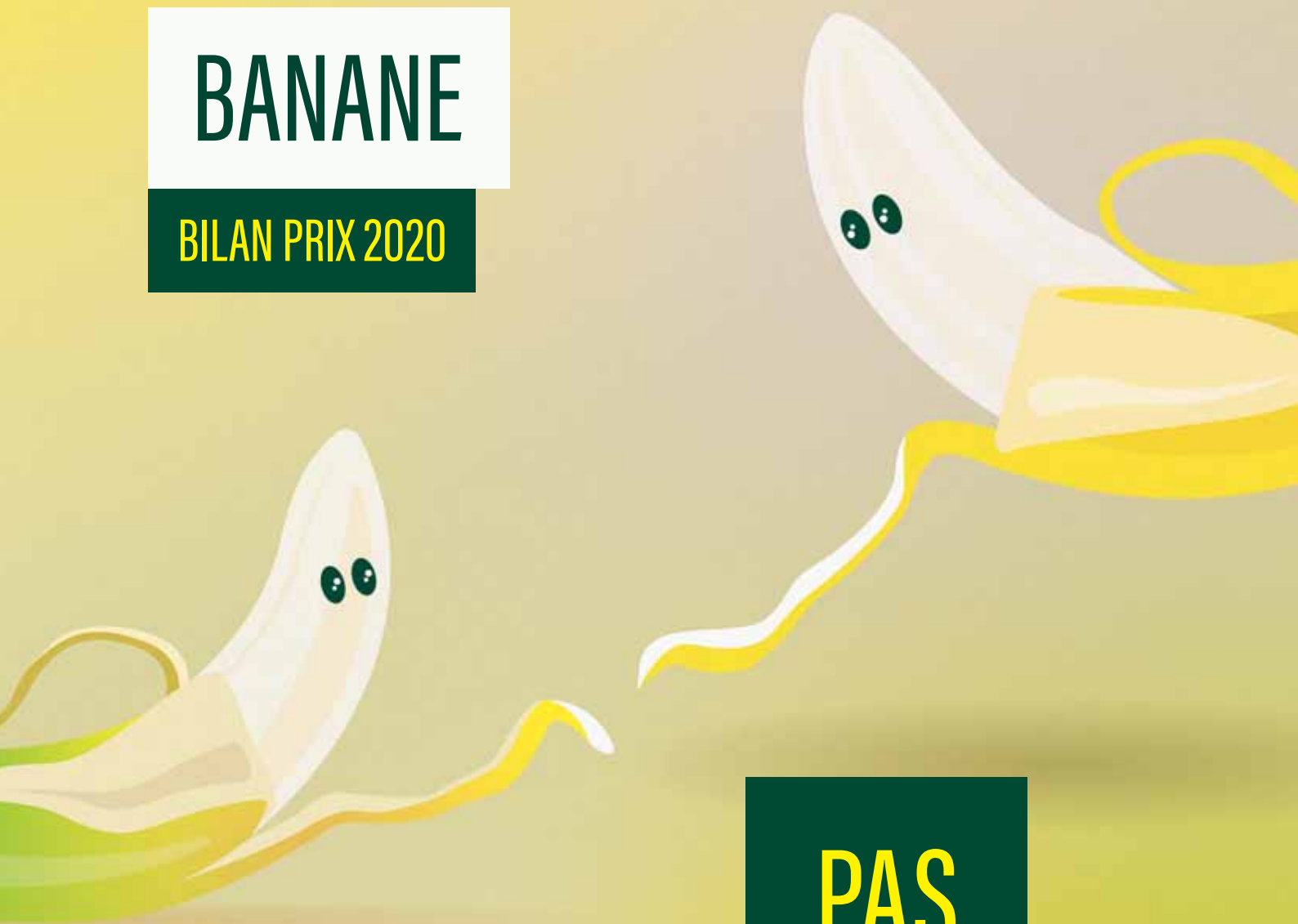


FR*ui*TROP

MAGAZINE
N°273
JANVIER - FEVRIER 2021

BANANE

BILAN PRIX 2020



PAS

DE MIRACLE



TRUST THE AUTHENTIC*

1 on



naturally
Seductive!



naturally
Seedless!



naturally
Sweet! **

Une variété de mandarine 100% naturelle et sans pépins qui réveille les papilles par sa saveur originale et son goût naturellement juteux.

www.morocco-nadorcott-seedless.com

Edito



La bourse ou la vie...

« La bourse ou la vie ; nous sommes seuls, je suis le plus fort, et il n'est pas question entre nous d'équité. » L'encyclopédiste Denis Diderot dans son ouvrage « Pensées philosophiques » parlait à coup sûr de la pandémie de Covid. A moins qu'il ne parlât de manière plus générale d'un système mondial à la dérive. On le sait, il vaut mieux être aisé et en bonne santé dans un pays riche que nécessairement et malade dans un pays pauvre. La pandémie actuelle nous offre bien des occasions de confirmer cette tautologie. Pas de jaloux. Les pays comme les firmes s'y mettent. La Chine, d'où vient cette vague qui détruit tant de vies, anéantit tant d'économies et abîme tant de sociétés, a décidé de faire de son vaccin une arme diplomatique en le distribuant, sous conditions, à des pays sans-le-sou. Quelle grandeur d'âme pour un pompier pyromane ! Mais attardons-nous sur les agissements sans foi ni loi – sauf celle du plus fort – de la firme pharmaceutique Pfizer qui a souhaité assortir de garanties son contrat de livraison de vaccins passé avec l'Argentine. En effet, pour s'assurer du paiement des doses, elle a tout bonnement tenté de négocier un accès privilégié aux glaciers argentins et à des permis de pêche dans les eaux nationales argentines. L'eau et la ressource halieutique, deux des trésors qui sont et seront les plus recherchés dans les années qui viennent. Le colonialisme économique s'enrichit donc d'une nouvelle corde après l'accaparement des terres par les plus riches des pays ou des industriels. Il est vrai que le potentiel de rapines est insondable tant les épidémiologistes nous promettent des zoonoses à répétition. A n'en pas douter, le système sera bien rôdé à la prochaine pandémie. Certains laboratoires avaient annoncé vendre leur vaccin à prix coûtant... on comprend mieux désormais l'élan de générosité... Diderot le moraliste pensait que le bon fonctionnement d'une société requerrait de subordonner les intérêts et les tendances individuelles à l'intérêt général. Cet auteur ne doit pas faire partie des écrivains les plus lus dans les conseils d'administration des grandes sociétés pharmaceutiques...

Denis Loeillet



Abonnement annuel : 360 euros HT / www.fruitrop.com / info@fruitrop.com

1 abonnement = 2 sources d'informations

FruiTrop Magazine : 6 numéros, éditions papier et .pdf

+ FruiTrop online : chaque mois, des prévisions, des bilans, des brèves

Éditeur : CIRAD, TA B-26/C, 34398 Montpellier cedex 5, France ; Tél : 33 (0) 4 67 61 71 41 ; Contact : info@fruitrop.com ; Site : www.fruitrop.com
Directeur de publication : Eric Imbert ; **Directeur de la rédaction :** Denis Loeillet ; **Rédactrice en chef :** Catherine Sanchez ; **Infographie :** Martine Duportal ;
Site internet : Actimage ; **Chef de publicité :** Eric Imbert ; **Abonnements :** www.fruitrop.com ; **Traducteurs :** James Brownlee et Tradeasy ;
Imprimeur : Impact Imprimerie, n°483 ZAC des Vautes, 34980 Saint Gély du Fesc, France

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

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.

Conception de la couverture : J'article

Sommaire

- 4 En direct des marchés**
Consommation de banane dans l'UE28 en 2020 : nouveau record absolu – Approvisionnement en banane de la France en 2020 : jamais autant – Capexo a la banane... celle de Chiquita ! – Orange maltaise de Tunisie : un léger mieux, mais encore loin du compte – Clémentine de Corse : une bonne saison 2020-21 compte tenu de la lourdeur du marché – Tempête Filomena en Espagne : plus de peur que de mal – Avocat aux Etats-Unis : rien n'arrête la croissance de la consommation – Avocat en Australie : un acteur encore discret à l'international, mais en plein développement – Litchi de Madagascar : une bonne campagne 2020-21 – Consommation d'avocat dans l'UE27+UK : nouveau boom en 2020 – Westfalia étend son réseau commercial en Europe
- 10 Petits agrumes tardifs**
Scénario inattendu en 2021 sur le marché européen (*Eric Imbert*)
- 20 Marché européen de l'avocat – Point de campagne de la saison d'hiver 2020-21**
Un printemps aussi prometteur que dangereux (*Eric Imbert*)
- 54 Segmentation et distribution**
Segmentation des fruits et évolution des circuits de distribution en France (*Anaëlle Denieul*)
- 60 Fret maritime**
Second semestre 2020 (*Richard Bright*)

Dossier **Banane** **Bilan prix**

*préparé par
Denis Lœillet*

- 34** **Marché mondial de la banane en 2020**
Déprimé et déprimant
- 46** **Destruction de valeur**
No limit
- 50** **Marché des Etats-Unis**
Dans sa bulle
- 51** **Marché russe**
Le fruit de la crise
- 52** **Prix import et prix de détail (graphiques)**
France, UK, Espagne, Allemagne



AVOCADO

EN TANT QUE LEADER DANS LA PRODUCTION D'AVOCATS, NOUS NOUS ENGAGEONS À FOURNIR DES AVOCATS DE QUALITÉ TOUTE L'ANNÉE.

Chez Halls, c'est l'association d'une manipulation des fruits par des employés passionnés, d'une technologie de pointe et de plus d'un siècle d'expérience qui garantit à nos avocats un goût, une texture et une couleur de qualité supérieure.

Qui peut mieux prendre soin de vos fruits que celui qui le cultive ?

HALLS est engagé dans une agriculture durable et responsable depuis 1890.

Pour plus d'informations, contactez-nous sur:

Royaume Uni: +44 1892 723488 ou eusales@hlhall.co.uk

France: +33 (0) 1 82 39 00 30 ou ventes@hlhall.co.uk

Pays Bas: +31 (0) 174 791 040 ou info@hallsbv.nl

Espagne: +34 (0) 9 10 632 925 ou ventas@hallsiberia.com

Allemagne: +49 (0) 1529 0044492 ou info@hallsgermany.de

Chine: +86 186 8089 2300 ou info@hallschina.com



Passionnés depuis 1890
www.halls.co.za



Consommation de banane dans l'UE28 en 2020 : nouveau record absolu.

En attendant les premières estimations des importations de banane dans l'UE28 pour 2020 par Eurostat (mars 2021), la base de données Surveillance (Commission européenne DG Taxud) nous permet de faire un premier bilan de l'année écoulée. Les importations (hors production européenne) de l'UE28 se sont élevées à 6 067 000 tonnes en 2020, soit une augmentation de 4 % par rapport à 2019. C'est une nouvelle fois les fournisseurs de la zone dollar (+ 5.7 %) qui ont alimenté la croissance du marché, en prenant même au passage des parts de marché aux fournisseurs ACP (- 4.4 %). Au final, ce sont 224 000 tonnes de bananes supplémentaires qui ont été absorbées par le marché communautaire. La croissance a donc repris après une année 2019 en léger retrait. Les importations en provenance d'Equateur et du Costa Rica ont connu une très forte progression, respectivement + 11 % et + 9 %. La Colombie et le Panama ne sont pas en reste (+ 3 à + 4 %), mais sont en deçà de la performance moyenne du marché. Dans le groupe ACP, toutes les grandes origines perdent du terrain sauf Belize. Si on ajoute les estimations Cirad-FruiTrop pour la production européenne (expédiée hors de la zone de production + commercialisée dans la zone de production), soit 631 000 tonnes (+ 1 % par rapport à 2019), on obtient une consommation totale de 6 698 000 tonnes, ce qui constituerait un nouveau record absolu.

Source : CIRAD

Banane – UE28 – Premier bilan d'approvisionnement 2020

en tonnes	Dollar	ACP	Production UE	Total
2020	5 027 089	1 040 223	631 000	6 698 312
2019	4 755 494	1 087 691	624 425	6 467 610
Delta en tonnes	+ 271 594	- 47 468	+ 6 575	+ 230 701
Delta en %	+ 6 %	- 4 %	+ 1 %	+ 4 %

Sources : Dollar et ACP = Taxud au 02/02/2021 ; Production UE = estimation Cirad-FruiTrop

Approvisionnement en banane de la France en 2020 : jamais autant.

Les données pour décembre nous donnent l'occasion de faire un premier bilan annuel pour 2020. Cela ne surprendra personne : le marché français progresse à nouveau en volume pour battre, cette année encore, un record absolu à 699 000 tonnes, soit une progression de 5 % ! L'approvisionnement brut (hors réexportations) s'est élevé à 882 000 tonnes sans battre de record. Les volumes réexportés sont en baisse de 10 % à 183 000 tonnes. Si l'on se base sur des hypothèses quant à l'origine des bananes réexportées, on obtient une part de marché pour la BGM de 24 % (- 3 points) contre 76 % pour les origines ACP ou dollar. C'est la banane dollar qui a le plus progressé en France, avec un taux de croissance d'au moins 30 % (c'est-à-dire sans compter la part des bananes dollar dans les importations via un autre Etat membre). Les volumes ACP fondent de 8 % en 2020.

Source : CIRAD

Capexo a la banane... ..celle de Chiquita !

Capexo, un des leaders français de la distribution de fruits et légumes exotiques (55 millions € de chiffre d'affaires en 2019 – 50 salariés), a annoncé en janvier initier une collaboration avec Chiquita. Capexo sera en charge de la commercialisation des produits de la multinationale américaine en France, dont sa très emblématique banane. Pour la banane jaune, Chiquita continuera d'assurer le mûrissement des fruits à destination du marché français depuis son unité de Belgique et son unité d'Italie. Selon le communiqué de presse, Capexo complète ainsi sa gamme avec un fournisseur fortement implanté en amont en y ajoutant le deuxième fruit le plus consommé en France ; Chiquita bénéficiant de l'expertise d'un distributeur spécialisé disposant d'une maîtrise totale de la chaîne logistique.

Source : Capexo



© Denis Loeillet

Banane – France – Approvisionnement en 2020*

en tonnes	2018	2019	2020	2020/2019
Guadeloupe et Martinique	165 124	199 616	182 740	- 8 %
ACP	470 865	476 299	436 682	- 8 %
Dollar	235 960	185 533	240 299	+ 30 %
Via un Etat membre**	17 993	9 282	21 822	+ 135 %
Appro. brut	889 943	870 730	881 543	+ 1 %
Réexport	247 736	203 025	182 702	- 10 %
Appro. net	642 207	667 705	698 841	+ 5 %

* provisoire | ** via un autre Etat Membre, donc perte de la notion d'origine

sources : douanes françaises, UGPBAN | traitement : Cirad-FruiTrop

Orange maltaise de Tunisie : un léger mieux, mais encore loin du compte.

En raison de l'interception de lots présentant des symptômes du *citrus black spot* (maladie de quarantaine en Europe) pendant la saison 2018-19, l'Union européenne a mis en place des contrôles sanitaires à l'importation très stricts pour empêcher l'entrée de la maladie sur le marché communautaire. Ainsi, la saison suivante a été marquée par des importations d'orange maltaise de Tunisie très limitées (environ 7 000 tonnes en Europe pour la saison 2019-20). Pour la saison 2020-21, selon les premières estimations, la mise en place de procédures de contrôle phytosanitaire efficaces en production permet d'augmenter le potentiel d'exportation entre 11 000 et 12 000 tonnes, sans pour autant revenir à un niveau normal (entre 15 000 et 20 000 tonnes en moyenne). Le calibre des fruits s'annonce moyen (6-7). Parallèlement, grâce à son offre modérée, la maltaise bénéficie d'une bonne demande sur le marché français, ce qui lui permet de jouer la concurrence dans les programmes des GMS face aux variétés sanguines d'Espagne et d'Italie.

Source : CIRAD

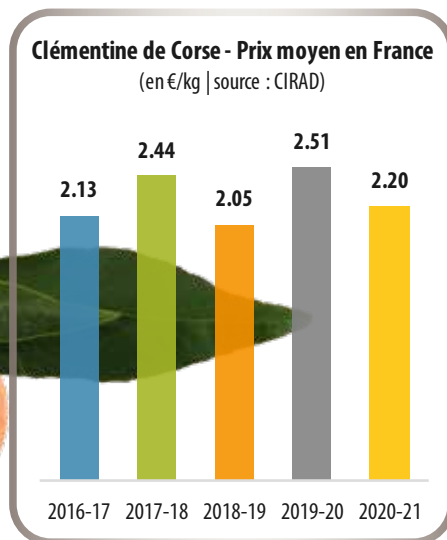


© Guy Bréhier

Clémentine de Corse : une bonne saison 2020-21 compte tenu de la lourdeur du marché.

La clémentine fine de Corse n'a pas fait exception à l'effet d'alternance positive en production, très marqué pour tous les producteurs méditerranéens. Selon les premières estimations professionnelles, les expéditions ont été supérieures de 24 % à celles de la saison 2019-20 (21 000 t en 2019-20 contre 26 000 t en 2020-21). Malgré une avance de maturité, la qualité est restée globalement satisfaisante sur la majeure partie de la campagne. Elle s'est toutefois fragilisée suite aux fortes précipitations du mois de décembre. Le calibrage est resté moyen (concentré autour des calibres 3 et 4). Néanmoins, malgré la fluidité des ventes, les prix ont chuté de 24 % par rapport à la saison 2019-20, en raison d'un sur-approvisionnement généralisé en petits agrumes.

Sources professionnelles



© Régis Domergue

Tempête Filomena en Espagne : plus de peur que de mal.

Les importantes chutes de neige survenues entre les semaines 1 et 2, suivies de gelées nocturnes, n'ont finalement pas causé de pertes significatives dans les vergers d'agrumes espagnols. En effet, selon les dernières estimations professionnelles, la vague de froid n'a fait que fragiliser davantage dans certaines zones les variétés en fin de saison telles que la Clemenvilla, l'orange Naveline et le citron Fino. Les variétés tardives n'ont, quant à elles, pas subi de préjudices (Navel tardives et super tardives, Valencia et Valencia like, hybrides tardifs, citron Verna).

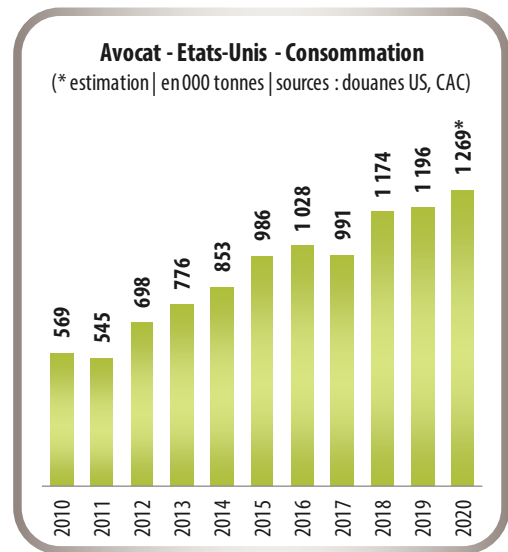
Sources professionnelles



Avocat aux Etats-Unis : rien n'arrête la croissance de la consommation.

La consommation d'avocat aurait cru de 6 à 7 % aux Etats-Unis en 2020, selon une première estimation basée en partie sur des chiffres douaniers encore provisoires. Elle aurait atteint environ 1.27 million de tonnes, soit un peu plus de 3.8 kg/habitant. La pandémie de Covid, qui se traduit pourtant par une réduction drastique d'activité de la RHD (environ 30 % du marché), n'aura pas arrêté la fièvre pour l'avocat. Rien de magique dans ce mouvement, mais du travail et encore du travail. De promotion tout d'abord, avec une activité intense du HAB qui ne s'est pas relâchée. De segmentation aussi, avec le boom de la ligne filet (4, 5 ou 6 fruits), qui permet de proposer des avocats de petite taille à un prix attractif. La part de marché de ce type de références, qui n'était que d'environ 15 % (en nombre de fruits vendus) en 2016, atteignait 55 % fin novembre 2020, en hausse de 10 % par rapport à 2019. L'attractivité des prix a aussi aidé : le prix moyen a baissé de 10 % par rapport à 2019 pour atteindre 1.04 \$/pièce.

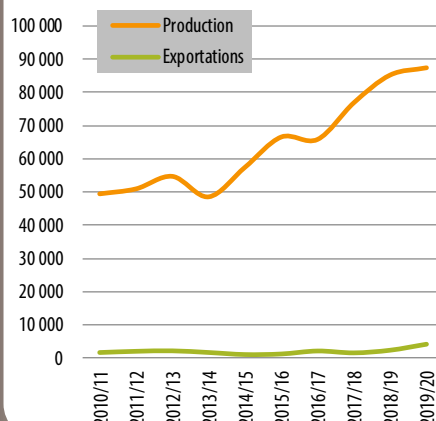
Sources : douanes US, CAC



Avocat en Australie : un acteur encore discret à l'international, mais en plein développement.

Le recensement 2020 du verger australien d'avocat confirme le dynamisme de la filière locale. Avec 13 000 ha, ce verger fait partie des dix premiers au monde en termes d'expansion (9e dans le classement). Et surtout, sa dynamique reste très forte avec un accroissement de près de 5 000 ha entre 2016 et 2020. Les zones progressant le plus sont celles ayant un calendrier de production précoce (North Queensland, où le Hass est récolté d'avril à juin) ou tardif (Western Australia, où la production culmine de juillet à mars). Cette dynamique devrait permettre à la production, de l'ordre de 85 000 à 90 000 t ces deux dernières saisons, de dépasser 115 000 t en 2025. Un challenge alors que la consommation locale approche déjà les 4 kg/habitant et que le marché commence à s'ouvrir plus largement au commerce international. Le Chili a rejoint la Nouvelle-Zélande dans la liste, encore

Avocat - Australie - Production et exportations
(en tonnes | sources : Avocado Australia, douanes australiennes)



courte, des pays fournisseurs autorisés, et le Mexique frappe avec insistance à la porte. La filière travaille sur deux axes stratégiques principaux : renforcer sa compétitivité tant en termes de qualité que de coût de production, et développer ses exportations notamment vers les marchés à haute valeur ajoutée d'Asie. Des progrès importants ont été réalisés à l'export en 2019-20, même si l'Australie reste un acteur mineur sur la scène internationale : les envois ont pratiquement doublé pour approcher 4 500 t.

Source : Avocado Australia

Avocat – Australie – Surfaces plantées par région

en hectares	2016	2020	Différence
North Queensland	1 689	3 747	2 058
Central Queensland	2 450	2 764	314
Sunshine Coast	187	239	52
South Queensland	691	821	130
Tamborine	229	429	200
Tristate	562	864	302
Central New South Wales	666	1 127	461
Western Australia / Northern Territory	1 630	2 935	1 305
Total	8 104	12 926	4 822

Source : Avocado Australia

TROPS

AVOCAT TROPS

“TOUJOURS BON”

**L'AVOCAT QUI NE
DÉÇOIT JAMAIS!**



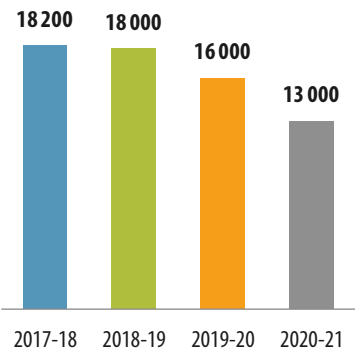


Litchi de Madagascar : une bonne campagne 2020-21.

