

# FR*ui*TROP

MAGAZINE  
N°278  
NOVEMBRE - DECEMBRE 2021

MAIS OÙ SONT  
LES CLÉMENTINES ?

UN DÉFICIT ESPAGNOL MAJEUR



5 BOULEVARD DU DELTA - ZONE EURODELTA, 94658 RUNGIS  
COMMERCIAL@COMEXASAS.FR • TÉL. +33 1 46 86 71 77  
• FAX +33 1 46 86 80 43

UNE EXPERTISE  
ÉLEVÉE POUR UNE  
MATURITÉ OPTIMALE



NOUVEAUX  
EMBALLAGES  
ÉCO - CONÇUS  
ET SANS PLASTIQUE



DÉVELOPPEMENT  
DURABLE,  
RESPONSABILITÉ  
SOCIALE ET  
ENVIRONNEMENTALE  
DU VERGER À L'ASSIETTE



UNE LARGE  
GAMME POUR  
CHAQUE PRODUIT



AU PLUS PROCHE DE  
VOS INSTALLATIONS  
AVEC DEUX SITES  
EN FRANCE, NORD  
ET SUD

**LES LEADERS DE L'AVOCAT #AVOEXPERTS**

# Edito



## « Éveillés, ils dorment »

Comme souvent, à relire les philosophes anciens, on comprend beaucoup du monde actuel. On peut même penser que les fûtés du marketing ont appris par cœur les présocratiques, par exemple Héraclite. Sinon comment avoir à quelques jours d'écart, la grand-messe de la lutte contre le changement climatique, la COP 26, et la grand-messe du consumérisme, le Black Friday et ses diverticules. C'est bien parce que le philosophe avait tout compris de la nature humaine : « Éveillés, ils dorment ». Héraclite constatait déjà que la contradiction est constitutive de la pensée humaine. Quelle aubaine ! Cela dédouane les consommateurs de leurs incohérences. On vit mieux avec car on n'y peut rien. C'est assez pratique au final. C'est une sorte de fatalité. Nous sommes comme possédés. Partant de là, cela libère nos instincts les plus consuméristes que les fûtés déjà nommés savent aiguïser. La preuve, une célèbre marque d'ingrédients pour pâtissier amateur, propose de fêter les... demi-anniversaires !

De deux choses l'une, soit le génie marketing a réussi à repousser notre conscientisation du changement climatique à demain, soit l'industrie a compris qu'elle n'avait plus que quelques années pour profiter du monde d'avant. Dans les deux cas, les « pays du Nord » seront toujours aussi peu crédibles quand ils poussent les sociétés en développement à se serrer la ceinture sur des besoins souvent essentiels, pendant que dans le même temps, ils ajoutent plusieurs trous à leurs ceintures afin de gagner encore quelques kilogrammes de satiété. Nous voilà donc revenus au point de départ : les contradictions.

Denis Lœillet



**Abonnement annuel : 360 euros HT / [www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com) / [info@fruitrop.com](mailto: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](mailto:info@fruitrop.com) ; Site : [www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com)  
**Directeur de publication :** Eric Imbert ; **Directeur de la rédaction :** Denis Lœillet ; **Rédactrice en chef :** Catherine Sanchez ; **Infographie :** Martine Duportal ;  
**Site internet :** Actimage ; **Chef de publicité :** Eric Imbert ; **Abonnements :** [www.fruitrop.com](http://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**  
Avocat de Nouvelle-Zélande : « en pleine tempête » – Avocat de Californie : vers une récolte vraisemblablement moyenne en 2021-2022 – Approvisionnement en banane de l'UE27+UK en septembre 2021 : stabilité – Approvisionnement en banane des USA en septembre 2021 : progression sans compensation – Négociations des contrats banane 2022 : l'augmentation du prix du carton sera-t-elle suffisante ?
- 8 La banane en Allemagne**  
Fiche marché (*Daniella Blake, Noémie Cantrelle*)
- 16 Mangue de Côte d'Ivoire**  
Une campagne 2021 décevante (*Virginie Pugnet*)
- 108 Tomate de contre-saison**  
Une bataille de leadership entre les deux rives de la Méditerranée (*Anne-Solveig Aschehoug*)

## Dossiers

### Agrumes Prévisions 2021-22

*préparé par  
Eric Imbert*

- 26 Agrumes de Méditerranée - Prévisions 2021-2022**  
Un déficit majeur en clémentine
- 40 Prévisions PETITS AGRUMES**  
Un sous-approvisionnement notable en clémentine dans l'UE27+UK
- 44 Prévisions ORANGE**  
Une campagne moyenne parfaite
- 46 Prévisions POMELO**  
Le timide mouvement de rebond de la production se poursuit
- 50 Prévisions CITRON**  
Une production record, mais un net déficit espagnol et italien
- 54 Recueil statistique Agrumes 2020**  
Production, exportations, importations, consommation

### Ananas Bilan 2020-21

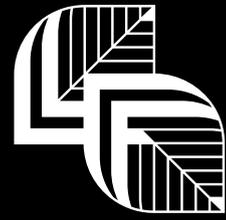
*préparé par  
Thierry Paqui et  
Noémie Cantrelle*

- 74 Ananas Bateau**  
L'incertitude plane plus que jamais
- 80 Ananas Avion**  
Le Cayenne mis à terre par le Pain de sucre et le Sweet
- 83 Ananas Victoria**  
Un approvisionnement perturbé, mais pas de réel manque
- 84 L'ananas au Kenya**  
Fiche pays producteur
- 90 Statistiques ananas**  
Production, exportations, importations
- 92 Défauts de qualité de l'ananas**

### Litchi Bilan 2020-21

*préparé par  
Pierre Gerbaud*

- 96 Madagascar**  
Une bonne campagne
- 101 Afrique du Sud**  
Une campagne mitigée
- 103 Île de La Réunion**  
Retour vers les sommets
- 105 Île Maurice**  
Une origine complémentaire
- 106 Défauts de qualité du litchi**



Lilofruits

RÉSERVE NATURELLE DE GOÛT

BY CAPEXO



2022  
nous voilà!

**ÉCO-PACKS**

Nous voilà prêts et normés pour la loi Agec en vigueur dès 2022, avec zéro plastique sur l'ensemble de nos packs, films et emballages. Un ensemble de solutions recyclées et recyclables, adaptées pour protéger chaque produit, et continuer de vous offrir les goûts les plus délicats.

CAPEXO . +33(0) 1 41 73 23 00 . [www.capexo.fr](http://www.capexo.fr)



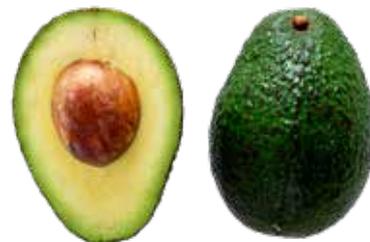
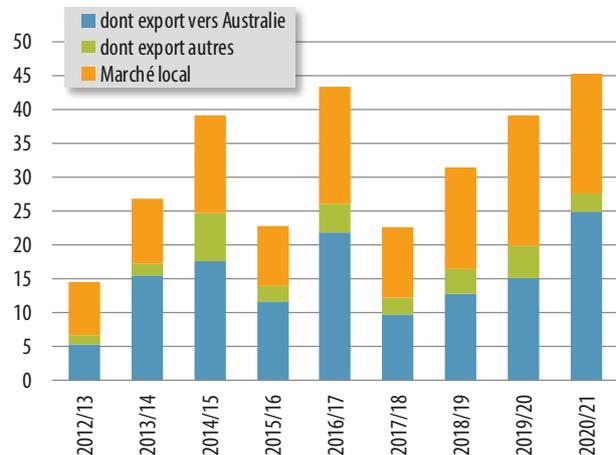
## Avocat de Nouvelle-Zélande : « en pleine tempête ».

Ce sont les mots utilisés par un producteur de la baie de Plenty, et reportés par la presse locale, pour décrire la saison 2021-22 en cours. Des propos qui détonnent après une campagne 2020-21 qui a battu des records, non seulement au niveau des volumes produits et exportés, mais aussi du chiffre d'affaires sur le marché local. La récolte est d'un bon niveau (assez similaire à celle de 2020-21), mais la demande ne suit pas. Le problème n'est pas seulement lié à un marché local tournant au ralenti en raison de l'impact des mesures de contrôle de la pandémie de Covid sur le segment de la restauration. Il est plus structurel et lié à la contraction du marché australien, où la production locale monte rapidement en puissance, en particulier dans la région de Western Australia qui dispose d'un calendrier de récolte similaire à celui de la Nouvelle-Zélande. Or, cette destination est une variable majeure dans l'équation économique de la filière néozélandaise, car elle absorbe plus des trois quarts des exportations totales et 40 à 50 % de la production totale. Dans ce contexte qui s'assombrit, la filière néozélandaise travaille à développer les envois vers l'Asie (4 300 t en 2019-20) et le marché local où 30 % de la population ne consomme pas d'avocat.

Source : Otago Time



Avocat - Nouvelle-Zélande - Production et exportations  
(en 000 tonnes | source : NZ Avocado)



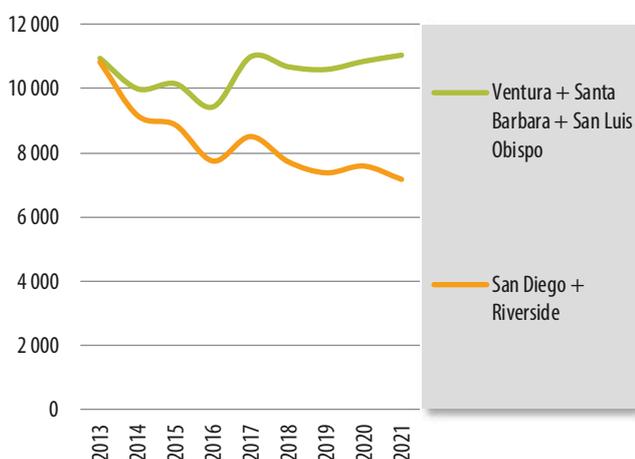
Photos © Regis Demergue

## Avocat de Californie : vers une récolte vraisemblablement moyenne en 2021-2022.

Selon les premières informations recueillies et dans l'attente de la prévision officielle, la récolte californienne d'avocat devrait revenir à un niveau proche de la moyenne en 2021-22 (environ 130 000 à 140 000 t), après une campagne 2020-21 déficitaire (environ 120 000 t). Si aucun accident climatique majeur n'est intervenu à la différence de la saison précédente, les conditions n'ont néanmoins pas été optimales (forte amplitude thermique notamment dans certaines zones), alors que la contrainte hydrique reste majeure, en particulier dans le sud de l'état. D'ailleurs, le dernier recensement du verger publié en octobre montre que le déclin des surfaces se poursuit dans la zone de San Diego, avec près de 500 ha perdus entre 2020 et 2021, portant la baisse à environ 1 200 ha depuis 2017. En revanche, le pôle de production situé au nord de Los Angeles (Santa Barbara, San Luis Obispo et surtout Ventura), où le coût de l'eau agricole est moins exorbitant, continue de se renforcer légèrement (500 ha environ gagnés entre 2019 et 2021). Il héberge désormais près des deux tiers du verger productif, contre environ la moitié dix ans plus tôt.

Source : CAC

Avocat - Californie - Evolution du verger  
(en hectares | source : CAC)



Grâce à une expérience de plus de vingt ans, GRUPO AGUACATERO LOS CERRITOS est un des meilleurs producteurs de fruits frais.

Nos produits sont réputés pour leur qualité export optimale sur les marchés internationaux. De plus, le groupe a mis en place une démarche forte de durabilité portant une attention particulière au respect de la nature et de la vie.

GRUPO AGUACATERO LOS CERRITOS vous garantit les meilleurs produits possible, en apportant un soin particulier à toutes les étapes du processus de production, de la plantation au conditionnement, en passant par la récolte et la sélection.

Nous n'exportons que des avocats de grande qualité, frais et sains à destination du monde entier.



**EXCELLENCE  
COMMITTED  
TO THE  
WORLD**



**« NOTRE EXPERIENCE  
FAIT LA DIFFERENCE »**

Une entreprise de Grupo Los Cerritos  
[www.grupoaguacatero.com.mx](http://www.grupoaguacatero.com.mx)

Grupo Aguacatero Los Cerritos est certifié par :



SMETA 4 PILLARS CERTIFIED



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



SRRC



## Approvisionnement en banane de l'UE27+UK en septembre 2021 : stabilité.

Record à nouveau battu en septembre 2021 avec un approvisionnement net de 544 000 tonnes pour l'UE27+UK. Par contre, sur les 9 premiers mois, le marché européen stagne en termes de volumes consommés. On reste juste au-dessus des 5 millions de tonnes. Le groupe dollar est en baisse de 1.7 %. Cette baisse n'est pas compensée par les origines communautaires et ACP, qui progressent parfois fortement en pourcentage mais faiblement en volume. Sur 12 mois glissants, c'est aussi la stabilisation qui domine, avec un marché estimé à 6 654 000 tonnes, un chiffre quasi identique à celui de la période précédente.

Source : CIRAD



### Banane – UE – Approvisionnement de janvier à septembre 2021\*

000 tonnes	2019	2020	2021	2021/2020
<b>Approvisionnement net</b>	<b>4 860</b>	<b>5 050</b>	<b>5 020</b>	<b>- 0.6 %</b>
<b>Total import, dont</b>	<b>4 421</b>	<b>4 608</b>	<b>4 565</b>	<b>- 0.9 %</b>
NPF	3 619	3 841	3 775	- 1.7 %
ACP Afrique	442	425	447	+ 5.1 %
ACP autres	360	341	343	+ 0.7 %
<b>Production UE, dont</b>	<b>438</b>	<b>442</b>	<b>455</b>	<b>+ 3.0 %</b>
Martinique	115	103	110	+ 7.1 %
Guadeloupe	33	37	46	+ 23.1 %
Canaries	276	287	285	- 0.9 %

\* provisoire | sources : CIRAD, EUROSTAT (hors production UE locale)

## Approvisionnement en banane des USA en septembre 2021 : progression sans compensation.

Troisième mois de progression de l'approvisionnement net en septembre 2021, avec un taux de croissance de 1.6 %. Rappelons que cela fait suite à une forte expansion en août de 9 %. Depuis janvier 2021, le marché est en recul de 0.7 % et sur 12 mois glissants de 1.1 %. Le manque de volumes du Honduras et du Guatemala pèse encore très fortement sur l'offre, malgré le fait que toutes les autres origines arbitrent clairement leurs exportations vers les marchés américain et canadien.

Source : CIRAD

### Banane – USA – Approvisionnement de janvier à septembre 2021\*

en 000 tonnes	2019	2020	2021	2021/2020
<b>Approvisionnement brut</b>	<b>3 551</b>	<b>3 572</b>	<b>3 544</b>	<b>- 0.8 %</b>
dont biologique	341	401	424	+ 5.6 %
Réexport vers Canada	437	435	428	- 1.7 %
<b>Approvisionnement net</b>	<b>3 114</b>	<b>3 138</b>	<b>3 117</b>	<b>- 0.7 %</b>

\* provisoire | source : douanes USA

## Négociations des contrats banane 2022 : l'augmentation du prix du carton sera-t-elle suffisante ?

Les renégociations des contrats pour l'année 2022, démarrées au mois d'octobre entre fournisseurs de banane et distributeurs, se déroulent dans un contexte particulièrement tendu. Une des sources de discorde vient de la flambée des coûts à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement de la banane, qui se poursuit depuis fin 2020 : engrais, produits phytosanitaires, matières d'emballage, ainsi que les coûts des maillons intermédiaires (transport maritime, opérations portuaires). De fait, aux Etats-Unis, les principales multinationales (Dole, Del Monte et Fyffes) ont déclenché pour la deuxième fois en douze mois la clause de « force majeure » au 1er novembre 2021, leur permettant d'appliquer un supplément allant de 1.60 à 2.00 US\$/carton jusqu'en juin 2022, pour faire face à l'augmentation des coûts. En Europe, si les négociations se font beaucoup plus discrètes, les premiers échos font état d'un prix du carton de banane négocié avec les distributeurs également à la hausse et qui dépasserait la barre des 13 €/carton, soit une augmentation à peine supérieure à celle du marché américain. Reste à savoir si ces hausses couvrent l'ensemble des coûts. A titre d'exemple, il était reporté que la seule augmentation du prix du carton dans les zones d'exportation pouvait atteindre 2.00 US\$. Ainsi, une hausse entre 1.60 et 2.00 US\$ ne couvrirait pas l'intégralité de la hausse des coûts.

Source : CIRAD



# Il ne faut pas vendre la peau du fruit



## avant de l'avoir mûri !

Chaque jour, nous portons à maturité nos fruits sélectionnés dans des conditions de services toujours respectées grâce au savoir-faire et à l'engagement des équipes SOLY.

Objectif : **100 % de clients satisfaits.**

[WWW.SOLYIMPORT.COM](http://WWW.SOLYIMPORT.COM)



CONCENTRÉ  
DE SATISFACTION

## FICHE MARCHÉ

# LA BANANE EN ALLEMAGNE

**Daniella Blake**, consultante  
daniellablake@gmail.com

**Noémie Cantrelle**, Cirad  
noemie.cantrelle@cirad.fr

La banane est un fruit qui jouit d'une forte popularité sur le marché allemand. Elle est même devenue le symbole de la réunification allemande avec la chute du mur de Berlin en 1989. Dénrée rare à l'Est jusqu'à cette date, elle était à l'Ouest l'image d'une société dynamique, moderne et ouverte à l'Europe. Si la consommation de banane en Allemagne de l'Ouest était déjà une des plus élevées d'Europe dans les années 1950 et 1960, elle a explosé à l'Est, dépassant celle de l'Ouest grâce à son prix attractif et son accessibilité. Ainsi, les importations allemandes de banane n'ont cessé de croître tout au long des années 1990 et 2000, jusqu'à atteindre aujourd'hui de 1.25 à 1.3 million de tonnes par an.



© Carolina Dawson



FRUIT  
LOGISTICA

MEET ONSITE  
AGAIN

# FRUIT LOGIS TICA

2022

5|6|7 AVRIL BERLIN

FRUITNET

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

pour plus d'infos dans votre pays.  
[p.canovamenke@promo-intex.com](mailto:p.canovamenke@promo-intex.com)

 Messe Berlin

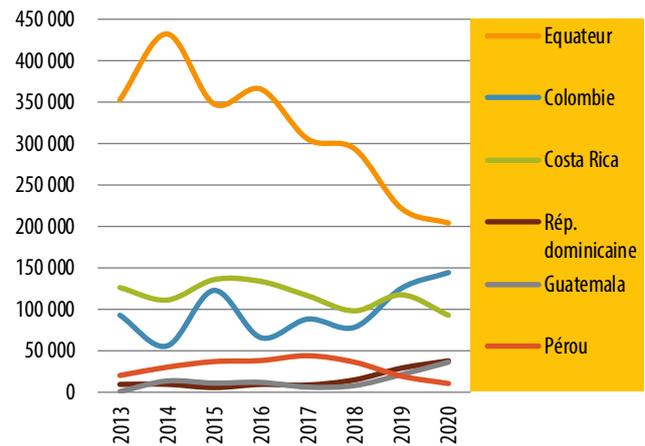
## IMPORTATIONS

Le marché allemand, premier marché d'importation européen de banane avec des volumes annuels de 1.25 à 1.3 million de tonnes, est essentiellement approvisionné par les origines dollar, principalement l'Equateur, la Colombie et le Costa Rica. Cependant, la part des réimportations en provenance d'autres Etats membres reste élevée et représente 50 % des volumes. Ceci est, bien entendu, à mettre en relation avec les infrastructures portuaires très importantes des pays voisins où sont dédouanées la plupart des bananes, tels les ports d'Anvers en Belgique, de Vlissingen ou Rotterdam aux Pays-Bas. De ce fait, sur la moitié de l'approvisionnement allemand en provenance de pays voisins, la notion d'origine est malheureusement perdue.

