout début d'année précipitait la fin de la campagne réunionnaise. Les difficultés logistiques ajoutées à une fragilisation qualitative des fruits amenaient les opérateurs à suspendre leur approvisionnement. Les quelques lots expédiés avant le passage du cyclone s'écoulaient à prix soutenus en première semaine de janvier.

Spécialisée dans l'expédition de fruits frais, la Réunion a segmenté son offre depuis quelques campagnes, avec une gamme de trois produits se distinguant par leur présentation : litchis égrenés, branchés et en bouquets. Ces trois produits se sont valorisés de façon différente, avec un prix plus bas pour les fruits égrenés et un prix supérieur pour les bouquets, les fruits branchés obtenant généralement un tarif intermédiaire. Les fruits en bouquets permettaient aux détaillants de proposer une présentation attractive en créant une ambiance festive proche de celle des marchés d'origine des fruits.

Les litchis de la Réunion ont été essentiellement commercialisés au travers de circuits de distribution traditionnels, trouvant moins leur place sur les linéaires de la grande distribution du fait de leur prix élevé au détail. La recherche d'une qualité supérieure, ambition des expéditeurs réunionnais, paraît atteinte avec l'amplification des volumes commercialisés depuis quelques années. Les tonnages modérés correspondent à une demande spécifique qui s'affirme chaque année. Si la moyenne des prix de vente s'effrite, elle est compensée par la progression des quantités commercialisées. On remarque tout de même que le choix d'un produit haut de gamme n'empêche pas la Réunion de se hisser dans le peloton de tête des fournisseurs de litchi. La périssabilité du produit limite sans doute sa diffusion, qui reste ciblée sur le marché français.

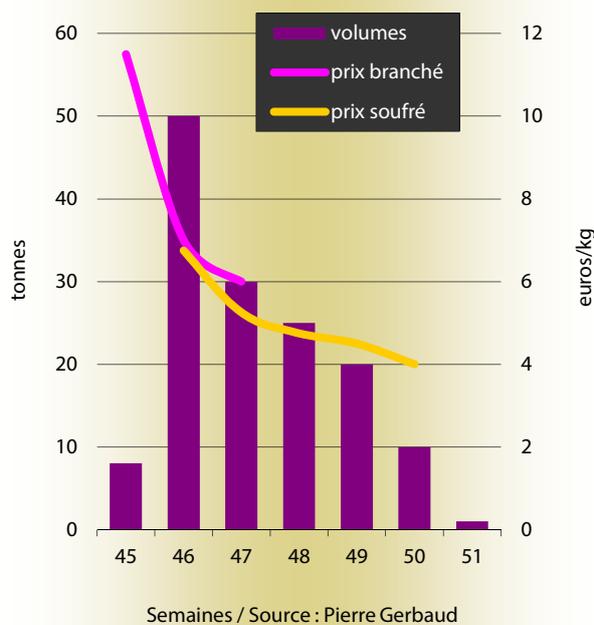


© Clio Delanoue



© Guy Brehinier

Litchi de Maurice - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2013-14



Semaines / Source : Pierre Gerbaud

Maurice

Petite campagne rapide

Avec environ 140 tonnes exportées cette année, l'île Maurice accuse un repli important par rapport à la campagne 2012-13 qui avait totalisé 270 tonnes, saison record pour l'origine. La baisse des exportations a résulté d'une production inférieure en raison de conditions climatiques moins favorables. La campagne de commercialisation des litchis mauriciens a débuté en semaine 45, en même temps que celles des autres pays fournisseurs de l'océan Indien. Les premières expéditions ont été essentiellement composées de fruits frais branchés. Jugés de qualité satisfaisante, ils se sont écoulés rapidement à prix élevés, en l'absence de réelle concurrence sur ce créneau de marché. Dès la semaine suivante, l'offre mauricienne se diversifiait avec la réception des premiers lots de litchis soufrés. En semaines 46 et 47, l'origine atteignait son pic d'expédition qui, cumulé aux arrivages des autres pays exportateurs, saturait rapidement un marché encore peu demandeur. Les cours s'orientaient à la baisse, tant pour les fruits branchés, qui se heurtaient à la concurrence réunionnaise dont les livraisons s'accéléraient, que pour les fruits traités, confrontés à l'ample offre malgache. En semaine 48, les opérateurs ralentissaient, voire suspendaient leur approvisionnement, les cours atteignant leur limite de rentabilité en dépit de coûts d'approche compétitifs. Dès lors, les volumes mauriciens ne cessaient de diminuer jusqu'en semaine 51, où ils disparaissaient des étalages.