Alors que la campagne de commercialisation du litchi de Madagascar s'achève, il est d'ores et déjà possible de tirer un premier bilan de cette saison 2020-21. La réduction des volumes expédiés (13 000 t au lieu de 15 000 à 16 000 t les années précédentes), le caractère précoce de la production, la bonne qualité globale des fruits et la bonne réceptivité des marchés européens constituent les éléments majeurs de cette campagne. Peu de campagnes se sont déroulées de cette façon dans le passé, avec une fluidité des ventes et des prix, certes fléchissant, mais toutefois soutenus. De quoi rassérer la filière malgache dont les vicissitudes passées assombrissaient le devenir.

Source : Pierre Gerbaud

Litchi de Madagascar - UE - Importations
(en tonnes | sources professionnelles | collecte et traitement des données : P. Gerbaud)



Avocat – UE27+UK – Consommation en 2020

	Consommation		2020 comparée à	
	tonnes	kg/habitant	2019	2015
UE27+UK, dont	674 073	1.31	+ 11 %	+ 72 %
France	143 802	2.18	+ 5 %	+ 48 %
Allemagne	102 246	1.27	+ 21 %	+ 170 %
Royaume-Uni	101 856	1.58	+ 7 %	+ 42 %
Scandinavie, dont	61 546	2.39	+ 5 %	+ 21 %
Suède	21 512	2.24	+ 9 %	+ 21 %
Danemark	16 836	3.01	- 1 %	+ 22 %
Norvège	14 740	2.89	+ 6 %	+ 26 %
Est UE27	52 740	0.53	+ 11 %	+ 149 %
Italie	25 500	0.42	+ 13 %	+ 153 %

Note : novembre et décembre provisoires | Sources : Eurostat, Cirad

Consommation d'avocat dans l'UE27+UK : nouveau boom en 2020.

Selon des chiffres encore provisoires, la consommation d'avocat en Europe aurait progressé de 11 % entre 2019 et 2020. Avec près de 145 000 t, la France reste de loin le principal marché du vieux continent, la consommation approchant désormais 2.2 kg/habitant. L'Allemagne prend pour la première fois la deuxième place du classement en volume (plus de 100 000 t absorbées), après une nouvelle année de croissance record (+ 21 %). Elle dépasse désormais le Royaume-Uni, qui a pourtant progressé sensiblement de 7 %. La croissance a été comprise entre 0 et 9 % dans les pays scandinaves, qui restent leaders en termes de consommation par habitant si l'on exclut la Finlande (de plus de 2.2 kg/habitant en Suède à plus de 3.0 kg/habitant au Danemark). L'Italie confirme un intérêt croissant pour le Hass, avec des volumes consommés dépassant 25 000 t.

Sources : Eurostat, Cirad



Westfalia étend son réseau commercial en Europe.

La multinationale, qui fait partie des leaders mondiaux de la filière avocat, a pris des participations majoritaires dans la société familiale Hausladen Fruchthandels Gesellschaft, implantée depuis plus de 85 ans à Munich en Allemagne et spécialisée dans la distribution de fruits exotiques. Cette opération permet à Westfalia de renforcer sa présence commerciale en Europe, sur un marché allemand en pleine expansion (plus de 20 % de croissance entre 2019 et 2020). Le groupe sud-africain contrôle déjà plusieurs distributeurs de grande envergure sur le vieux continent : Grencell au Royaume-Uni, Comexa en France, Westfalia B.V. aux Pays-Bas et WMO Fruchthandel en Autriche (marchés d'Europe de l'Est et Russie).

Source : Westfalia





UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE POUR VOUS OFFRIR UNE MANGUE PARFAITEMENT MÛRIE

Retrouvez-nous sur : westfaliafruit.com

Nos ambitions : vous proposer des solutions de mûrissement adaptées à vos besoins. Doté d'une structure aux technologies de pointe, notre savoir-faire dédié au mûr à point, à l'affiné et à tout type de conditionnement, s'appuie essentiellement sur l'expérience de nos équipes.

Nos engagements : vous assurer un approvisionnement régulier et une qualité optimale toute l'année en sélectionnant les meilleures origines et les meilleures marques : Pérou, Côte d'Ivoire, République Dominicaine, Israël, Espagne et Brésil.

Notre expertise : une segmentation en mangue vrac et préemballée (affinée, bio et par avion) permettant de répondre aux attentes du consommateur par une meilleure visibilité en rayon.

Mûrisseur et Préemballeur de
Mangues de Qualité Toute l'Année.



Scénario inattendu en 2021 sur le marché européen

Montée en puissance des jeunes vergers oblige, l'offre d'hybrides tardifs de petits agrumes promettait d'être large et la fenêtre de marché raccourcie au vu des importants volumes de clémentines espagnoles à commercialiser. Les quantités disponibles s'annoncent finalement similaires à celles de 2020 et le marché est beaucoup plus ouvert que prévu. FruiTrop vous propose de faire le point sur le scénario inattendu de cette campagne 2021.

© Eric Imbert



NOSIBÉ
BY KINOBE



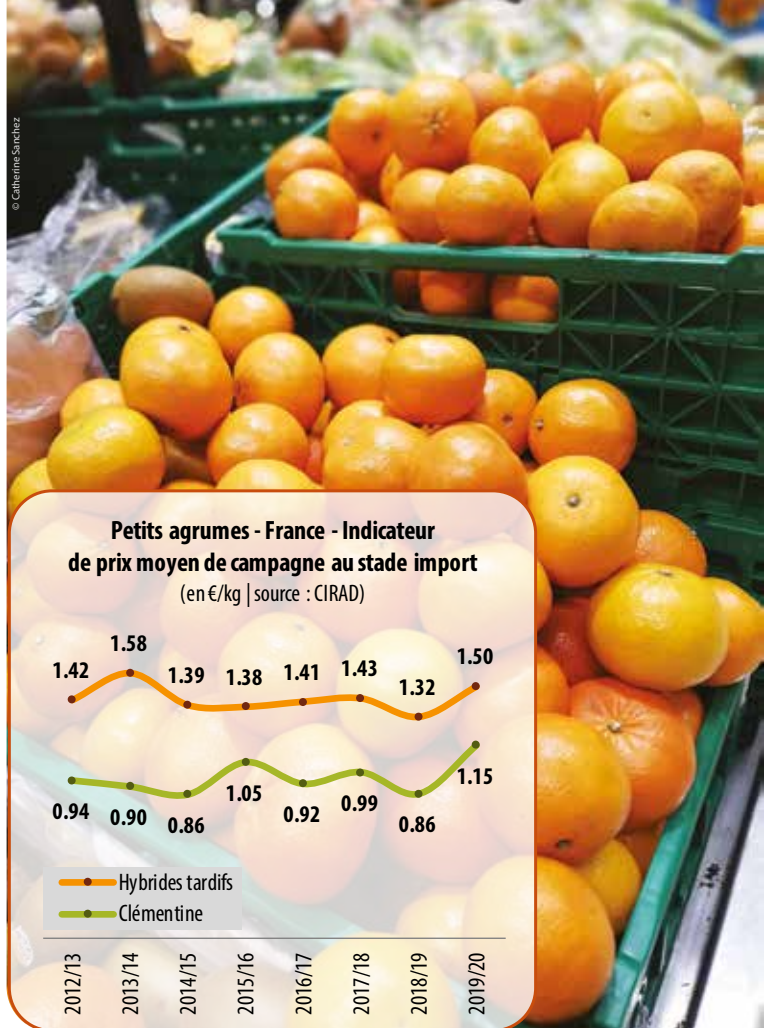
NOUS SOMMES LÀ

Une sélection des meilleurs
terroirs et producteurs
de mandarines Orri d'Israël

www.nosibe.com

Campagne 2019-20 : exceptionnelle, en particulier pour les hybrides tardifs

Si le millésime 2019-20 fut d'un très bon niveau pour l'agrumiculture en général, il le fut plus encore pour les hybrides tardifs. A la différence des oranges ou des autres groupes variétaux de petits agrumes comme les clémentines, l'excellent niveau des cours enregistrés durant cette campagne hors normes ne s'est pas accompagné d'une baisse drastique des quantités commercialisées. A l'inverse des autres variétés dont la production a été très déficitaire, les volumes mis en marché ont atteint un niveau record (+ 34 % par rapport à la moyenne quadriennale), notre indicateur de prix progressant parallèlement de près de 10 %. Alors, l'agrumiculture a-t-elle trouvé l'arme anti-crise absolue avec cette famille de petits agrumes ? Il convient de relativiser, sans pour autant négliger l'impact éminemment positif au niveau commercial du mode de gestion particulier de ces variétés sous licences. C'est un contexte quasi idéal, très dégagé en variétés de première partie de saison dès le début du mois de janvier, qui explique largement cette excellente performance. D'ailleurs, la campagne 2018-19 avait, elle aussi, montré le poids du contexte, mais sous son aspect le plus négatif. C'est l'importance des volumes et la qualité médiocre des clémentines et Clemenvilla, encore très présentes en janvier 2019, qui ont été à l'origine du très mauvais bilan de la campagne d'hybrides tardifs 2018-19.



Un potentiel de production plus faible qu'attendu

Qu'en sera-t-il en 2020-21 ? Côté production, la croissance sera finalement beaucoup plus molle que prévu. Selon nos estimations, le potentiel global disponible à l'export pour les principales variétés du groupe star de la famille des petits agrumes (Nadorcott, Orri et Tango) pour les pays fournisseurs majeurs (Maroc, Espagne et Israël) devrait être de l'ordre de 600 000 t, soit très proche de celui de 2019-20 (+ 3 %). Quel contraste avec la dynamique de croissance affirmée de ces dernières saisons ! L'offre a triplé en l'espace de huit ans, la progression affichant un niveau assez régulier d'environ 50 000 t par an en moyenne. Cette stagnation est d'autant plus étonnante qu'elle intervient sur un verger encore largement jeune et montant en puissance, et alors que le phénomène d'alternance de production joue positivement. Cependant, la météo a été difficile dans la plupart des pays producteurs méditerranéens et a impacté négativement la production, en particulier pour les variétés tardives (vague de chaleur d'une ampleur inédite dans l'est méditerranéen, printemps « pourri » en Espagne et sécheresse récurrente et intense au Maroc). De manière plus ponctuelle, il faut aussi ajouter une baisse assez significative depuis 2019 de la capacité de production israélienne, avec l'arrachage entre 2018 et 2020 d'environ 1 500 ha de vergers d'Orri situés dans des zones pédoclimatiques trop limite pour dégager une rentabilité suffisante. Fort heureusement, les accidents climatiques de début janvier (vague de froid intense en Espagne et pluies torrentielles sur certaines régions du Maroc) ne semblent pas avoir eu d'incidence négative majeure.





MEHADRIN INTERNATIONAL
 696, chemin du Barret, ZA du Barret — 13160 Chateaufort, France
 • Tél. +33(0)4 32 60 62 90 • Fax. +33(0)4 90 24 82 54
 benchadod@mehadrin-inter.com — www.mtex.co.il

Quasi-stabilité en Nadorcott et Orri, et boom en Tango

Dans le détail, les disponibilités en Nadorcott devraient être très proches de celles de la campagne 2019-20. L'Espagne dispose d'une récolte presque identique à celle de la saison précédente et d'environ 215 000 t. Comme pour les autres variétés, on note une avance de maturité d'environ dix jours. La production au Maroc est elle aussi très similaire à celle de la saison passée (environ 230 000 t). Les pluies de début janvier pourraient permettre de gommer le léger déficit actuel du potentiel export. Peu de changements en termes de volumes sont à attendre aussi en ce qui concerne l'Orri. L'impact de la vague de chaleur est relativement mesuré en Israël (potentiel export inférieur de 6 % à celui de 2019-20 et proche de la moyenne). La progression de l'offre devrait être très légère en Espagne, avec un potentiel commercial d'environ 60 000 t. Tango est la seule variété pour laquelle les volumes disponibles progresseront très sensiblement. Ils devraient être proches de 100 000 t, contre 63 000 t en 2019-20. Pour toutes les variétés et origines, le problème de faible calibrage devrait être beaucoup moins prégnant que pour les variétés de début de saison. Les fruits sont même d'une taille sensiblement supérieure à celle de 2020 en Andalousie, d'où provient une bonne part de l'offre espagnole. Les vergers de ces variétés haut de gamme sont, en règle générale, à la pointe au niveau technique, notamment l'irrigation, et sont choyés au niveau des quotas d'eau vu leur rentabilité.



Hybrides tardifs de petits agrumes – Exportations des pays fournisseurs de l'UE28

en 000 tonnes		2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Évolution 2020-21/2019-20
Maroc	Nadorcott	42	67	65	99	106	126	171	116	188	173	+ 62 %
Espagne	Nadorcott	122	135	132	150	157	156	183	166	179	180	+ 8 %
	Orri	-	-	-	-	26	26	52	52	57	60	+ 10 %
	Tango	-	-	-	-	-	-	25	40	63	100	+ 58 %
Israël	Orri	49	49	53	67	65	104	62	92	94	88	+ 2 %
Total		213	251	250	316	355	412	493	466	581	601	+ 25 %

Sources professionnelles

Répartition des volumes

Les hybrides tardifs, variétés haut de gamme, resteront essentiellement dirigés vers les marchés d'Europe de l'Ouest cette saison encore. C'est clairement le cas pour l'Espagne. La présidence Biden pourrait peut-être permettre de rouvrir l'accès au marché des États-Unis pour tous les agrumes ibériques, avec la levée de la taxe douanière de 25 % frappant les agrumes communautaires outre-Atlantique. Cependant, cette mesure sera hors délais cette saison... si elle intervient. En Europe, l'accord sur le Brexit, conclu in extremis fin 2020, a permis d'éviter l'imposition de taxes douanières et donc de surcharger le marché communautaire par un effet de vases communicants au détriment du Royaume-Uni. Côté israélien, les États-Unis continueront d'absorber des volumes non négligeables (environ 10 000 à 12 000 t), mais l'essentiel du flux restera dirigé vers l'UE27 et le Royaume-Uni. L'axe de diversification vers l'Asie, très notable en pomelo et Sweetie, demeure limité en petits agrumes (de l'ordre de 1 000 à 2 000 t ces dernières saisons). Le portefeuille de pays clients du Maroc restera le plus diversifié : selon nos estimations, au moins 50 % des volumes dirigés hors UE27+UK, principalement vers la Russie, l'Amérique du Nord et l'Afrique de l'Ouest, qui absorbe désormais des volumes très significatifs de Nadorcott de catégorie 1.





Au plus proche de la terre et des producteurs pour mieux vous servir

36/40, rue de Perpignan - 94642 Rungis

ely@galil-export.com

Tél. : +33 (0)1 46 87 28 59

www.galilee-export.com

Un contexte de marché beaucoup plus ouvert que prévu dans l'UE27+UK

Le degré important d'ouverture du marché en janvier est aussi une surprise cette campagne, tout comme l'est la faible croissance de la production. L'importance de la récolte de clémentines Nules espagnoles (+ 10 % par rapport à la moyenne quadriennale avec plus de 730 000 t) laissait présager d'une fin très tardive de la campagne de variétés de saison, retardant la prise de relais des hybrides tardifs. Tout comme en 2020, cela n'a pas été le cas, mais pour des raisons fort différentes et beaucoup moins positives. A l'inverse de la saison passée, de larges volumes restaient disponibles au stade production fin décembre, mais la tenue des fruits était trop aléatoire en raison d'une avance de maturité importante en début de saison et surtout d'un automne trop humide et doux, ayant eu un impact négatif tant en production que sur les marchés (fragilisation de la tenue des fruits et ralentissement de la demande). Le bilan de la campagne de clémentines n'est pas encore définitif, mais il s'annonce d'évidence très mauvais (vraisemblablement 20 à 25 % de la production perdue et prix moyen de campagne proche du niveau catastrophique de 2019-20).

En tout état de cause, les hybrides tardifs ont pris le relais précocement et bénéficié par là même de la demande généralement active en petits agrumes durant le mois de janvier (dès les semaines 53 et 1 chez certains distributeurs d'Europe du Nord, et dès la semaine 2 pour certaines enseignes françaises). Ces quelques jours ou semaines commerciales gagnées durant cette période clé de janvier, où les petits agrumes restent au centre des linéaires, pèsent lourd en termes de volumes commercialisés. Par ailleurs, le contexte de marché est plutôt porteur. Le froid dope la demande depuis début janvier, alors que la concurrence de l'orange s'annonce moins vive car les prix amorcent une remontée liée à une récolte plutôt déficitaire sur les variétés de deuxième partie de saison (Lanelate et Valencia notamment). Ainsi, les hybrides tardifs ont bénéficié de prix plutôt soutenus pour leur mise en place, malgré une situation très dégradée pour les derniers lots de clémentines. Le niveau sans excès de l'offre et la large fenêtre commerciale laissent penser que la campagne d'hybrides tardifs devrait se dérouler sans heurts.

WE CITRUS



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

 + 33 (0)3 20 20 79 00  contact@pulpfruits.fr

 **pulp**
fruits



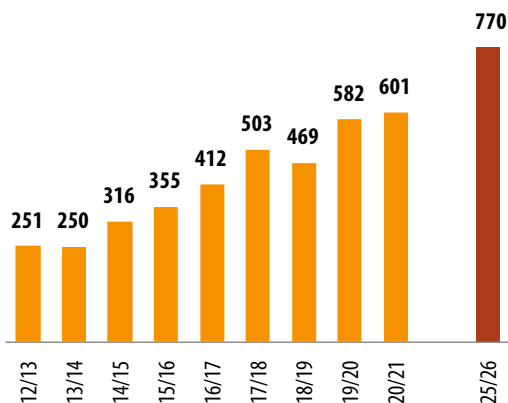
Photos © Régis Domergue

Un accroissement important du potentiel commercial lors des campagnes à venir

La faible croissance de l'offre enregistrée cette campagne ne doit pas inciter à penser que la production d'hybrides tardifs méditerranéens approche de la maturité. Certes, les plantations sont pratiquement à l'arrêt tant pour la Nadorcott que pour l'Orri, variétés dont les quotas de licences ouverts par les détenteurs des droits sont épuisés. La commercialisation de Tango reste ouverte, puisqu'il n'existe pas de quota, mais les surfaces évoluent peu elles aussi. Cependant, pour toutes ces variétés, nombre de jeunes vergers n'ont pas encore atteint la pleine production et continuent de monter en puissance. A pleine maturité, le potentiel commercial de ces vergers devrait être de l'ordre de 750 000 à 800 000 t, soit 150 000 à 200 000 t de plus qu'aujourd'hui.

Hybrides tardifs de petits agrumes Potentiel export

(en 000 tonnes | sources professionnelles)



Hybrides tardifs de petits agrumes – Surfaces plantées et potentiel export des pays fournisseurs de l'UE28

Origines	Variétés	Surfaces (hectares)	Potentiel export à terme (tonnes)	Remarque
Maroc	Nadorcott	7 800	260 000	Verger stabilisé
Espagne	Nadorcott	6 600*	240 000	Verger stabilisé
	Orri	2 200	60 000	Verger stabilisé
	Tango	3 000	115 000	Verger pouvant encore être développé
Israël	Orri	4 150	95 000	Verger stabilisé
Total			770 000	

* Espagne et Portugal | Sources professionnelles

De nouvelles variétés sous licence entrent en lice

Par ailleurs, de nouveaux cultivars ont aussi été introduits. Spring Sunshine, mutation de Murcott développée tout comme l'Orri par le Volcani Center, commencera à entrer sur le marché cette saison (vraisemblablement environ 1 000 t disponibles). Très qualitative (Brix moyen supérieur à 17° et taux de jus moyen supérieur à 55 %), elle vient enrichir la gamme sur le créneau super tardif (récolte de mars à mai). Le quota de surfaces alloué aux producteurs espagnols est de 700 000 arbres (soit environ 1 500 ha). De même, Leandri a démarré commercialement cette saison. Découverte par les sud-africains de Citrogold et gérée en Europe par le CVVP (*Club de Variedades Vegetales Protegidas*), elle est issue d'une mutation induite d'un hybride de clémentine et de Murcott. Présente sur le marché environ un mois avant la Nadorcott, elle est elle aussi très qualitative (taux de jus supérieur à 50 % et Brix jusqu'à 14°). Le quota de licences alloué est de l'ordre de 2 000 ha, environ 1 000 ha ayant d'ores et déjà été plantés. Ces variétés qui démarrent doivent bien sûr confirmer leurs promesses et trouver leur marché. Elles représentent vraisemblablement à elles deux un potentiel commercial de l'ordre de 100 000 à 130 000 t, sur un calendrier commercial différent des stars actuelles.



© Carolina Dawson

Un marché à préserver

Les opérateurs ne doivent pas se méprendre : la prudence reste de mise sur le marché des petits agrumes tardifs, malgré la très probable succession de deux saisons commerciales positives. Certes, ces variétés ont beaucoup d'atouts (références en termes gustatifs et potentiel de conservation élevé notamment), alors que la fenêtre de marché peut encore être étendue, en particulier au printemps. Néanmoins, les volumes additionnels à venir sont significatifs, tant pour les variétés historiques que pour celles qui ne font que démarrer. Il est d'une importance capitale de préserver la « poche de rentabilité » que constitue ce marché, vitale pour la production alors que les résultats économiques restent plus qu'aléatoires, tant pour les petits agrumes que pour l'orange durant la première partie de saison. Les quotas de surfaces alloués doivent être rigoureusement respectés, et la lutte contre les vergers illégaux doit rester une priorité. Les actions s'intensifient (premier démantèlement d'un verger de Nadorcott sans licence dans le sud du Portugal en 2019-20, plus de 45 actions légales menées par ORC contre des plantations illégales d'Orri, dont une s'étant même soldée en 2019-20 par une peine de prison).

Par ailleurs, les outils de contrôle se multiplient et se perfectionnent. La géolocalisation, qui permet de vérifier si un verger donné fait bien partie de ceux sous licence, est déjà utilisée depuis plusieurs années par tous les organismes détenteurs des droits sur ces variétés protégées. L'utilisation de marqueurs moléculaires commence à apparaître. Elle permet de contrôler la variété à tous les niveaux de la filière, en recherchant une séquence d'ADN spécifique à chaque cultivar. Selon les promoteurs du projet Gocitrus, qui développent cette technologie pour les agrumes pour le compte des principaux obtenteurs variétaux, la technique est simple et peu coûteuse (environ 5 à 6 mois de travail et un budget de 10 000 à 25 000 € pour identifier une séquence spécifique, les analyses de routine réalisées à l'unité coûtant entre 50 et 100 €) ■

Eric Imbert, Cirad
eric.imbert@cirad.fr



© Catherine Sanchez

Point de campagne de la saison d'hiver 2020-21

Un printemps aussi prometteur que dangereux

Malgré des hauts et des bas, la première partie de la saison d'hiver 2020-21 a été plutôt positive, les volumes commercialisés progressant sensiblement sans baisse majeure du cours moyen. Comment le marché va-t-il évoluer au 1^{er} trimestre 2021 ? La question se pose avec d'autant plus d'acuité que le déclin très précoce de la saison chilienne rebat les cartes. FruiTrop vous propose de faire le point.