En ce qui concerne les importations directes, l'Equateur demeure le principal fournisseur du marché avec près de 204 000 tonnes en 2020 : la fiabilité de son approvisionnement et la qualité régulière de ses fruits représentent de réels atouts pour les programmes des GMS structurant le marché allemand. Parallèlement, en doublant ses importations en à peine deux ans, avec plus de 144 000 tonnes en 2020, la Colombie a pris la deuxième place du classement, juste devant le Costa Rica qui plafonne aux alentours de 100 000 tonnes ces dernières années. Enfin, de nouvelles origines très compétitives émergent depuis quelques années, comme le Nicaragua qui fait une belle percée depuis 2017 avec des volumes annuels désormais autour de 45 000 tonnes. La montée en puissance de la banane biologique a permis à une origine comme la République dominicaine de multiplier ses exportations vers l'Allemagne par près de sept en l'espace d'à peine cinq ans, passant de 5 000 tonnes en 2015 à plus 37 000 tonnes en 2020.

D'après l'anecdote, la signature du traité de Rome (1957) aurait été retardée à la suite d'un désaccord sur la banane, et face aux tarifs douaniers que certains pays européens voulaient imposer aux fruits importés. L'Allemagne de l'Ouest n'a signé le traité qu'après avoir obtenu gain de cause : un quota à droits nuls. Lorsque le premier chancelier d'Allemagne de l'Ouest, Konrad Adenauer, est rentré chez lui, il aurait brandi une banane au Bundestag en signe de victoire.

**Banane - Allemagne - Importations directes hors UE**  
(en tonnes | source : Eurostat)

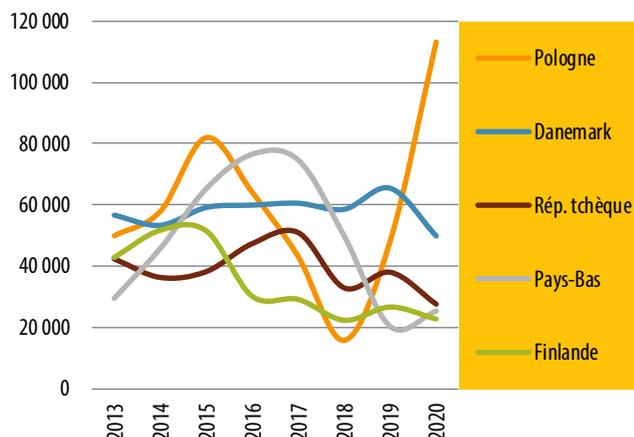


## LOGISTIQUE

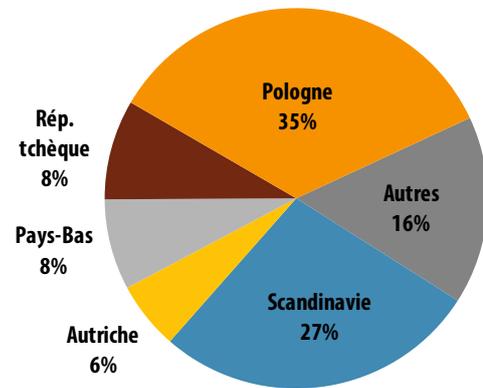
Bien que l'Allemagne possède ses propres ports, notamment Hambourg ou Bremerhaven où transitent environ 400 000 tonnes de banane par an, les principales portes d'entrée sont les ports d'Anvers en Belgique et de Vlissingen aux Pays-Bas, qui jouent le rôle de plaque tournante à l'échelle européenne. D'une part, leur positionnement géographique leur permet d'approvisionner plus rapidement l'ouest et le sud du pays, les régions les plus densément peuplées d'Allemagne, ainsi que les pays voisins dénués d'infrastructures portuaires comme l'Autriche, la Suisse ou la Hongrie. D'autre part, et surtout, le développement du transport par conteneurs a joué un rôle fondamental dans le choix du port d'arrivée. Ce mode de transport (conteneurs à atmosphère contrôlée) est désormais favorisé au détriment du reefer, ce qui explique l'accroissement des importations via le port de Vlissingen. La mise en place d'une ligne maritime régulière de Chiquita en 2019 a confirmé cette tendance.



**Banane - Allemagne - Principales destinations des exportations**  
(en tonnes | source : Eurostat)



**Banane - Allemagne - Principales destinations des exportations en volume**  
(source : Eurostat)



## RÉEXPORTATIONS

Avec près de 300 000 tonnes réexportées en 2020, soit environ un quart de ses importations totales, l'Allemagne est une vraie plaque tournante pour la banane en Europe. Ses débouchés sont principalement les pays de l'Est (Pologne, République tchèque, Roumanie), les pays scandinaves (Danemark, Finlande et Suède) et l'Europe centrale (Autriche, Hongrie), dont l'Allemagne reste l'un des principaux fournisseurs. Cependant, les quantités réexportées vers les pays voisins ont légèrement diminué ces dix dernières années (après avoir culminé en 2014 et 2015 à près de 370 000 tonnes). En effet, certains acteurs locaux dans les pays de l'Est se développent et s'approvisionnent maintenant en direct.

En fonction des capacités de mûrissement des différents pays, les fruits peuvent être expédiés mûrs ou verts. Par exemple, l'essentiel des 100 000 tonnes que l'Allemagne expédie vers la Scandinavie sont des fruits mûrs, compte tenu des faibles capacités de mûrissement de ces pays. Pour les pays sans débouché maritime comme la République tchèque ou l'Autriche, le même cas de figure est observé : les fruits sont mûrs sur le territoire allemand avant d'être expédiés par voie terrestre. Enfin, les pays ayant une plus grande capacité de mûrissement, comme la Pologne, reçoivent majoritairement des fruits verts.

Alors que les volumes expédiés vers les pays scandinaves sont, pour la plupart, sous contrat pour des programmes en GMS, les ventes vers les pays de l'Est sont encore peu contractualisées, même si la tendance est à la hausse (50 % des programmes). Des exportations peuvent être également effectuées en jaune à des niveaux de prix très agressifs (dégagements), permettant de maintenir sous contrôle le niveau des stocks.

## IMPORTATEURS ET MÛRISSEURS

Le tissu commercial de la filière banane allemande est concentré, tant au niveau de l'import que de la mûrisserie et de la distribution. Les principaux acteurs de l'importation sont de grands groupes internationaux, dont la plupart sont intégrés de la production jusqu'au mûrissement des fruits, comme Chiquita, Dole, Fyffes ou Del Monte. D'autres opérateurs, certes peu nombreux, sont tout de même présents, comme Greenyard, AFC ou Cobana.

Ces grands groupes sont généralement liés aux GMS au travers de contrats annuels, négociés en fin d'année pour l'année suivante, où sont définis les prix et les quantités à fournir. Le marché contractualisé représenterait près de 90 % des ventes depuis plus de dix ans. Le marché national libre est quasi inexistant et les ventes en spot sont majoritairement effectuées pour l'export dans les pays de l'Est, afin d'évacuer les surplus de fruits en période de forte pression de l'offre.

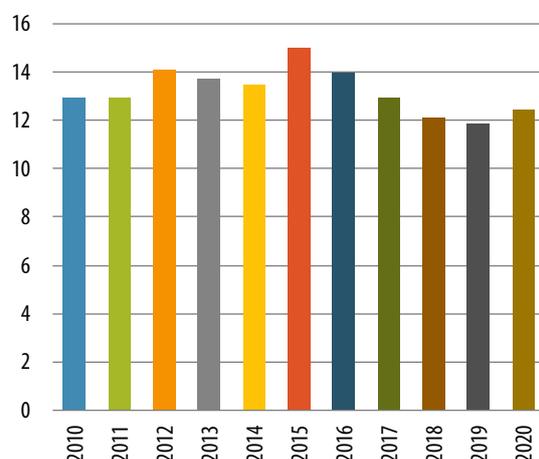
Les contrats qui lient les importateurs aux GMS sont basés sur un prix de fruits verts par carton de 18.14 kg net. Les prix des contrats se sont progressivement érodés, passant d'environ 14 €/carton en 2016 à moins de 12 €/carton en 2019. Seule l'année 2020 a fait exception avec des prix qui se sont légèrement raffermis, en raison de l'augmentation du prix minimum au producteur, notamment en Equateur, et de la hausse du coût du fret liée aux normes low-sulfur entrées en vigueur début 2020. Cependant, ce ne fut qu'un bref sursaut car les prix annuels pour 2021 ont été revus à la baisse.

Sur le segment du jaune, contrairement aux marchés d'Europe du Sud comme l'Italie, l'Espagne ou la France où le secteur de la banane est constitué d'un vaste réseau de mûrisseurs et de détaillants, le marché allemand est très concentré, avec un nombre d'acteurs réduit. Le maillon de la mûrisserie est souvent intégré à celui de l'import, et on dénombre peu de petits mûrisseurs indépendants. Si leur capacité de mûrissement est insuffisante pour leurs programmes, les importateurs externalisent cette étape auprès de grands groupes de mûrisseurs comme van Wylick ou Landgard. Les quantités sont, elles aussi, fixées par des contrats annuels entre importateurs et mûrisseurs.

Afin d'être plus indépendantes, certaines grandes chaînes allemandes de supermarchés ont commencé à intégrer l'étape de mûrissement et sont même allées plus loin en important directement leurs bananes. C'est le cas d'Edeka qui est aujourd'hui encore la seule GMS à la tête d'un important réseau de mûrisseries sur le marché allemand et qui est totalement indépendante avec son propre réseau d'importation.



**Banane - Allemagne - Evolution du prix vert**  
(en €/colis | source: CIRAD)



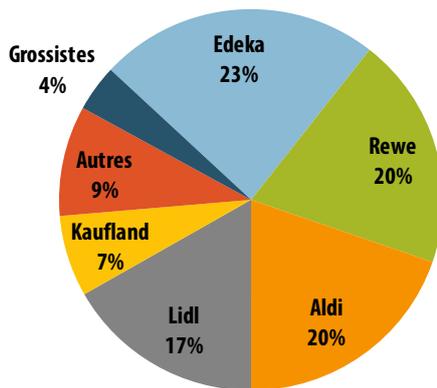
## DISTRIBUTEURS

La concentration des acteurs n'est pas que le fait des importateurs, on la retrouve également dans la distribution. Si on pouvait dénombrer 15 à 20 grandes chaînes de GMS dans les années 2000, jouant un rôle important dans la vente de banane, aujourd'hui il n'y aurait plus que 5 groupes de distributeurs regroupés sur le marché allemand : Edeka, Rewe, Aldi, Lidl et Kaufland. Environ 90 % des ventes de banane sont réalisées dans la GMS, le secteur grossiste étant très minoritaire : on dénombre seulement 18 marchés de gros sur l'ensemble du territoire, contre 134 en Italie par exemple. Les discounteurs et hard-discounteurs ont leurs racines en Allemagne : les principaux acteurs historiques, Aldi Nord, Aldi Süd et Lidl dominent encore le marché et détiennent près de 37 % des parts de marché des ventes de banane en Allemagne.

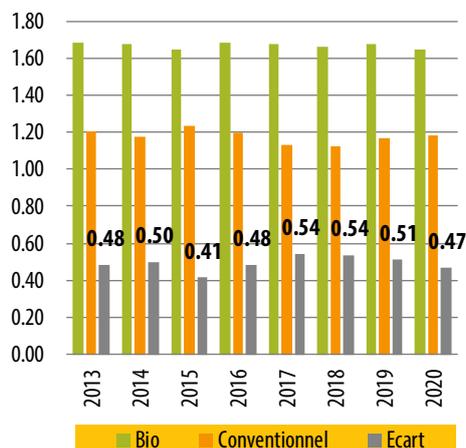
## ALLEMAGNE – Distribution – Formats de magasins

Formats	Caractéristiques	Exemple
Discounteurs	Diversité de produits limitée et prix agressifs	Aldi, Lidl, Netto, Penny, Norma
Supermarchés	<5 000m <sup>2</sup>	EDEKA, Rewe
Hypermarchés	>5 000m <sup>2</sup>	Kaufland, Real, EDEKA, Rewe centre
Supérettes	<300 à 1 300m <sup>2</sup>	Nahkauf, Nah+Gut, Spar
Magasins spécialistes	Spécialisés dans les produits bio	Denns, Alnatura

Banane - Allemagne - Principaux distributeurs en volumes  
(sources professionnelles)



Banane - Allemagne - Prix de détail discounteurs Bio et conventionnel  
(en €/kg | source : TWMC)

CERTIFICATIONS  
ET SEGMENTATION

Plusieurs segments coexistent sur le marché de détail allemand, dont l'une des grandes particularités est l'exigence en matière de certifications, qui aujourd'hui contribuent à la diversité de la gamme.

Basique et indispensable à l'échelle européenne, la certification GlobalGap, qui assure le respect des normes de traçabilité, est requise par l'ensemble des supermarchés allemands depuis de nombreuses années. Il a fallu attendre 2016 pour que les grandes chaînes de distribution comme Edeka, Lidl, Aldi Süd et Rewe commencent à intégrer des certifications orientées vers l'environnement et le social, telle la certification Rainforest Alliance qui est désormais un prérequis pour les fournisseurs.

Suite à l'émergence des ventes de bananes bio, la certification biologique, souvent corrélée au label Fairtrade, s'est installée sur les étals allemands, segmentant un peu plus l'offre. La certification Demeter, incluant des notions de production par biodynamie, est également présente sur le marché allemand. Les bananes Demeter proviennent essentiellement de République dominicaine, mais elles ne sont disponibles que dans certaines enseignes. Généralement, les fruits certifiés bio sont vendus à des niveaux de prix supérieurs à ceux de la banane premium. Cependant, l'écart de prix entre bananes bio et conventionnelles tend progressivement à se réduire, passant d'un différentiel de 0.54 € en 2017 à 0.47 € en 2020.

Contrairement à d'autres marchés européens possédant une production nationale comme la France ou l'Espagne, la notion d'origine ne semble pas déterminante et c'est la notion de gamme qui segmente le marché allemand. Les gammes peuvent se différencier via les marques et la catégorie (premium, catégorie I et catégorie II). La banane premium est généralement associée à une grande marque bien connue de tous, Chiquita, qui se positionne toujours comme la plus chère du marché. Les bananes de catégorie I sont souvent vendues sous le propre label de l'enseigne, comme par exemple le label « Rewe Best Choice ». Et enfin, les bananes de catégorie II sont utilisées pour les offres d'entrée de gamme à 0.99 €/kg. De plus, des promotions très agressives, avec des prix pouvant tomber jusqu'à 0.85 €/kg, sont également mises en place quelques semaines par an. La banane reste le fruit le moins cher du rayon fruits et légumes et est toujours la plus compétitive.

## CONSOMMATION

La consommation apparente allemande oscille autour d'un million de tonnes depuis plus de dix ans, ce pays étant, avec le Royaume-Uni, le principal marché consommateur de banane de l'Union européenne. Ainsi, au cours des cinq dernières années, la consommation annuelle par habitant s'est élevée à 12.4 kg, soit 6 % au-dessus de la moyenne européenne (11.7 kg). Cependant, en 2020 – qui, en raison de la crise du Covid, peut difficilement être considérée comme une année de référence – la consommation serait tombée sous la moyenne européenne à 11.6 kg.

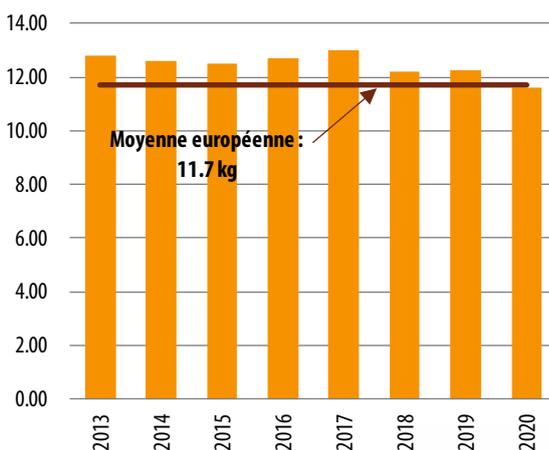
Comme partout en Europe, la consommation est saisonnière, avec un pic durant l'hiver du fait de la faible diversité de fruits concurrents. C'est en janvier, février et mars que les ventes de banane sont les plus importantes, puis elles baissent progressivement jusqu'à l'été où la consommation atteint son niveau plancher. A partir de septembre, elle se redynamise au fur et à mesure jusqu'à la fin de l'année.

Si la banane a toujours été un produit d'appel compétitif pour le consommateur allemand, la guerre des prix au stade de détail semble s'être accentuée depuis 2016. En effet, les prix moyens annuels, qui oscillaient autour de 1.40 €/kg en 2016, se sont franchement érodés pour atteindre en 2019 et 2020 le niveau plancher de 1.29 €/kg, soit une baisse de 10 centimes en quatre ans.

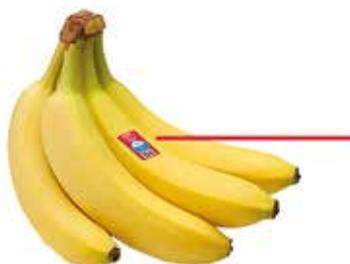
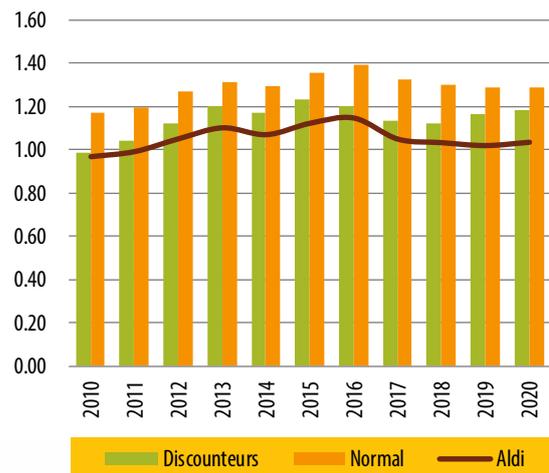
Les discounteurs allemands, qui représentent environ 37 % des parts de marché au niveau du commerce de détail, proposent des prix encore plus agressifs aux consommateurs : les prix annuels sont tombés à 1.02 €/kg en 2019 et 1.04 €/kg en 2020, une baisse de près de 10 % depuis 2016. Avec le Royaume-Uni, le marché de détail allemand est l'un des plus agressifs en termes de prix pour la banane en raison de la sensibilité des consommateurs au prix et de la présence historique des discounteurs.

Toutefois, des tendances de fond émergent ces dernières années du côté des consommateurs allemands. En effet, traditionnellement très attentifs au prix, ils semblent désormais prendre en compte les préoccupations environnementales et sociales dans leurs actes d'achat. L'Allemagne serait le principal marché européen pour la banane biologique, qui représenterait plus de 20 % des parts de marché. La part du Fairtrade est également importante : l'Allemagne arrive en deuxième place dans le classement des pays consommateurs européens, juste derrière le Royaume-Uni. D'après les données publiées par Max Havelaar, les ventes de bananes Fairtrade (70 % étant à la fois bio et Fairtrade) représentaient environ 12 % de parts de marché en 2020. Les volumes ont culminé en 2019 à 130 000 tonnes, avant de fléchir aux alentours de 112 000 t en 2020 en raison de la régression générale des ventes de produits biologiques pendant la pandémie.

**Banane - Allemagne - Consommation par habitant**  
(en kg/habitant | source : Eurostat)



**Banane - Allemagne - Evolution du prix de détail**  
(en €/kg | source : TWMC)



## DURABILITÉ ET RSE

Ces dernières années, les exigences sociales et environnementales des opérateurs allemands sont grandissantes et leur implication est devenue très forte, à l'instar du gouvernement allemand.

Par exemple, l'initiative allemande « The action alliance for sustainable Bananas » promeut depuis 2014 plus de responsabilité et de durabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement. L'implication gouvernementale est aussi notable car, depuis 2015, l'agence allemande de coopération internationale (GIZ) soutient cette initiative au nom du gouvernement allemand. Le GIZ mène aussi depuis 2017 plusieurs projets sur la banane – et autres spéculations – dans le monde dans le cadre de son programme « for sustainable agricultural supply chains and standards », commandité par le ministère de la Coopération économique et du développement.

L'adoption en juin 2021 par le parlement allemand d'une loi sur le devoir de diligence des entreprises dans les chaînes

d'approvisionnement renforce cette volonté gouvernementale d'aller vers une plus grande durabilité dans toutes les filières. La loi vise à obliger les entreprises allemandes à garantir leur responsabilité globale en matière de respect des droits de l'Homme et des normes environnementales dans leurs filières d'approvisionnement, dont celle de la banane.