Malgré la rude concurrence des autres origines, les litchis de l'île Maurice ont été distribués en direction du commerce traditionnel, mais également vers les supermarchés où ils ont amorcé la saison de commercialisation préalablement à l'arrivée des litchis ba-teau. L'adaptation de l'offre mauricienne à la demande du marché européen reste le principal atout de cette origine d'appoint pour les litchis. L'offre de fruits frais ou traités permet de s'intercaler dans l'offre concurrente généralement plus massive ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



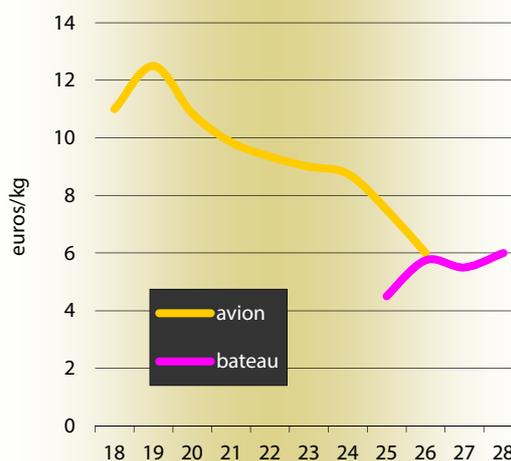
© Guy Brehinier

Thaïlande

Le recul

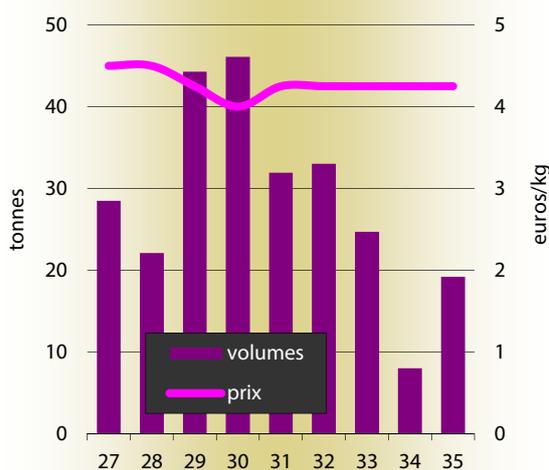
Comme on l'avait perçu les années précédentes, la Thaïlande semble restreindre ses exportations de litchi vers l'Europe. En 2013, l'origine a été présente sur le marché européen de mai à mi-juillet. Il y a encore peu de temps, sa période de présence s'étendait d'avril à août et se partageait en une campagne avion jusqu'en juin et une campagne bateau jusqu'à fin août. Cette année, la campagne avion s'est étendue de mai à juin, ne laissant qu'un mois aux fruits acheminés par bateau. Cette configuration, qui s'affirme depuis deux ans, illustre bien le recul de l'origine. Le manque de rentabilité sur la période d'exportation de la Thaïlande constitue vraisemblablement l'une des raisons essentielles de ce repli face, d'une part, à la concurrence des productions européennes de fruits et, d'autre part, à l'apparition en juin/juillet des litchis israéliens qui limite les exportations thaïlandaises en fin de période.

Litchi de Thaïlande - Prix moyen import sur le marché européen en 2013



Source : Pierre Gerbaud

Litchi d'Israël - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2013



Source : Pierre Gerbaud

Israël

Campagne limitée

A l'instar des origines exportatrices de litchi hors période de fin d'année, Israël a expédié des quantités limitées durant la campagne 2013. Estimées autour de 300 tonnes, elles ont marqué un nouveau recul de l'origine. Débutée fin juin avec une semaine d'avance par rapport à l'année précédente, la campagne s'est achevée début septembre. Le pic est intervenu en seconde quinzaine de juillet, alors que la demande en fruits exotiques déclinait devant l'offre grandissante de fruits de saison. Néanmoins, les quantités modérées livrées sur le marché se sont régulièrement vendues à prix stables autour de 4.25 euros/kg en moyenne, ce qui correspond sans doute au niveau de demande naturelle du marché pour un fruit principalement distribué au travers des circuits commerciaux traditionnels. Le cours des litchis israéliens n'a progressé qu'en fin de période, quand l'offre se raréfiait.