LE LEADER MONDIAL DE L'AVOCAT



La référence qualité et l'expertise de la chaîne d'approvisionnement



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

missionproduce.com

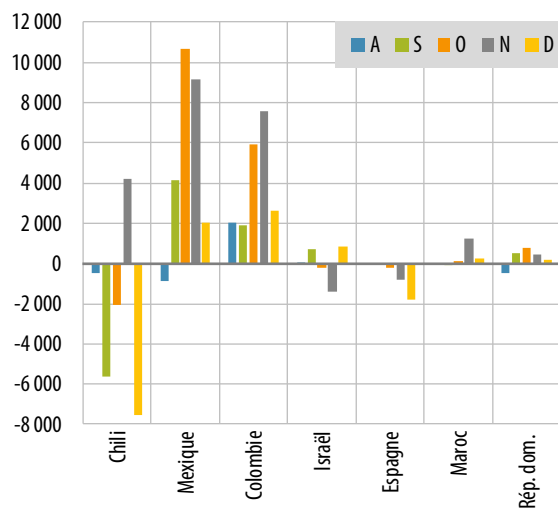


@missionavocados

Le bilan de la première partie de la saison d'hiver 2020-21 est plutôt positif. Selon des chiffres douaniers provisoires, les volumes commercialisés dans l'UE27+UK de début septembre à fin décembre auraient atteint un niveau record, en progression de plus de 15 % par rapport à la moyenne des deux dernières années, alors que notre baromètre de prix indique un niveau quasi stable (- 3 %). Pourtant, le marché a connu des hauts et des bas, confirmant ou mettant en évidence deux mouvements de fond nouveaux ou récents touchant la saison d'hiver. Paradoxalement, la période de transition entre campagne d'été et campagne d'hiver, désormais à risque avec la tendance structurelle à la prolongation de la saison péruvienne, s'est bien déroulée. En revanche, pour la deuxième année consécutive, une crise majeure de sur-approvisionnement est intervenue à l'automne, son démarrage étant un peu plus précoce qu'en 2019. L'explosion des surfaces au Jalisco et en Colombie se traduit par un boom des exportations vers l'UE27+UK, les volumes ayant été encore plus massifs que la saison passée (volumes réceptionnés en octobre supérieurs d'environ 8 000 t à ceux déjà excessifs de 2019 et progression record de plus 15 000 t en novembre). Les cours ont plongé, en particulier pour les petits fruits (baromètre Cirad atteignant un point bas de 10 € pour le calibre 18 et inférieur à 8 € pour le 22/24 mi-novembre). La crise ne s'est fort heureusement pas prolongée, car la pression mexicaine est retombée en décembre et l'offre chilienne a été beaucoup plus faible que prévu.

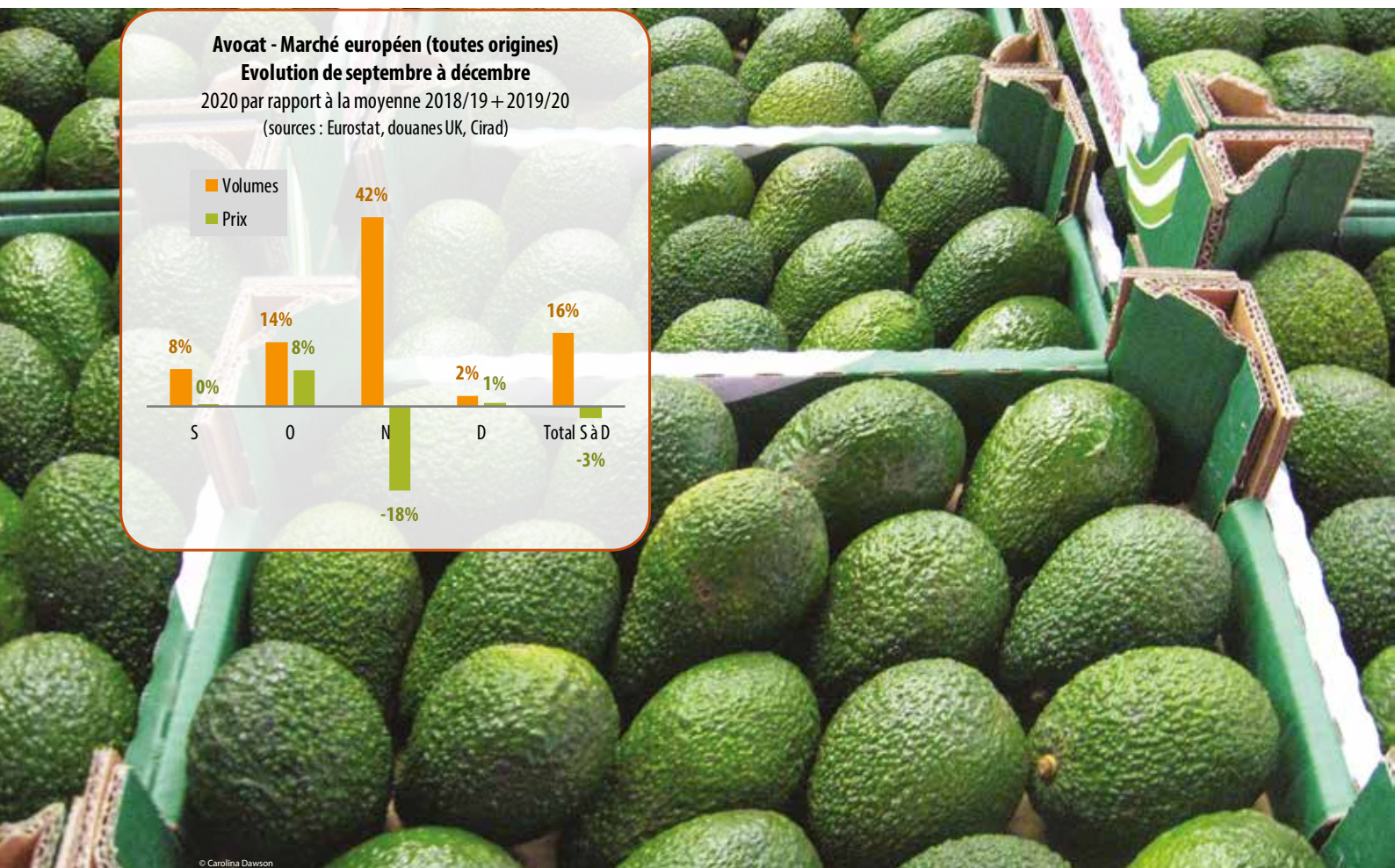
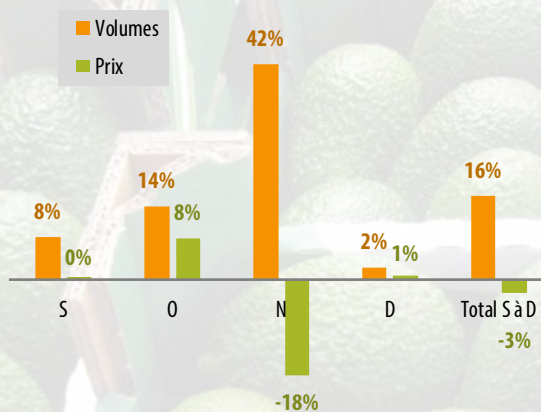
Avocat - UE28 - Approvisionnement par pays fournisseurs Evolution d'août à décembre

2020-21 par rapport à la moyenne 2018/19 + 2019/20
(en tonnes | sources : Eurostat, Cirad)



Avocat - Marché européen (toutes origines) Evolution de septembre à décembre

2020 par rapport à la moyenne 2018/19 + 2019/20
(sources : Eurostat, douanes UK, Cirad)



© Carolina Dawson

**SI VOUS
PENSEZ
DURABILITÉ**



**SI VOUS
PENSEZ
INNOVATION**

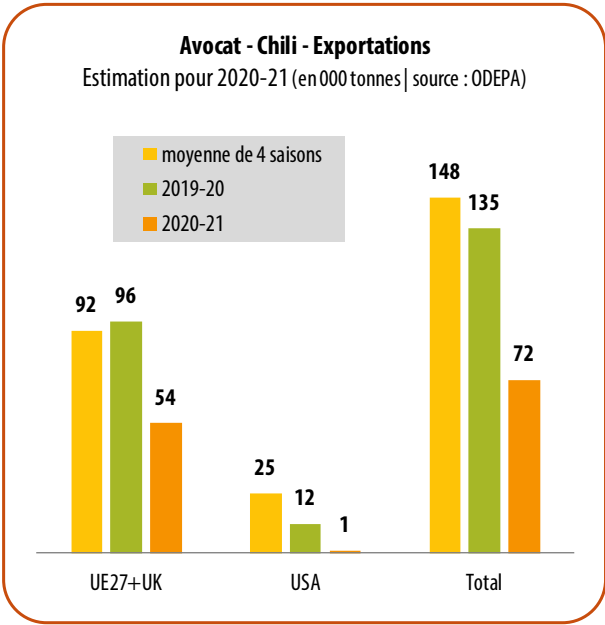
**SI VOUS
PENSEZ
À L'AVOCAT
12 MOIS SUR 12**



**ALORS PENSEZ
WESTFALIA FRUIT**

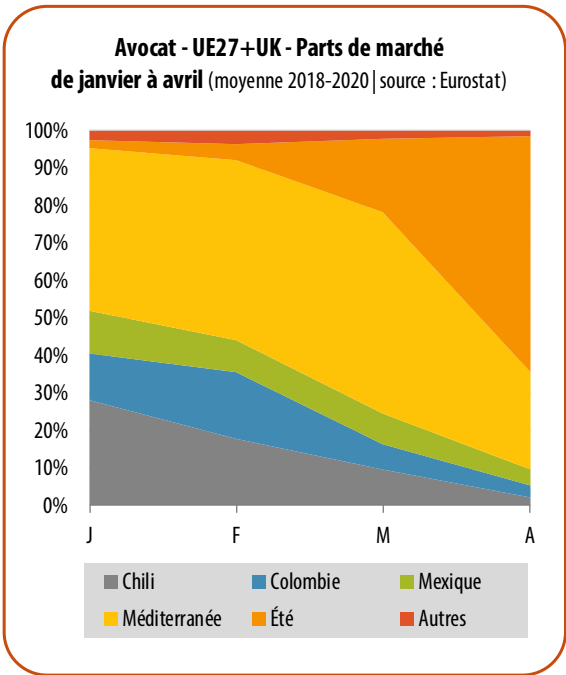


**THE LEADING
#AVOEXPERTS**



Un déficit historique du Chili, qui a de fortes implications sur la 2^e partie de saison

C'est la grande surprise de cette campagne. Un déficit de production au Chili, premier fournisseur du marché communautaire durant la saison d'hiver, était attendu en raison d'une météo adverse pendant la période de nouaison et d'une sécheresse structurelle, mais pas d'une ampleur aussi majeure. Les répercussions sur le débouché export ont été extrêmes, la concurrence des prix hors normes pratiqués sur le marché local, où l'avocat est un des produits de base, se rajoutant aux effets directs du déficit de production (prix rapporté au colis de 4 kg atteignant près de 15 € début décembre au stade grossiste, soit + 20 % par rapport à 2019). Ainsi, selon une première estimation, les volumes proposés sur le marché international par cette origine, figurant jusqu'alors parmi les trois principaux exportateurs mondiaux, seront vraisemblablement de l'ordre de 70 000 à 75 000 t en 2020-21, soit à peine plus de la moitié des 135 000 t expédiées en 2019-20. Tous les marchés export ont vu les arrivages fondre (vraisemblablement moins de 55 000 t vers l'UE27+UK, contre 96 000 t en 2019-20), en particulier les Etats-Unis (moins de 1 000 t, contre 12 000 t en 2019-20 et environ 30 000 t les saisons précédentes). Cette chute drastique, qui se traduit notamment par une fin de saison historiquement précoce en Europe (volumes limités dès début janvier), va avoir de fortes conséquences sur le marché durant la deuxième et dernière partie de la saison d'hiver. Les années précédentes, le Chili représentait environ 25 à 30 % de l'approvisionnement du marché en janvier et encore 15 à 20 % en février. Les autres pays fournisseurs seront-ils en mesure de combler un tel déficit ?



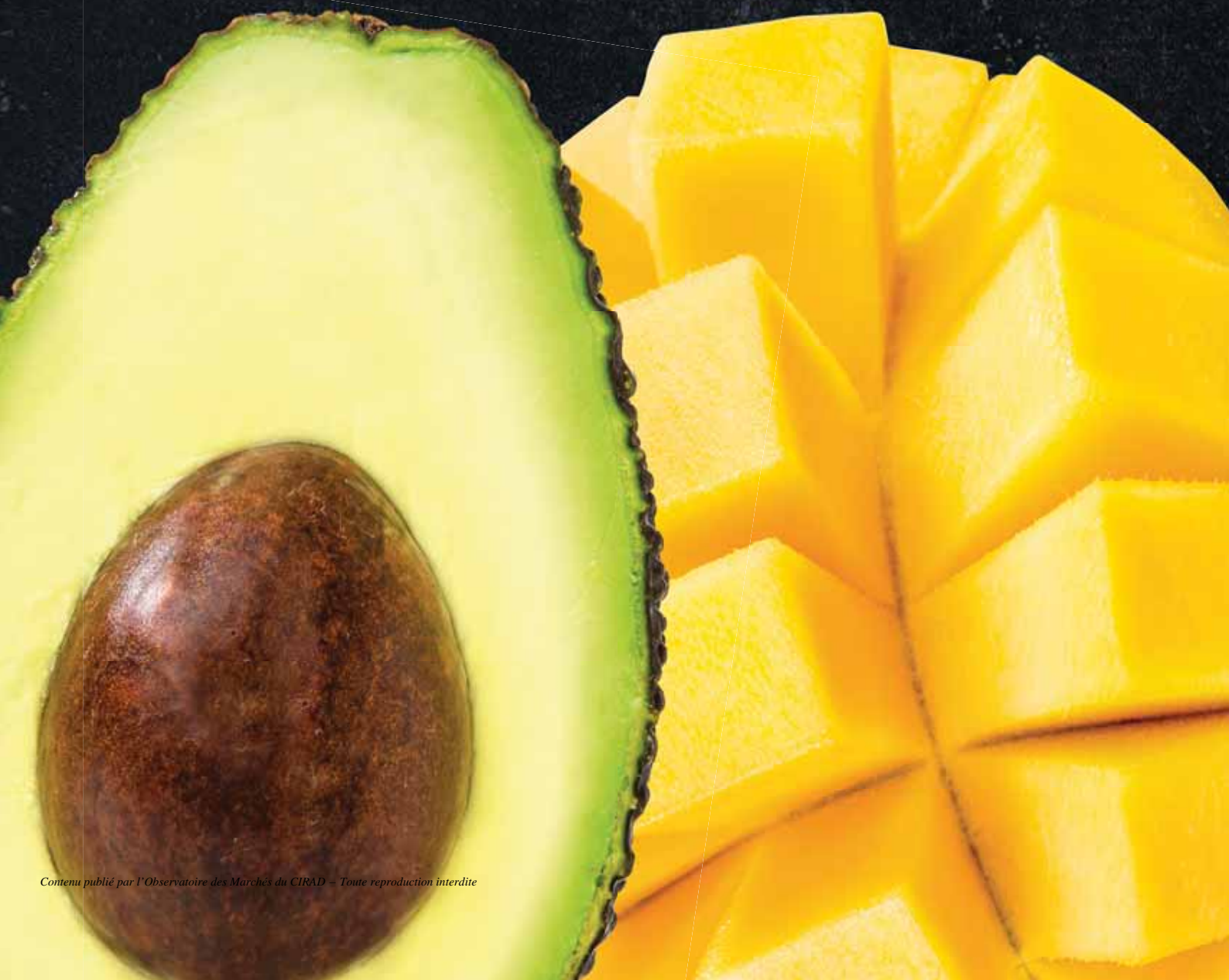


Reyes Gutiérrez

fruits tropicaux

365 jours

SAINS X
NATURE

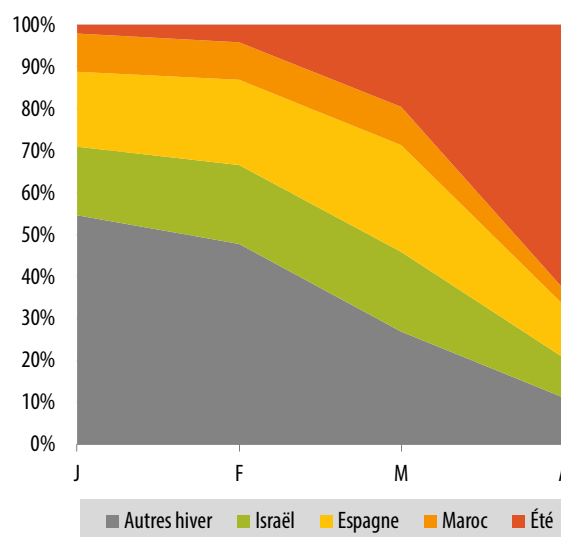


Des potentiels export au mieux moyens en Méditerranée, malgré la progression des surfaces

Cela ne devrait pas être le cas en Méditerranée, zone assurant environ 60 % de l'approvisionnement durant la période de janvier à avril. En Israël, le niveau de la récolte de Hass devrait être proche de celui de la saison passée, lui-même seulement moyen. Les effets conjoints de l'alternance positive de la production et de la progression sensible des surfaces ont été pratiquement gommés par les conséquences négatives de la vague de chaleur intervenue en mai dernier durant la période de floraison. Pour autant, les volumes restant à commercialiser sont inférieurs à ceux de la saison passée et donc à la moyenne. L'avance de commercialisation est majeure (environ 4 millions de colis de Hass commercialisés fin janvier, soit 1.5 million de plus qu'en 2019-20). Le déclin précoce des volumes chiliens a permis aux opérateurs israéliens, qui cherchaient par ailleurs à éviter les problèmes de qualité connus en toute fin de la saison dernière, d'être référencés plus précocement.

La situation est similaire en Espagne, mais avec un niveau de production déficitaire d'environ 15 à 20 % par rapport à une saison 2019-20 déjà peu chargée. Une météo adverse à la nouaison et un coup de chaleur estival ont réduit la récolte de Hass, qui s'annonçait pourtant d'un bon niveau. Fort heureusement, la vague de froid de début janvier ne semble pas avoir aggravé la situation, tout au moins dans la zone principale qu'est l'Axarquía. La compensation liée à l'entrée en production des nouveaux pôles de production (Huelva, Cadix, Valencia) sera encore peu sensible, les vergers étant encore très jeunes. Tout comme pour Israël, le rythme des ventes accélère précocement. Le calibrage des fruits est plutôt d'un bon niveau.

Avocat - UE27+UK - Parts de marché de janvier à avril - Focus Méditerranée
(moyenne 2018-2020 | source : Eurostat)



La production marocaine est en alternance négative, après une saison 2019-20 record (près de 33 000 t exportées). Le phénomène a été particulièrement prononcé pour les variétés vertes, quasi absentes à l'export cette saison. Néanmoins, pour le Hass, la montée en puissance ou l'entrée en production des jeunes plantations, ainsi qu'un marché local moins actif du fait notamment d'un effondrement du tourisme, pourraient permettre d'égaliser les volumes de la saison passée. L'avance de commercialisation est très significative aussi pour cette origine.



Le meilleur de l'avocat

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

Gabriel Burunat.



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



Partenaires du CIRAD

www.commercial-fruits.com

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



Une partie des fournisseurs d'Amérique latine essoufflés, après un début de saison tonitruant

Quels sont les volumes disponibles en Amérique du Sud ? La première partie de saison a été explosive en Colombie, les exportations enregistrées entre début juin et fin novembre étant plus de deux fois supérieures à celles de 2019 (environ 37 000 t, contre 13 700 t en 2019 selon les douanes colombiennes). Les volumes disponibles pour le 1^{er} trimestre 2021 apparaissent beaucoup plus limités, avec la fin de campagne progressive de la principale récolte des grandes zones de production (cf. calendrier de production par région). Les exportations devraient rester d'un bon niveau en janvier, puis décliner sensiblement en février, avant de devenir très modérées en mars.

La situation est bien différente selon les régions au Mexique. Tout comme en Colombie, le reliquat de récolte semble modéré au Jalisco car la première partie de campagne a aussi été très intense (exportations toutes destinations confondues de début juin à fin décembre de 80 000 t, soit 15 000 t de plus que la saison passée). Ainsi, comme en 2020, les volumes devraient être modérés en janvier, puis décliner pour devenir marginaux en mars. En revanche, les volumes disponibles restent massifs au Michoacán, alors que le marché des Etats-Unis reste peu attractif malgré un petit raffermissement depuis début janvier. Un report d'importants volumes vers le marché communautaire, vraisemblablement très porteur, est-il possible ?

Deux points méritent d'être soulignés. D'une part, malgré la contraction drastique des ventes du segment du catering, la demande s'est jusqu'alors maintenue à un bon niveau aux USA, comme en témoigne la progression d'environ 10 % du marché au 2^e semestre 2020 selon les chiffres du HAB.

Les prévisions de ventes établies par la MHIA pour la période clé du Superbowl début février tablent sur une poursuite de la dynamique de progression (+ 4 % par rapport à 2020). D'autre part, bon nombre d'importateurs européens sont très prudents quant à leur programme de Hass du Michoacán. La qualité des fruits réceptionnés durant la période très chargée d'octobre-novembre a été de nouveau très hétérogène pour certaines marques. Ces problèmes, liés pour partie à une logistique maritime défectueuse (retards à répétition sur toutes les lignes à destination de l'Europe du Nord) et à un process post-récolte calé sur le marché voisin des Etats-Unis, et non sur une destination lointaine comme l'UE27, nuisent gravement non seulement à l'image de l'origine, mais aussi à celle du produit dans l'esprit du consommateur.