Les principaux opérateurs allemands sont également des partenaires actifs du WBF (World Banana Forum), plateforme multi-acteurs portée par la FAO, pour de meilleures pratiques aussi bien au niveau de la production que d'un commerce durable.

Les grands distributeurs allemands ont également travaillé sur des projets de RSE dans le but d'intégrer des critères de durabilité dans leurs décisions et d'encourager les meilleures pratiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Certains vont même encore plus loin avec des réflexions sur la réduction des pesticides et le niveau des salaires ■



## Une campagne 2021 décevante

Virginie Pugnet, consultante  
virginiesoleil@yahoo.fr

Après une bonne campagne 2020, réalisée dans des conditions exceptionnelles liées à la pandémie de Covid-19, la saison 2021 a été bien médiocre. En effet, un fois les effets du confinement passés, les volumes ont augmenté, les problèmes phytosanitaires se sont accrus et les prix de vente en Europe ont considérablement baissé.

Sommes-nous revenus au cycle bien connu des exportateurs ivoiriens où l'on réalise une bonne campagne tous les trois ans ?

© Virginie Pugnet



**HALLS**  
— EST 1890 —

# MANGUE

**FAITES DE HALLS VOTRE FOURNISSEUR DE CHOIX  
POUR LA MANGUE.**

Pour plus d'informations, contactez-nous:

Royaume-Uni: +44 1892 723488 ou [eusales@hlhall.co.uk](mailto:eusales@hlhall.co.uk)

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

Pays-bas: +31 (0) 174 791 040 ou [info@hallsbv.nl](mailto:info@hallsbv.nl)

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

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

Chine: + 86 186 8089 2300 ou [info@hallschina.com](mailto:info@hallschina.com)



*Passionnés depuis 1890*

[www.hallsfreshproduce.com](http://www.hallsfreshproduce.com)

HALLS IS A MEMBER OF THE HL HALL & SONS GROUP

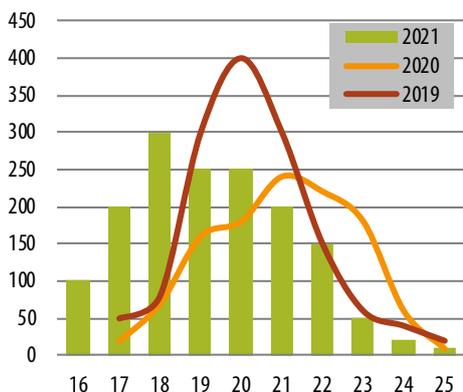
## Une production précoce et moins importante

La production ivoirienne de mangue est toujours sujette au phénomène d'alternance, qui a été négative en 2021. Les quantités attendues n'ont pas été au rendez-vous, beaucoup de plantations n'ayant pas produit. Les floraisons ont été plus précoces que lors de la saison passée et ont entraîné l'entrée en maturité des fruits de la première floraison autour du 1<sup>er</sup> avril. La production a été caractérisée par trois floraisons bien distinctes, avec des décalages importants.

La campagne de mangue s'est ouverte le 4 avril 2021, date fixée par l'Intermangue (interprofession ivoirienne de la mangue) et le gouvernement, offrant ainsi une semaine de commercialisation supplémentaire par rapport à 2020, où elle avait démarré le 10 avril. Au contraire des campagnes précédentes, les expéditions ont été composées de fruits de gros calibres dès les premiers chargements.

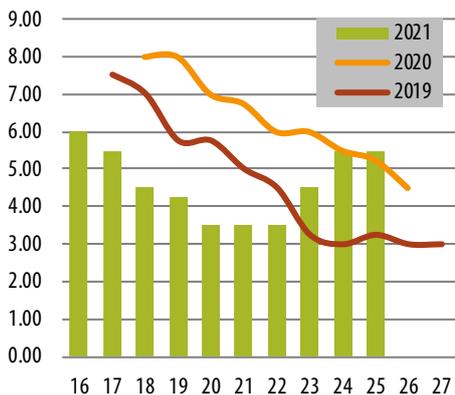
**Mangue bateau de Côte d'Ivoire - France**  
**Arrivages hebdomadaires**

(en nombre de conteneurs | source : Pierre Gerbaud)



**Mangue Kent bateau de Côte d'Ivoire - France**  
**Prix moyen import hebdomadaire**

(en euros/colis | source : Pierre Gerbaud)



## Des exportations en augmentation

Avec 32 163 tonnes exportées en Europe en 2021, la Côte d'Ivoire a retrouvé des volumes similaires à ceux des saisons 2018 et 2019. La crise du Covid-19 avait fait reculer les exportations vers l'Europe à 27 000 tonnes en 2020. Les volumes ont été plus importants au cours du mois d'avril, compte tenu de la précocité de la production : 7 140 tonnes contre 2 358 tonnes en 2020. Les exportations en mai et juin ont été approximativement comparables. L'augmentation des envois, associée à un déficit de production, a entraîné l'aggravation des problèmes phytosanitaires.

## Des interceptions qui montent en flèche

Depuis quelques années, la Côte d'Ivoire a mis en place des programmes de lutte biologique contre la mouche des fruits, avec la mise à disposition d'attractifs auprès des producteurs (pièges, produits de traitement biologique, etc.). En 2021, cette stratégie a été reconduite, avec des attractifs SPLAT MAT ME (société Koppert) qui avaient pour objectif de tuer les mouches mâles. Cependant, le ministère de l'Agriculture avait demandé aux exportateurs et aux producteurs de traiter également avec des produits éliminant les mouches femelles, en complément de ceux alloués par le gouvernement.

Les opérateurs de la filière ont-ils réellement respecté la mise en place de ces traitements ? Le déficit de production n'a-t-il pas entraîné un triage moins rigoureux en station de conditionnement ? Une chose est certaine, 23 interceptions ont été enregistrées sur les mangues de Côte d'Ivoire en Europe en 2021, contre 5 en 2020.

Cet accroissement des problèmes phytosanitaires a engendré d'énormes pertes pour les exportateurs. Les services phytosanitaires ivoiriens ont dû intervenir en fin de saison pour stopper des stations de conditionnement ayant reçu deux notifications de la part de l'Union européenne. C'est une disposition qui fait partie du plan de lutte contre la mouche des fruits du gouvernement ivoirien. En 2021, quelques exportateurs ont enregistré plus de trois notifications. Ces derniers devraient être interdits d'exportation de mangues vers l'Union européenne pour la saison 2022. Les interceptions pour cause de mouche des fruits ont touché autant les mangues expédiées par bateau que par avion.





*Le fruit de la Vie*

ORGANISATION MONDIALE  
DE L'AVOCAT

 **ORG**

**Reyes Gutiérrez**  
frutas tropicales

*Sain X nature*



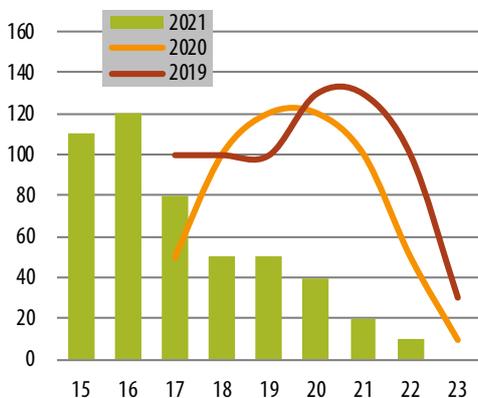
## La mangue avion toujours en sous-régime

Malgré la baisse des volumes du Pérou exportés par avion, la mangue avion ivoirienne a eu du mal à trouver sa place en début de saison. Les expéditions ont été en-deçà des attentes des importateurs à cause d'un déficit important de mangues colorées.

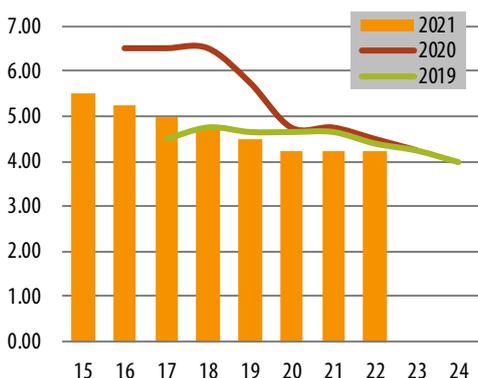
Les exportations par avion ont démarré vers le 10 avril et se sont poursuivies jusqu'au 25 mai, date de fermeture de la campagne 2021. Avec l'ouverture des frontières aériennes et la reprise normale des activités aéroportuaires, les capacités de fret n'ont pas été limitées, comme cela avait été le cas en 2020. Le choix des compagnies et des destinations n'a pas posé de problème particulier. Par contre, le maintien de la mangue avion du Pérou, sur toute la période d'exportation de la Côte d'Ivoire, constitue un frein structurel à son développement.

Les soucis phytosanitaires dus à la mouche des fruits représentent des entraves à la qualité des mangues de Côte d'Ivoire, les exportateurs proposant des fruits encore durs et à pré-mûrir sur les marchés de destination pour éviter la détection de la mouche.

**Mangue avion de Côte d'Ivoire - France**  
Arrivages hebdos (en tonnes | source : Pierre Gerbaud)



**Mangue avion de Côte d'Ivoire - France - Prix moyen import hebdomadaire** (en euros/kg | source : Pierre Gerbaud)



## Une logistique maritime insuffisante

Même si la Côte d'Ivoire possède des capacités logistiques par mer non négligeables, il existe toujours des contraintes liées soit à la mise à disposition de conteneurs récents, soit au choix des destinations.

La compagnie AEL n'a pas de fret suffisant vers les destinations du nord de l'Europe. Quant aux compagnies traditionnelles (MSC, CMA CGM, HAPAG, etc.), elles ne possèdent pas toujours des conteneurs de moins de cinq ans, demandés par les exportateurs pour garantir la conservation des fruits. L'exportation de plus de 1 400 conteneurs sur une période d'environ 30 jours reste une contrainte logistique majeure.

## Des prix de vente bien plus bas

Au-delà des soucis sanitaires et logistiques, c'est bien la baisse des prix de vente qui a impacté de manière négative les résultats de la campagne ivoirienne.

Même si lors de la première semaine de commercialisation des prix de vente au-delà de 5 €/kg ont été enregistrés, les cours pour les mangues bateau ont été inférieurs de 1 à 2 € par colis selon les semaines de commercialisation par rapport aux réalisations de 2020. De plus, les mangues ont parfois été vendues en dessous des coûts de revient, au grand dam des exportateurs qui ne s'attendaient pas à une campagne aussi mauvaise.

Quant à la mangue avion, les prix ont également fléchi avec une différence de 1 € par kilo par rapport à la campagne 2020.

Cette baisse des prix n'a été pas répercutée sur l'achat des mangues aux producteurs. Au contraire, les prix d'achat des fruits en Côte d'Ivoire ont subi une hausse de plus de 15 % en 2021. Cette situation a également importuné les exportateurs. De plus, les prix de revient ne cessent d'augmenter avec la pression fiscale, les coûts des certifications et les engagements sociaux.



# TROPS

## La meilleure saveur tropicale

DU SUD D'EUROPE

TROPS TOUJOURS À POINT



### Nous sommes producteurs depuis 1979

CENTRES DE RÉCEPTION: ESPAGNE ET PORTUGAL

# TROPS

[trops.es](http://trops.es)

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



BIOSUISSE  
ORGANIC

Sedex

## Vers une meilleure valorisation des mangues ivoiriennes hors UE

Face à l'incertitude du développement des exportations de mangue de Côte d'Ivoire vers l'Europe, toujours plus concurrencées par celles du Pérou et du géant brésilien, les opérateurs ivoiriens ont pris conscience de l'intérêt d'accéder à d'autres marchés.

Sur le créneau de la transformation, la Côte d'Ivoire constitue le pivot de la production et de l'exportation de mangues pour l'industrie de la sous-région ouest-africaine. Elle approvisionne le Ghana et le Burkina Faso, qui ont développé des unités performantes pour la mangue séchée. Si elle est en retard dans le secteur de la transformation (à peine 2% des mangues transformées sur place), elle compte bien relever le défi avec la mise en place de nouvelles unités pour la mangue séchée. Les producteurs ivoiriens bénéficient de cette ouverture et enregistrent moins de pertes post-récolte. Ils vendent leurs fruits pratiquement au même prix que ceux destinés au marché de l'exportation vers l'Union européenne.

D'autres opportunités sur le marché du Maghreb sont en train de se développer, avec la demande d'un approvisionnement conséquent pour la période du Ramadan, propice à la consommation et à l'importation de fruits frais. L'ouverture des exportations sur le marché marocain est une aubaine pour la mangue ivoirienne et un axe de développement intéressant. Malgré des exigences en matière qualitative, les exigences phytosanitaires sont, elles, moins contraignantes.

La Côte d'Ivoire reste fortement concurrencée par les pays de l'arrière-pays (Mali et Burkina Faso), qui bénéficient de tarifs douaniers préférentiels et d'une plus grande proximité géographique. Leurs exportations se font par camions frigorifiques, moins coûteux que le fret maritime via le port d'Abidjan. La mangue ivoirienne reste la plus prisée, mais elle se heurte aux obstacles tarifaires.

## Le rôle accru de l'interprofession

Ces questions devront être certainement abordées par l'Intermangue, l'interprofession de la mangue en Côte d'Ivoire créée en 2018. En effet, elle a pour but d'accroître les exportations, avec pour objectif ambitieux d'atteindre 90 000 tonnes d'ici à 2030, soit trois fois le volume actuel d'exportation. Un défi majeur pour lequel l'amélioration de la production et l'ouverture de nouveaux créneaux de marchés restent les priorités.

En 2021, l'Intermangue a participé à la mise à disposition des produits phytosanitaires contre la mouche des fruits et a réalisé la géolocalisation de l'ensemble des vergers sur tout le territoire national. Chaque année, elle est partie prenante de la fixation de la date d'ouverture de la campagne.

En tant qu'organisation interprofessionnelle agricole, l'Intermangue, composée de producteurs, commerçants et transformateurs, coordonne les différents appuis à la filière et reste l'interlocuteur privilégié du gouvernement ivoirien.

La Côte d'Ivoire est le troisième fournisseur de mangue du marché européen. Mais, pris en tenaille entre le Pérou, qui étend sa campagne sur le démarrage des expéditions ivoiriennes, et le Brésil, toujours présent, les exportateurs ivoiriens sont bien pessimistes quant à l'accroissement de leurs volumes de mangue à destination de l'Europe. Le Mexique, dont les expéditions par avion mordent sur la fin de campagne de Côte d'Ivoire, ne fait que confirmer la tendance.

Le maintien de sa position reste une priorité pour la mangue de Côte d'Ivoire, mais la diversification des destinations et la transformation apparaissent comme les principaux espoirs de développement ■





*Le laboratoire de production  
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

*Votre spécialiste du vitroplant de bananier*

# **Une gamme unique de variétés d'élite**

**VITROPIC** S.A.

## **Nos engagements**

Les sélections élités les plus productives

Des régimes d'une qualité inégalée

Homogénéité au champ optimale

Les meilleures garanties sanitaires du marché

Une réactivité à toute épreuve



**Tél : +33 (0)4 67 55 34 58**

**Fax : +33 (0)4 67 55 23 05**

**vitropic@vitropic.fr**

*ZAE des Avants  
34270 Saint Mathieu de Tréviérs*

**FRANCE**

**www.vitropic.fr**

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



Un dossier préparé par  
Eric Imbert

### Sommaire

- p. 26 **Agrumes de Méditerranée – Prévission de production 2021-22 pour le marché de l'UE27+UK – Un déficit majeur en clémentine**
- p. 40 **PETITS AGRUMES – Un sous-apvisionnement notable en clémentine dans l'UE27+UK, malgré une production méditerranéenne en progression**
- p. 44 **ORANGE – Une campagne moyenne parfaite, dans un contexte de consommation moyen**
- p. 46 **POMELO – Le timide mouvement de rebond de la production méditerranéenne se poursuit**
- p. 50 **CITRON – Une production méditerranéenne record, mais un net déficit espagnol et italien**
- p. 54 **Recueil statistique Agrumes 2020**

© Régis Domergue

# Agrumes

# Agrumes





**NOSIBÉ**  
BY KINOBE



## **NOUS SOMMES LÀ**

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

[www.nosibe.com](http://www.nosibe.com)

# Agrumes de Méditerranée

## Prévision de production 2021-22 pour le marché de l'UE27+UK

### Un déficit majeur en clémentine

Eric Imbert, Cirad  
eric.imbert@cirad.fr

Malgré une récolte globale moyenne en Méditerranée, l'approvisionnement du marché européen s'annonce assez déficitaire en 2021-22, notamment en clémentine et citron. Pour autant, certaines variables de l'équation sont difficiles à appréhender cette saison : l'épidémie de Covid, qui se prolonge encore et encore, continuera-t-elle de donner un petit coup de pouce à la demande pour certains produits ? L'explosion des prix du fret maritime conduira-t-elle à une plus grande concentration de l'offre sur le marché communautaire, au détriment des marchés lointains ? FruiTrop vous propose un tour d'horizon.





**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



## Une récolte méditerranéenne globale moyenne

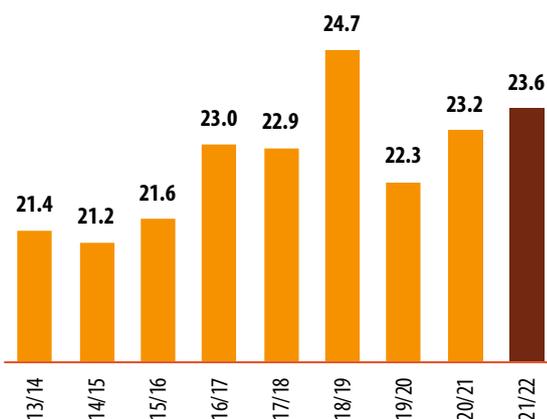
Avec environ 23.6 millions de tonnes attendues, la récolte cumulée des principaux pays producteurs d'agrumes de Méditerranée affiche un niveau proche de la moyenne. Pour autant, ce chiffre global masque des situations bien différentes d'une famille de produits à l'autre. Les potentiels disponibles sont d'un bon niveau en citron et petits agrumes, avec respectivement 3.5 et 7.6 millions de tonnes, confirmant la tendance lourde à la croissance de la production de ces deux groupes (aux effets du phénomène d'alternance de production près, expliquant le léger recul par rapport à 2020-21 en petits agrumes). En revanche, la production d'orange, qui avait culminé à plus de 13 millions de tonnes en 2018-19, ne se relève que très difficilement de la forte baisse intervenue en 2019-20 et reste légèrement déficitaire avec 11.9 millions de tonnes. Quant au pomelo, la récolte resterait proche de la moyenne et d'environ 550 000 tonnes.

## Mais les fournisseurs de l'UE27+UK plutôt déficitaires

Si la récolte totale méditerranéenne affiche un niveau moyen, celle de la grande majorité des pays fournisseurs de l'UE27+UK est en revanche légèrement à sensiblement inférieure à la normale. C'est le cas pour l'Espagne, qui contrôle à elle seule les deux tiers de l'approvisionnement du marché communautaire, tous agrumes confondus, durant la saison d'hiver (- 3 % par rapport à la moyenne quadriennale). C'est aussi vrai pour la Grèce (- 11 %), l'Égypte (- 4 %) et l'Italie (possiblement - 10 à - 20 %, le chiffre étant encore à affiner suite au déluge qui s'est abattu sur la Sicile début novembre). Seuls Israël et le Maroc sont en grande forme (respectivement + 22 % et + 9 % environ). C'est la Turquie et sa record, dépassant pour la première fois 5 millions de tonnes, qui fait remonter le niveau de la production totale méditerranéenne. Faut-il en déduire que l'approvisionnement de l'UE27+UK sera déficitaire ? Oui, assurément en petits agrumes durant la première partie de saison et en citron dès la fin d'année 2021, les volumes apparaissant plus proches de la normale en orange et pomelo. Pour autant, la problématique actuelle du fret maritime pourrait bousculer quelque peu la donne.