Prix de gros en Europe

Avril 2014

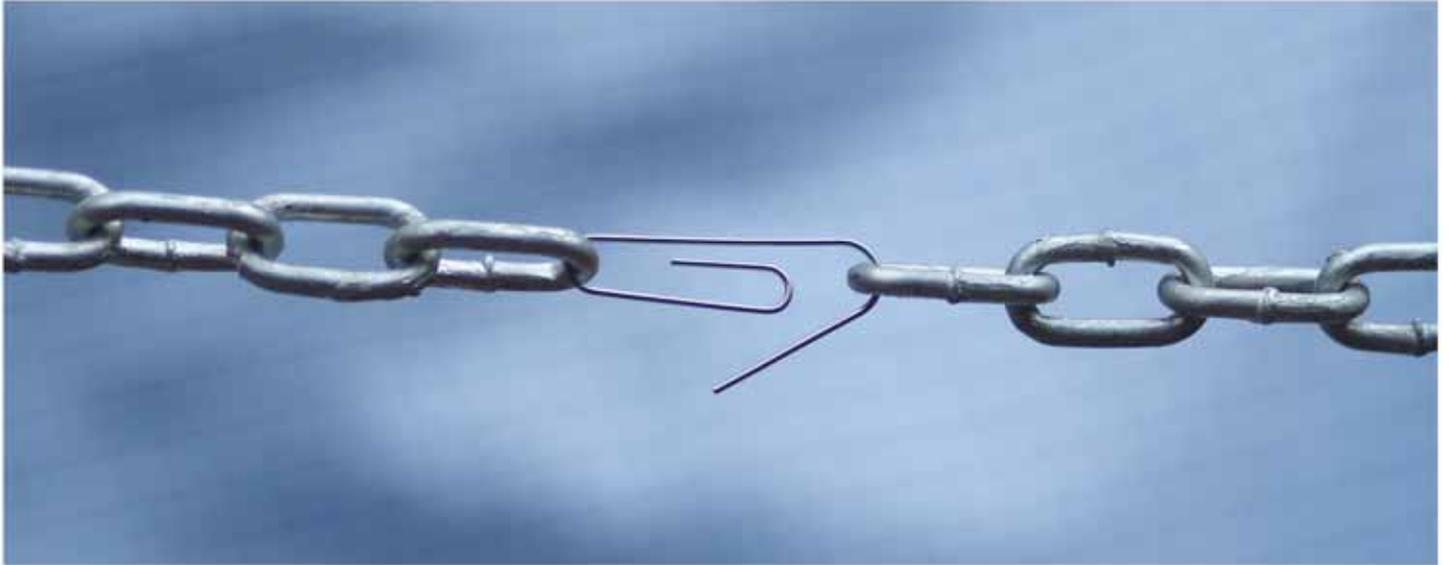
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
ANANAS	Avion	CAYENNE LISSE	BENIN	kg			2.00			
			GHANA	kg			2.00			
		VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton					12.15	
			MAURICE	Carton					13.88	
			MAURICE	kg				3.80		
	Bateau	MD-2	REUNION	kg				4.00		
			COSTA RICA	Carton	9.50	8.83		8.83		
			COSTA RICA	kg				0.95		
			COSTA RICA	Pièce						0.96
			COTE D'IVOIRE	kg				0.95		
		PANAMA	Carton				9.50			
		REP. DOMINICAINE	Carton		8.00					
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton			15.20	16.73		
	Bateau	ARDIT	ISRAEL	Carton				9.50		
			AFRIQUE DU SUD	Carton	7.25		5.38	7.75		
	HASS	FUERTE	PEROU	Carton	7.25			7.00		
			AFRIQUE DU SUD	Carton	8.00		10.00			
			CHILI	Carton					14.62	
	NON DETERMINE	HASS	COLOMBIE	Carton			8.54			
			GRECE	Carton				10.50		
			ISRAEL	Carton			9.25		10.96	
			KENYA	Carton			7.38		9.14	
			MAROC	Carton			9.25			
			PEROU	Carton	9.00		8.69	10.00		
			AFRIQUE DU SUD	Carton					8.47	
	PEROU	Carton					8.69			
Camion	REED	ISRAEL	Carton			6.50				
	HASS	ESPAGNE	Carton			10.92		10.35		
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg			6.90	5.17		
			ROUGE	EQUATEUR	kg				4.88	
	Bateau	PETITE	ROUGE	EQUATEUR	kg			1.70	2.65	
			ROUGE	EQUATEUR	kg				2.29	
CARAMBOLE	Avion		MALAISIE	kg			5.43			
	Bateau		MALAISIE	kg					3.48	
DATTE	Bateau	MEDJOOL	ISRAEL	kg	6.60			7.85	5.12	
			NON DETERMINE	IRAN	kg		3.00			
		RAVIER	TUNISIE	kg					1.99	
			TUNISIE	kg						1.71
GINGEMBRE	Bateau		CHINE	kg	2.23		3.30	2.26	2.29	
			THAILANDE	kg			3.00	2.44		
GOYAVE	Avion	NON DETERMINE	BRESIL	kg				6.77		
			ROSE	EQUATEUR	kg				7.00	
GRENADILLE	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				9.10		
			NON DETERMINE	COLOMBIE	kg	5.07	4.25	6.00	6.05	
			VIOLETTE	AFRIQUE DU SUD	kg			6.50		
			COLOMBIE	kg					4.87	
			ISRAEL	kg					5.55	
			KENYA	kg			4.25			
			VIETNAM	kg				7.50		
ZIMBABWE	kg			4.25		4.76				
IGNAME	Bateau		GHANA	kg			1.35	1.31		
LIME	Avion		MEXIQUE	kg			4.50			
	Bateau		BRESIL	kg	1.56		1.75	1.94	1.56	