Avocat – Estimation d'exportation des principaux fournisseurs

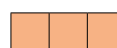
en tonnes	2020-21 (cumul d'août à décembre*)	2020-21 comparé à	
		2019-20	moyenne 2018-2020
Chili	49 261	- 27 %	- 19 %
Mexique	66 250	+ 14 %	+ 61 %
Colombie	35 930	+ 89 %	+ 126 %
Israël	16 765	+ 20 %	- 1 %
Espagne	9 191	- 12 %	- 15 %
Maroc	6 874	- 17 %	+ 30 %
Rép. dominicaine	7 778	- 3 %	+ 22 %
Total	192 049	+ 4 %	+ 22 %

* chiffres provisoires pour décembre (estimation douanes + Cirad)
Sources : Eurostat, professionnels

Avocat – Colombie – Calendrier de récolte

		S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A
Antioquia	Sud-Ouest – pôle principal												
	Est												
Zone caféière													
Valle, Cauca													
Tolima													

 Récolte principale

 Récolte secondaire (traviesa)



EXOS[®]
PREMIUM

**THE TROPICAL FRUITS REFERENCE
IN MOROCCO**

PACK FRUIT

Mailing address : 2, Rue Lahcen El Basri, N°6, 20040 Casablanca - Morocco

Phone : +212 5 22 22 24 88

Email : commercial.packfruit@gmail.com



Un printemps aussi prometteur que dangereux

Si ce scénario se vérifie, le déficit d'offre ira croissant et sera très vraisemblablement majeur pendant la toute dernière partie de saison. Le froid lié à la Niña risque-t-il d'engendrer un retard significatif de maturité du Hass péruvien, et par là même de prolonger la situation de manque de fruits ? Le cap du million de colis de Hass de cette origine vers l'UE27+UK pourra-t-il être atteint début avril, comme ce fut le cas en 2019 et 2020 ? Il ne semble pas qu'il y ait de retard significatif, selon les premières informations recueillies qui font état par ailleurs d'une nouvelle saison record (potentiel export de + 10 à + 15 % selon les sources).

Le marché aura sans doute besoin de fruits mais – il faut le souligner – de fruits de qualité. Le respect des critères de maturité en début de saison sera une clé de la réussite de la campagne d'été à venir, qui s'annonce de nouveau chargée en volumes. Les gains à très court terme, que l'on peut espérer de la commercialisation de fruits n'ayant pas le taux de matière sèche requis, sont d'évidence bien inférieurs à la double peine qui découlera d'une telle pratique. D'une part, la sanction sur la consommation sera immédiate, d'autant que le produit sera fort cher au détail, coupant le marché d'une demande qui devra s'exprimer à son plein potentiel dès la deuxième partie du mois de mai. D'autre part, et avec des conséquences potentiellement plus profondes pour l'avenir, un tel épisode contribuera à ternir l'image de marque du produit, qui n'est pas assez défendue en Europe. La responsabilité des exportateurs et des organismes officiels en charge du contrôle de la qualité sera majeure durant cette période aussi faste que piège ■

Eric Imbert, Cirad
eric.imbert@cirad.fr



AVOCADO LOVERS

LIVRAISON
D'EXCELLENCE

COMPANÍA

Aguacatera
DEL SUR

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

import@aguacateradelsur.com

+34 952 650 823

Un dossier préparé par
Denis Loeillet

Sommaire

- p. 34 **Marché mondial de la banane en 2020 – Déprimé et déprimant**
- p. 46 **Destruction de valeur – No limit**
- p. 50 **Marché des États-Unis – Dans sa bulle**
- p. 51 **Marché russe – Le fruit de la crise**
- p. 52 **Prix import et prix de détail en Europe – France, UK, Espagne, Allemagne (graphiques)**

© Denis Loeillet

Banane

Banane





Best taste. best quality



LilotFruits
RÉSERVE NATURELLE DE GOÛT

— CAPEXO —

Nous sommes heureux, fiers, ravis, emballés ! Et souhaitons la bienvenue à Chiquita dans notre gamme. Partenaire du goût et de la qualité, avec des origines rigoureusement sélectionnées. Avec des bananes disponibles vertes directement au port, ou mûries selon un cahier des charges très précis. Pour être ensuite livrées dans le respect de nos engagements. Avec Chiquita comme avec tous nos partenaires producteurs de confiance, nous travaillons avec cette passion et cette exigence, pour toujours vous offrir les goûts les plus délicats.

Banane

Marché mondial en 2020

Déprimé et déprimant

par **Denis Lœillet**, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

Si la crise sanitaire est une catastrophe humaine et économique, la filière banane en a tiré quelques bénéfices. Et s'il y a crise dans la filière banane, et en vérité crise profonde il y a, il faut en chercher les raisons ailleurs. FruiTrop les recense depuis des années maintenant, avec tout de même une constante : l'offre mondiale se développe et pousse les prix à la baisse à tous les stades. Rien de très nouveau donc sous le soleil. Reste à comprendre comment les filières de production vont financer leur développement, mais aussi les progrès exigés par l'aval et les consommateurs autour des questions environnementales et sociales.

© Denis Lœillet

*Avec une COMOË,
vous reboostez votre santé*

Importateur Distributeur

Sipef, Belgique

Contact : fruits@sipef.com

+ 32.3.641.97.37

www.sipef.com/bananas.html

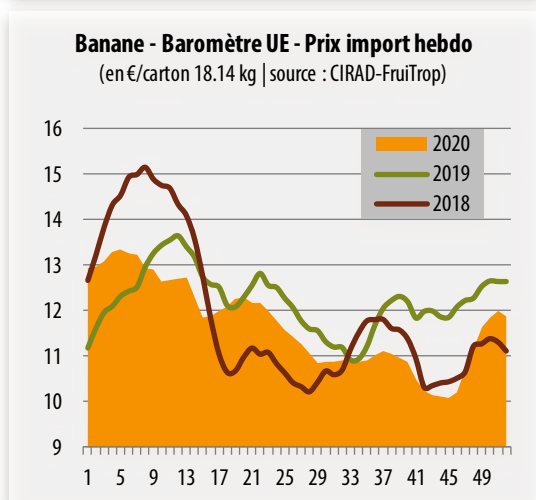
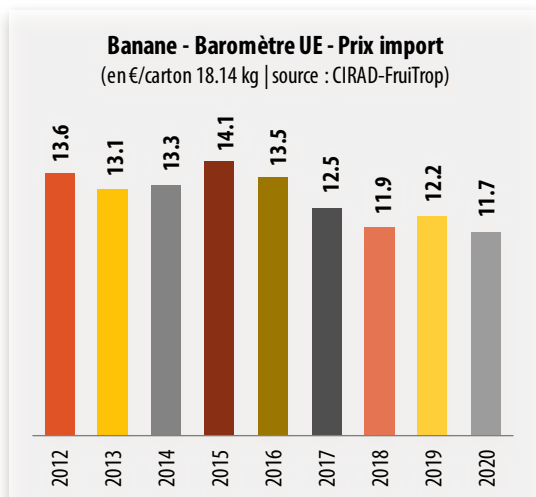
Producteur Exportateur

Plantation Eglin GLOBAL C.A.P.

Produit sous le signe de la Conservation des Matières et de l'Énergie. Toute réimpression interdite.

Côte d'Ivoire





Si la disruption est un concept à la mode, celle qu'entraîne la pandémie n'a rien pour plaire. La crise sanitaire a chamboulé nos vies, et très rarement dans le bon sens. La disruption générale de 2020 s'apparente davantage à un court-circuit qu'à une promenade heureuse vers une plus grande félicité. La Chine en a, en effet, décidé autrement... Les effets sur les filières agricoles et alimentaires de cette crise sont conséquents, pour le meilleur comme pour le pire. La filière banane n'a pas échappé à la règle pour le pire avec des dysfonctionnements logistiques, des surcoûts sur toute la chaîne (de la plantation jusqu'à la distribution) et, évidemment, une organisation du travail perturbée lors des premières semaines de crise. Pour le meilleur, le fruit a été consacré comme une valeur refuge sur bien des marchés. Mais voilà, il n'y a pas eu que la crise sanitaire engendrée par la particularité gastronomique chinoise (si c'est bien ce qui est arrivé...) qui a ballotté le marché mondial bananier. En fait, ce fut, comme c'est souvent le cas, un mélange détonant de plusieurs facteurs qui a rendu malade, pour ne pas dire agonisant, le marché bananier.

Certains des facteurs explicatifs de la très mauvaise conjoncture 2020 sont archi connus et ne relèvent en rien des effets de la pandémie. Le marché mondial de la banane dessert est en crise structurelle et les symptômes sont clairs : croissance rapide des exportations alimentée par un développement tout aussi rapide du potentiel mondial de production. L'excédent mondial d'offre n'a pas été retiré du marché pour être détruit, transformé en pulpe ou en aliment pour bétail. Il a trouvé son chemin sur le marché mondial, entraînant de manière ultra classique la baisse du prix mondial de la banane dessert. Tout le monde se félicite de l'augmentation de la consommation, mais tout le monde se désole de son principal avatar : la chute du prix.



Tu te les pèles ?



Non ! Je suis mûre banane !

LA BONNE MATURITÉ, C'EST TOUT UN ART !

Si nos clients ont la banane toute l'année, c'est parce que nous travaillons tous les jours à leur fournir **la bonne qualité, la bonne quantité et la bonne maturité** des produits dans des conditions de service toujours respectées.



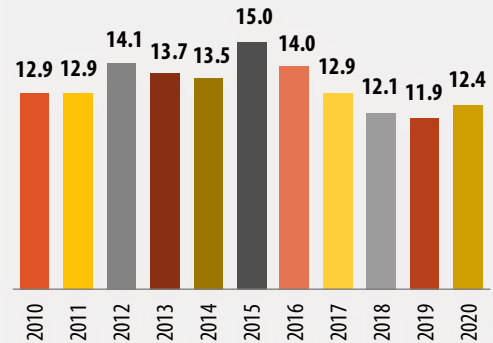
PACKED
WITH SATISFACTION



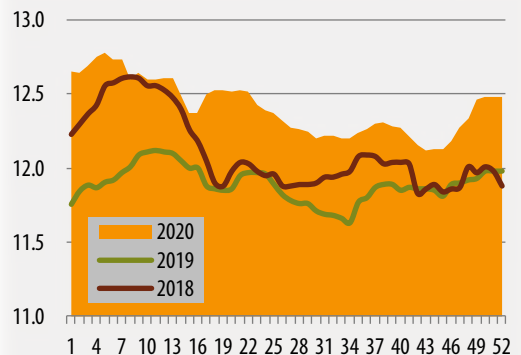
Un espoir vite douché

Si l'on met de côté l'évolution biaisée du prix import sur le marché des Etats-Unis, dont on ne connaît que son pâle représentant – le prix spot publié par la revue Sopisco – la conclusion est sans appel : le marché mondial est en pleine crise. La preuve. Le baromètre européen Cirad-FruiTrop a plongé de 0.50 € pour tomber à son plus bas niveau historique, soit 11.7 €/carton. Le précédent et triste record datait de seulement deux ans, en 2018, avec un prix import européen à 11.9 €/carton. Tout le monde pensait à l'époque que le pire était passé. Qu'à ces niveaux de prix, personne ne pouvait encore gagner de l'argent. Que le seuil de rentabilité était largement dépassé... par le bas. Que les opérateurs les plus aventureux en termes de prix allaient bien faire un jour leurs comptes. Que collectivement, l'aval de la filière allait enfin comprendre que, oui, l'on consommait de plus en plus de banane dessert importée un peu partout dans le monde, mais que cela s'accompagnait d'une dangereuse et suicidaire baisse des prix. Qu'étant donné la très forte attractivité du prix au détail, il existait d'autres moyens moins destructeurs pour la filière que de jouer de manière simpliste sur le prix. Le faible rebond en 2019 laissait entrevoir, certes aux plus optimistes, l'espoir d'une reconstruction. Celui-ci fut vite douché.

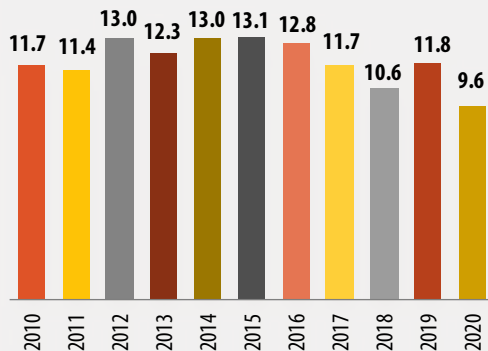
Banane - Allemagne - Prix import annuel
2^e et 3^e marques (en €/carton 18.14 kg | source : CIRAD-FruiTrop)



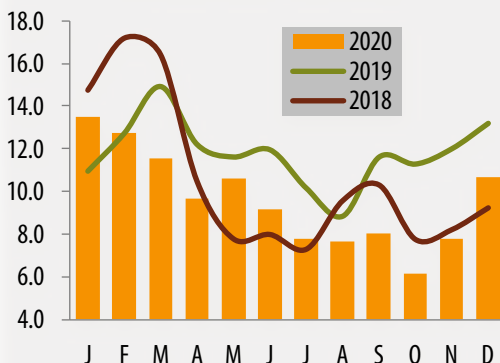
Banane - Allemagne - Prix import hebdo
2^e et 3^e marques (en €/carton 18.14 kg | source : CIRAD-FruiTrop)



Banane - Pologne - Prix import annuel
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)



Banane - Pologne - Prix vert
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)



De Charybde en Scylla

Si l'on scrute l'évolution du prix import semaine après semaine en Europe, premier marché mondial d'importation avec plus de 5.9 millions de tonnes (et 6.5 pour la consommation totale), les optimistes invétérés auront quand même eu raison deux fois en 2020. Une première fois en tout début d'année, durant cinq semaines de prix satisfaisant, puis idem en toute fin d'année pendant environ cinq semaines. Reste les 43 autres semaines où il aura fallu choisir entre l'abattement ou la déprime.

Autre indicateur de la désespérance dans laquelle se trouve le marché européen : les prix n'ont été supérieurs à la moyenne triennale que pendant six modestes semaines, c'est-à-dire en tout début et en toute fin d'été. Par exemple, en semaine 15, jamais avant 2020 le prix n'était tombé en deçà de 12 €/carton. On a même échappé de peu au passage sous les 10 €/carton en semaine 45. Cette barre, ô combien symbolique, a été évitée pour seulement 0.07 €.

Le baromètre européen cache évidemment des situations très diverses. En Pologne par exemple, qui a la particularité de fournir le point le plus bas à un moment donné, le prix import est tombé à 5.8 €/carton, tout juste le prix minimum officiel en Équateur qui, lui, est fixé au stade plantation ! On imagine bien qu'avec une moyenne comme celle-ci, certains lots n'avaient même plus de valeur, sauf celle qui couvre à peine les frais de destruction. Le prix import moyen annuel en Pologne inscrit d'ailleurs un record à la baisse à 9.6 €/carton, soit 2 € de moins qu'en 2019. A ces niveaux-là, tous auraient sans doute signé pour le niveau de 2018, qui paraissait alors scandaleusement bas à 10.6 €/carton.



Weekly banana market report

Toutes les semaines, un suivi du marché européen complet pertinent

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



Prix de l'abonnement annuel : 3 000 €HT
(environ 48 numéros par an)

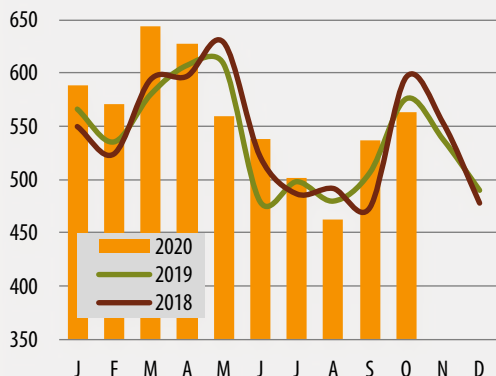
Expédié par email le jeudi

Contact : info@fruitrop.com

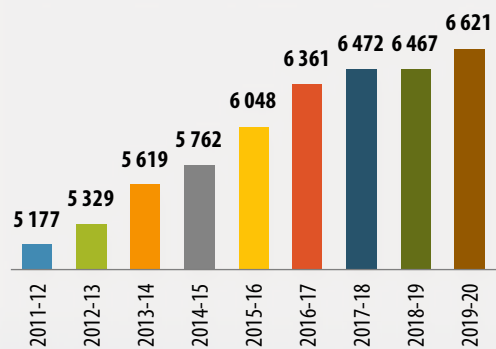
ou www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe



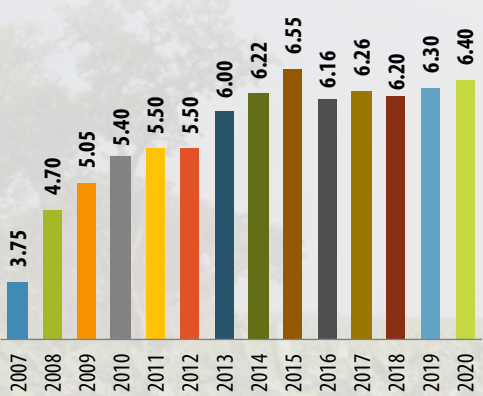
Banane - UE - Approvisionnement estimé
(en 000 tonnes | sources : CIRAD, Eurostat)



Banane - UE-28 - Approvisionnement estimé sur 12 mois (novembre à octobre) hors bananes communautaires commercialisées dans les zones de production
(en 000 tonnes | sources : CIRAD, Eurostat | mise à jour 28/01/2021)



Banane - Equateur - Prix minimum payé au producteur
(en \$/carton de 41.5-43.0 livres | source : autorités nationales)



Le miracle n'aura pas eu lieu

Début 2020, après une année 2019 que j'avais qualifiée de miraculée (FruiTrop n°267, janvier 2020), le monde bananier soufflait un peu. Les hard discounteurs allemands laissaient les couteaux sous la table et l'excellente fin d'année 2019 lançait parfaitement bien 2020. La tendance de consommation en Asie, et plus spécialement en Chine, permettait d'éponger une partie de l'accroissement du potentiel de production mondiale. Le dollar et l'euro revenaient dans des zones de parité convenables aux alentours de 1.10 \$ pour 1 €. Le prix annuel du contrat allemand reprenait même un peu de hauteur, légèrement dynamisé par une année 2019 plus sereine. La volatilité baissait, rendant ainsi le marché plus prévisible. Bref, le décor qui se mettait en place nourrissait l'espoir.

C'était oublier un peu vite l'effet dévastateur d'une offre mondiale qui ne cesse de se développer. Ainsi, rappelons qu'entre 2011 et 2019, la consommation des cinq grands marchés mondiaux (UE28, Amérique du Nord, Russie, Chine et Japon) s'est accrue de 3.5 millions de tonnes, une progression hallucinante de 28 % ! A regarder ces chiffres, on se croirait sur un marché high-tech. La croissance avait certes marqué une pause en 2019, sauf en Chine et au Japon. Et comme le marché mondial de la banane est définitivement un marché d'offre, c'est bien la nouvelle capacité d'absorption de l'Asie qui avait permis un redressement des cours mondiaux (cf. FruiTrop n°269, pages 56 et suivantes). Moins de pression des volumes sur l'Europe et les cours reprenaient automatiquement de la hauteur. L'équation est donc dramatiquement simple.

Sauf que la pression de la banane dollar n'a pas cessé de s'intensifier entre-temps. Le premier bilan pour 2020 des quatre grandes origines centro-américaines fait état d'une poussée de 630 000 tonnes supplémentaires exportées, soit un taux de croissance annuelle de 5 %. Encore heureux que le Guatemala subisse un petit revers en 2020.

En 2020, la pression de l'offre est donc encore montée d'un cran sur les marchés d'importation, notamment les marchés peu ou pas régulés et donc très sensibles au niveau de l'offre mondiale. La Russie est un excellent exemple de cette réaction en chaîne. Selon les dernières estimations, le marché russe aurait importé plus de 77 millions de cartons en 2020, égalant ainsi le record absolu de 2018. Mécaniquement, le prix import a fondu comme jamais, passant de 13.6 \$/carton CIF St Pétersbourg en 2019 à seulement 10.7 \$ en 2020, un effondrement de 21 %. La dégringolade du rouble vis-à-vis du dollar a contenu la baisse libellée en monnaie locale à « seulement » 12 %.

Le billet vert comme effet boost

Pour l'UE28, le prix import a donc dévissé de 0.50 € pour tomber à 11.7 €/carton. Côté volume consommé, les données arrêtées à novembre 2020 (source : Taxud) font état d'un accroissement des importations de l'ordre de 4 %, avec une forte poussée de la banane dollar (+ 6 %) et un recul de la banane ACP (- 6 %). CQFD, c'est bien l'offre dollar qui fait le marché. Ce n'est pas un scoop, chaque année confirmant un peu plus la dollarisation du marché européen mais aussi mondial.

Dans ce contexte, la dynamique de consommation n'est que la résultante d'une pression de l'amont qui passe en force, quel qu'en soit le prix. C'est même encore plus inquiétant que cela. Un facteur monétaire vient en effet piper les dés, c'est l'effet taux de change. Pour un Équatorien, vendre en euro et produire en dollar n'a que des avantages. Un rapide calcul montre que, toutes choses égales par ailleurs (notamment augmentation du coût de production), les origines dollar profitent pleinement de la montée de la monnaie européenne. Sur la longue période (2006 à 2020), la recette en monnaie locale d'un exportateur colombien qui vend en euro est passée d'un indice 100 en 2006 à 191 en 2020 ! Pour être complet, il n'y a pas que l'effet euro fort. On doit aussi prendre en compte, selon la variation de la monnaie locale vis-à-vis de l'euro, la baisse continue du droit de douane européen. Et vu l'intensité de la baisse du droit (de 176 € à 75 € sur la période), même réglé en monnaie forte (en euro), c'est dans tous les cas un avantage accordé aux origines dollar. Par exemple, pour l'Équateur, le droit calculé en dollar sur chaque kilo de banane importé dans l'UE a été divisé par plus de deux.

Euro fort et baisse du droit de douane changent ainsi la donne. Un contrat passé à 11.30 €/carton se transforme en quasi 14 \$ au taux de change actuel (1.23 \$ pour 1 € début janvier 2021). On comprendra que la capacité de baisse du prix de la zone dollar est malheureusement encore pratiquement intacte ! On comprendra aussi qu'à ces niveaux de prix, les autres producteurs, et particulièrement les producteurs européens qui produisent en euro et les producteurs ACP (Côte d'Ivoire et Cameroun) qui produisent en franc CFA (à parité fixe avec l'euro), sont atterrés. Ils subissent pleinement la baisse du marché en euro et ne se « rattrape » que sur la partie de leur structure de coût libellée en dollar.



© Brigitte Pogam

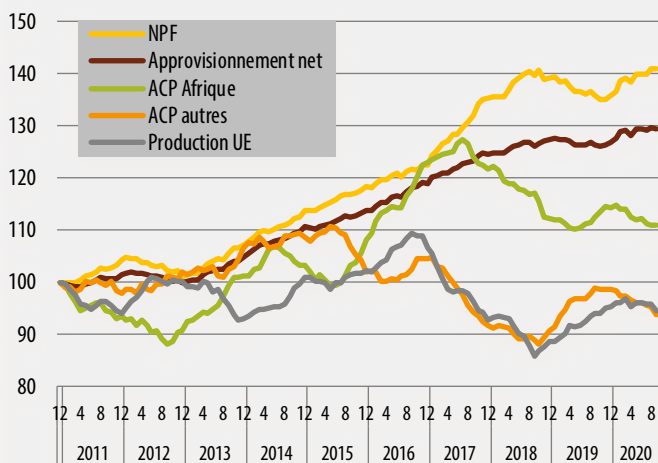
Banane – Exportations totales

en millions de carton	2018	2019	2020	2020 / 2019	
				en millions de cartons	en %
Équateur	341	349	370	+ 21	+ 6 %
Colombie	96	99	105	+ 6	+ 6 %
Guatemala	112	117	115	- 2	- 2 %
Costa Rica*	125	119	128	+ 9	+ 8 %
Total	674	684	718	+ 34	+ 5 %

* extrapolé à partir des exportations arrêtées à la semaine 44
Sources professionnelles

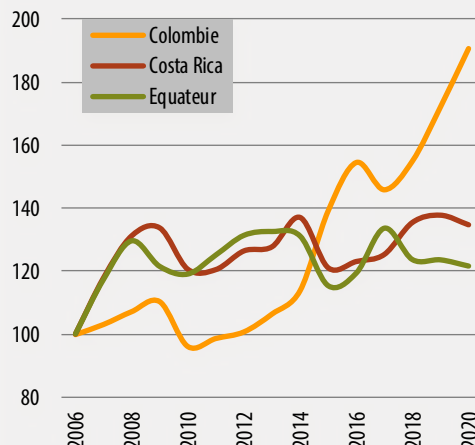
Banane - UE-28 - Approvisionnement sur 12 mois glissants

(Indice 100 = année 2010 | source : CIRAD-FruiTrop)



Banane - Europe - Prix import diminué du droit de douane - En monnaie locale

(indice 100 = 2006 | source : CIRAD-FruiTrop)



Et encore, cela aurait pu être bien pire !