### Agrumes - Méditerranée - Production

\* Espagne, Maroc, Turquie, Italie, Israël, Égypte, Grèce, Chypre, Tunisie  
(en millions de tonnes | sources : WCO, CLAM, professionnels)



### Agrumes – Méditerranée – Préviation de production

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Espagne	6 720	- 8 %	- 3 %
Turquie	5 361	+ 23 %	+ 17 %
Égypte	4 471	0 %	- 4 %
Italie	2 632	- 10 %	- 5 %
Maroc	2 380	+ 16 %	+ 9 %
Grèce	1 056	- 9 %	- 11 %
Israël	558	+ 27 %	+ 22 %
Tunisie	330	- 22 %	- 14 %
Chypre	70	- 2 %	- 5 %
France	39	- 13 %	0 %
<b>Total</b>	<b>23 616</b>	<b>+ 2 %</b>	<b>+ 1 %</b>

Sources professionnelles, WCO



## LE BOOM DU COMMERCE MONDIAL DU CITRON CONTINUE, ET LE MARCHÉ COMMUNAUTAIRE N'EST PAS EN RESTE !

Avec 2.3 millions de tonnes échangées au niveau international en 2020, le citron reste l'agrume dont la croissance est la plus forte (5 % par an en moyenne ces 6 dernières saisons, contre 1 % pour l'ensemble de la famille des agrumes). L'UE27 et le Royaume-Uni qui, réunis, absorbent près de 50 % des flux mondiaux, figurent parmi les zones les plus dynamiques avec l'Amérique du Nord. Les chiffres de consommation de 2020 montrent que cette zone a continué de croître à un rythme soutenu, malgré la pandémie de Covid-19. Les volumes moyens absorbés dans les pays non-producteurs de l'ouest de la Communauté européenne ont dépassé pour la première fois 2,2 kg/habitant, et sont en progression de 270 g par rapport à l'année précédente. On note un bond majeur notamment en France (environ 100 g/habitant) et plus encore en Allemagne (plus de 500 g/habitant), comme le montre le graphique.

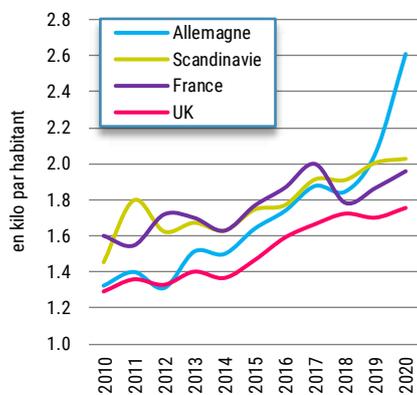
« La chose la plus remarquable concernant la saison précédente est que nous avons atteint ce chiffre selon un scénario très compliqué, avec un secteur HORECA à des niveaux minimaux en Europe et un tourisme presque inexistant en raison de la Covid-19 », déclare José Antonio García, directeur de l'Association interprofessionnelle du citron et du pamplemousse (Ailimpo), chargée de représenter les intérêts des deux fruits en Espagne.

Le directeur de l'organisation explique que l'une des clés des bons résultats obtenus par le citron européen se trouve dans les actions promotionnelles telles que « Welcome to the Lemon Age », un programme financé par des fonds européens et par les professionnels au travers de l'extension de la norme prévoyant une cotisation fixée à 0,6 euro par tonne payée par chaque producteur et distributeur de citron en Espagne, via le mécanisme réglementé par l'Ordre ministériel 541/2020 du 15 juin 2020. Il s'agit d'un projet développé dans le but de promouvoir le positionnement du citron européen en Allemagne, France et Espagne, et dont l'objectif principal est de mettre en avant des caractéristiques telles que sa qualité, sa fraîcheur, sa durabilité, sa traçabilité et son innocuité alimentaire, pour rendre cet agrume plus attractif aux yeux des nouvelles générations et augmenter sa consommation dans ces pays.

En conséquence, les exportations de citron d'Espagne ont explosé tout au long de l'année 2020, augmentant même de 33 % au début de la crise sanitaire, c'est-à-dire entre les mois de mars et avril. L'Allemagne a enregistré son record historique d'importation annuelle de citron espagnol : 230 614 tonnes, soit 13,1 % de plus qu'en 2019. La France a fait de même, mais avec une augmentation plus faible en glissement annuel (+1,4 %), en important 126 848 tonnes. De plus, ce scénario ne s'est pas produit qu'en Espagne, puisque l'Italie (+2,8 %), la Grèce (+26,2 %) et le Portugal (+47 %) ont également augmenté leurs exportations de citron l'année dernière.



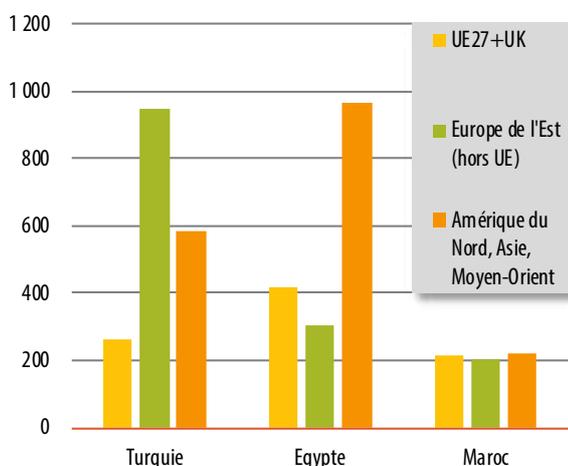
Evolution de la consommation de citron dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest



Sources : douanes, Trade map, professionnels

Le contenu de cette publicité représente uniquement l'opinion de son auteur et n'engage que la responsabilité de celui-ci. La Commission européenne ne supporte aucune responsabilité au titre de l'usage qui pourra être fait des informations qu'elle contient.

**Agrumes - Turquie, Egypte, Maroc - Exportations**  
(en 000 tonnes | source : Comtrade)



## Un recentrage de certains pays exportateurs sur le marché communautaire ?

Avec une économie mondiale qui repart sur les chapeaux de roues, le manque de capacité de transport maritime est patent, en particulier pour les produits de base. Les tarifs des compagnies maritimes se sont donc envolés et certaines lignes ont même été supprimées. Dans ce contexte, les exportateurs prendront-ils le risque d'alimenter autant que de coutume les marchés lointains, vu les surcoûts liés au transport qui seront vraisemblablement largement à leur charge ? Une question qui se pose avec d'autant plus d'acuité que la hausse des coûts de revient est déjà générale et majeure à tous les postes du processus de production (fertilisants, produits phytosanitaires, énergie, cartons, etc.). Le problème est majeur pour des pays comme le Maroc (300 000 à 500 000 t envoyées vers des marchés très distants comme la Russie ou l'Amérique du Nord), l'Egypte (300 000 à 400 000 t vers l'Asie) ou Israël (50 000 à 60 000 t vers l'Asie et l'Amérique du Nord). Les prix vraisemblablement offerts sur les marchés d'Amérique du Nord devraient être d'un bon niveau, la Floride et la Californie étant nettement déficitaires (- 13 % par rapport à la moyenne en petits agrumes et orange en Californie, avec une baisse identique en pomelo de Floride). Ils pourraient peut-être couvrir les surcoûts liés au fret. En revanche, le marché russe paraît nettement moins porteur, car la pression turque devrait être forte alors que cette origine n'est pas touchée par la hausse du fret maritime. Le niveau très élevé de la production chinoise est aussi un handicap supplémentaire sur certains marchés d'Asie.



# WE CITRUS



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

 + 33 (0)3 20 20 79 00  [contact@pulpfruits.fr](mailto:contact@pulpfruits.fr)

 **pulp**  
fruits

## Un impact de la pandémie sur la demande à ne pas surestimer

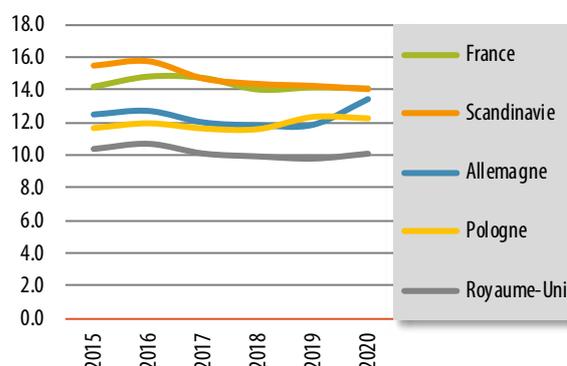
Le printemps 2020 avait donné beaucoup d'espoir aux agrumiculteurs. Les premiers mois de la pandémie avaient provoqué un retour massif des consommateurs vers les agrumes, avec des croissances du marché souvent à deux chiffres marquant une rupture profonde avec la tendance à la stagnation en place depuis souvent une longue période (hormis en citron, seul agrume bénéficiant jusqu'alors d'un regain d'intérêt). Certains professionnels considéraient même que, pour la consommation d'agrumes comme pour tant d'autres choses, il y aurait un avant et un après.

Force est de constater, à la lumière des derniers chiffres de consommation disponibles (2020), qu'il faut relativiser. Un rebond est notable sur certaines familles d'agrumes, comme le pomelo et les petits agrumes. De plus, il est quasi général, tous les grands marchés de l'UE27+UK affichant une progression (hors la Scandinavie en petits agrumes). Il y a hausse aussi – et elle très globale – pour le citron, mais il est difficile de savoir si la pandémie joue un rôle car la tendance à la progression était déjà bien ancrée. Pour cet agrume, le rythme d'accroissement de la consommation s'est notablement accéléré en Allemagne en 2020, mais beaucoup plus discrètement dans les autres pays de l'UE27+UK. En revanche, l'orange n'a clairement pas tiré profit de la situation. Pour ce produit, le chiffre de l'année 2020 révèle une consommation stable, tant dans la partie ouest qu'à l'est de la Communauté. Dans le détail, une baisse notable est même perceptible en France, au Royaume-Uni et en Scandinavie, compensée par l'Allemagne où les distributeurs semblent réellement avoir poussé la consommation pour toutes les familles d'agrumes (volumes totaux absorbés de 13.4 kg/habitant contre environ 12 kg les saisons précédentes).

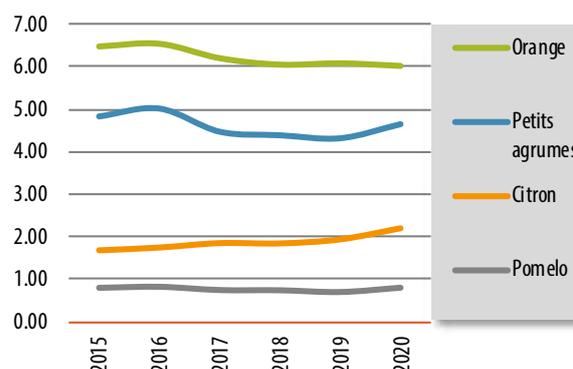
Si les effets du Covid sur la demande restent assez difficiles à cerner, les agrumes devraient bénéficier d'une concurrence plus faible que de coutume des autres fruits leaders du rayon. Si la récolte européenne de pomme est moyenne, certains marchés importants affichent des niveaux de production locale nettement déficitaires (France et Italie notamment). La récolte de poire est la plus faible de ces trente dernières années. Si la production de banane s'annonce plutôt en hausse par rapport à 2021, les échos recueillis sur les négociations de prix, actuellement en cours pour les contrats d'approvisionnement 2022, laissent penser que la progression sera sensible pour suivre la hausse des coûts de production.



**Agrumes - UE27+UK - Consommation des pays non-producteurs** (en kg/habitant | source : Eurostat)



**Agrumes - UE27+UK - Consommation par produit des pays non-producteurs** (en kg/habitant | source : Eurostat)



## Un démarrage tardif de la campagne d'hiver

Le passage de témoin entre la production de l'hémisphère Sud et celle de l'hémisphère Nord se fait cette saison avec un retard particulièrement notable, notamment en orange (deux à trois semaines) et plus encore en citron (plus d'un mois). Un phénomène largement structurel, même s'il comporte cette année une composante conjoncturelle (perturbations en Afrique du Sud ayant retardé la saison, situation logistique complexe au niveau international ayant retardé les dernières livraisons). Avec la progression de l'offre méditerranéenne de citron et d'oranges tardives et super tardives, la commercialisation démarre de plus en plus tard pour la contre-saison. Par ailleurs, l'offre tend aussi à se développer dans l'hémisphère Sud, en particulier en citron et petits agrumes. Ainsi, les fruits de l'hémisphère Sud conservent les lignes commerciales plus longtemps en septembre, octobre et aussi novembre en fonction des variétés, d'autant que les qualités gustatives sont en général d'un très bon niveau tant en petits agrumes et qu'en orange. Un problème de plus en plus notable pour la Méditerranée.

## L'incontournable de l'agrume en conventionnel ou en bio



*En décembre, côté agrumes, c'est le grand retour de tous nos best-sellers en exclusivité : à commencer par notre dernier-né le citron **ORLANA** en zéro résidu de pesticides. La clemenules **BRIO**, l'essence même de la clémentine, ou encore notre pomelo de Floride **FLOR**, le meilleur du monde ! Quant à la Newhall **SANTI** de Sicile et la Naveline **BIO'SELECT**, ce sont des oranges de table au goût incomparable. Vous allez vous régaler !*

Mike  
Responsable secteur Agrumes



[www.banagrumes.com](http://www.banagrumes.com)

banagrumes - 5, rue de Montpellier - Bât. D2 - CP 40332 - 94622 Rungis Cedex  
Tél. : +33(0)1 45 12 28 40 - Fax : +33(0)1 45 60 52 34 - E-mail : [banagrumes@banagrumes.com](mailto:banagrumes@banagrumes.com)

# ESPAGNE

## Un petit déficit global, qui masque parfois des baisses majeures

Après une campagne 2020-21 figurant parmi les trois plus importantes connues en volume, la production espagnole reviendra à un niveau légèrement inférieur à la moyenne quadriennale en 2021-22 avec 6.7 millions de tonnes attendues. La baisse est multifactorielle et comporte des composantes conjoncturelles et structurelles. Le printemps a été très pluvieux, nuisant à la pollinisation et à la nouaison de certaines variétés, alors que des phénomènes climatiques extrêmes isolés ont aussi eu des conséquences négatives (grêle ou fortes pluies dans certaines zones). Par ailleurs, une cochenille farineuse d'origine sud-africaine (*Delottococcus aberiae*, baptisée localement « Cotonet »), qui provoque une perte de calibre en clémentine et des déformations en orange en affaiblissant l'arbre, a plus que jamais fait parler d'elle. Les attaques ont été particulièrement intenses, favorisées par un contexte climatique pluvieux, des difficultés pour réaliser les traitements préventifs ou curatifs liées aux restrictions de circulation dues à la pandémie, et le passage à des méthodes de lutte insecticide plus douces depuis l'arrêt de l'homologation du Chlorpyrifos. Des phénomènes plus structurels relatifs à l'évolution des surfaces en culture entrent aussi en ligne de compte, en particulier en petits agrumes. Le verger de clémentiniers continue de décliner, avec une perte de 8 000 ha en Nules et autres variétés de saison et de 1 500 ha en variétés précoces et tardives entre 2015 et 2020 dans la Communauté valencienne. Les surfaces d'orange restent globalement stables, mais la dynamique de rajeunissement reste forte (entre 1 et 1.6 million de plants, en majorité de Valencia ou Valencia like et de Navel tardives ou super tardives, mis en place annuellement dans la Communauté valencienne, principalement en remplacement d'autres variétés). Le verger de citron continue de se développer.

Si le potentiel global de production est proche de la moyenne, les tendances sont très variables d'une famille d'agrumes à l'autre, les problèmes conjoncturels prenant parfois le pas sur les tendances de fond liées au verger. Ainsi, la récolte de citron apparaît nettement déficitaire, notamment durant la deuxième partie de saison, malgré la croissance des surfaces. De même, si la récolte d'orange apparaît d'un niveau global moyen, les volumes disponibles seront légèrement supérieurs à la normale en première partie de saison et légèrement déficitaires sur le créneau tardif, malgré le mouvement de replantation évoqué. Le potentiel est moyen en pomelo. C'est en petits agrumes que le décalage par rapport à une saison moyenne est le plus fort, malgré ce que laisse penser un potentiel de production normal toutes variétés confondues. La campagne de clémentine est franchement déficitaire, en particulier pour la Nules – la principale variété – alors que la production d'hybrides s'annonce d'un très bon niveau.

### Agrumes – Espagne\* – Prévion de récolte

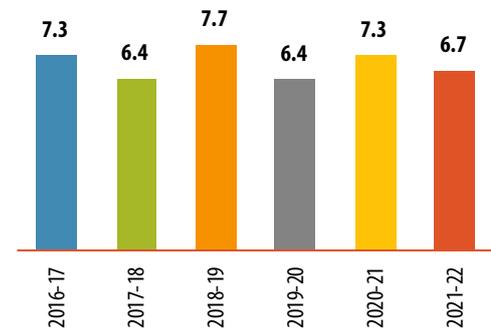
en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Petits agrumes	2 088	- 12 %	- 3 %
Orange	3 511	+ 2 %	0 %
Citron	1 035	- 25 %	- 15 %
Pomelo	86	- 4 %	+ 3 %
<b>Total</b>	<b>6 720</b>	<b>- 8 %</b>	<b>- 3 %</b>

\* Communauté valencienne, Andalousie, Murcie

Content published by GVA, AILIMPO, Junta Andalucía. All rights reserved

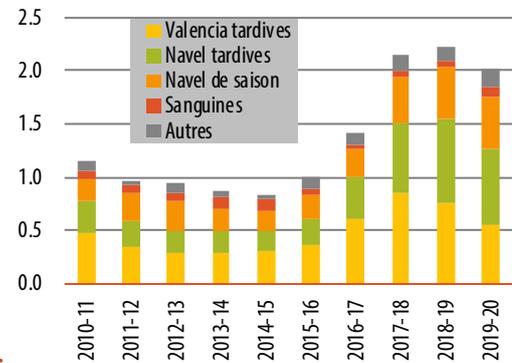
### Agrumes - Espagne\* - Evolution de la récolte

\* Communauté valencienne, Andalousie, Murcie  
(en millions de tonnes | sources : GVA, AILIMPO, Junta Andalucía)



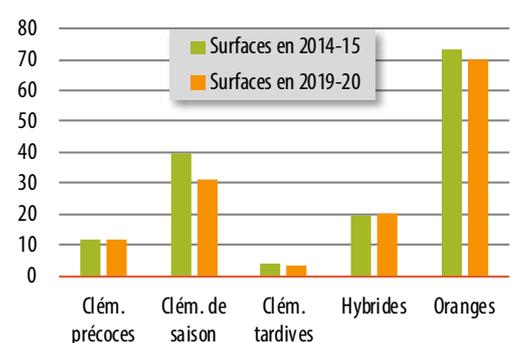
### Orange - Communauté valencienne

Vente de plants certifiés (en millions de plants | source : GVA)



### Agrumes - Communauté valencienne

Evolution des surfaces (en 000 tonnes | source : GVA)



### Agrumes – Espagne – Prévion de récolte pour l'Andalousie et la Communauté valencienne

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Andalousie	2 401	+ 7 %	+ 8 %
Communauté valencienne	3 187	- 9 %	- 5 %

Sources : GVA, AILIMPO, Junta Andalucía

AGRUMES

BOUQUET

« L'ESSENTIEL  
EST INVISIBLE  
POUR LES YEUX »

(Antoine de Saint-Exupéry)

La **QUALITÉ** et le **GOÛT** sont les principales exigences des consommateurs, et ce sont aussi les nôtres. Nous recherchons l'excellence dans tous nos produits.

Nous prenons soin de la **SANTÉ** en apportant vitamines et minéraux à l'alimentation. Nous garantissons la **SÉCURITÉ ALIMENTAIRE** en cultivant les agrumes selon la réglementation européenne et dans le respect des normes de certification les plus rigoureuses.

**PRODUCTION DE PROXIMITÉ.** Cultivés en Europe, les fruits et légumes **Bouquet** se caractérisent par une fraîcheur maximale, par une maturité optimale et par une empreinte carbone moindre.

La terre est notre raison d'être. En tant que producteurs, nous la travaillons et en prenons soin en encourageant le **DÉVELOPPEMENT DURABLE.** Nous préservons l'environnement pour améliorer la qualité de vie des personnes en milieu rural.