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
MANGOUSTAN	Avion		INDONESIE	kg				7.97	
MANGUE	Avion	AMELIE KENT	MALI	kg			3.10		
			COTE D'IVOIRE	kg				5.00	
			PEROU	kg			6.10		
	Bateau	NAM DOK MAI	THAILANDE	kg				8.00	
		ATKINS	BRESIL	kg	1.38			1.54	
		KEITT	BRESIL	kg	1.63			2.19	
			COSTA RICA	kg	1.82				2.07
		KENT	PEROU	kg	1.69		2.50		2.13
		NON DETERMINE	BRESIL	kg					1.59
			KENYA	kg					1.52
		PALMER	BRESIL	kg				2.31	
MANIOC	Bateau		COSTA RICA	kg			1.25	1.05	
MELON	Avion	CHARENTAIS JAUNE	REP. DOMINICAINE	kg			4.00		
	Bateau	CANTALOUPE	BRESIL	kg					1.46
			COSTA RICA	kg				1.55	2.01
			HONDURAS	kg				1.60	2.07
		CHARENTAIS VERT GALIA	MAROC	kg			2.20		
			BRESIL	kg					2.44
			COSTA RICA	kg				1.80	
			HONDURAS	kg				1.65	2.68
			MAROC	kg					1.46
		HONEY DEW	BRESIL	kg					1.16
			COSTA RICA	kg			1.30	1.48	1.58
			PANAMA	kg			1.30		
		PASTEQUE	COSTA RICA	kg			1.15	0.92	1.22
			PANAMA	kg				0.94	1.29
		PIEL DE SAPO	COSTA RICA	kg			1.50	1.48	
			PANAMA	kg			1.50		
		SEEDLESS WATER	COSTA RICA	kg				0.94	
NOIX DE COCO	Bateau	NON DETERMINE	COTE D'IVOIRE	Sac			9.50	12.40	13.40
			DOMINIQUE	Sac					12.18
			SRI LANKA	Sac				20.00	11.27
		YOUNG	COSTA RICA	Sac				17.50	
PAPAYE	Avion	FORMOSA NON DETERMINE	BRESIL	kg	3.39	2.66		3.23	3.73
			BRESIL	kg			3.50		
			THAILANDE	kg				4.81	
	Bateau		BRESIL	kg		3.43			
			EQUATEUR	kg				2.41	
PATATE DOUCE	Bateau	BLANCHE NON DETERMINE	BRESIL	kg				1.85	
			AFRIQUE DU SUD	kg			1.60		1.22
			EGYPTE	kg			1.00	1.23	
			HONDURAS	kg			1.60		1.68
			ISRAEL	kg				1.25	
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLÉ	COLOMBIE	kg			9.50	9.19	
	Bateau		COLOMBIE	kg	5.73			6.41	6.60
			EQUATEUR	kg				6.25	
PITAHAYA	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg				9.33	
			EQUATEUR	kg				8.40	
		ROUGE	VIETNAM	kg				7.00	
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg			1.00	0.91	
			EQUATEUR	kg			0.95	1.08	
RAMBOUTAN	Avion		THAILANDE	kg				7.91	
			VIETNAM	kg				7.72	
TAMARILLO	Avion		COLOMBIE	kg				7.00	

Note : selon calibre

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

Information... your weak link?



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

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

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

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

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

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

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

reefer trends

UNIVEG, VOTRE CONNEXION DIRECTE VERS LA PRODUCTION



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

2 lignes de conditionnement permettent à UNIVEG Katopé France de proposer des agrumes emballés selon les besoins spécifiques de chaque client.



UNIVEG Katopé France S.A.

15, boulevard du Delta | Zone Euro Delta | DE1 - 94658 | RUNGIS CEDEX | France

T. +33 1 49 78 20 00 | F. +33 1 46 87 16 45 | katopeintl@univeg.fr | www.univeg.fr

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