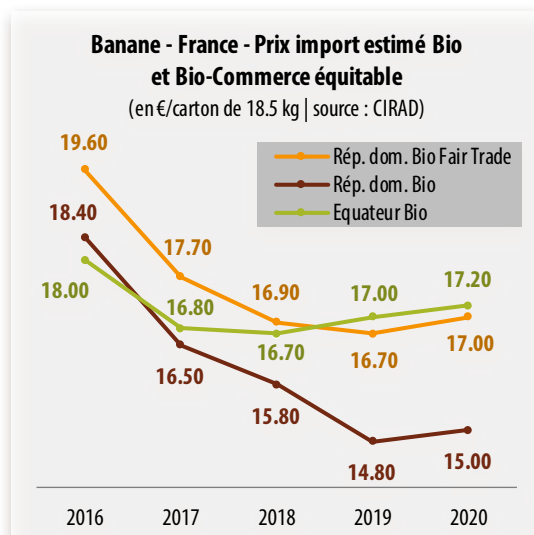
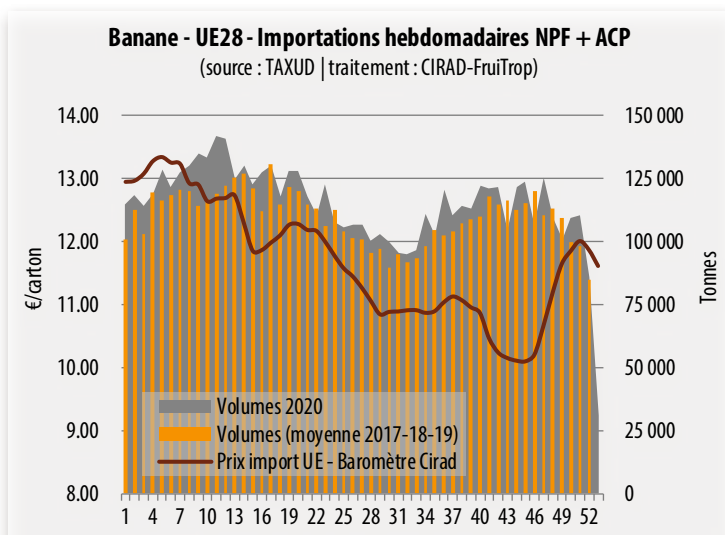
La disruption sanitaire a sans doute sauvé le marché. C'est un peu déroutant que d'écrire cela, mais force est de constater que la crise – dont nous ne sommes pas sortis – a eu un effet boost sur les ventes de banane. Il faut bien dire que la banane a tout du produit idéal en temps de crise sanitaire : produit basique du rayon fruits frais, stockée facilement (c'est ce qui ressort des études d'opinion), potentiellement saine (car protégée par sa peau), pratique, universelle (toutes les tranches d'âge) et évidemment très bon marché. Si l'arrêt de la restauration hors foyer (essentiellement écoles et restaurants d'entreprises) a tari un débouché, la consommation à domicile a largement pris le relais. C'est en tout cas ce qui apparaît à l'étude des chiffres d'importation hebdomadaire. A partir des données partielles de 2020, on peut noter que 35 des 49 semaines renseignées montrent un excédent d'importation par rapport à 2019 de quasiment 200 000 tonnes.

On a donc évité le pire, car quelle aurait été l'évolution du prix sur le marché européen sans le premier confinement qui a boosté la demande ? Un marché où les opérateurs n'auraient pas eu cette volonté impérieuse de réduire la gamme de fruits frais pour se concentrer, notamment lors de la première vague en mars, sur les basiques du rayon dont la banane est un des représentants avec les agrumes et la pomme. Encore une preuve pour ceux, sans doute très rares désormais, qui pensent que la demande tire le marché. Oui, elle le tire, mais vers le bas en termes de rémunération. On a vendu beaucoup plus de bananes, mais à des prix toujours plus bas. Imaginons le scénario catastrophe si la crise sanitaire n'avait pas donné cette bonne image à la banane !

D'ailleurs, la période printanière et le début d'automne en Europe ont sans doute révélé la vraie nature et donc les vrais fondamentaux de ce marché sur-approvisionné. Car la pou-



sée essentiellement dollar n'a pas faibli. Elle s'est même intensifiée et les prix ont carrément dévissé. Pour que la pression de l'offre tombe, il a fallu attendre début novembre, quand le ciel est tombé sur la tête des zones bananières du Nicaragua, du Honduras, du Guatemala, de Belize ou encore du Mexique (cyclones ETA et IOTA https://lc.cx/n5H6-R_eW). L'urgence était telle que, dans un élan collectif, plusieurs grands opérateurs fournisseurs traditionnels (voire exclusifs) du marché américain ont déclenché unilatéralement la clause de force majeure qui les autorise à augmenter les prix de contrat. On parle ici d'une fourchette qui va de 1.76 à 2 \$/carton ! Il faut remonter à 2008 et 2011 pour retrouver l'activation de cette clause de force majeure.



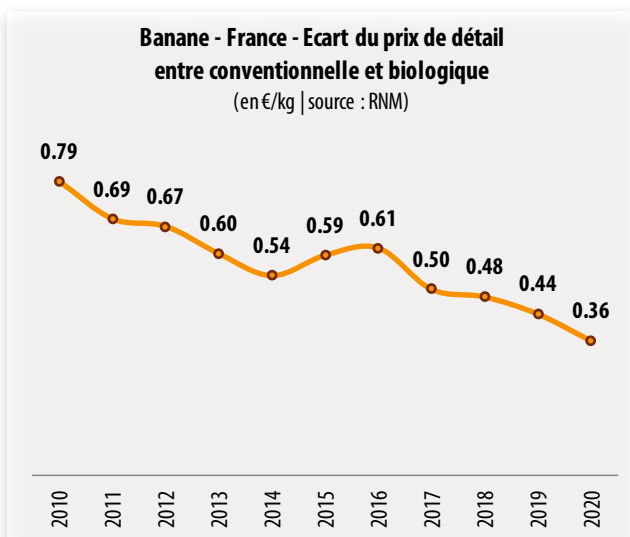


Une catastrophe trop tardive

C'est d'ailleurs sous l'effet de l'annonce du passage des deux cyclones que les négociations entre amont et aval pour le prix 2021 ont permis de calmer un peu, et pour un temps seulement, les velléités de baisse du hard discount allemand et notamment du distributeur Aldi. Ce dernier avait annoncé unilatéralement fin octobre un prix de 11.33 €/carton. Comme un seul homme et par voie de presse (4 novembre 2020), la production dollar s'est élevée contre un prix jugé délirant car tellement bas. Sauf qu'au risque de choquer, il faut bien dire que l'aval n'a fait que traduire dans un chiffre la dégradation du marché mondial, dont la responsabilité revient pour beaucoup aux producteurs dollar, ceux-là mêmes qui en veulent aux distributeurs. La fuite en avant est bien alimentée par les opérateurs en Équateur, au Guatemala, en Colombie ou encore au Costa Rica qui s'accusent l'un l'autre de faire s'effondrer le marché par une croissance sans frein de leur offre. Pour finir et selon certaines sources européennes, la plupart des contrats auraient été bouclés très tardivement entre 11.3 et 11.8 €/carton.

Il faut voir aussi dans cette pression baissière un anachronisme avec la situation aux États-Unis. On l'a dit, les opérateurs traditionnels sur ce marché augmentent jusqu'à 2 \$/carton leur facture au distributeur pour des questions économiques. Il prétexte, en effet, que leur approvisionnement va leur coûter plus cher puisqu'il va manquer sur leurs propres plantations centro-américaines – et pour une période difficile à évaluer d'au moins un semestre – quelques centaines de milliers de cartons par semaine. Les estimations les plus pessimistes imaginaient jusqu'à 1 million de caisses, alors que désormais on parle d'un demi-million.

Si on veut chercher un lien entre le comportement du prix aux États-Unis et celui du prix en Europe, Alistair Smith, dans son excellente analyse publiée sur le site de Bananalink (<https://www.bananalink.org.uk/blog/blog-big-banana-brands-playing-into-the-hands-of-big-european-retail/>), se pose la question de savoir si le surcoût aux USA ne financerait pas, au final, des prises de position tarifaires très agressives en Europe. On augmente le prix auprès du distributeur américain et on dit amen aux distributeurs européens sur un mode « quoi qu'il en coûte » dans les domaines économiques, sociaux comme environnementaux.



Pas durable mais pérenne... pour certains

Dans une logique de construction d'une offre hautement durable, on s'inquiétera aussi du comportement des metteurs en marché et des distributeurs, qui n'arrivent pas à parler d'autre chose que du prix dans les négociations avec l'aval. C'est évidemment plus facile à dire qu'à faire, mais le comportement moutonnier de tout un secteur conduit irrémédiablement à une dégradation de la valeur faciale du produit, alors même que sa valeur intrinsèque (économique, sociale et environnementale) a, dans bien des cas, augmenté.

En effet, les exigences de l'aval et des consommateurs en termes sociaux et environnementaux augmentent constamment. Les décisions du label Rain Forest Alliance mais aussi du label Fair Trade, unilatérales d'après les producteurs, d'imposer le paiement d'un salaire minimum décent (living wage) aux ouvriers des bananeraies qui veulent profiter de la précieuse marque, ne sont qu'une des nombreuses voies possibles pour répondre au marché. La dernière déclaration de l'ABNB (Action alliance for sustainable banana – regroupant des ONG, des certificateurs et des opérateurs de la filière en Allemagne) montre que les préoccupations de durabilité sont de plus en plus au cœur des discussions entre parties prenantes.

Le thème de l'empreinte carbone monte lui aussi depuis quelques temps. Il se matérialise même désormais par une certification « Carbon neutral » (exemple Costa Rica). On citera également le recours de plus en plus fréquent au bilan environnemental via la méthodologie d'Analyse de Cycle de Vie (ACV ou LCA en anglais).

Le bât blesse aussi côté économique. La valeur d'usage doit être de plus en plus forte pour attirer le consommateur. Elle s'exprime au travers de segmentations très différentes : de labels comme le Bio ou l'équitable, de la mise en avant de l'origine qui parle aux consommateurs nationaux – comme en Espagne pour les Canaries ou encore en France pour les Antilles françaises – mais aussi de la praticité avec l'invasion des rayons par la banane enrubannée 5 doigts par exemple. Le problème est que ces attributs, ces valeurs d'usage, sont de moins en moins bien valorisés par rapport à la banane conventionnelle générique. C'est le cas de la banane Bio dont on sait qu'elle subit pleinement la loi des rendements décroissants. Mais la grande nouveauté, notamment à cause de l'effet Covid, est l'entrée fracassante dans les rayons de la banane enrubannée, véritable vache à lait du distributeur : vente sans pesée donc praticité pour le consommateur, pas de démarque, réduction des pertes, etc. Sauf que c'est désormais une des gammes les plus bataillées en termes de prix entre fournisseurs et distributeurs, sachant que les coûts liés sont supportés par les fournisseurs. La montée en gamme s'est en quelque sorte retournée contre le fournisseur.

Mancozèbe : la fin est proche

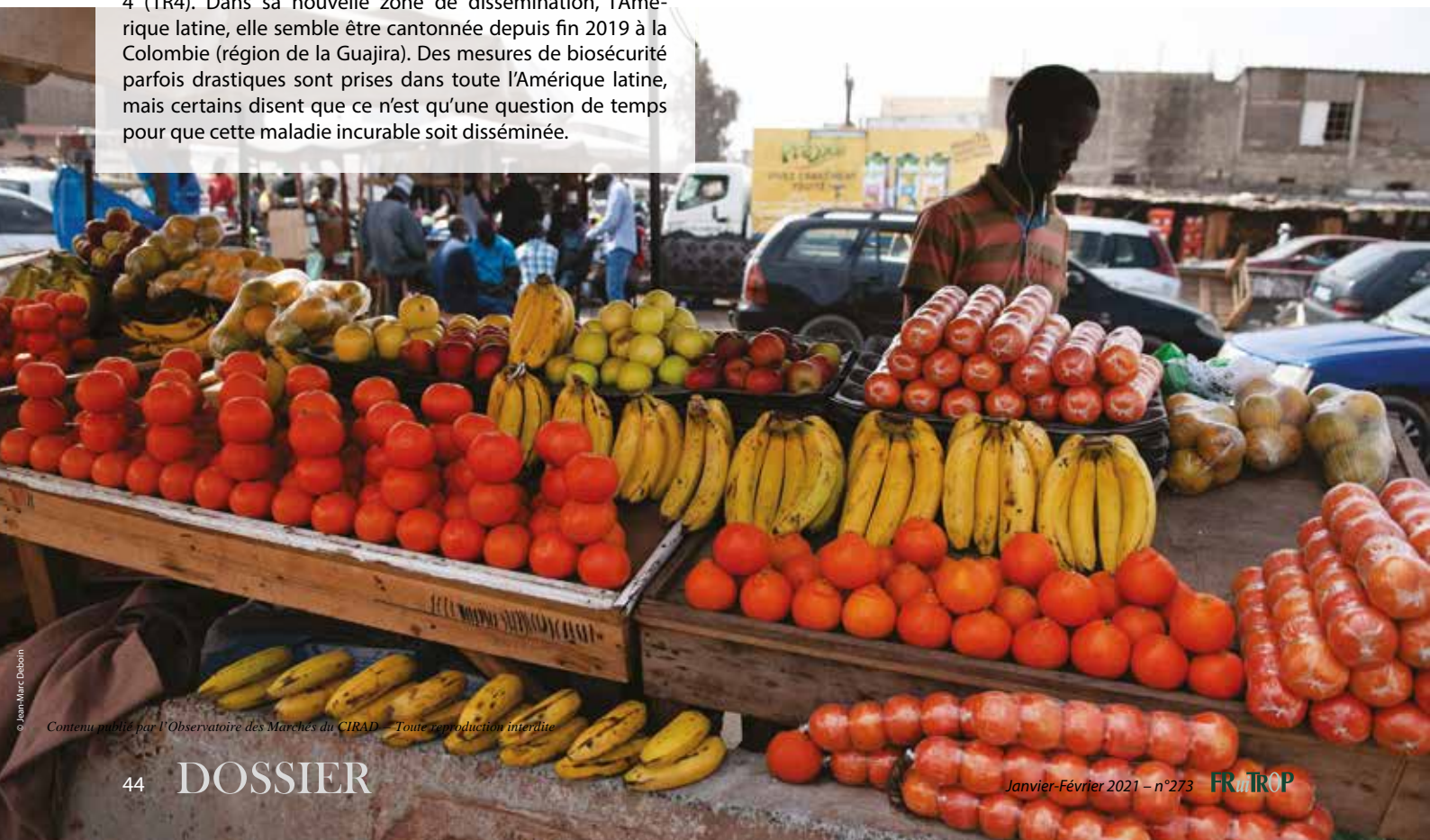
Les autorités s'en mêlent aussi par la voie de la réduction des résidus de pesticides à l'importation en Europe et donc, de facto, par la réduction, voire l'arrêt du recours à certains produits phytosanitaires en production. C'est le cas du mancozèbe, pesticide classé entre autres perturbateur endocrinien, utilisé à haute dose pour contrôler la cercosporiose noire du bananier, notamment en Amérique centrale. Très employé en Europe, en particulier sur pomme de terre, en productions légumières, en arboriculture et en viticulture, il est en cours d'interdiction en Europe (d'ici janvier 2022). Il le sera aussi à l'importation (en termes de résidus) puisque la limite maximale de résidus autorisée tombera au seuil de détection, soit 0.01 mg/kg. Cette nouvelle contrainte à l'importation aura des conséquences sur les fréquences et doses d'épandage dans certaines zones de production et donc sur le contrôle de la maladie. L'impact pourrait se faire sentir par une baisse de la productivité, et même de la qualité des fruits (lien établi entre cercosporiose et durée de vie verte ou jaune). Le débat n'est pas totalement tranché puisque, contrairement aux producteurs européens, les producteurs des pays tiers ont à leur disposition la boîte à phytopharmacie mondiale et pourraient trouver des produits de substitution. La question est de savoir s'ils retrouveront l'efficacité actuelle du mancozèbe, ce dont certains doutent fortement. Pour les producteurs européens et en particulier français, le régulateur public souhaite réduire encore un peu plus le nombre d'applications de triazoles autorisés. Autres acteurs engagés dans la réduction des pesticides utilisables : les distributeurs qui, par exemple, demandent de se passer de plus en plus des spécialités phytopharmaceutiques visant à contrôler les maladies post-récolte.

Et puis, il n'y a pas que le marché ou les régulateurs qui fixent des règles, la nature dicte aussi ses choix... ou plutôt ses contraintes avec, par exemple, des surcoûts liés aux mesures pour prévenir la dissémination de la fusariose race tropicale 4 (TR4). Dans sa nouvelle zone de dissémination, l'Amérique latine, elle semble être cantonnée depuis fin 2019 à la Colombie (région de la Guajira). Des mesures de biosécurité parfois drastiques sont prises dans toute l'Amérique latine, mais certains disent que ce n'est qu'une question de temps pour que cette maladie incurable soit disséminée.

Un changement de paradigme, certes inévitable, mais pour l'instant contourné

Les cadres de contrainte se durcissent dans les domaines agronomique, économique, social comme environnemental, conduisant au final à une augmentation des coûts et à une baisse de la productivité ou une réduction du potentiel commercial. D'un autre côté, on voit bien que le marché détruit de la valeur, au moins en euro (cf. article destruction valeur). La question du financement des progrès dans cette filière se pose donc. Comme disent les économistes, les termes de l'échange se dégradent et on ne sait plus très bien qui en tirera les bénéfices à terme car les stratégies sont perdant-perdant.

La filière mondiale fonctionne encore et toujours sur la trilogie : monovariétale, monoculture et intensivité en intrants. Certains font le pari que le système ne s'essouffera pas et que sa pérennité est assurée. D'autres pensent que cette filière est très loin d'atteindre les niveaux minimum de durabilité. Qu'il faudra à terme déployer une large gamme de solutions agroécologiques déjà testées et validées dans certaines zones de production, pratiquer des mélanges variétaux (hybrides résistants ou tolérants), introduire des arbres dans les systèmes de production pour les rendre plus résilients et en cela faire émerger des filières de diversification, développer des boucles d'économie circulaire (élevage – plante de couverture – fumure organique), augmenter les salaires et améliorer les conditions de vie des plus fragiles, travailler le lien entre les filières d'exportation et le territoire, réduire l'empreinte carbone, etc. Si j'ai commencé cet article par la disruption négative, celle que nous impose le Covid, je le termine donc par cette idée d'une disruption positive, celle qui fera que les filières changeront enfin de paradigme, histoire de réenchanter leur avenir ■





World Musa Alliance (WMA) : dans les starting-blocks

L'arrivée de la fusariose race 4 tropicale en Colombie en août 2019 a eu l'effet d'un électrochoc dans le monde bananier : en l'absence de traitement pour la contrôler, la maladie représente un risque de rupture pour les zones qui seraient contaminées. Des mesures préventives existent et sont essentielles pour l'avenir de la production. Il n'en reste

pas moins que des solutions plus durables devront être trouvées pour le long terme. La voie variétale est, comme pour les autres cultures, une de celles à privilégier. L'amélioration génétique des bananiers est cependant très complexe compte tenu de la biologie de la plante (par exemple stérilité des espèces cultivées pour le commerce international) et aussi du très faible investissement en recherche et développement dont bénéficie le bananier. La voie de l'amélioration non conventionnelle, via l'édition du génome, représente une opportunité, mais la réglementation européenne classe cette voie dans celle des OGM et le risque réputationnel auprès des consommateurs n'est pas à négliger.

Est-on dès lors dans une impasse ? Si l'amélioration génétique par croisements conventionnels est difficile, les connaissances et expériences se sont tout de même développées ces dernières années et des variétés résistantes ont été obtenues. Le challenge est maintenant de réunir dans ces nouvelles variétés des résistances à la TR4, mais également aux autres maladies et en particulier à la cercosporiose, tout en conservant de très bonnes qualités agronomiques et technologiques (capacité à transporter et à conserver le fruit en particulier, qualité gustative). Une des conditions pour relever ce challenge réside très probablement dans la capacité de créer une dynamique d'innovation agile, en réunissant les acteurs de la filière et la recherche. C'est la stratégie que propose l'initiative World Musa Alliance (WMA).

Cette initiative propose d'organiser une recherche & développement précompétitive en réunissant les moyens et savoir-faire des opérateurs privés des filières banane et ceux des équipes de recherche, avec pour but la création et la sélection de variétés de bananiers dessert résistantes à la TR4 et aux autres maladies. La phase opérationnelle du projet débutera au 2^e semestre 2021. Les membres fondateurs du WMA testeront en multi-local un set de variétés déjà disponibles, grâce à la plateforme de création et de sélection du Cirad (Guadeloupe). Certaines de ces variétés ont d'ores et déjà montré un bon comportement vis-à-vis notamment de la TR4 (Australian bananas, n°59, août 2020, pages 20 et suivantes). Affaire donc à suivre...