BOUQUET

Cultivons le futur



www.anecoop.com

## MAROC

### Une production d'un bon niveau, mais beaucoup de questions autour de la commercialisation

Sans surprise, la production marocaine poursuivra sa progression en 2021-22, avec une récolte estimée à environ 2.5 millions de tonnes (+ 15 % environ par rapport à 2020-21). Le verger, dont l'extension totale est estimée à environ 130 000 ha, suite au mouvement de plantation d'envergure intervenu dans le cadre du plan Maroc Vert durant la décennie passée, continue de monter en puissance. En revanche, le calibrage reste relativement limité en ce début de saison. L'eau est un problème majeur, en particulier dans le sud. Mi-novembre, le niveau global de remplissage des barrages était aussi mauvais qu'en 2020 et de l'ordre de 35 % (contre 45 % en 2019 et plus de 60 % en 2018), les ouvrages engrangeant de l'eau agricole étant souvent dans une situation encore plus critique.

Si les volumes sont là, la question de la commercialisation se pose de nouveau avec une acuité accrue, d'autant que la filière reste extrêmement fragile au niveau économique. Si les producteurs ont pu renouer avec la rentabilité en 2020-21, le désastre des campagnes 2018-19 (méventes) et 2019-20 (production extrêmement réduite) a laissé des traces. La concurrence de la Turquie et de l'Égypte, dopée par un change très favorable, reste un défi majeur s'étant traduit par une perte de terrain du Maroc sur son principal marché, à savoir la Russie (130 000 à 160 000 t exportées ces deux dernières saisons, contre 200 000 à plus de 300 000 t par le passé). Par ailleurs, les envois vers l'Amérique du Nord stagnent, voire baissent. L'Afrique est un marché en devenir, mais les volumes exportés restent encore assez modérés (environ 50 000 t). L'explosion des prix du fret maritime rajoute une touche de difficulté supplémentaire cette saison pour exploiter les marchés lointains. La Turquie, qui exporte par camions vers la Russie, paraît plus que jamais en position de force.

Ainsi, le marché communautaire revêt cette saison un intérêt plus que capital. Le Maroc semble armé pour reprendre du terrain sur les marchés où l'Espagne est, elle aussi, pénalisée par le coût du fret, à savoir l'Allemagne, la Pologne et surtout le Royaume-Uni. Les exportateurs marocains pourront bénéficier cette année d'une nouvelle ligne maritime RORO reliant Tanger à Poole. Les professionnels attendent aussi le soutien de l'État, avec l'octroi de subventions exceptionnelles au transport ainsi que la mise en place d'un nouveau contrat programme, visant à conforter les acquis du plan Maroc Vert en termes de production. Il s'agit notamment de continuer à renforcer l'outil de conditionnement, afin de mettre en phase l'offre marocaine avec les attentes du marché européen (conditionné). En effet, le Maroc perd aujourd'hui une part significative de son avantage en termes de compétitivité au stade production dans le fret maritime et le conditionnement à destination. Il s'agit aussi de pouvoir mieux valoriser les écarts de triage par la relance de la transformation. Grâce à ces investissements de structure, les professionnels espèrent pouvoir commercialiser 3.3 millions de tonnes de production en 2030, en équilibrant les débouchés (1 million de tonnes à l'export, 200 000 t à la transformation et le reliquat localement).



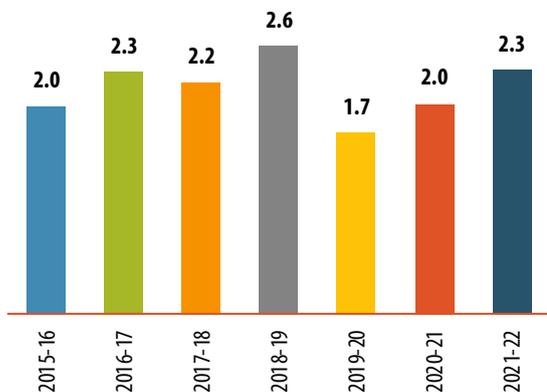
#### Agrumes – Maroc – Prédiction de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Petits agrumes	1 265	+ 16 %	+ 10 %
Orange	1 074	+ 15 %	+ 9 %
<b>Total</b>	<b>2 339</b>	<b>+ 15 %</b>	<b>+ 20 %</b>

Source : MarocFoodex

#### Orange et petits agrumes - Maroc - Evolution de la récolte

(en millions de tonnes | source : MarocFoodex)



# ISRAËL

## Retour à une production plus généreuse

Israël renouera avec un bon niveau de production en 2021-22, contrastant avec celui de la saison précédente marquée par une météorologie difficile. La récolte devrait atteindre 560 000 t, la meilleure performance depuis une dizaine d'années (+ 20 % par rapport à la moyenne quadriennale). Les conditions climatiques ont été très bonnes, alors que l'alternance de production est positive. Tous les groupes variétaux progressent sensiblement, hormis le fleuron de l'agrumiculture israélienne, à savoir l'Orri. Le calibrage apparaît légèrement en retrait en pomelo en début de saison, l'autre grand produit export de l'industrie des agrumes du pays.

La hausse des prix du fret est un sujet de préoccupation majeur. Elle pourrait freiner, au moins temporairement, le mouvement de réorientation des envois de pomelo vers les marchés d'Asie, plus rémunérateurs que l'Europe (volumes destinés au vieux continent passés d'environ 35 000-40 000 t au milieu de la décennie précédente à 23 000-24 000 t ces deux dernières saisons au profit de la Chine, du Japon et de la Thaïlande).

La hausse de la production attendue cette saison n'est pas synonyme d'une quelconque relance du secteur. Les disponibilités en eau et en main d'œuvre restent contraintes, alors que le cours élevé du shekel est de plus en plus pénalisant, en particulier dans un domaine aussi concurrentiel au niveau international que l'agrumiculture. Ce secteur, qui fut autrefois un pan majeur de l'économie, continue de décliner et ne représente plus que 2 % des exportations en valeur au profit des nouvelles technologies (10 % du PIB aujourd'hui). Néanmoins, le petit mouvement de replantation en pomelo se poursuit (+ 1 500 ha environ depuis 2017-18), alors que les arrachages ont pris fin en Orri.

### Agrumes – Israël – Prévision de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Petits agrumes	178	- 4 %	- 2 %
Pomelo	147	+ 23 %	+ 7 %
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>+ 8 %</b>	<b>+ 2 %</b>

Source : CMBI



# EGYPTE

## Une nouvelle saison de léger déficit

Avec environ 4.7 millions de tonnes attendues, la récolte du troisième producteur de Méditerranée serait de nouveau légèrement inférieure à la moyenne en 2021-22, après une saison 2020-21 déjà déficitaire. C'est tout au moins la vision de professionnels du pays, aucune information globale de prévision de récolte ou de recensement n'étant disponible. Ce recul, qui rompt avec une tendance à la forte croissance jusqu'en 2019-20, serait dû à un coup de chaleur au printemps en pleine période de floraison/nouaison. L'orange, la grande spécialité export égyptienne pour laquelle le pays figure en tête du classement des fournisseurs mondiaux avec l'Espagne, verrait sa production reculer d'environ 4 % par rapport à la moyenne. La baisse serait plus marquée en Valencia qu'en Navel et atteindrait 25 à 30 % dans certaines zones très touchées par les températures caniculaires.

Même si le pays conserve un atout majeur en termes de compétitivité grâce à ses coûts de production et à sa monnaie, le coût élevé du fret maritime est un défi majeur, en particulier pour les petits et moyens exportateurs manquant d'assise au niveau financier. Les arbitrages entre marchés pourraient s'en trouver bousculés, avec un recentrage possible sur les marchés de proximité comme l'Europe et le Moyen-Orient au détriment des destinations plus lointaines comme l'Asie (entre 300 000 et 400 000 t exportées ces dernières saisons). La montée en puissance de l'Egypte sur le marché communautaire de l'orange pourrait donc se poursuivre en 2021-22 (progression de 200 000 t en 7 ans, avec un record à 375 000 t en 2020-21).

### Agrumes – Egypte – Prévision de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Orange	3 011	- 3 %	- 4 %

Source : WCO

## AUTRES PAYS DE LA ZONE

### Un déficit notable, sauf en Turquie

Les autres pays producteurs de la Méditerranée affichent tous un déficit de production significatif, à une exception près : la Turquie. La récolte serait très supérieure à la moyenne en citron, orange et petits agrumes, selon des sources professionnelles. Ces évolutions sont en partie liées à des progressions de surfaces significatives : + 22 000 ha entre 2016 et 2020, selon TUIK, avec une hausse particulièrement prononcée en citron et petits agrumes, les surfaces dédiées à l'orange et au pomelo ayant eu plutôt tendance à régresser.

A l'inverse, malgré un phénomène d'alternance de production qui devrait jouer favorablement, l'Italie devrait disposer d'une récolte très déficitaire, une multiplicité de problèmes climatiques ayant touché le pays (gel durant la période de floraison/nouaison, puis fortes chaleurs et sécheresse estivale et enfin déluge début novembre en Sicile). Le niveau de la baisse n'est pas encore clairement connu, les derniers événements étant très récents. Il apparaît d'ores et déjà que les spécialités siciliennes, comme l'orange et dans une moindre mesure le citron, sont plus touchées que les petits agrumes. Une situation qui devrait accentuer la position d'importateur net de l'Italie.

La production grecque affiche un recul de plus de 10 %, tant par rapport à la saison passée qu'à la moyenne, suite au gel survenu ce printemps. La récolte tunisienne est, elle aussi, nettement déficitaire (- 14 % sur la moyenne), suite à une météo très pluvieuse lors de la pollinisation et à un manque d'eau très prononcé, en particulier dans le pôle majeur de production du Cap Bon. Le chiffre monterait à - 20 % pour l'orange Maltaise, la grande spécialité export du pays.



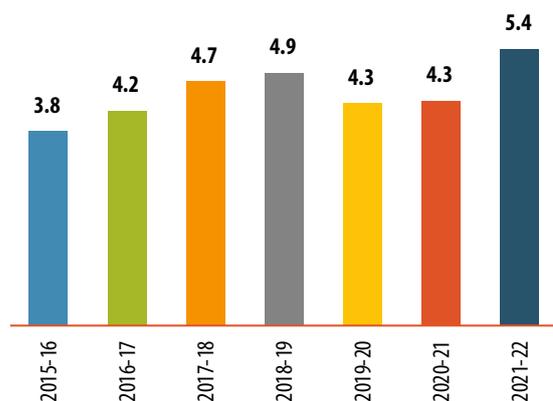
### Agrumes – Turquie – Préviation de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Petits agrumes	1 819	+ 15 %	+ 18 %
Orange	1 743	+ 31 %	+ 2 %
Citron	1 550	+ 30 %	+ 46 %
Pomelo	249	+ 13 %	+ 6 %
<b>Total</b>	<b>5 361</b>	<b>+ 23 %</b>	<b>+ 17 %</b>

Source : WCO

### Agrumes - Turquie - Evolution de la récolte

(en millions de tonnes | source : WCO/professionnels )



## CORSE

### Retour à une campagne moyenne en clémentine

La campagne dernière a été historique pour les agrumiculteurs corses, avec une production ayant atteint un niveau record de 38 000 tonnes pour leur produit phare, la clémentine. Une dynamique liée à la croissance des surfaces d'environ 250 ha depuis 2015, le verger ayant dépassé 1 600 ha en 2020. Un boom, à l'échelle corse bien sûr ! Alternance oblige, la récolte sera plus légère en 2021-22, avec un retour à environ 32 000 tonnes, niveau proche de la moyenne quadriennale. La production de pomelo devrait rester relativement stable et de l'ordre de 6 000 tonnes. Le recul de la production totale attendu en 2021-22 n'est que ponctuel, et la filière anticipe une montée en puissance – raisonnable – des volumes attendus à moyen terme. Ainsi, des contacts ont été pris pour proposer les fruits corses hors des frontières de l'Hexagone. Par ailleurs, la construction d'une unité de transformation a été actée et elle devrait voir le jour en 2022 (« L'atelier corse fruits et légumes »). L'objectif est de produire des jus et des huiles essentielles de haute qualité à partir de fruits ne pouvant être commercialisés en frais (petits calibres, déformations), qui représentent environ 10 % de la production. Le coût de l'investissement est de l'ordre de 4 millions d'euros, financés conjointement par des fonds publics et les professionnels.

# ETATS-UNIS

## Un déficit majeur et un marché local ouvert

Hors de l'espace méditerranéen, le déficit est notable aux Etats-Unis. Les deux grandes zones de production du pays affichent des niveaux de production nettement inférieurs à la moyenne. La baisse, principalement liée à un très fort effet d'alternance après une saison 2020-21 particulièrement longue, est d'environ 12 % en Californie. Elle atteint 20 % en Floride, où le greening continue de faire des ravages. Le Texas, plus modeste en termes de volumes, continue de pâtir des effets du gel de l'hiver 2020 et montre un déficit d'environ 30 % sur la moyenne, en dépit d'une remontée de la production par rapport à 2020-21.

Malgré des volumes mis à l'industrie probablement inférieurs à la normale, le marché des agrumes de table devrait être sensiblement sous-approvisionné, et ce pour toutes les familles d'agrumes (production des zones alimentant le marché du frais affichant - 13 % en petits agrumes et orange en Californie, - 7 % en citron en Californie et - 7 à - 30 % en pomelo selon les régions). Ce déficit pourrait créer un appel de volumes pour alimenter le marché local des Etats-Unis (principalement en petits agrumes), mais aussi les marchés où la Californie exporte (Canada pour toutes les familles d'agrumes et Asie en orange).

La baisse apparaît assez conjoncturelle en Californie, même si la problématique de coûts de production très élevés reste très handicapante (eau agricole de plus en plus rare, main d'œuvre et contexte général de surcoût des intrants à l'échelle mondiale). Elle est en revanche plus structurelle en Floride et peut-être aussi au Texas, où le gel pourrait avoir provoqué des pertes structurelles. En Floride, les dernières projections de l'USDA sont très sombres. Pour le pomelo, malgré un certain rebond, le niveau des replantations reste très inférieur à celui de la mortalité. Ainsi, la capacité de production continue de s'éroder avec, d'une part, la baisse du nombre d'arbres (verger passé de 5 millions de sujets en 2015 à 2.7 millions en 2020) et, d'autre part, leur vieillissement (60 % des sujets ont plus de 24 ans). La production de pomelo pourrait être comprise entre 2.5 et 2.8 millions de colis en 2030, contre 3.8 millions de colis cette saison, l'hypothèse la plus faible étant la plus plausible ■



### Agrumes – Floride – Prévision de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Orange	1 919	- 11 %	- 21 %
Pomelo	147	- 7 %	- 13 %
<b>Total</b>	<b>2 065</b>	<b>- 11 %</b>	<b>- 20 %</b>

Source : USDA

### Agrumes – Texas – Prévision de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Pomelo	112	+ 29 %	- 30 %
Orange	21	- 48 %	- 68 %
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>+ 5 %</b>	<b>- 41 %</b>

Source : USDA

### Agrumes – Californie – Prévision de récolte

en 000 tonnes	2021-22	2021-22 comparé à	
		2020-21	moyenne 4 ans
Petits agrumes	762	- 25 %	- 13 %
Orange	1 579	- 13 %	- 7 %
Citron	762	- 1 %	- 8 %
Pomelo	142	0 %	- 7 %
<b>Total</b>	<b>3 244</b>	<b>- 14 %</b>	<b>- 12 %</b>

Source : USDA

# PETITS AGRUMES

Un sous-approvisionnement notable en clémentine dans l'UE27+UK, malgré une production méditerranéenne en progression

## Une progression à l'unisson, sauf pour le leader espagnol

La récolte méditerranéenne affiche un niveau record avec environ 7.6 millions de tonnes attendues en 2021-22 (+ 5 % par rapport à 2020-21 et + 6 % par rapport à la moyenne). Pour autant, la situation est très disparate selon les pays producteurs. L'Espagne, leader mondial pour cette spécialité et premier fournisseur du marché européen, dispose d'une récolte globalement plutôt légère (- 12 % par rapport à 2020-21 et - 3 % par rapport à la moyenne) et d'un niveau très variable selon les variétés. Si la production s'annonce en progression pour les hybrides de fin de saison, et notamment pour les trois principales variétés club, elle est en revanche très déficitaire pour les clémentines alimentant le marché jusqu'en fin d'année (et en particulier pour la principale variété, à savoir la Nules). Une baisse liée pour partie à des facteurs conjoncturels (météo et attaques de *Cottonet* – *Delotococcus aberiae*) et plus structurels (verger de Nules de la Communauté valencienne passé progressivement de 33 600 ha en 2014-15 à 26 300 ha en 2019-20).

La situation est bien différente chez les deux autres grands exportateurs d'agrumes de Méditerranée, qui attendent des récoltes d'un très bon niveau. La Turquie disposerait d'un potentiel de production record de 1.8 million de tonnes (+ 15 % par rapport à 2020-21 et + 18 % par rapport à la moyenne), essentiellement destinées, en ce qui concerne l'export, aux marchés d'Europe de l'Est et du Moyen-Orient. La récolte marocaine figure elle aussi parmi les plus larges connues avec 1.3 million de tonnes (+ 15 % par rapport à 2020-21 et + 10 % par rapport à la moyenne). La hausse serait plus marquée en Nadorcott qu'en clémentine. Le calibrage est actuellement plutôt dans la moyenne basse, compte tenu d'une pluviométrie déficitaire cette saison encore. Chez les acteurs plus mineurs, Israël disposera d'une récolte d'Orri similaire à celle de 2020-21 (- 4 % par rapport à 2020-21 et - 2 % par rapport à la moyenne), malgré les arrachages importants réalisés ces dernières saisons (verger passé d'environ 5 600 ha en 2017-18 à 4 000 ha en 2020-21). La production de clémentine de Corse reviendra à la moyenne, après une saison 2020-21 record (- 16 % par rapport à 2020-21 et - 3 % par rapport à la moyenne).



© Catherine Sanchez



# Le fruit de notre Savoir-faire

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

[WWW.GEORGESHELPER.COM](http://WWW.GEORGESHELPER.COM)

[CONTACT@GEORGESHELPER.COM](mailto:CONTACT@GEORGESHELPER.COM) • +33 1 45 12 36 50 • MIN RUNGIS 62 AV. DE LA VILLETTE 94550 CHEVILLY-LARUE

## Un net déficit dans l'UE27+UK en première partie de saison

Le déficit en clémentines d'Espagne jouera un rôle structurant durant la première partie de saison sur le marché communautaire, l'Espagne contrôlant 70 % de l'approvisionnement de la campagne d'hiver. Dans ce contexte particulier, la transition entre les campagnes de l'hémisphère Sud et de l'hémisphère Nord s'est faite sans heurt majeur, malgré la montée en puissance chaque année plus nette de l'offre d'hybrides péruviens et surtout sud-africains (vraisemblablement 80 000 t importées d'Afrique du Sud pendant les mois de septembre et octobre 2021, contre 30 000 t en 2017). Le manque devrait être très net par la suite, compte tenu du très fort déficit de Nules d'Espagne, variété représentant l'essentiel de l'approvisionnement en novembre et décembre. Les exportateurs seront vraisemblablement contraints de remplacer cette variété par la Clemenvilla dans les programmes « premier prix » afin de pouvoir retarder la fin de campagne de la clémentine, qui dans tous les cas sera précoce.

Le Maroc, qui dispose d'une belle récolte de clémentine, devrait être en mesure d'atténuer le déficit. Si la hausse des coûts du fret ne devrait pas avoir une trop forte incidence sur les exportations marocaines vers les Etats-Unis (très fort déficit en clémentines californiennes et emploi de navires reefer), la concurrence turque risque d'être plus forte que jamais en Russie (production turque record, change encore plus favorable que les années passées et coût du fret routier en moins forte hausse que le fret maritime utilisé par le Maroc). La progression des volumes destinés au marché européen devrait être très notable vers le Royaume-Uni, stratégique pour le Maroc car moins facile d'accès pour la concurrence espagnole, surtout depuis le Brexit, d'autant qu'une desserte maritime directe a été mise en place entre Tanger et Poole (sud de l'Angleterre) en octobre.



## Un approvisionnement plus large en deuxième partie de saison, mais dans un contexte très dégaîgé

Le deuxième acte de cette saison d'hiver s'annonce bien différent du premier, avec un potentiel d'approvisionnement en nette progression par rapport à 2020-21 et supérieur à la moyenne (vraisemblablement + 10 à + 15 % par rapport à la saison passée, toutes variétés et origines confondues, soit + 20 à + 25 % par rapport à la moyenne). La hausse est générale pour tous les acteurs de ce marché, essentiellement constitué de variétés club désormais, sauf pour Israël qui conserve néanmoins un potentiel moyen. L'Espagne disposerait d'un potentiel similaire à celui de 2020-21 en Orri (verger à maturité et surface stabilisée), mais en progression en Tango et en Nadorcott grâce à une très belle récolte en Andalousie et à Murcie. De même, la production marocaine de Nadorcott apparaît d'un très bon niveau. La progression globale de l'offre semble nettement à la portée de la demande communautaire, d'autant que la saison devrait démarrer tôt en raison du déficit de l'offre de clémentines espagnoles. Les semaines de commercialisation gagnées sur la clémentine en janvier contribueront à nettement alléger le potentiel disponible, la consommation restant particulièrement forte à cette période.

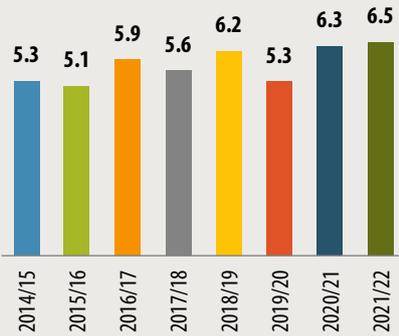
Côté demande, le retour d'une nouvelle vague épidémique aura-t-il un effet positif ? Ce fut le cas en 2020, où la consommation, plutôt déclinante entre 2016 et 2019 dans les pays non-producteurs d'Europe de l'Ouest (passage de 5.0 kg/habitant à 4.3 kg), avait rebondi à 4.6 kg/habitant. Il est trop tôt pour le dire. Les marchés scandinaves et allemand, nettement baissiers entre 2016 et 2019, seront à scruter en priorité. Peu de mouvements sont à attendre des marchés de l'est de la Communauté, en particulier dans le contexte attendu de prix soutenus. Ce pôle de consommation apparaît très mature depuis 2017, malgré un niveau de consommation bien plus modeste que dans l'ouest du Continent (consommation stabilisée à 3.4-3.5 kg/habitant).





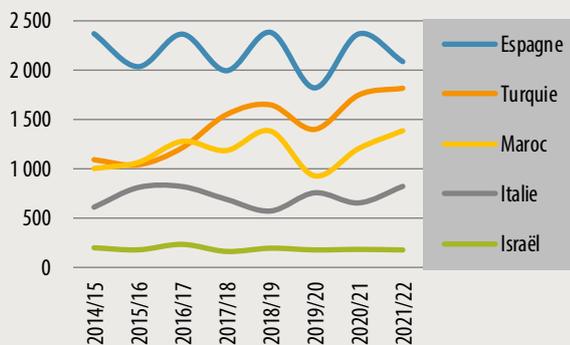
### Petits agrumes - Méditerranée - Production

(en millions de tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle)



### Petits agrumes - Méditerranée - Production

(en 000 tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle)



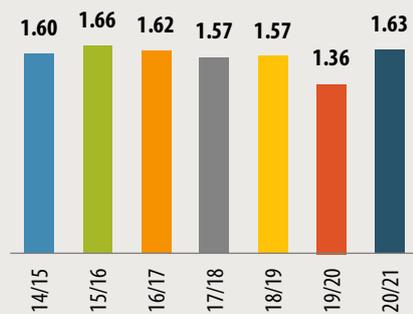
### Petits agrumes – Méditerranée – Prévion de production 2021-22

en 000 tonnes	2021-22	comparée à	
		2020-21	moyenne sur 4 ans
Espagne	2 088	- 12 %	- 3 %
Turquie	1 819	+ 15 %	+ 15 %
Maroc	1 386	+ 15 %	+ 17 %
Italie	830	+ 26 %	+ 23 %
Israël	178	- 4 %	- 2 %
Grèce	157	- 10 %	- 11 %
<b>Total</b>	<b>6 458</b>	<b>+ 2 %</b>	<b>+ 9 %</b>

Sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle

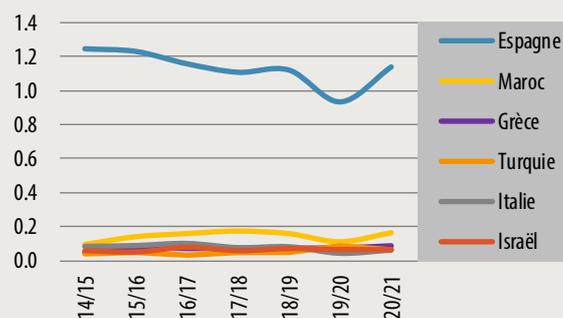
### Petits agrumes - UE27+UK Approvisionnement en saison d'hiver

(en millions de tonnes | source : Eurostat)



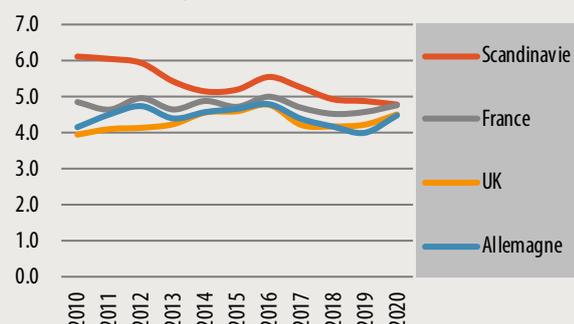
### Petits agrumes - UE27+UK Approvisionnement en saison d'hiver

Principaux fournisseurs (en millions de tonnes | source : Eurostat)



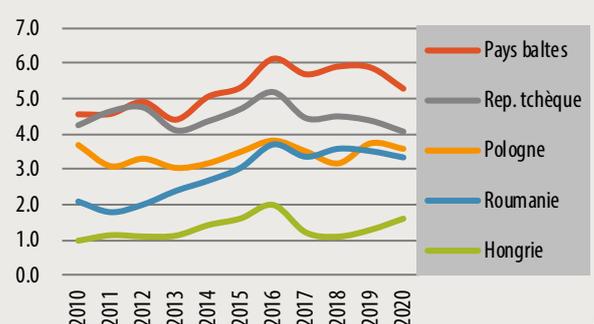
### Petits agrumes - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



### Petits agrumes - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



# ORANGE

## Une campagne moyenne parfaite, dans un contexte de consommation moyen

Moyen est sans conteste le maître mot pour caractériser le potentiel de production d'orange de Méditerranée cette saison. Avec environ 11.9 millions de tonnes, le niveau de la récolte est similaire à celui de la saison 2020-21, et tout à fait moyen ! Moyen, c'est aussi l'adjectif qui ressort si l'on analyse les récoltes de la plupart des grands pays de la zone, à quelques rares exceptions près.

### Des potentiels de production partout moyens

Malgré une progression sensible par rapport à 2020-21, la récolte espagnole n'est que moyenne, mais avec un niveau légèrement inégal en fonction de la période considérée. Durant la première partie de saison, les volumes disponibles apparaissent assez soutenus en oranges de table de type Naveline/Navel (+ 7 % par rapport à la moyenne dans la Communauté valencienne), mais plutôt légers en oranges à jus de type Salustiana, tant dans la Communauté valencienne qu'en Andalousie (respectivement - 6 % et - 12 %). Le scénario est inverse sur la deuxième partie de saison, où le potentiel de production en oranges de table de type Navel tardive est déficitaire (- 6 % dans la Communauté valencienne et récolte moyenne en Andalousie), alors que la récolte d'oranges à jus de type Valencia serait moyenne (déficit net de 14 % dans la Communauté valencienne, mais progression en Andalousie). Une tendance à contre-courant pour toutes ces variétés d'oranges tardives, vu le mouvement de plantation et de rajeunissement du verger toujours en cours (rythme de plantation annuel compris entre 1 million et 1.6 million d'unités entre 2016-17 et 2019-20). L'Égypte, qui partage avec l'Espagne le titre de premier exportateur mondial avec des volumes mis sur le marché international de l'ordre de 1.4 million de tonnes, disposerait d'une récolte légèrement inférieure à la moyenne (- 4 %). Le recul serait plus marqué en Valencia, principale variété export, qu'en Navel. La production serait juste moyenne en Turquie, à la différence des autres agrumes pour lesquels les niveaux de récolte sont très larges. Trois pays, qui disposent d'une production supérieure au million de tonnes mais ne figurent pas parmi les leaders à l'export, détonnent dans cet ensemble de performances moyennes. La récolte serait d'un très bon niveau au Maroc, notamment en Valencia late. A l'inverse, le niveau de la production italienne, d'ores et déjà déficitaire, risque fort d'être encore revu à la baisse après le déluge qui s'est abattu sur la Sicile début novembre. De même, la production grecque est inférieure à la moyenne suite au gel survenu ce printemps.



### Une répartition de l'offre légèrement déséquilibrée, mais une pression modérée

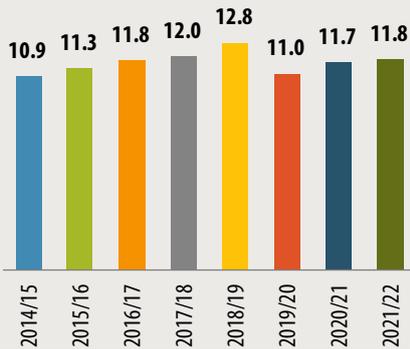
La saison méditerranéenne démarre avec retard sur le marché de l'UE27+UK, conséquence de la prolongation notable de la campagne de l'hémisphère Sud. La tendance, moins marquée qu'en citron mais assez structurelle, est liée à un accroissement des volumes livrés en fin de saison d'été, notamment en septembre et octobre (décalage dû à la prolongation de la saison méditerranéenne retardant le démarrage de la saison d'été). Le scénario sera, comme de coutume, étroitement lié au profil de la saison espagnole, origine qui contrôle près des deux tiers de l'approvisionnement communautaire durant la saison d'hiver. Si le disponible apparaît supérieur en oranges de table pendant la première partie de saison et que le démarrage est tardif, il faut néanmoins aussi prendre en compte le recul de la production d'oranges à jus et le manque de petits agrumes. Par ailleurs, la deuxième partie de saison est relativement légère en volume. Il faut aussi compter avec les déficits de l'Italie et de la Grèce, acteurs mineurs mais néanmoins significatifs du marché. Il ne faut pas, en revanche, surestimer l'impact de la baisse de la production égyptienne. La hausse des prix du fret pourrait conduire à un recul des envois vers les marchés lointains (300 000 à 400 000 t pour la seule Asie !), en particulier de la part des « petits exportateurs », et accroître plus encore le flux vers l'UE27+UK. Peu de surprises sont à attendre du côté de la demande, stabilisée à une moyenne de 6.0 à 6.1 kg/habitant depuis 2018 dans les pays non-producteurs de l'ouest de la Communauté. A la différence des autres agrumes, le Covid n'a même pas provoqué de petit regain d'intérêt, hormis en Allemagne. Même constat sur les marchés de l'est de la Communauté, qui plafonnent à une moyenne de 4.3-4.4 kg/habitant depuis 2017.

L'industrie devrait être en mesure de payer des prix supérieurs à ceux de 2019-20, au vu d'un marché du concentré à la hausse (+ 300 US\$, à 2 100 US\$/tonne de concentré 65°Brix rendu Rotterdam). Une tendance qui paraît solide au regard des niveaux de production modérés des deux protagonistes (294 millions de caisses culture attendus au Brésil, soit - 12 % par rapport à la moyenne, et 47 millions en Floride, soit - 21 % par rapport à la moyenne). Par ailleurs, les stocks de concentré brésilien affichaient fin juin 2021 un niveau inférieur à celui de 2020 et proche de la moyenne (311 000 t). Pour autant, le marché du frais devrait rester plus attractif.



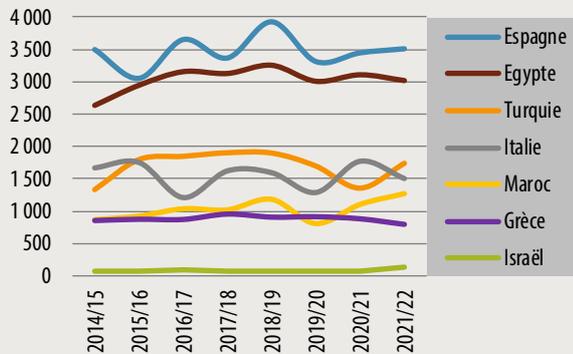
### Orange - Méditerranée - Production

(en millions de tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation prof.)



### Orange - Méditerranée - Production

(en 000 tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle)



### Orange – Méditerranée – Prévvision de production 2021-22

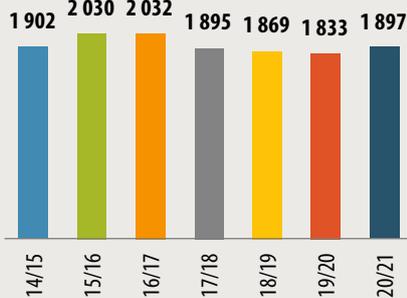
en 000 tonnes	2021-22	comparée à	
		2020-21	moyenne sur 4 ans
Espagne	3 511	+ 2 %	0 %
Egypte	3 011	- 3 %	- 3 %
Turquie	1 743	+ 28 %	+ 2 %
Italie	1 500	- 15 %	- 4 %
Maroc	1 271	+ 15 %	+ 23 %
Grèce	800	- 10 %	- 13 %
<b>Total</b>	<b>11 836</b>	<b>+ 1 %</b>	<b>0 %</b>

Sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle

### Orange - UE27+UK

#### Approvisionnement en saison d'hiver

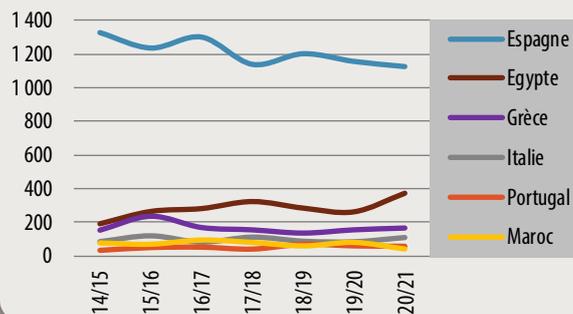
(en 000 tonnes | source : Eurostat)



### Orange - UE27+UK

#### Principaux fournisseurs

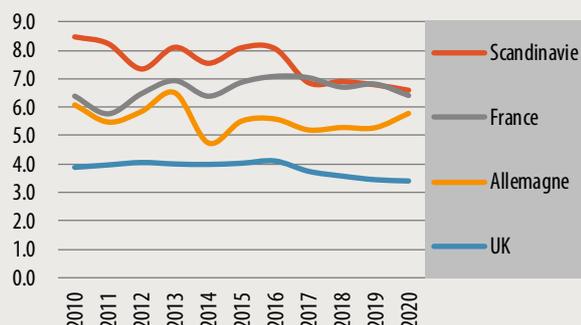
(en 000 tonnes | source : Eurostat)



### Orange - Evolution de la consommation

#### dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest

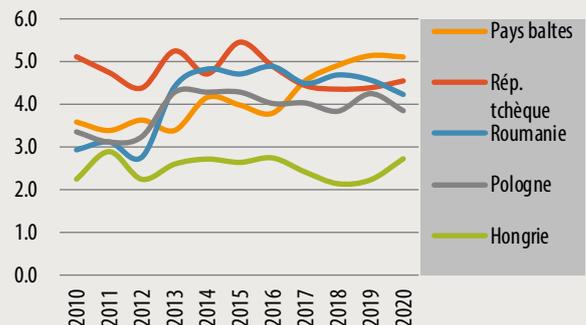
(en kg par habitant | sources : douanes, Comtrade, professionnels)



### Orange - Evolution de la consommation

#### dans les principaux marchés d'Europe de l'Est

(en kg par habitant | sources : douanes, Comtrade, professionnels)



# POMELO

## Le timide mouvement de rebond de la production méditerranéenne se poursuit

Le rebond de la récolte méditerranéenne attendu en 2021-22 illustre le petit mouvement de reprise des plantations intervenu ces dernières années dans la plupart des grands pays producteurs de la zone. Pour autant, cette croissance n'est pas synonyme de progression de l'offre globale durant la saison d'hiver, dans un contexte d'érosion continue des arrivages d'Amérique du Nord et d'un mouvement de diversification des envois, notamment vers l'Asie, de certains acteurs majeurs de la région.

### Une récolte méditerranéenne d'un bon niveau, à l'inverse de celle des Etats-Unis

Avec environ 550 000 t attendues, la récolte de pomelo méditerranéen affiche un de ses meilleurs niveaux des dix dernières années (+ 8 % par rapport à 2020-21 et + 3 % par rapport à la moyenne quadriennale). La Turquie, leader régional en termes de volume, retrouve un niveau de production moyen après une saison 2020-21 d'alternance négative. En revanche, le calibrage apparaît plutôt limité en première partie de saison. La situation est similaire en Israël, où la conjonction d'une alternance positive de production, de bonnes conditions climatiques et de la croissance des surfaces permet à la production d'afficher son meilleur niveau depuis 2015-16 (+ 23 % par rapport à 2020-21 et + 7 % par rapport à la moyenne). L'Espagne est la seule origine figurant parmi les leaders à voir sa production reculer par rapport au niveau de 2020-21, tout en se maintenant au-dessus de la moyenne (- 4 % par rapport à 2020-21 et + 3 % par rapport à la moyenne). La tendance est à contre-courant, au regard d'un verger en croissance sensible. Les autres pays producteurs de la zone n'ont qu'une production limitée et sont quasi absents à l'export.

Le panorama reste bien sombre pour le pomelo tropical nord-américain. Le mouvement d'érosion de la production floridienne semble reprendre, après une période de relative stabilisation jusqu'en 2019-20. Avec 3.8 millions de caisses culture attendues, la récolte affiche un point bas historique (- 7 % par rapport à 2020-21 et - 13 % par rapport à la moyenne). Par ailleurs, le calibrage apparaît plutôt en retrait en ce début de saison. La situation n'est guère plus favorable du côté du Texas, où la production progresse par rapport à 2020-21 pour atteindre 3.1 millions de caisses culture, mais garde les stigmates du gel de février 2020 (+ 30 % par rapport à 2020-21 et - 30 % par rapport à la moyenne).





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



## Un scénario assez difficile à appréhender

La hausse de la production méditerranéenne se répercutera-t-elle sur l'approvisionnement du marché communautaire ? Difficile d'y voir clair dans les arbitrages entre marchés qu'opéreront les exportateurs cette saison, tant de multiples facteurs, aux conséquences souvent antagonistes, sont à prendre en compte. Les exportations israéliennes vers l'UE27+UK, qui ont fondu de moitié en l'espace de dix ans au profit des marchés d'Asie (Japon + Chine), vont-elles décliner davantage, comme pourrait le laisser penser la nouvelle forte dépréciation de l'euro face au shekel (- 12 % environ par rapport à 2020 mi-novembre) ? Le manque et le coût très élevé du fret à destination de ces marchés lointains pourraient ralentir le mouvement cette saison. Par ailleurs, la Turquie, qui dispose principalement de fruits plutôt petits en ce début de saison, pourra-t-elle écouler des volumes aussi soutenus que de coutume vers son premier marché, à savoir la Russie, qui préfère les gros fruits ? Quelle serait l'alternative pour les exportateurs turcs, alors que les contrôles sanitaires ont été renforcés aux portes de l'UE27+UK, son deuxième marché ?