CONTACT :

denis.loeillet@cirad.fr

Tél. 33 6 76 21 13 18

Correspondant Filière

Banane et Plantain

CIRAD

TA B26/C

34398 MONTPELLIER CEDEX 5

France



World Musa Alliance

Towards Resistant Dessert Banana Varieties for Sustainability

Cirad's proposal for setting up
the WMA initiative

December 2020



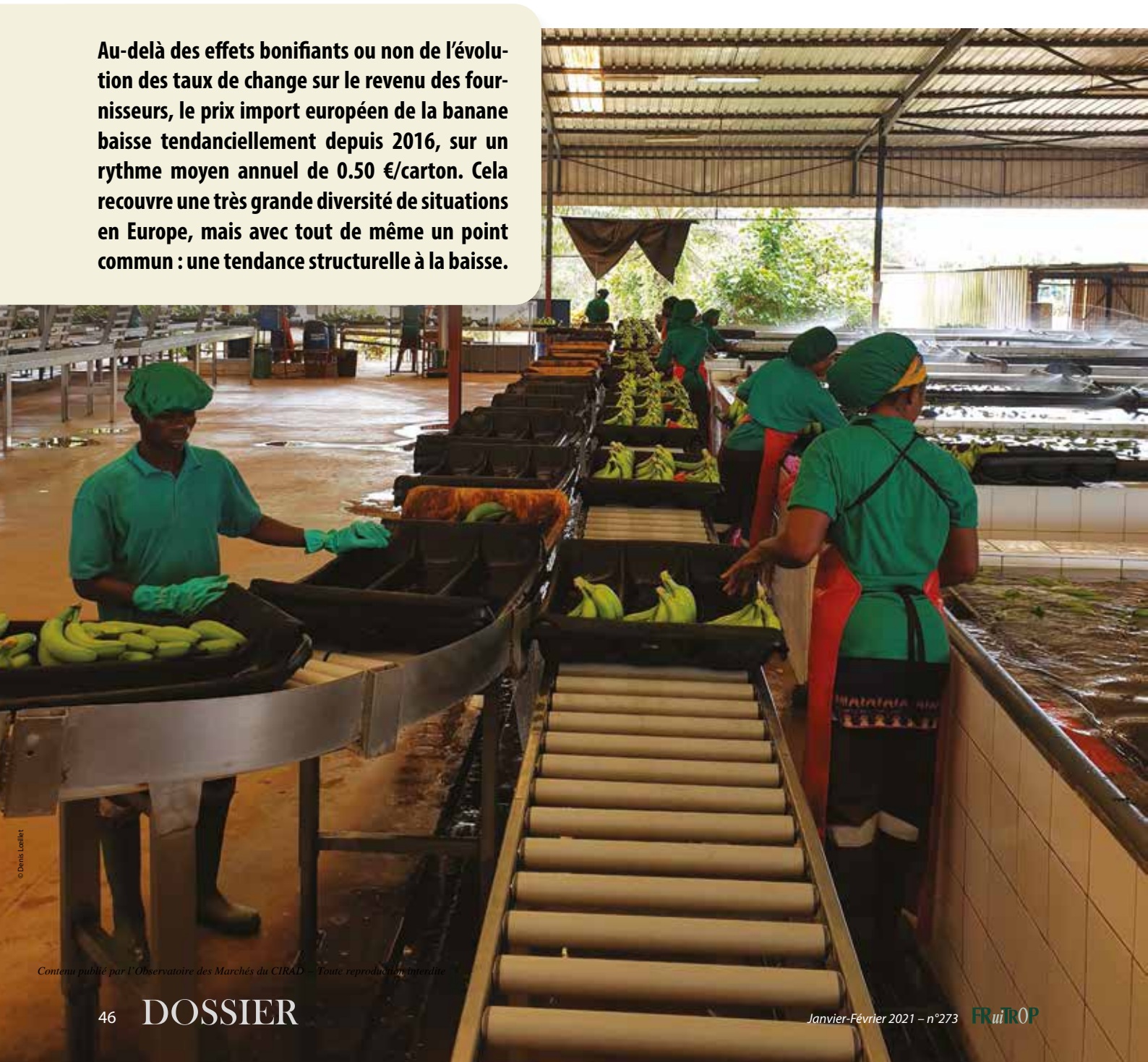
Banane

Destruction de valeur

No limit

par **Denis Loeillet**, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

Au-delà des effets bonifiants ou non de l'évolution des taux de change sur le revenu des fournisseurs, le prix import européen de la banane baisse tendanciellement depuis 2016, sur un rythme moyen annuel de 0.50 €/carton. Cela recouvre une très grande diversité de situations en Europe, mais avec tout de même un point commun : une tendance structurelle à la baisse.





*Le laboratoire de production
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

Votre spécialiste du vitroplant de bananier

Une gamme unique de variétés d'élite



Nos engagements

- Les sélections élités les plus productives
- Des régimes d'une qualité inégalée
- Homogénéité au champ optimale
- Les meilleures garanties sanitaires du marché
- Une réactivité à toute épreuve



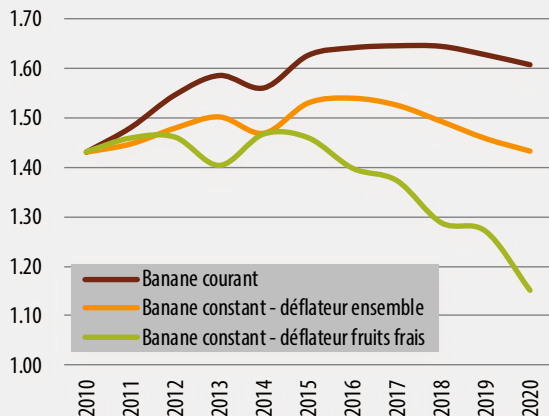
Tél : +33 (0)4 67 55 34 58
Fax : +33 (0)4 67 55 23 05
vitropic@vitropic.fr

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

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

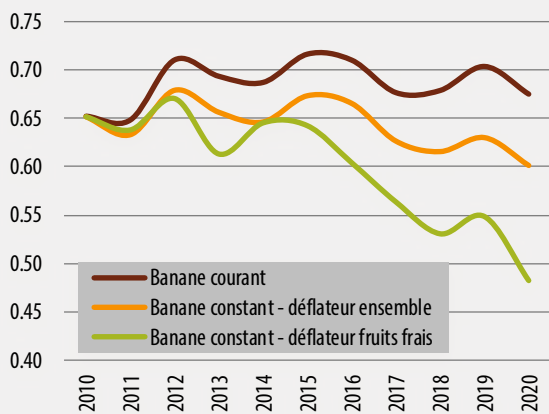


Banane - France - Prix détail en euro courant et constant
(en €/kg | sources : CIRAD, INSEE)



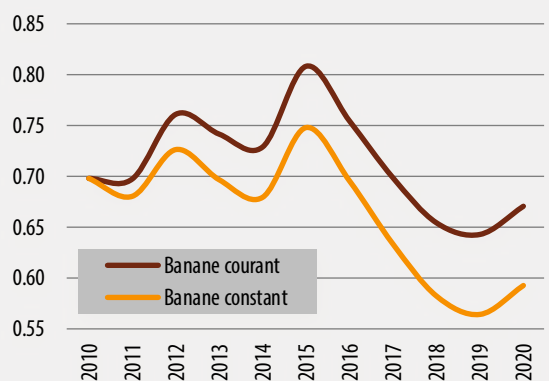
Note : déflateurs "ensemble de la consommation" et "fruits frais"

Banane - France - Prix import en euro courant et constant
(en €/kg | sources : CIRAD, INSEE)



Note : déflateurs "ensemble de la consommation" et "fruits frais"

Banane - Allemagne
Prix import en euro courant et constant
(en €/kg | sources : CIRAD, inflation.eu)



Note : déflateur "ensemble de la consommation"

Les bases de données de l'Observatoire des marchés et des innovations (ODMi) du Cirad nous donnent les moyens d'étudier sur la longue période la façon dont se comportent le prix import et le prix de détail en euro courant et, plus intéressant encore, en euro constant. En effet, si les gouvernements pestent actuellement contre la quasi-déflation que subissent les économies européennes, il y a du sens à regarder, sur une décennie, si le pouvoir d'achat tiré de la vente d'un kilo de banane augmente ou pas, et si la valeur tirée de la vente d'un kilo de banane suit une évolution identique à celle des fruits frais concurrents.

C'est cette évaluation que nous menons chaque année pour la France en utilisant le prix import moyen annuel France et deux déflateurs à notre disposition (source : Insee), que sont l'évolution générale (« ensemble des biens et services ») et spécifique (« fruits frais ») des prix à la consommation.

Le constat est sans appel. Le pouvoir d'achat d'un kilo de banane au stade import, ou plus simplement la valeur d'un kilo de banane verte, ne cesse de se dégrader depuis 2015. Le sursaut de 2019 fut aussi éphémère que souffreteux. Entre 2015 et 2020, les prix se sont effrités de 8 % en euro constant déflateur « ensemble » et se sont effondrés de 26 % pour ce qui est du déflateur « fruits frais ». La banane se démonétise à la fois dans le panier de consommation moyen d'un Français et encore plus vite vis-à-vis de ses concurrents du rayon frais.

Le même travail sur les prix import en Allemagne, mais limité au taux d'inflation général (source : www.inflation.eu), confirme cette tendance des prix à la baisse.



© Jean-Marc Daboin

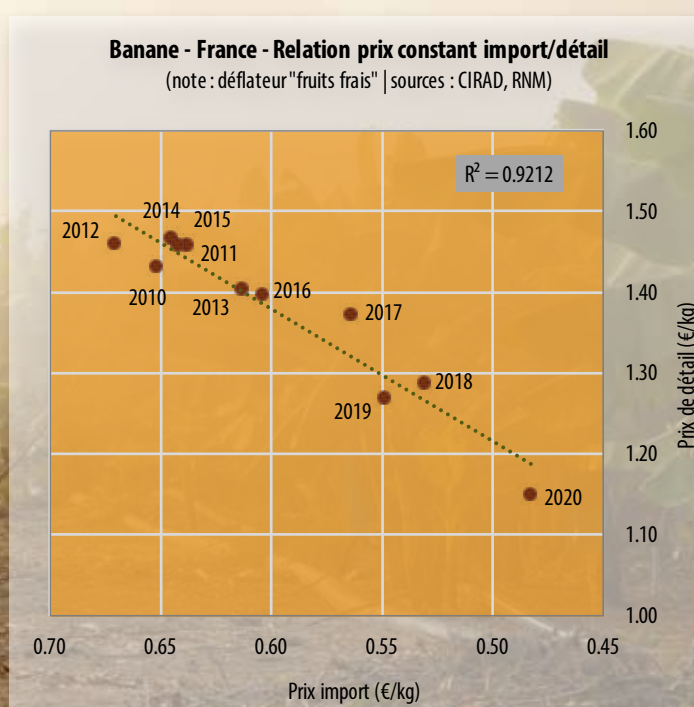
L'attractivité de la banane nuit à sa valorisation

Qu'en est-il au stade de détail ? La même approche montre un comportement pour le moins différent. En effet, le prix de détail en France depuis 2015 (source : RNM) reste stable en euro courant (entre 1.60 et 1.65 €/kg), après avoir pris environ 0.20 € entre 2010 et 2015. En euro constant, on note une baisse depuis 2015, sans pour autant revenir sous le niveau de 2010. Par rapport au taux d'inflation général, les distributeurs ont maintenu à leur bénéfice la valeur du produit. La situation est très différente si l'on applique le taux d'inflation « fruits frais ». Pour le coup, la situation pour la banane est très dégradée avec un effondrement de sa valeur constante qui a chuté de 20 %. Une banane vendue en 2020 coûte 1.15 €/kg de moyenne en valeur de 2010, soit quasiment 0.30 € de moins qu'en 2010. On peut aisément en conclure que l'attractivité du rayon fruits frais est portée au moins par le segment banane, dont les distributeurs font leur cheval de bataille.

Pour terminer, si on rapproche les prix constants (déflateur « fruits frais ») aux deux stades de la filière import et détail, on obtient une courbe de régression rectiligne ! La corrélation est certaine (qualité de prédiction très élevée). Mais corrélation ne veut pas dire causalité. Connaissant les mécanismes de marché, le mode de fixation des prix, souvent par contrat, la pression de l'offre, le grand pouvoir de négociation de la distribution européenne, la référence banane comme fer de lance de l'attractivité d'un magasin, etc., on peut conclure que c'est le détaillant qui impose la baisse de prix à l'importateur et non l'inverse.

Il est globalement inquiétant pour la filière de voir que son produit est utilisé comme simple faire-valoir. Et il est à craindre que le cycle infernal ne soit pas enraillé avant longtemps car, la crise sanitaire aidant, les consommateurs vont continuer à se tourner vers un aliment dont le rapport qualité-prix est imbattable. Les difficultés rencontrées par certains grands groupes de distribution, notamment en France, vont aussi concourir à faire baisser le prix d'un produit aussi emblématique. Il s'agit bien de redoubler d'efforts pour attirer les consommateurs. Enfin, on a assisté lors des dernières négociations à un mouvement de re-massification et de re-centralisation des achats de banane pour certains des grands distributeurs, via un bureau commun à tous les pays européens, afin de peser encore un peu plus sur la négociation.

La conclusion est donc sans appel et on ne voit pas bien comment la filière va recréer de la valeur pour la distribuer équitablement. C'est d'ailleurs un des sujets phares de bon nombre d'organisations nationales ou internationales. Le Forum Mondial de la Banane, en collaboration avec le Cirad et le Cabinet Basic, vient d'ailleurs de lancer une initiative en ce sens, avec une tentative de mise en place d'un Observatoire des coûts de production durable et de la distribution de la valeur (« The Observatory on the costs of sustainable production and the distribution of value »). Les premiers résultats sont attendus d'ici fin 2021 ■



Banane

Marché des USA

Dans sa bulle

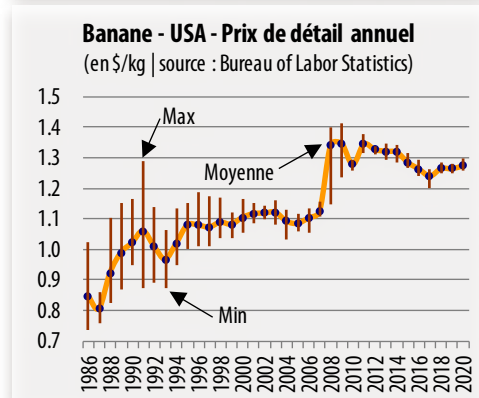
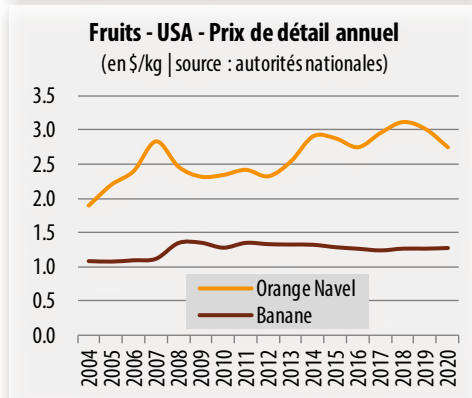
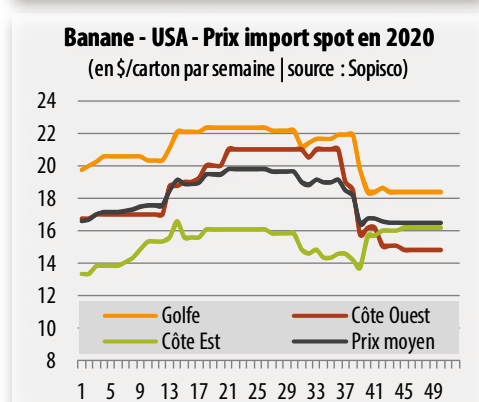
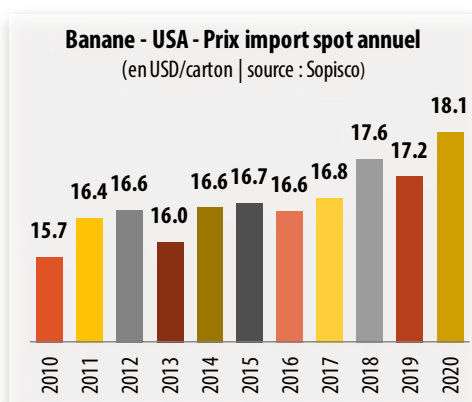
par Denis Lœillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

« Je ne vois pas le problème », 'est sans doute ce qu'un opérateur sur le marché américain aurait pu dire à l'issue de l'année 2020, désespérante pour le reste du monde en termes de niveau de valorisation sur les marchés d'importation et au beau fixe aux Etats-Unis. En tout cas, c'est ce qu'on peut conclure à l'étude du prix import spot annuel (source : Sopisco). En effet, déjà élevé, le prix import spot américain a encore pris de la hauteur en 2020 avec un gain de 5 % sur un an, dépassant même pour la première fois les 18 \$/carton (soit un peu moins de 16 €/carton).

Attention toutefois à ne pas prendre le prix spot pour une moyenne de marché, mais bien comme un indicateur plus ou moins fidèle de l'évolution des prix de transaction. Un prix spot reflète l'état de l'offre et de la demande sur les marchés au quotidien. Il peut nettement diverger des prix de contrat négociés ex-ante (parfois de nombreux mois avant).

Diabolique !

Cette année, c'est évidemment la crise sanitaire qui a occupé les esprits, avec une inflation des prix spot pendant toute une période de l'année, puis une nette glissade au cours du dernier trimestre. Pourquoi cette subite glissade alors même que les cyclones Eta et Iota (début novembre 2021) ravageaient une partie du grenier à banane latino-américain ? Certains diront que c'est un signe de l'organisation oligopolistique du marché nord-américain. En vue des négociations qui s'ouvriraient pour les prix de contrat 2021, il fallait que les prix chutent pour que les producteurs acceptent une baisse de leurs prétentions. C'est d'autant plus surprenant qu'au même moment, les grands opérateurs sur le marché américain déclenchaient la clause de force majeure permettant d'augmenter de 1.86 à 2 \$/carton le prix au détaillant pour faire



face aux effets des dégâts des cyclones. On baisse d'un côté (en amont), on augmente de l'autre (en aval). Hypothèse sans doute trop diabolique pour être vraie !

Le prix de détail moyen annuel est resté stable en 2020 (+ 1 %). Plus intéressante fut son évolution mensuelle, avec une (relative) forte poussée entre avril et juillet sous l'effet d'une demande accrue. Difficile avec les données disponibles de faire un lien entre cette petite hausse des prix et les chiffres de l'approvisionnement mensuel. Les observateurs interrogés penchent pour un effet Covid, comme ce fut le cas en octobre et novembre. En revanche, en décembre, nous sommes dans le contre-intuitif le plus total, avec un amont sous le choc des cyclones, un aval à qui on annonce une hausse du prix et un prix de détail moyen qui chute. Décidément, le marché américain a ses raisons que la raison ignore.

Banane

Marché russe

Le fruit de la crise

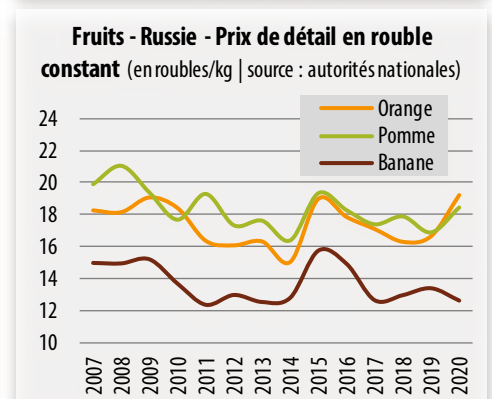
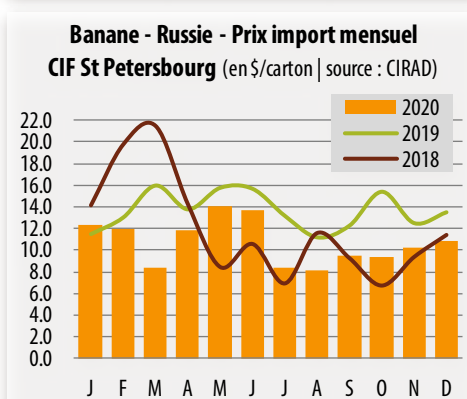
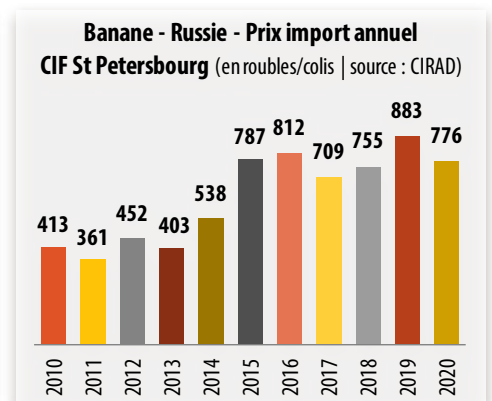
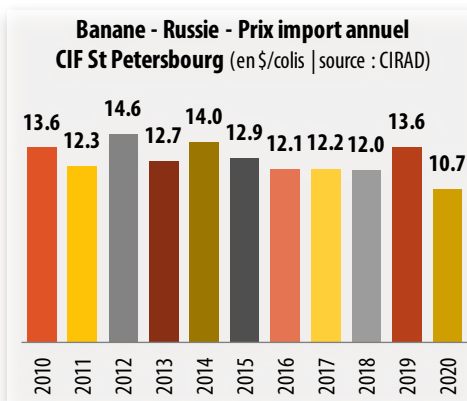
par Denis Lœillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

C'est un grand classique du marché bananier. La Russie est le mailon faible du continent européen et son thermomètre. Lorsque le marché russe dévisse, on est quasi certain que la dégringolade s'étendra à l'Ouest et à la Pologne puis aux autres marchés européens. Mais ce thermomètre du marché est très mal réglé et exagère les fluctuations. Au pays des cosaques, tout est dans l'outrance. Un exemple : en mars 2020, le prix moyen mensuel est tombé à 8 \$/carton, alors qu'en mars 2018 il culminait à 22 \$! L'évolution du prix moyen hebdomadaire en 2020 apporte une nouvelle preuve de cet excès. L'écart-type est de 2.4 \$/carton, avec un plus haut à 14.8 \$ et un plus bas à 6 \$. En moyenne annuelle, le prix en dollar a battu un record à la baisse à 10.7 \$, soit une chute vertigineuse de 21 % par rapport à 2019. Importée en dollar mais commercialisée en rouble, la banane en monnaie locale a vu son prix baisser de seulement 12 %, après un pic en 2019, retrouvant ainsi les niveaux moyens de 2015 à 2018.



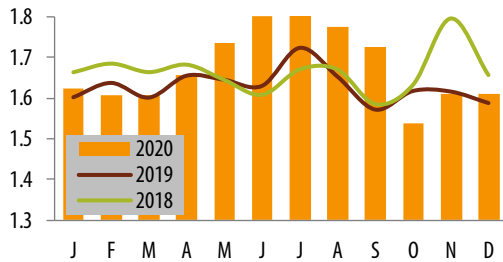
© Régis Domergue

On sait que le marché russe est approvisionné en quasi-totalité par l'Équateur et en partie par des opérateurs russes installés en production. Et là comme ailleurs, la pression de l'offre dollar a largement participé à la chute du prix. Les estimations pour 2020 font état d'un marché russe qui a dépassé les 79 millions de cartons, en progression de 4 % sur un an. Depuis 2015, le marché a gagné près de 13 millions de cartons. La crise sanitaire a largement poussé la consommation à la hausse, sans que cela s'accompagne d'une augmentation des prix. La banane reste le fruit de crise. La comparaison avec les autres grands fruits (pomme et orange) est sans appel. Le prix baisse en rouble constant alors que les autres poids lourds du rayon voient leur prix de détail augmenter très sensiblement sur un an. L'écart entre le prix de détail de la banane et celui de l'orange grimpe à 52 % et pour la pomme à 42 %, des records jamais atteints.

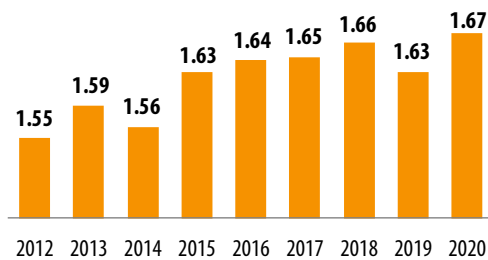


France

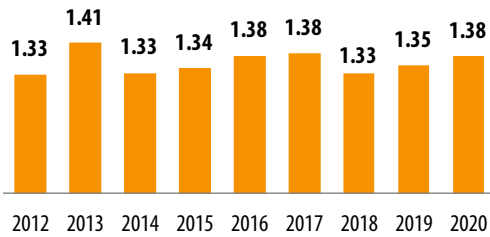
Banane - France - Prix détail mensuel
(en €/kg | sources : RNM, CIRAD-FruiTrop)



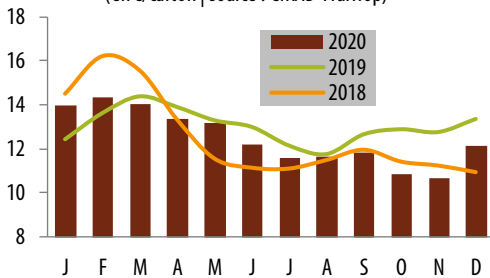
Banane - France - Prix de détail annuel
(en €/kg | sources : RNM, CIRAD-FruiTrop)



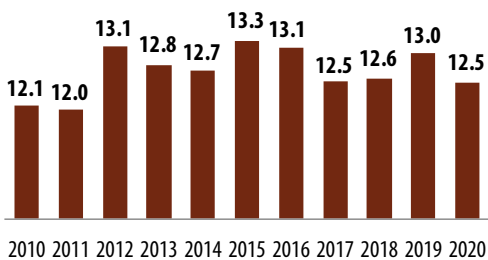
Banane - France - Prix détail promo annuel
2020 : nombreuses semaines non cotées
(en €/kg | sources : RNM, CIRAD-FruiTrop)



Banane - France - Prix import mensuel estimé
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)

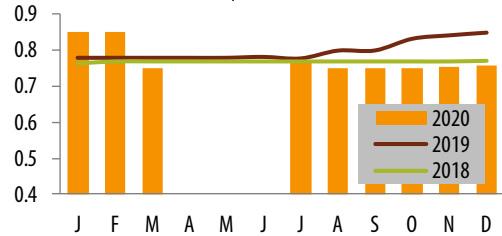


Banane - France - Prix import annuel
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)

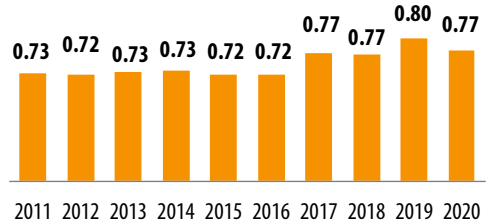


Royaume-Uni

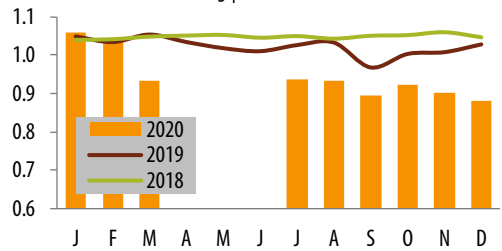
Banane en vrac - UK - Prix détail mensuel
2020 : nombreuses semaines non cotées
(en £/kg | source : TWMC)



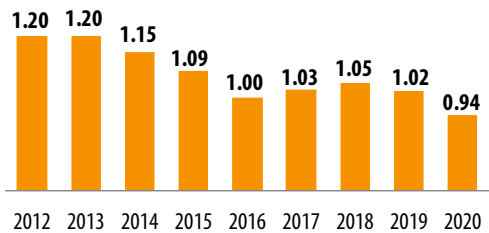
Banane en vrac - UK - Prix détail annuel
(en £/kg | source : TWMC)
2020 : nombreuses semaines non cotées



Banane pré-emballée - UK - Prix détail mensuel
2020 : nombreuses semaines non cotées
(en £/kg | source : TWMC)

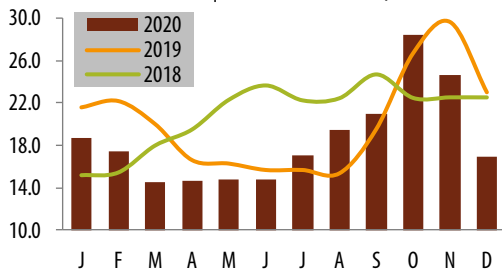


Banane pré-emballée - UK - Prix détail annuel
2020 : nombreuses semaines non cotées
(en £/kg | source : TWMC)

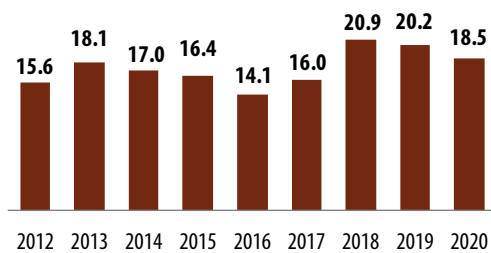


Espagne

Banane des Canaries - Espagne - Prix vert
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)

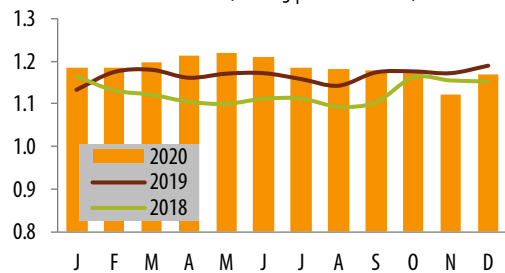


Banane - Espagne - Prix import Super extra annuel
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)

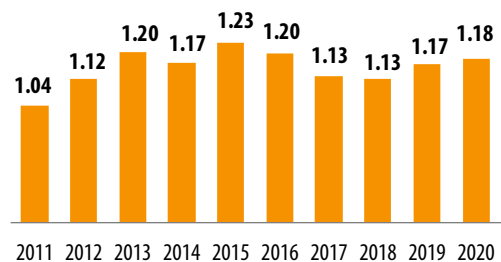


Allemagne

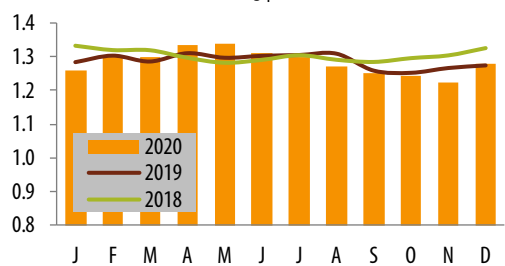
Banane - Allemagne - Prix détail mensuel Hard discount
(en €/kg | source : TWMC)



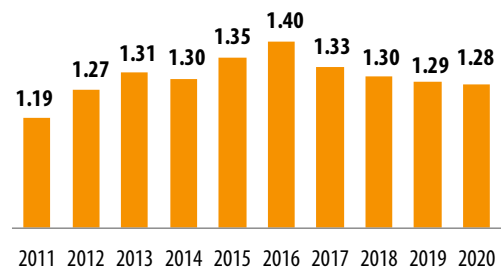
Banane - Allemagne - Prix détail annuel - Hard discount
(en €/kg | source : TWMC)



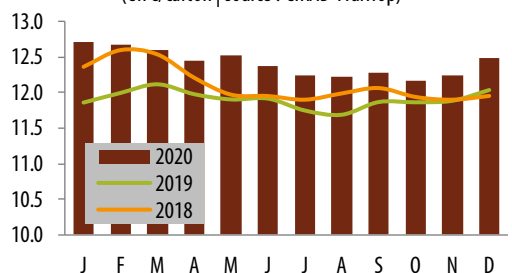
Banane - Allemagne - Prix détail mensuel hors hard discount
(en €/kg | source : autorités nationales)



Banane - Allemagne - Prix détail annuel hors hard discount
(en €/kg | source : TWMC)



Banane - Allemagne - Prix vert mensuel
(en €/carton | source : CIRAD-FruiTrop)



Segmentation des fruits et évolution des circuits de distribution en France

En France, le commerce de fruits frais est en pleine mutation. De nouveaux besoins émergent, tant du côté des producteurs que des consommateurs. La création de valeur ajoutée est devenue une problématique récurrente pour les filières fruitières, dont la plupart restent confrontées à des situations de surproduction. De leur côté, les consommateurs expriment une grande diversité d'attentes. Si certains sont prêts à payer plus cher pour accéder à des produits de meilleure qualité (équitable, respectueux de l'environnement, etc.), d'autres voient leurs exigences limitées par leur pouvoir d'achat. L'origine et la recherche de traçabilité sont devenues des critères importants dans le choix d'un produit. La tendance est également à la fragmentation des achats. Ainsi, en 2018, les consommateurs fréquentaient en moyenne entre 7 et 8 enseignes pour l'ensemble de leurs achats alimentaires et non-alimentaires, contre 1 à 7 enseignes en 2008 (Kantar Worldpanel, 2018). En réponse à l'évolution des besoins, des stratégies émergent au sein des filières fruitières et de la distribution, stratégies qui viennent modifier la segmentation des gammes de fruits et leurs modes de commercialisation.

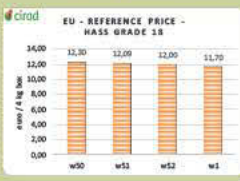


EUROPEAN MARKET— Overview

The avocado market is still running at two different paces. On the one hand the global Hass supply has kept levels higher than 2017. Indeed the main winter supplier—Chile—has maintained a steady supply rhythm exhibiting levels above 2017. Moreover Mexican deliveries have weighed on the market due to the arrival of delayed vessels. Only the Mediterranean sources (Spain/Israel) have continued to progress slowly keeping below 2016/2017. Lastly stable volumes from Colombia mainly small grades have completed the supply. Furthermore some batches (end of Chilean season) delayed volumes from Mexico (batches from Colombia) and the old accumulated stocks have exhibited heterogeneous quality. On the other hand the atmosphere in the market has remained sluggish while retailers have just fulfilled their programs: demand on the spot market has remained gloomy. Hence prices have remained low for the brands outside the retail sector and for fruits exhibiting quality issues. Clearances at competitive prices are done to try to erode the stocks whereas program prices (bulk of sales) have eased and remain similar to 2017. For green varieties volumes from Israel (Pinkerton Anad Fuerte) have remained stable while demand has slightly slowed down. Hence prices have eroded.

EU Reference Price—Hass grade 18

W01	W01 / W02	2018 / 2017
11.70 €/4 kg box	- 0.30 €	+ 2 %



EUROPEAN MARKET— Trend

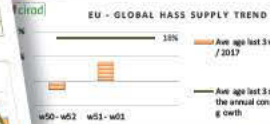
Global European supply—Detailed by sources

Origin	Grade	1st 3 weeks (2017/2018)	Description	Total supply 2017/18 (t/box)	Comparison with season 2016/17 (%)
Chile	Hass	+23%	Steady volumes, better looking ahead of others.	10 468 000	+22 %
Mexico	Hass	+57%	Increasing volumes due to the arrival of delayed vessels.	1 035 000	+7 %
Israel	Hass	-17%	Increasing volumes of Hass, but with a low average quality (smaller size, fewer fruits, harder to peel).	1 035 000	-6 %
Spain	Hass	-	Functional structure of Hass.	-	-
Colombia	Hass	-	Stable supply.	-	-

Retail prices—FRANCE



Global European supply—w 01



Accumulated supply

Origin	Total year 2018 (in t on boxes)	Comparison with year 2017 (%)	Comparison with year 2016 (%)
Chile	1 488	37 %	60 %
Mexico	17 630	6 %	8 %

Market share of suppliers in EU (Green & Hass)

- Chile: 33%
- Mexico: 23%
- Israel: 23%
- Spain: 21%

EUROPEAN MARKET— Forecast

More involved in response to the market before shifting towards a softer context. Indeed, accumulated stocks should remain very high and a couple of weeks could be required in order to clear the market. Nevertheless, sales should improve progressively by the school holidays and, furthermore, Chilean season is running ahead of schedule with an overall average preference rate for 2018/17, the main reason why, leaving the forecast to the end of the season, the Chilean volume should decline during the month of February 2018/17. However, this will not be sufficient to offset the loss of other Mediterranean sources. Indeed, only Spain is suffering from an off-season phenomenon and should exhibit a decrease by 20% compared to 2016/17 season.

Global European supply

Import prices in Europe (FOT)

Origin	Level	Observations
Chile	H	Slight increase of Hass volumes.
Mexico	M	High quality of Hass, but with a low average quality (smaller size, fewer fruits, harder to peel).
Israel	M	Stable supply.

EU GLOBAL HASS SUPPLY TREND

You can find more information on FRUITROP

- www.fruitrop.com
- fruitrop@cirad.fr
- www.fruitrop.com/ciradshop

Weekly avocado market report

Toutes les semaines, un suivi du marché européen complet pertinent

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



Prix de l'abonnement annuel : 1 000 €HT
(environ 48 numéros par an)

Expédié par email le vendredi

Contact : info@fruitrop.com

ou www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe



La segmentation des gammes de fruits

Pour gagner en valeur ajoutée et répondre aux attentes des consommateurs, la segmentation des gammes de fruits est devenue un levier d'action stratégique. Pour rappel, en marketing, la segmentation d'un marché consiste à découper celui-ci en sous-ensembles homogènes en vue de répondre aux besoins spécifiques d'un type de consommateur.

Les démarches de segmentation classiques

La segmentation des gammes de fruits s'oriente traditionnellement autour de la variété, de l'usage du fruit, du conditionnement et de la marque. La segmentation par l'usage et la variété s'illustre au travers du marché de l'orange. On y distingue des variétés à consommer en dessert et d'autres en jus. Certaines variétés sont aussi recherchées par les consommateurs pour leurs propriétés organoleptiques. C'est le cas des oranges sanguines. Le conditionnement constitue aussi un mode de segmentation car il se fait sur la base du calibre et de la qualité des fruits.

La marque est également un outil très utilisé pour valoriser les caractéristiques des fruits. La qualité d'un fruit peut être associée à l'image et au savoir-faire d'une entreprise agroalimentaire (par ex. Bananes de Guadeloupe & Martinique). Une marque peut aussi être associée à une variété : c'est ce qu'on appelle les variétés clubs. Cette stratégie est particulièrement répandue en pomme (par ex. Pink Lady) et tend à se propager aux autres filières fruitières. Enfin, certaines marques développées par les distributeurs apportent aux consommateurs la garantie d'un prix abordable (par ex. Eco+).

La segmentation par la certification

Pour valoriser les caractéristiques intrinsèques des produits et apporter de la transparence, de nombreuses stratégies de segmentation reposent désormais sur la certification. En France, plusieurs filières sont engagées dans une démarche de certification officielle, qui permet de placer le fruit concerné sous Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO). Il existe actuellement cinq types de SIQO applicables aux fruits :

- le **Label Rouge** est un sigle reconnu au niveau français, qui valorise les qualités organoleptiques des fruits ;
- l'**Indication Géographique Protégée** est un label reconnu au niveau européen. Ce sigle identifie les fruits dont la qualité, la réputation et au moins une étape de la production sont liées à une aire géographique donnée ;
- l'**Appellation d'Origine Protégée** est un signe européen assimilé en France à l'**Appellation d'Origine Contrôlée**. Ces sigles désignent les fruits dont toutes les étapes de la production sont liées à une aire géographique donnée ;
- les labels **Agriculture Biologique français (AB)** et **euro-péen** (Eurofeuille) certifient que les fruits respectent le Règlement européen (CE) n°834. Les cahiers des charges de ces certifications sont basés sur des critères environnementaux : maintien de la fertilité des sols, interdiction des OGM, interdiction des intrants de synthèse, etc. En 2019, selon l'Agence Bio, 44 % des fruits biologiques commercialisés en France étaient d'origine française, 25 % provenaient de l'Union européenne et 31 % hors UE.

Les SIQO répondent à une demande forte des consommateurs : apporter des garanties de traçabilité et promouvoir le savoir-faire des producteurs français. La différenciation des fruits par les SIQO est un enjeu important pour les filières fruitières françaises. D'après Interfel, l'objectif est d'atteindre 25 % des ventes de fruits et légumes commercialisés sous SIQO d'ici 2025.

De nombreux acteurs ont aussi mis en place leur propre certification. Ces dernières années ont été marquées par le développement des démarches de certification environnementale. L'objectif est de valoriser tous les producteurs engagés pour le respect de l'environnement. Ces certifications sont développées par différents acteurs, dont les pouvoirs publics (par ex. Haute Valeur Environnementale), les filières (par ex. Zéro Résidus de Pesticides) et les distributeurs (par ex. Filière Qualité Carrefour). En France, les certifications qui valorisent l'origine nationale des produits connaissent également un succès important (par ex. Fruits et Légumes de France). Au niveau international, on retrouve le même système de certifications. Certaines mêlent des critères environnementaux, économiques et sociaux (par ex. Rainforest Alliance, Fairtrade). D'autres sont spécifiques d'une thématique, comme Global Gap dont le cahier des charges valorise les modes de production respectueux de l'environnement.





La segmentation par le service

Il existe aussi des démarches de segmentation qui répondent aux attentes de praticité des consommateurs. Parmi les plus importantes, on peut citer :

- les **fruits mûrs à point** : abricot, ananas, avocat, kaki, mangue, pêche, nectarine et poire ;
- les **fruits préemballés**. Ils permettent aux distributeurs de réduire les pertes en rayon, de distinguer des qualités ou des marques, d'éviter la pesée en magasin et les démarques, de séparer les produits conventionnels et Bio dans le cas de rayons mixtes. Cela permet aussi d'augmenter la valeur au kilo en vendant à la pièce (2 avocats, 3 pomelos, etc.). C'est la forme idéale pour la vente en drive. Le consommateur y trouve aussi son intérêt par la praticité (réduction du temps passé à acheter), moins de chocs sur les fruits, etc. En outre, la pandémie a consacré ce mode de vente comme plus hygiénique en limitant les contacts ;
- les **fruits faciles à consommer** viennent compléter l'offre de snacking proposée en magasin (par ex. fruits en fraîche découpe, petites bananes vendues à l'unité en caisse).

Fruits et légumes frais – France – Parts de marché en valeur par circuit de distribution en 2019

Circuits de distribution	Parts de marché en valeur
Hypermarchés (hors ventes par internet)	33.1 %
Supermarchés (hors ventes par internet)	19.0 %
Enseignes à marque propre (ex. hard discount)	10.9 %
Marchés	10.9 %
Primeurs et grandes surfaces frais	12.0 %
Supérettes et enseignes généralistes de proximité	6.4 %
Autres circuits de distribution	7.7 %

Source : France Agrimer

Fruits biologiques – France – Répartition des dépenses des ménages par circuit de distribution en 2019

Circuits de distribution	en millions d'euros	en pourcentage
Grande distribution	355	38 %
Distribution spécialisée Bio	424	45 %
Artisans, commerces	11	1 %
Vente directe	147	16 %
Total	937	100 %

Source : Agence Bio

Les évolutions récentes de la distribution alimentaire

L'évolution des tendances de consommation impacte désormais les circuits de la distribution. Ainsi, l'hypermarché, format principal de la distribution alimentaire en France, est en crise car il ne répond plus aux attentes des consommateurs : trop grand, trop éloigné du domicile, etc. La pandémie de Covid a confirmé cette tendance où le format supermarché/proximité a pris des parts de marché sur l'hypermarché.

L'essor de la distribution spécialisée

Ces dernières années ont été marquées par l'essor des enseignes spécialisées dans la vente de produits frais. Ce marché est aujourd'hui dominé par l'enseigne Grand Frais. Son offre de fruits est positionnée sur un segment haut de gamme. L'enseigne se fait également spécialiste des fruits exotiques et propose un assortiment important de références rares.

Le marché des enseignes spécialistes du Bio est aussi très dynamique. Mais la concurrence est importante entre les indépendants (par ex. Biocoop) et les enseignes spécialistes de la grande distribution (par ex. Naturalia, Les Comptoirs de la Bio).

Recréer l'univers spécialiste en magasin généraliste

L'engouement de la grande distribution pour le Bio se retrouve aussi au sein des magasins généralistes. Depuis 2015, les rayons spécialistes des fruits et légumes biologiques se sont considérablement développés au sein des hypermarchés/supermarchés. Pourtant, si la grande distribution a beaucoup investi sur le Bio ces dernières années, la consommation de produits biologiques au sein de la grande distribution montre déjà ses limites. En effet, d'après le panéliste Nielsen, 66 % des achats de produits Bio en GMS se concentrent autour de 20 % des ménages français les plus consommateurs de Bio.

La spécialisation de l'espace commercial concerne aussi les autres gammes de fruits. Dans un magasin, un fruit peut se retrouver à deux, trois, voire quatre endroits différents : l'étal principal et des îlots dédiés à la vente de premiers prix, de préemballés, de produits locaux, etc.

Cette stratégie de multiplication des espaces spécialisés permet de répondre à la diversité des attentes, mais complique la lisibilité de l'offre pour le consommateur.

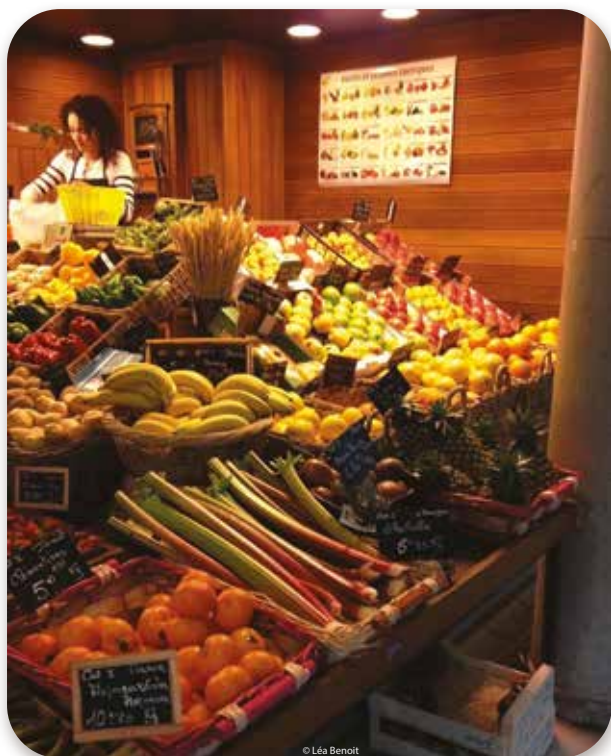
Apporter de la proximité au consommateur

Pour fidéliser leurs clients, les distributeurs ont aussi mis en place des stratégies qui visent à améliorer l'expérience d'achat, parmi lesquelles :

- la **proximité urbaine**, c'est-à-dire l'implantation des magasins au plus près des lieux de vie des consommateurs. Les distributeurs ont considérablement investi sur ce marché entre 2013 et 2019 ;
- la **restauration hors domicile en magasin**. En France, le groupe Casino s'impose comme précurseur sur ce marché, avec son concept du Monop' qui a été dévoilé en 2019. Cette démarche s'inscrit dans une tendance plus globale qui vise à faire des magasins de nouveaux espaces de vie ;
- les **services d'aide à l'achat**. Afin de répondre aux attentes de praticité des consommateurs, les enseignes ont développé différents services : amplification des horaires d'ouverture (tard le soir, le dimanche), facilités de paiement (sans contact), drive et livraison à domicile. Depuis le confinement du printemps 2020, on observe une accélération de la croissance du drive et de la livraison.