L'offre de pomelo tropical en provenance des Etats-Unis, qui s'est effondrée ces dernières années (plus de 100 000 t en 2000, puis environ 50 000 t en 2010 et enfin environ 10 000 t ces dernières saisons), devrait rester marginale. Outre la baisse de production, le coût très élevé du fret (850 à 1 000 \$ de plus par conteneur par rapport à 2020) risque fort d'annuler l'effet positif de la suspension des droits de douane



additionnels instaurés au début de la saison 2020-21. Les tendances de consommation sur le marché communautaire sont plutôt rassurantes, ou moins alarmistes. Les volumes absorbés se sont stabilisés à environ 700 g/habitant dans la partie ouest de l'UE depuis 2017, après une longue période de baisse, le Covid ayant même provoqué un petit rebond en 2020 (780 g/habitant). Cet « atterrissage » concerne tous les marchés de la zone, même si les écarts de consommation entre pays restent majeurs (d'environ 400 g/habitant au Royaume-Uni à environ 900 g en France). Par ailleurs, la dynamique de croissance reste de mise dans la partie est de la Communauté, où les volumes absorbés ont progressé de 200 g/habitant ces cinq dernières années. Tous les pays de la zone sont très moteurs, notamment les principaux marchés de consommation (Pologne, Roumanie, Bulgarie, République tchèque). Une tendance de bon augure, alors que les plantations réalisées ces dernières années en Espagne et en Israël laissent penser que la production méditerranéenne devrait rester ascendante dans les années à venir.



  
**MILES IMPORT**  
1994

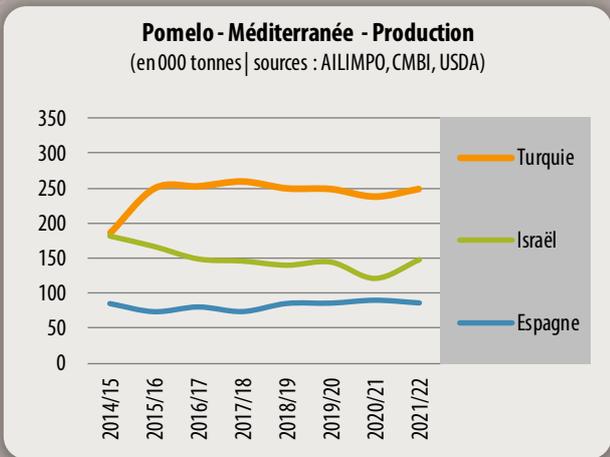
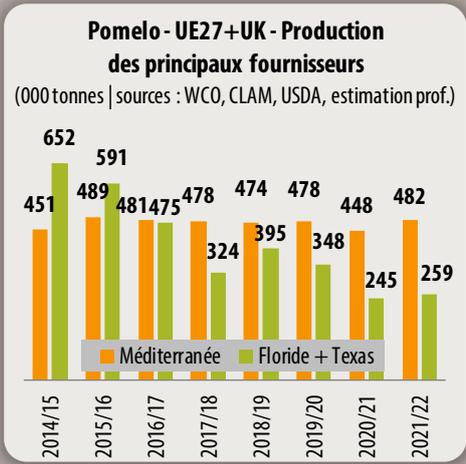
**LA QUALITÉ, LE FRUIT DE NOTRE EXIGENCE.**

5 RUE DE LA CORDERIE  
94586, RUNGIS FRANCE.  
+33 (0) 1 41 80 10 10

MILES.IMPORT@MILESIMPORT.COM  
WWW.MILESIMPORT.WORLD

 @MILES\_IMPORT

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



### Pomelo – Méditerranée – Prévission de production 2021-22

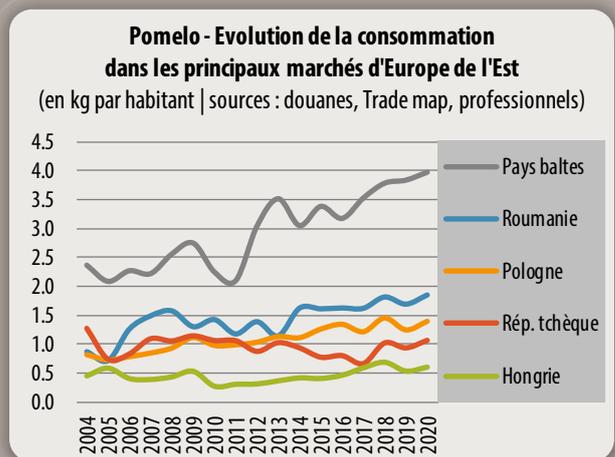
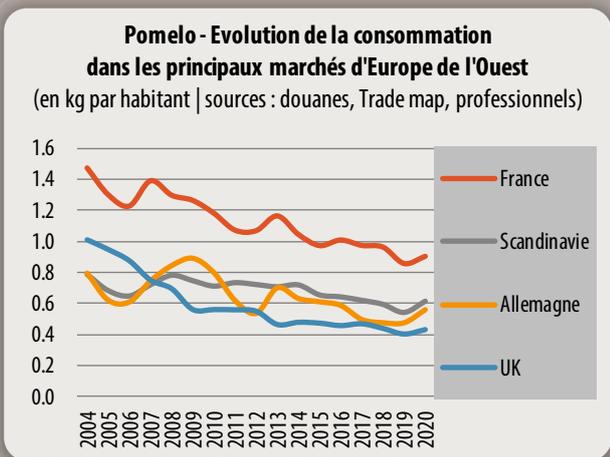
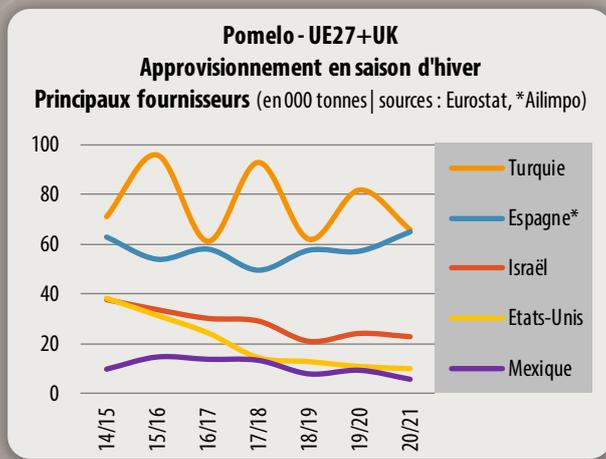
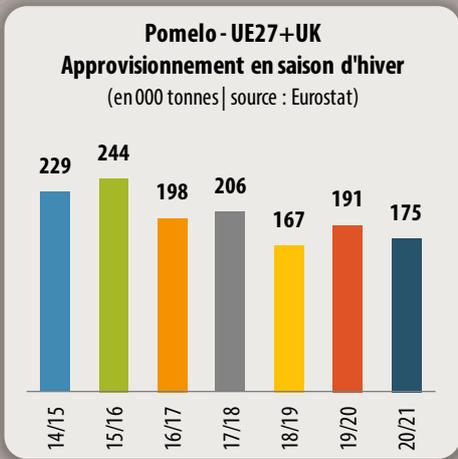
en 000 tonnes	2021-22	comparée à	
		2020-21	moyenne sur 4 ans
Turquie*	249	+ 5 %	0 %
Israël	147	+ 23 %	+ 7 %
Espagne	86	- 4 %	+ 3 %
<b>Total</b>	<b>482</b>	<b>+ 8 %</b>	<b>+ 3 %</b>

Sources : WCO, CLAM, \*estimation professionnelle

### Pomelo tropical – Prévission de production 2021-22

en 000 tonnes	2021-22	comparée à	
		2020-21	moyenne sur 4 ans
Floride	147	- 7 %	- 13 %
Texas	112	+ 29 %	- 30 %
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>- 6 %</b>	<b>- 21 %</b>

Source : USDA



# CITRON

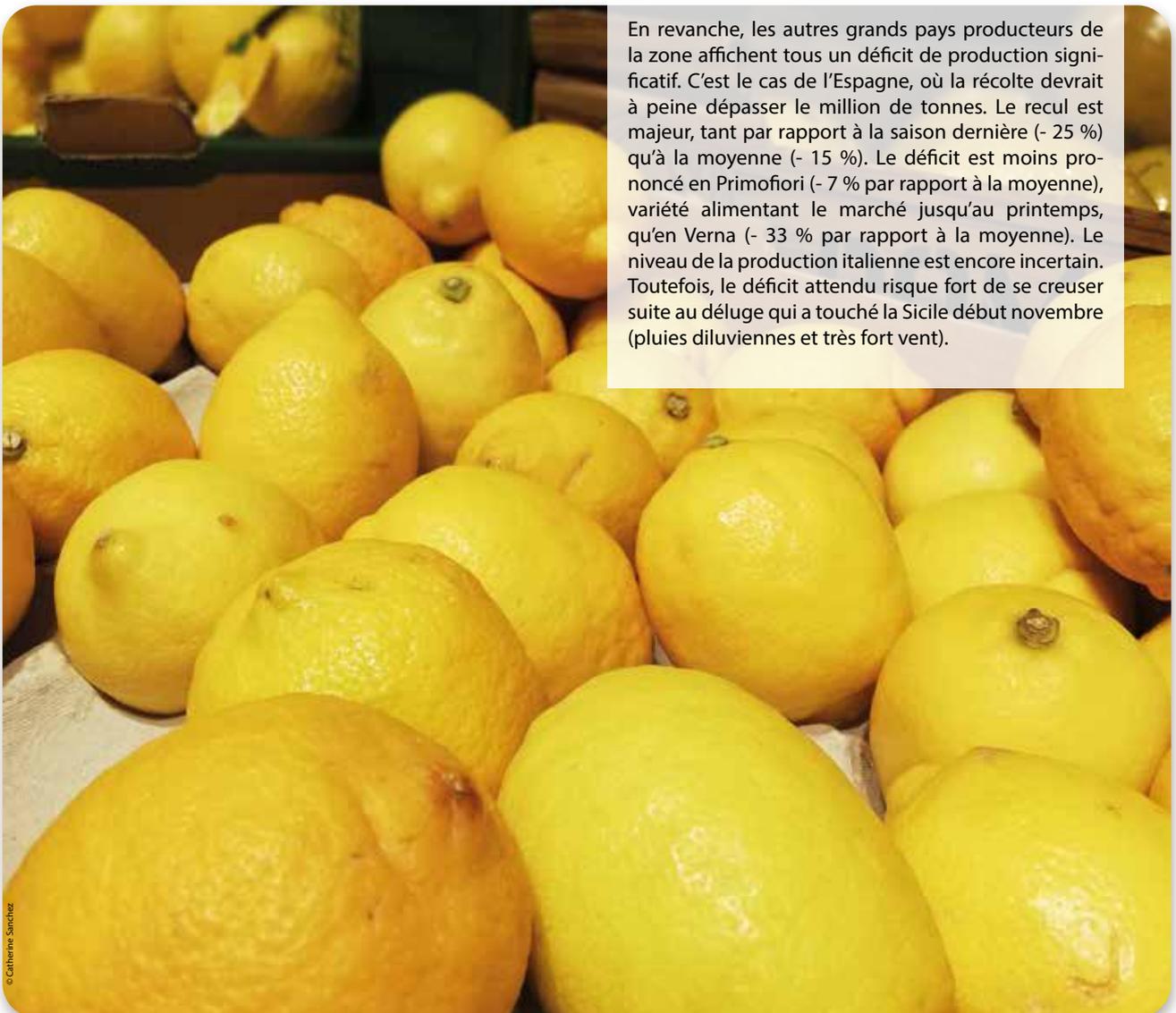
## Une production méditerranéenne record, mais un net déficit espagnol et italien

C'est une nouvelle saison de production record qui démarre en Méditerranée. La récolte du premier pôle d'exportation au monde de citron frais devrait dépasser 3.5 millions de tonnes, chiffre marquant une progression d'environ 1 million de tonnes en à peine huit ans, liée à l'importante vague de plantation intervenue ces dernières années. Pour autant, les potentiels de production s'annoncent très contrastés d'un pays à l'autre de la zone.

### La Turquie en grande forme, à l'inverse de l'Espagne et de l'Italie

C'est la Turquie qui tirera la production méditerranéenne vers le haut en 2021-22. La récolte s'annonce historique après une campagne 2020-21 déjà d'un assez bon niveau. Les volumes sont d'un très bon niveau tant en Interdonado, commercialisé jusqu'à fin février, qu'en Lama qui alimente la deuxième partie de saison.

En revanche, les autres grands pays producteurs de la zone affichent tous un déficit de production significatif. C'est le cas de l'Espagne, où la récolte devrait à peine dépasser le million de tonnes. Le recul est majeur, tant par rapport à la saison dernière (- 25 %) qu'à la moyenne (- 15 %). Le déficit est moins prononcé en Primofiori (- 7 % par rapport à la moyenne), variété alimentant le marché jusqu'au printemps, qu'en Verna (- 33 % par rapport à la moyenne). Le niveau de la production italienne est encore incertain. Toutefois, le déficit attendu risque fort de se creuser suite au déluge qui a touché la Sicile début novembre (pluies diluviennes et très fort vent).



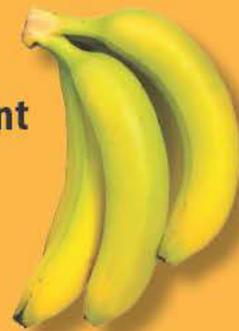
© Catherine Sanchez



# 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](mailto:info@fruitrop.com)

ou [www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe](http://www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe)



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





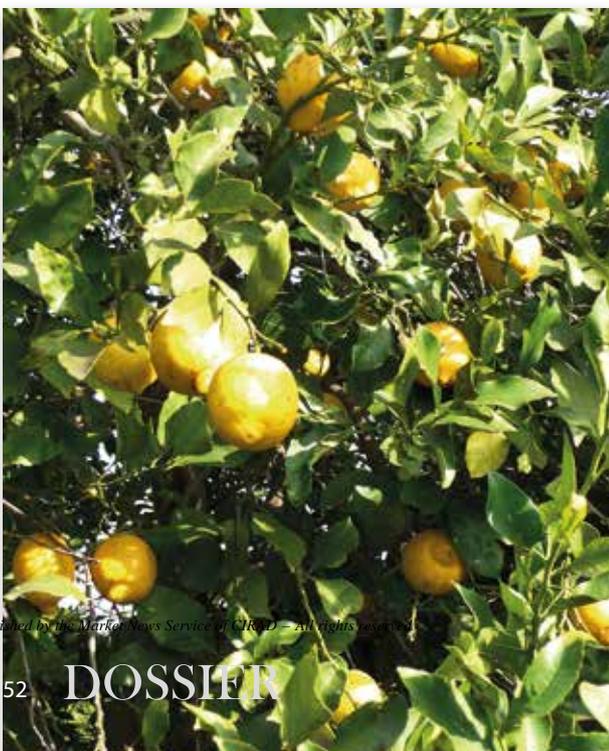
## Tension sur le marché communautaire, en particulier en deuxième partie de saison

Le marché communautaire devrait être tendu. Côté demande, les chiffres de consommation de 2020 confirment que le citron reste l'un des rares agrumes à bénéficier d'une réelle dynamique de croissance. Le regain d'intérêt lié au Covid n'a fait que renforcer une tendance à la progression ancrée depuis le milieu de la dernière décennie (progression de plus de 500 g/habitant entre 2015 et 2020 pour les marchés d'Europe de l'Ouest, et de près de 700 g pour ceux de l'est de la Communauté). La campagne de promotion « Welcome to the lemon age », lancée pour le citron d'Espagne par Ailimpo avec le soutien financier de l'UE, d'une envergure sans précédent dans le domaine des agrumes en Europe, contribuera à soutenir ce mouvement. Côté offre, le déficit de l'Espagne, qui contrôle près des trois quarts de l'approvisionnement durant la saison d'hiver dans l'UE27+UK, jouera un rôle structurant. Le retard de commercialisation pris en début de saison ne devrait que légèrement l'atténuer (réel démarrage de la commercialisation début novembre seulement, en raison de l'important reliquat de citrons de l'hémisphère Sud disponible en septembre et octobre). Le manque de fruits ira crescendo. L'approvisionnement devrait rester d'un niveau moyen durant la première partie de saison, les fruits issus des vergers plantés sur le porte-greffe *Macrophylla* (aptitude à la conservation plus limitée), devant être commercialisés assez rapidement. L'offre sera beaucoup plus limitée début 2022, puis surtout au printemps avec le passage au très déficitaire Verna. Les possibilités de compensation en citron italien apparaissent limitées, le déficit de production étant aussi très significatif en Sicile. Le renforcement des contrôles sanitaires sur les agrumes turcs mis en place début novembre, suite à l'interception d'un nombre record de lots dépassant les LMR en tout début de saison, devrait aussi limiter les envois de citrons turcs vers les marchés de l'est de la Communauté, malgré l'importance des volumes disponibles en production.



Dans ce contexte de tension sur le marché des fruits frais, la part de la production mise à l'industrie devrait décliner sensiblement (après une saison 2020-21 où les volumes transformés ont été records il est vrai). Le jus concentré affiche des prix plus soutenus qu'au début de la saison passée (2 000 US\$/t de concentré FOB Argentine début septembre, contre 1 500 US\$/t un an plus tôt), mais toujours nettement moins attractifs que ceux du marché du frais.

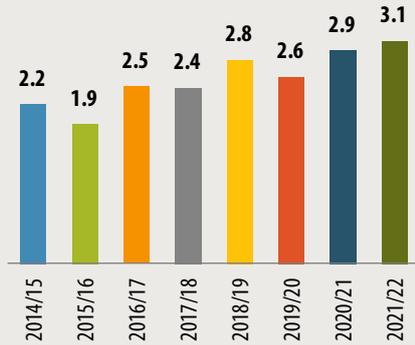
La campagne s'annonce donc sous de bien meilleurs auspices pour les producteurs méditerranéens, qui devraient voir leurs comptes d'exploitation revenir dans le vert après une saison 2020-21 dramatique. Pour autant, les plantations massives réalisées tant dans l'hémisphère Nord que dans l'hémisphère Sud, notamment durant la seconde moitié de la dernière décennie, laissent penser que le creux d'approvisionnement connu cette saison sera passager.



Photos © Eric Imbert

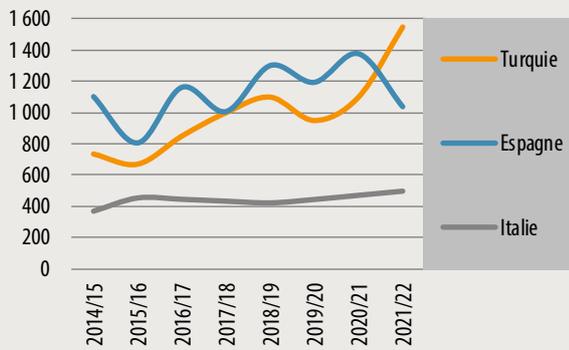
### Citron - Méditerranée - Production

(en millions de tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation prof.)