Des circuits de distribution alternatifs en développement

En parallèle de la grande distribution alimentaire, les circuits alternatifs (marchés, circuits courts de proximité) poursuivent leur développement. Ces modes de commercialisation marquent une volonté de recréer un lien plus direct entre les producteurs et les consommateurs.



© Léa Benoit

Des stratégies de différenciation au potentiel limité

Afin d'évaluer l'impact des différentes stratégies de différenciation, nous avons réalisé une enquête auprès d'une population déjà sensibilisée aux problématiques agricoles, alimentaires et environnementales (enquête en ligne du 16 juin au 7 juillet 2020). Au total, 378 personnes ont répondu à notre questionnaire, majoritairement des étudiants en agronomie et des professionnels de la recherche agronomique. Les résultats sont d'autant plus marquants qu'il s'agissait d'un public averti.

Des marques et des certifications mal comprises par les consommateurs

Les résultats de notre enquête sont ainsi sans équivoque : peu de certifications bénéficient d'un réel succès auprès des consommateurs. Contrairement à la majorité des certifications, le label Agriculture Biologique a une bonne image auprès des répondants, qui lui reconnaissent des garanties de qualité sanitaire et de respect de l'environnement. Il faut également noter que l'Indication Géographique Protégée, les certifications du commerce équitable et les marques premiers prix sont bien comprises des consommateurs. Mais ce constat ne peut pas se généraliser à toutes les certifications.

On peut considérer que l'efficacité d'une certification réside dans sa capacité à convaincre le consommateur sur les garanties qu'elle apporte au produit. Or, la faible adoption, l'absence de garanties positives et même la méconnaissance de certaines certifications (comme Rainforest Alliance, Haute Valeur Environnementale) par une population pourtant sensibilisée aux problématiques alimentaires viennent questionner la pertinence des réponses apportées par les certifications. La multiplicité des labels ne permet pas au consommateur d'avoir une lecture efficace des garanties apportées par les certifications. Pourtant, les demandes de transparence sont toujours aussi fortes. Les consommateurs de fruits attendent une amélioration de la traçabilité et de nouvelles demandes d'information émergent. Ils veulent désormais connaître l'impact carbone, le mode de transport, le coût environnemental, plein champ, serre, hors-sol, le temps de conservation en chambre froide, ou encore la date de récolte.

Des attentes et des comportements d'achat en contradiction

Les consommateurs présentent également des contradictions entre les attentes qu'ils expriment et leurs comportements d'achat. Pour la majorité des personnes interrogées, il apparaît que les deux points de progrès prioritaires à réaliser pour la production de fruits frais concernent le respect de l'environnement et la rémunération équitable des producteurs. Pour atteindre ces objectifs, les enquêtés ont mis en avant la nécessité de réduire les importations de fruits frais et de renforcer les circuits courts de proximité.

En effet, plusieurs critiques émergent à l'égard des produits importés. Tout d'abord, si l'importation de fruits exotiques est admise, celle de fruits tempérés en période de contre-saison est moins tolérée. Certains mettent en évidence les incohérences qui subsistent entre les principes de la production écologique et des pratiques comme l'emballage plastique ou l'acheminement par avion. Enfin, il semble qu'une distance importante entre le lieu de production et le lieu de consommation accroisse la méfiance et le besoin de réassurance des consommateurs par rapport à une production locale. Certains questionnent, par exemple, la cohérence et le respect du cahier des charges des produits biologiques en provenance de pays où les normes phytosanitaires ne sont pas celles appliquées en France. Face à ce constat, une question subsiste : si les démarches de certification présentent une efficacité limitée auprès des consommateurs, comment communiquer sur les efforts faits par les filières fruitières d'importation en termes social, environnemental, etc. ?

Pourtant, si les bienfaits de la consommation de fruits produits localement sont très largement plébiscités, ces déclarations ne se retrouvent pas dans les comportements d'achat. Les circuits courts de proximité restent fréquentés de manière occasionnelle par une large majorité des enquêtés, qui leur préfèrent les enseignes de la grande distribution généraliste et les marchés.



Le prix reste un frein à la consommation de produits issus des modes de production responsables

Les résultats de l'enquête montrent aussi que les consommateurs attribuent des garanties de qualité supérieure (qualités organoleptiques, sanitaires et sociétales – équitables, respectueux de l'environnement) à des produits dont le prix est plus élevé que celui de produits similaires. Tous les consommateurs ne sont pas prêts à payer plus cher des fruits issus des modes de production responsables. Au cours de notre enquête, plusieurs personnes ont questionné le prix excessif des fruits Bio, le déclarant prohibitif. Ce constat est conforté par les résultats du baromètre 2020 de l'Agence Bio qui montrent que le prix reste le principal frein à la consommation de produits biologiques.

En définitive, l'engagement des Français pour une consommation responsable reste secondaire. L'aspect, la saveur, la praticité et le prix restent des critères essentiels, pris en compte par le consommateur lorsqu'il choisit ses fruits. A présent, on peut aussi s'interroger sur les impacts de la pandémie de Covid sur les comportements alimentaires. La crise économique actuelle résultant de la crise sanitaire affecte de façon certaine le budget alimentaire des Français. Il est probable que les prochains mois seront marqués par un retour aux produits peu coûteux. Selon le panéliste Nielsen, les distributeurs jouent déjà la carte des promotions pour favoriser la fréquentation de leurs magasins.

Ainsi, la plupart des stratégies de certification présentent une efficacité limitée auprès des consommateurs, dont le besoin de réassurance reste un enjeu important. Il s'agit à présent de questionner la capacité des différentes démarches de différenciation à créer de la valeur ajoutée en amont des filières. C'est notamment le grand défi des filières appliquant les principes de l'agroécologie ■

Anaëlle Denieul



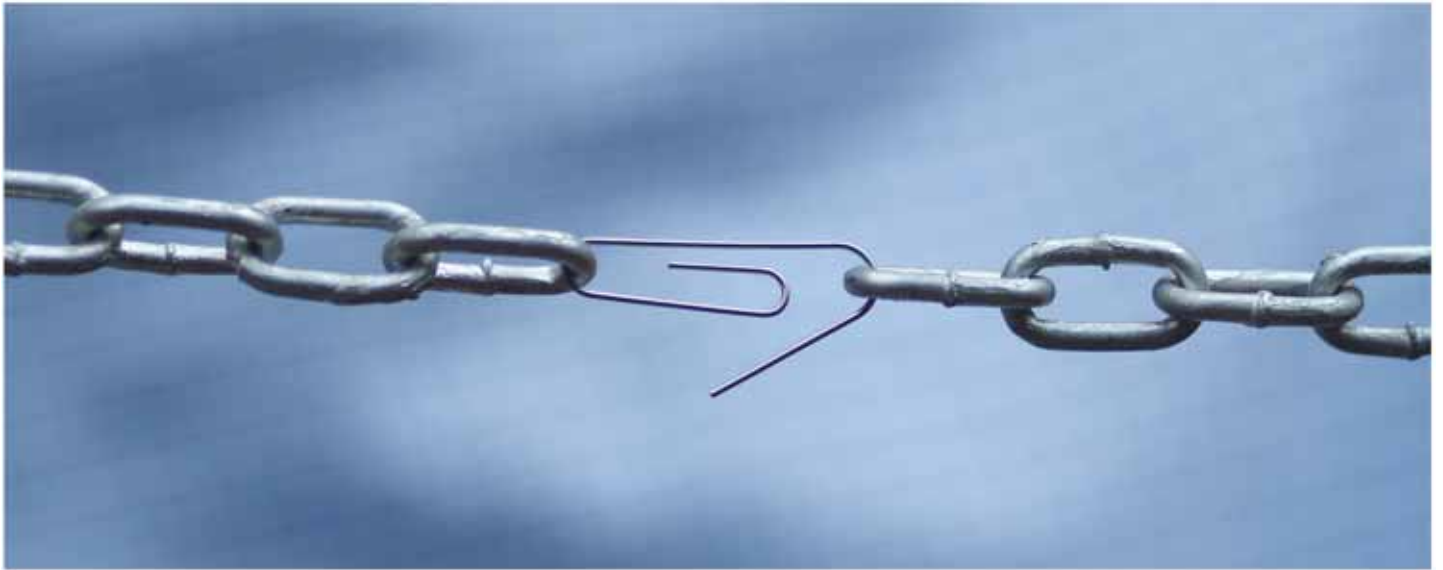
Second semestre 2020

Après un premier semestre solide, les six mois qui ont suivi se sont avérés décevants pour le marché de l'affrètement, tant du point de vue de l'activité que des tarifs. Les grands navires et les handysize ont tiré parti d'une pénurie de conteneurs reefers doublée d'abondantes récoltes d'agrumes en Afrique du Sud et de kirwis en Nouvelle-Zélande, ainsi que d'une demande régulière en bananes spot à l'est et à l'ouest du canal du Panama. Seulement, le rendement TCE (Time Charter Equivalent) résultant de la pléthore de navires disponibles pour ces demandes a tout juste suffi à couvrir les frais d'exploitation.

© Eric Imbert



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

Depuis quatre ans, la moyenne des rendements TCE du petit segment est systématiquement meilleure en seconde partie d'année que sur la première moitié. Cette tendance s'est néanmoins inversée en 2020, et de loin. La pêche réalisée au large de l'Afrique de l'Ouest, dans les eaux situées entre la Mauritanie et le Maroc, constitue la principale source de revenu des petits reefers. Or les prises sont restées faibles cette année dans les eaux mauritaniennes, et les opérateurs reefers ont également subi le retard sur l'accord de pêche entre le Maroc et la Russie, empêchant l'accès aux chalutiers russes. Le résultat fut un recul significatif des cargaisons spot de poisson et, par voie de conséquence, une accumulation de tonnage.

Le rendement hebdomadaire du TCE moyen mesuré sur l'ensemble du petit segment de la flotte reefer a alors chuté à son plus bas niveau depuis plus de dix ans. Quelques signes de reprise sont apparus à la mi-novembre quand les expéditions de pomme de terre entre le nord de l'Europe et la Méditerranée orientale et occidentale, et les envois d'agrumes marocains vers la Russie et la côte est des Etats-Unis ont commencé à absorber davantage d'unités libres.

Heureusement pour les opérateurs reefers, le coût du carburant est resté bas tout au long de l'année. Le mode a ainsi pu rester compétitif et maintenir sa flotte opérationnelle, au lieu de désarmer, malgré la faiblesse du marché. La situation ne devrait pas changer : la demande mondiale de pétrole, sévèrement frappée par la pandémie mondiale de coronavirus, devrait rester atone sur le premier semestre de la nouvelle année. C'est une bonne nouvelle pour les opérateurs reefers et le fret, surtout si la pénurie de conteneurs reefers s'intensifie.

Paradoxalement, il semble que plus l'industrie des reefers spécialisés est en danger d'extinction, plus la valeur du mode est reconnue. Au terme d'une saison record pour les agrumes d'Afrique du Sud, l'association des producteurs d'agrumes du pays (CGA) a souligné le rôle stratégique joué par le mode au sein de la chaîne logistique et fait savoir qu'il « devait rester un maillon clé du transport vers les marchés porteurs ».

Justin Chadwick, PDG de CGA, a déclaré qu'en dépit des contraintes réglementaires imposées par le Covid-19 sur la chaîne logistique, des paliers décisifs avaient été franchis en 2020. Plus de 146 millions de cartons ont été exportés, soit l'équivalent de 1.85 million de palettes : 83 000 conteneurs reefers ont ainsi été mobilisés, et plus de 198 000 palettes ont quitté les quatre principaux ports du pays à bord de reefers spécialisés. Les difficultés posées par la pandémie, et en particulier les ralentissements sur les mouvements des navires conteneurs à l'arrivée et au départ des ports d'Afrique du Sud, ont transformé les reefers en une bénédiction pour les expéditeurs. La part de marché à l'export des lignes conteneurs n'a jamais cessé d'augmenter en dix ans, jusqu'à cette année, où les navires des reefers spécialisés ont vu leurs cargaisons augmenter de 33 %. « Les expéditions à destination du Japon, de la Chine, des USA (avec un chiffre record de 12 navires cette année), de l'UE et de la Russie se sont déroulées de manière très fluide, alors qu'une grande partie des marchandises en conteneurs était retardée. »

M. Chadwick a également fait remarquer que la chaîne logistique des conteneurs reefers sera probablement soumise à rude épreuve si le volume des exportations d'agrumes continue d'augmenter : « Imaginez une campagne atteignant 170 millions de cartons (soit 105 000 conteneurs reefers) avec les mêmes engorgements que nous avons connus cette année aux terminaux des conteneurs. Sans l'aide des reefers spécialisés, cette situation sera purement intenable ! ».

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

Sociétés

L'optimisme général du secteur des reefers engendré par l'action positive des affréteurs et chargeurs connaît cependant une exception de taille. Si l'on en croit l'autoévaluation présentée dans le rapport annuel 2019 de l'entreprise Siem Industries Inc. sur l'avenir du mode reefer spécialisé, le secteur est sur le point de perdre un acteur majeur dans les prochains mois.

Le texte, publié au mois de juillet, indique que : « Le segment reefer [de Star Reefers] est exposé sur le marché spot et dispose d'une réserve limitée de contrats, ce qui soulève la question de la capacité du segment à s'assurer un avenir pérenne. Selon les estimations actuelles des flux de trésorerie, le segment pourrait manquer de liquidités dès le 31 décembre 2020, voire au plus tard au cours du premier trimestre 2021. L'avenir de Star Reefers Inc. dépend de conditions de marché favorables, de tarifs d'affrètement réduits et/ou de l'injection de fonds de roulement sous la forme de capitaux propres, ou encore d'un emprunt, à moins que le marché ne se relève significativement. »

Le revers de fortune de Star vient directement de la disparition de ses contrats d'affrètements à temps de 12 mois, qui formaient la colonne vertébrale de sa stratégie d'entreprise. Mis à part trois multinationales du secteur de la banane, toutes expédient leurs marchandises par conteneurs, soit en faisant appel aux services de ligne tiers, soit en affrétant des navires conteneurs équipés pour conteneurs frigorifiques. Le modèle commercial de Star semble avoir fait son temps. Auparavant, Star mettait ses navires à la disposition de Dole, Chiquita et Del Monte, et dans un passé pas si lointain, de Banex Group et Fyffes.



© Eric Imbert

Offre et demande

Face à toutes ces défections, sans logiciel pour consolider et développer une relation client similaire, et dépourvu des bases de fret détenues par les deux autres grands opérateurs, Star est fortement tributaire de Seatrade et Baltic Shipping pour fréter son tonnage. Or, Baltic s'apprête à prendre livraison de tonnages en propre et a déjà couvert ses autres besoins éventuels en affrétant des navires auprès de Chartworld, et Seatrade a acquis douze navires reefer au cours des douze derniers mois dans le but de maintenir ses services de lignes et honorer ses affrètements au tonnage.

De toutes les conclusions terribles et pathétiques tirées du rapport de Siem Industries, la plus ironique vient du fait que la flotte reefer gérée par Star est l'une des plus modernes et efficaces. Le problème est que ces unités ont été conçues pour des affrètements à temps destinés au commerce de la banane, avec une abondance de possibilités d'arrimage sur le pont. À titre de comparaison, les Maestros de type jumbo construits entre 84 et 88 sont bien moins modernes et sophistiqués que les navires de Star, mais ils sont plus rentables sur les expéditions spot lorsque le pont n'est pas utilisé – ce qui est généralement le cas des expéditions de bananes spots.

Depuis la publication de ce rapport annuel, Star a nettement réduit sa vulnérabilité au marché, que ce soit en restituant leurs tonnages aux armateurs ou en sécurisant des affrètements à court et moyen termes. Les expéditions spot en provenance du Chili, de l'Atlantique Sud, de l'Alaska et/ou d'Afrique du Sud seront-elles suffisantes cette année pour prolonger l'activité de l'entreprise ? L'avenir le dira.

Pour la première fois en trente ans, la capacité des reefers spécialisés a augmenté. La confiance dans le marché fut telle que seulement cinq bâtiments (1.4 million cbft), le nombre le plus bas depuis 1990, sont partis vers les plages du sous-continent indien en 2020 pour y être démolis.

En septembre, Cool Carriers a inauguré le lancement de Cool Eagle, le troisième de ses six navires de la série E-class. Pour le groupe, les E-class symbolisent une nouvelle ère des navires reefers spécialisés. Avec une hauteur de pont de 2.5 m et de nombreuses combinaisons possibles sur et sous le pont, les E-class constituent « d'excellents outils pour réaliser des économies d'échelle ». Ces dernières années, le groupe Baltic/Cool a pris livraison de cinq bâtiments neufs et a entrepris d'acquérir du tonnage d'occasion plus récent. Le groupe a indiqué qu'il était déterminé à rester dans son cœur de métier et à continuer de travailler avec les navires reefers spécialisés. À ce jour, le groupe Baltic/Cool demeure le principal opérateur du mode.

Aux antipodes, la filière kiwi de Nouvelle-Zélande va bénéficier en 2021 et au-delà de l'arrivée de trois navires reefers spécialisés flambant neufs, un investissement de taille consenti par l'armateur et opérateur Fresh Carriers (FCC), conforté par sa confiance dans le secteur et l'accord d'affrètement conclu avec Zespri, un partenaire commercial de longue date. À l'instar des nouveaux bâtiments de Baltic Shipping, ces navires ont été construits avec un pont surélevé pour accueillir des palettes reefer high cube. Ils sont également équipés d'une nouvelle technologie permettant de contrôler l'atmosphère des fruits à distance.



La première des trois unités, le MV Kowhai, a entamé son voyage inaugural au port de Tauranga fin octobre, chargé de kiwis à destination du Japon. Lors de cette campagne, Fresh Carriers a fourni 35 navires pour le transport des kiwis Zespri vers les principaux ports d'Asie, soit environ 30 % des fruits. Parmi eux, dix ont été envoyés en Chine, soit quatre de plus que prévu, principalement à cause de l'épidémie de coronavirus qui a ralenti l'activité des ports à conteneurs du pays. Les marchés d'Asie étant de plus en plus importants pour Zespri à court et moyen terme, l'avenir du mode spécialisé semble davantage assuré dans cette partie du monde qu'avec certains grands marchés historiques.

Selon les estimations du cabinet de conseil Eskesen Advisory, en matière d'approvisionnement en équipement, la production de conteneurs a atteint 290 000 EVP en 2020, contre 260 000 EVP en 2019. Si l'on tient compte des quelque 160 000 EVP qui seront retirés au terme de 12 ans, le gain net d'une année à l'autre pour la flotte reefer au début de 2021 sera de l'ordre de 3 à 4 %, ce qui correspond à la croissance prévue chaque année à l'échelle mondiale.

Toutefois, si la pandémie continue d'entraver le bon fonctionnement des ports chinois, nord-américains et de certains ports européens, cette croissance ne sera peut-être pas suffisante pour satisfaire la demande. Le sujet est particulièrement crucial en Asie : pour la première fois cette année, la Chine a délogé les États-Unis de leur place de premier importateur mondial de denrées alimentaires surgelées et réfrigérées. Le spectre de la crise de coronavirus a poussé la Chine à investir lourdement pour sécuriser son approvisionnement alimentaire. En octobre dernier, le nombre de reefers transportant de la nourriture en direction de la Chine avait augmenté de 41 %, contre 4 % seulement pour les États-Unis, ce qui explique le changement dans le classement. Cette hausse des importations de protéines et de produits frais et surgelés correspond aux efforts encore déployés par la Chine pour neutraliser les effets de la peste porcine africaine sur son cheptel porcin ; le pays a dû importer des volumes colossaux de porc pour compenser les pertes de sa production nationale. Il ne serait pas incongru, si les transporteurs rencontraient des difficultés à repositionner leurs équipements à cause des engorgements, de voir les lignes conteneurs sacrifier certains de leurs marchés les moins rentables au profit des reefers spécialisés.

En termes de demande, les opérateurs reefers anticipent de plus gros volumes en raisin de table et fruits à noyau du Chili, et des volumes similaires de banane sur les trajets transatlantiques. La principale inconnue vient des calamars de l'Atlantique Sud : si l'on se fie à la nature cyclique des prises, les volumes devraient atteindre 800 000 tonnes en 2021. Une grande partie des calamars est transbordée des jiggers à des reefers en pleine mer près des Îles Malouines. Si les prévisions se révélaient exactes, des prises aussi importantes pourraient absorber un bon nombre d'unités supplémentaires sur une période bien plus étendue, au détriment des expéditions de bananes spot. Partant du principe que ces navires seront soumis aux mêmes protocoles qui retardent actuellement les déchargements en Chine, la disponibilité des reefers spécialisés pour le reste du monde sera par conséquent fortement réduite par rapport à la normale lorsque les campagnes d'agrumes et de kiwi de l'hémisphère Sud débiteront. Une telle pénurie, si elle se présente, ne manquera pas de propulser les tarifs des reefers à la hausse ■

Richard Bright, consultant
info@reefertrends.com



Photos © Eric Imbert

FR*ui*TROP

Soyez les premiers informés grâce à la nouvelle offre d'informations de **FruiTrop**.

Les expertises prévisionnelles et bilanciennes originales en temps réel sur le site **FruiTrop online** et les analyses de fond dans **FruiTrop Magazine** vous permettront plus que jamais de mieux comprendre les marchés pour être les premiers à prendre les bonnes décisions.

1 abonnement = 2 sources d'informations

FR*ui*TROP magazine

éditions papier et .pdf

6 numéros par an :

janvier, mars, mai, juillet, septembre, novembre

Des dossiers :

banane, avocat, mangue, agrumes, ananas

Des prévisions, des bilans, des points de marché



FR*ui*TROP online

édition en ligne

Tous les mois :

des prévisions, des bilans, des points de marché sur exotiques et tempérés

banane, avocat, mangue, ananas, litchi, agrumes, raisin, pomme, poire, fraise, myrtille, kiwi, fruits à noyau, melon, tomate, pomme de terre, patate douce, igname, manioc, eddoe, plantain, chayotte, christophine, dasheen, piment antillais, gingembre, etc.



Abonnement Annuel : FruiTrop Magazine + FruiTrop online

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

= **360 euros HT** (abonnement en ligne sur fruitrop.com)

Visiblement, cette banane avait vraiment un goût *Suprême*



La banane *Suprême* est cultivée sur des terres volcaniques riches et baignées de soleil, cueillie à la main à pleine maturité, sélectionnée avec un soin extrême et acheminée jusqu'à vous dans les meilleures conditions de transport qui soient. De calibre minimum garanti de 22 cm et d'une saveur intense et incomparable, elle vous fera redécouvrir le vrai goût de la banane et transformera chaque dégustation en une expérience sensorielle unique.

Contenu publié par  CIRAD - Toute reproduction interdite

 COMPAGNIE
FRUITIÈRE