### Citron - Méditerranée - Production

(en 000 tonnes | sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle)



### Citron - Méditerranée - Prévion de production 2021-22

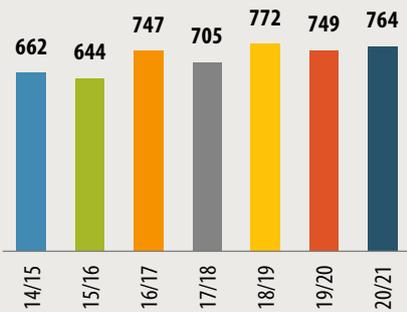
en 000 tonnes	2021-22	comparée à	
		2020-21	moyenne sur 4 ans
Turquie	1 550	+ 41 %	+ 49 %
Espagne	1 035	- 25 %	- 15 %
Italie	500	+ 6 %	+ 12 %
<b>Total</b>	<b>3 085</b>	<b>+ 5 %</b>	<b>+ 14 %</b>

Sources : WCO, CLAM, estimation professionnelle

### Citron - UE27+UK

#### Approvisionnement en saison d'hiver

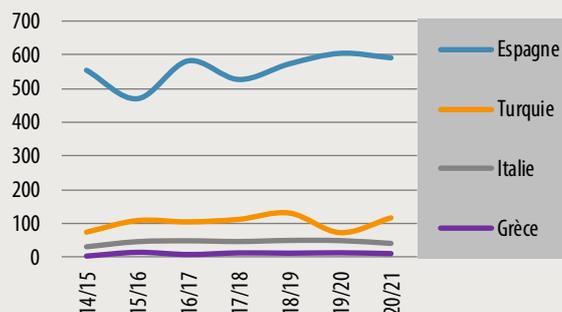
(en 000 tonnes | source : Eurostat)



### Citron - UE27+UK

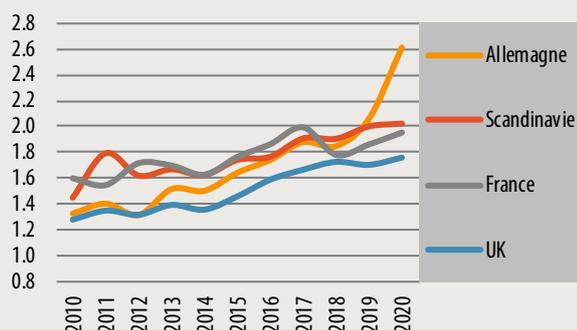
#### Principaux fournisseurs

(en 000 tonnes | source : Eurostat)



### Citron - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



### Citron - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)

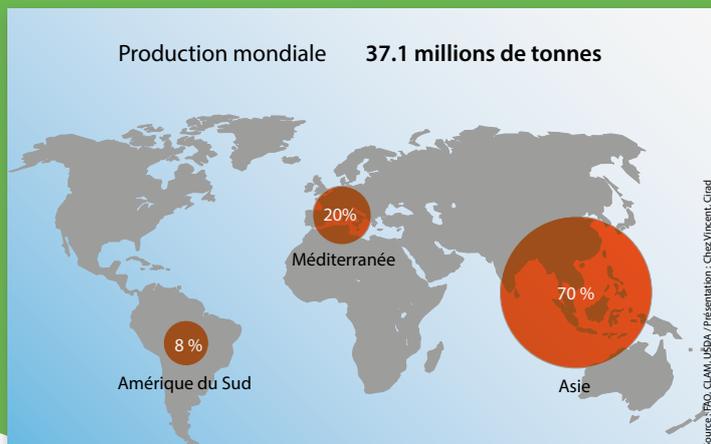




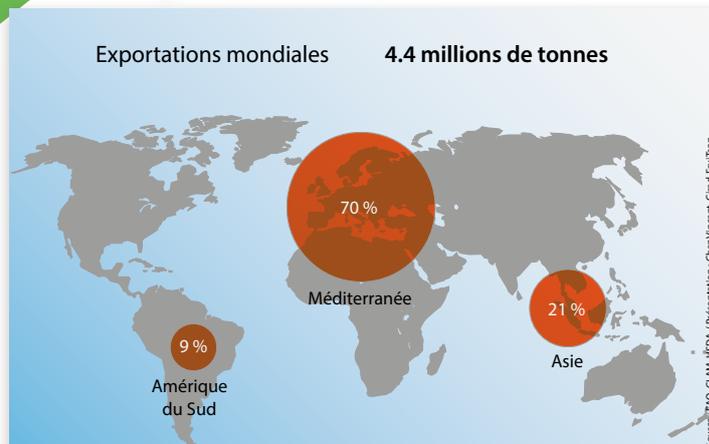
# Recueil Statistique 2020 Agrumes



## Production (2020-2021)\*



## Exportations (2020-2021)\*



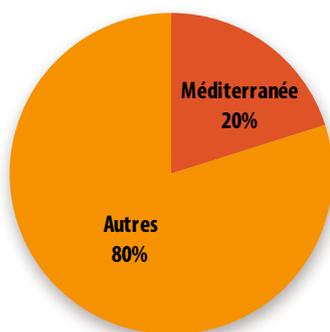
Petits agrumes - Les 10 premiers pays producteurs	
000 tonnes	2020
Chine	23 000
Espagne	2 369
Turquie	1 750
Maroc	1 205
Egypte	1 026
Brésil	985
Japon	960
Etats-Unis	856
Italie	660
Corée du Sud*	631

\* Estimation / Sources : FAO, professionnels

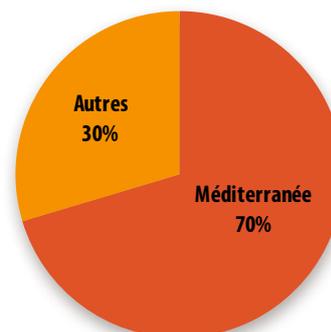
Petits agrumes - Les 10 premiers pays exportateurs	
000 tonnes	2020
Espagne	1 406
Turquie	899
Chine	513
Maroc	458
Pakistan	404
Afrique du Sud	389
Pérou	215
Chili	195
Grèce	137
Israël	78

Sources : douanes nationales, professionnels

Petits agrumes - Monde  
Part de la production méditerranéenne



Petits agrumes - Monde  
Part des exportations méditerranéennes



Petits agrumes - Méditerranée - Production	
000 tonnes	2020
Espagne	2 369
Turquie	1 750
Maroc	1 205
Egypte	1 026
Italie	660
Israël	185
Grèce	174
Tunisie	80
Chypre	30

Source : professionnels

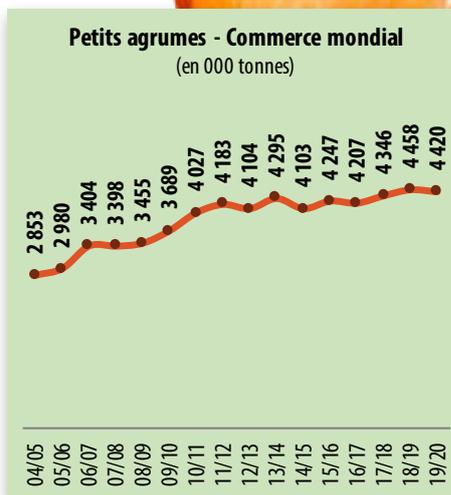
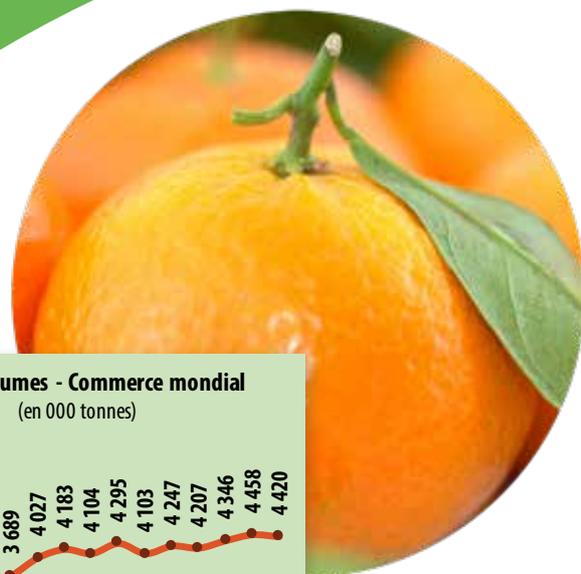
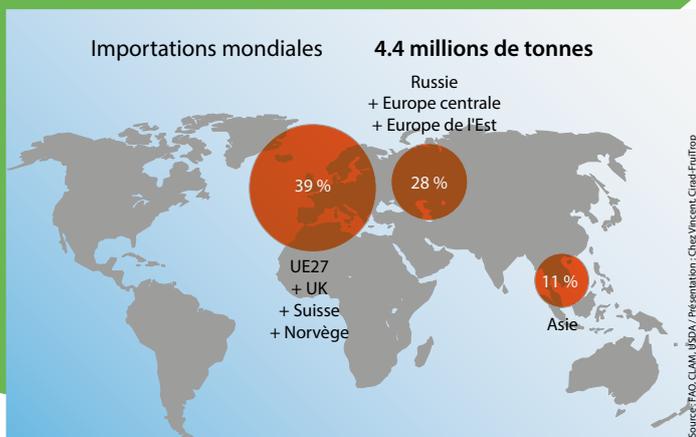
Petits agrumes - Méditerranée - Exportations	
000 tonnes	2020
Espagne	1 406
Turquie	899
Maroc	457
Grèce	137
Israël	77
Italie	60
Egypte	34
Chypre	7

\* Estimation / Source : professionnels

\* 2020 pour l'hémisphère Sud, 2019-2020 pour l'hémisphère Nord

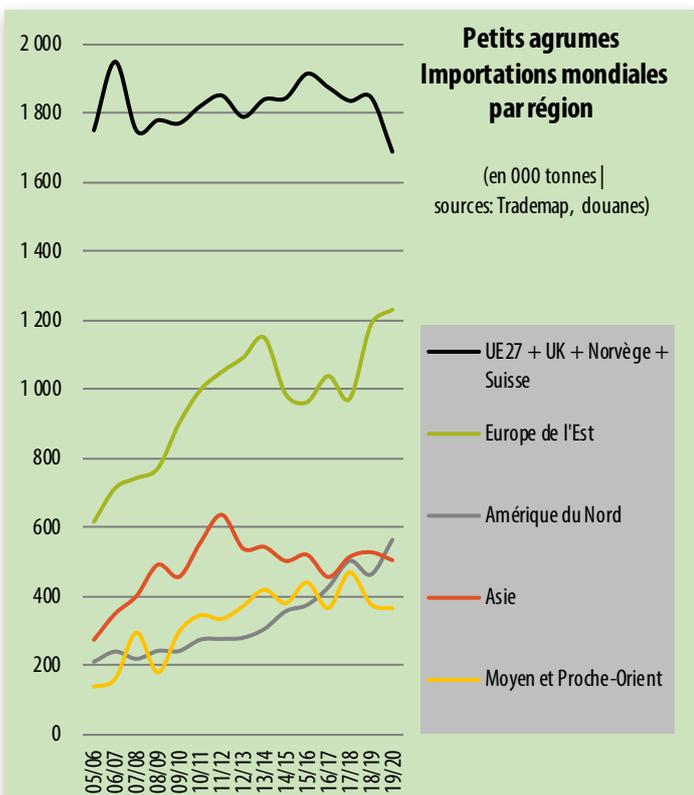
# PETITS AGRUMES

## Importations (2020)\*



Petits agrumes - Les 8 premiers pays importateurs	
000 tonnes	2020
Russie	903
Allemagne	388
France	360
Etats-Unis	390
Royaume-Uni	316
Pays-Bas	193
Ukraine	190
Irak	127

Source : douanes nationales



\* 2019-2020 ou année civile 2020

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

### Petits agrumes - ETATS-UNIS - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>228.9</b>	<b>273.6</b>	<b>353.1</b>	<b>313.5</b>	<b>389.8</b>	
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>70.1</b>	<b>74.4</b>	<b>84.9</b>	<b>76.0</b>	<b>51.1</b>	<b>50.5</b>
Maroc	32.2	43.0	56.6	51.3	38.4	41.5
Israël	8.3	9.4	7.5	9.2	7.9	5.0
Mexique	6.3	5.0	5.4	5.4	3.9	3.8
Espagne	23.3	17.0	15.4	9.4	0.2	0.2
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>158.8</b>	<b>199.2</b>	<b>268.2</b>	<b>237.5</b>	<b>338.7</b>	
Chili	90.6	111.5	164.5	135.7	174.1	
Pérou	41.7	54.4	67.1	64.6	104.2	
Afrique du Sud	9.8	10.9	12.4	16.6	30.5	
Uruguay	13.3	17.0	17.5	14.7	23.8	
Australie	3.4	5.3	6.7	5.9	6.1	
<b>Production locale (tangerine, tangelo)</b>	<b>864</b>	<b>934</b>	<b>729</b>	<b>1 005</b>	<b>857</b>	<b>1 058</b>
Californie	787	864	697	962	813	1 020
Floride	77	70	32	43	44	38

Source : douanes US, code 080520

### Petits agrumes - CANADA - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>146.0</b>	<b>145.8</b>	<b>152.8</b>	<b>149.6</b>	<b>149.5</b>	<b>165.3</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>119.6</b>	<b>116.3</b>	<b>121.0</b>	<b>111.8</b>	<b>114.6</b>	<b>122.2</b>
Maroc	53.4	58.6	68.5	57.3	53.5	59.5
Chine	19.8	21.4	17.2	13.8	9.0	14.4
Etats-Unis	18.9	15.8	13.6	12.5	23.9	19.6
Espagne	16.6	14.2	12.0	18.8	19.5	17.3
Japon	1.8	1.2	0.9	0.1	0.8	0.1
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>26.4</b>	<b>29.5</b>	<b>31.8</b>	<b>37.8</b>	<b>34.9</b>	<b>43.1</b>
Pérou	11.3	12.4	14.4	14.7	13.1	16.9
Afrique du Sud	5.9	6.1	7.0	10.3	10.8	16.0
Argentine	4.1	3.9	4.8	4.5	5.1	4.0
Chili	3.6	3.3	2.5	6.0	3.8	4.1
Brésil	0.1	1.9	1.0	0.2	0.3	0.2
Uruguay	1.4	1.9	2.1	1.1	1.8	1.9

Source : COMTRADE, code HS 085020

# PETITS AGRUMES

## Petits agrumes - UNION EUROPEENNE - Principaux pays fournisseurs (septembre à mai)

000 tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>1 836.5</b>	<b>1 796.6</b>	<b>1 761.0</b>	<b>1 772.7</b>	<b>1 608.5</b>	<b>1 626.2</b>
<b>Total hémis. N., dont*</b>	<b>1 659.1</b>	<b>1 616.6</b>	<b>1 568.8</b>	<b>1 572.2</b>	<b>1 357.2</b>	<b>1 626.2</b>
Espagne	1 234.2	1 161.2	1 111.1	1 124.1	936.2	1 142.6
Maroc	140.4	157.5	170.8	156.8	112.9	162.0
Grèce	76.5	70.0	72.0	72.9	73.6	84.3
Turquie	48.5	34.4	51.2	46.1	83.3	65.8
Italie	86.4	97.5	75.0	79.7	44.8	62.2
Israël	48.8	75.2	56.5	68.2	62.4	61.7
Égypte	1.2	1.8	5.7	4.5	24.2	27.5
Portugal	17.8	12.9	20.3	15.8	14.6	17.1
Chypre	5.4	6.2	6.1	4.2	5.2	3.0
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>177.4</b>	<b>180.0</b>	<b>192.2</b>	<b>200.5</b>	<b>251.3</b>	-
Afrique du Sud	115.9	116.0	129.5	139.0	183.0	-
Pérou	47.8	53.7	53.5	52.4	64.1	-
Uruguay	6.1	4.7	3.8	2.8	2.5	-
Chili	2.9	3.2	2.0	4.1	1.1	-
Argentine	3.9	1.6	2.7	2.0	0.6	-
Australie	0.8	0.8	0.5	0.2	-	-

\* Importations extra-UE et envois des principaux pays producteurs UE (Espagne, Italie, Grèce)  
Source : EUROSTAT, code 080520 jusqu'en 2017, après 2017 code 080521, 080522, 080529

## Petits agrumes - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'OUEST - Principaux marchés

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>75.2</b>	<b>76.4</b>	<b>76.6</b>	<b>73.2</b>	<b>71.8</b>	<b>78.4</b>
Suisse	44.7	44.3	44.0	41.0	40.6	45.3
Norvège	29.2	30.9	31.5	29.6	30.1	32.0
Islande	1.3	1.2	1.1	2.6	1.1	1.1

Source : COMTRADE, code HS 080520

## Petits agrumes - RUSSIE - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>684.9</b>	<b>799.6</b>	<b>688.5</b>	<b>879.6</b>	<b>903.2</b>	<b>869.3</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>635.9</b>	<b>749.0</b>	<b>638.1</b>	<b>827.8</b>	<b>845.4</b>	<b>869.3</b>
Turquie	167.4	328.2	250.9	276.8	461.5	496.9
Maroc	190.7	214.5	212.6	281.1	150.2	154.5
Pakistan	97.8	65.3	68.9	88.5	95.6	92.0
Géorgie	43.2	29.3	21.1	53.7	70.5	77.6
Égypte	16.4	6.5	0.5	18.8	50.0	35.7
Autres	5.5	3.7	-	4.3	7.2	6.6
Israël	16.8	13.2	1.3	7.7	6.3	4.5
Biélorussie	7.6	5.6	16.1	7.9	1.3	1.5
Chine	90.5	82.7	66.7	89.0	2.8	-
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>49.0</b>	<b>50.6</b>	<b>50.4</b>	<b>51.8</b>	<b>57.8</b>	-
Afrique du Sud	14.3	19.6	26.4	27.0	31.6	-
Pérou	3.6	7.0	7.8	9.1	13.4	-
Argentine	24.3	20.0	13.7	13.8	11.3	-
Uruguay	6.8	4.0	2.5	1.9	1.5	-

Source : COMTRADE, code 080520

## Petits agrumes - UKRAINE - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total, dont</b>	<b>112.5</b>	<b>145.4</b>	<b>132.9</b>	<b>164.6</b>	<b>180.3</b>	<b>190.0</b>
Turquie	62.3	92.5	81.3	102.7	120.9	115.8
Égypte	1.7	1.3	5.1	15.2	11.4	22.5
Grèce	6.5	10.7	8.3	10.0	12.0	13.1
Pakistan	9.6	5.2	5.6	4.1	6.3	10.7
Italie	12.1	13.9	14.4	14.2	9.6	9.9
Espagne	15.4	9.8	8.8	9.5	11.3	9.6
Géorgie	3.3	6.5	4.4	4.8	5.2	4.7
Israël	0.3	-	-	-	1.0	0.9

Source : COMTRADE, code HS 080520

## Petits agrumes - JAPON - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>11.6</b>	<b>17.4</b>	<b>18.5</b>	<b>18.6</b>	<b>18.7</b>	<b>22.0</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>9.3</b>	<b>14.5</b>	<b>14.4</b>	<b>14.0</b>	<b>13.8</b>	<b>12.9</b>
États-Unis	8.8	14.0	13.0	13.0	12.8	12.4
Israël	0.6	0.4	1.4	1.0	1.0	0.5
Taiwan	-	0.1	-	-	-	-
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>2.3</b>	<b>2.9</b>	<b>4.1</b>	<b>4.6</b>	<b>4.9</b>	<b>9.1</b>
Australie	1.6	2.6	4.1	4.6	4.9	7.5
Nouvelle-Zélande	0.7	0.3	0.0	-	-	-

Source : douane japonaise, code HS 080520

## Petits agrumes - ASIE DU SUD-EST - Principaux marchés

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>413.2</b>	<b>430.2</b>	<b>382.4</b>	<b>404.2</b>	<b>432.3</b>	<b>419.7</b>
Philippines	52.6	77.1	67.8	95.3	95.5	129.6
Thaïlande	125.2	135.6	88.2	84.3	57.8	103.3
Indonésie	82.3	39.6	43.5	62.7	103.5	57.1
Malaisie	72.3	74.7	80.9	73.7	73.9	49.5
Chine	40.1	58.6	52.3	52.5	64.3	47.7
Singapour	22.1	24.7	28.1	19.2	21.1	16.3
Sri Lanka	8.9	9.6	7.0	8.6	8.7	8.7
Vietnam	9.8	10.3	14.6	7.8	7.5	7.5

Source : COMTRADE, code HS 080520

## Petits agrumes - ASIE CENTRALE - Principaux marchés

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>75.3</b>	<b>70.4</b>	<b>52.6</b>	<b>89.2</b>	<b>74.4</b>	<b>62.3</b>
Kazakhstan	63.7	56.9	43.5	68.2	57.5	49.8
Azerbaïdjan	-	2.3	2.7	9.8	9.2	9.3
Kirghizistan	11.5	11.2	6.4	11.2	7.7	3.2

Source : COMTRADE, code HS 080520

## Petits agrumes - GOLFE PERSIQUE - Principaux marchés

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>378.8</b>	<b>439.4</b>	<b>364.8</b>	<b>468.5</b>	<b>375.4</b>	<b>364.1</b>
Arabie saoudite	65.5	91.9	76.5	88.0	82.8	113.2
Irak	168.4	202.8	183.9	239.9	159.5	110.7
Emirats Arabes Unis	101.7	87.1	60.0	76.1	76.7	76.0
Koweït	16.8	27.8	22.3	26.0	17.2	25.7
Oman	9.8	12.3	10.6	17.6	17.0	17.0
Qatar	9.2	9.9	8.9	13.3	14.6	13.9
Bahreïn	6.2	7.7	2.6	7.6	7.6	7.6
Iran	1.3	0.0	-	-	-	-

Source : COMTRADE, code HS 080520

## Petits agrumes - AUTRES PAYS D'EUROPE CENTRALE ET DE L'EST - Principaux marchés

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total, dont</b>	<b>116.0</b>	<b>129.7</b>	<b>103.4</b>	<b>116.6</b>	<b>125.0</b>	<b>134.3</b>
Biélorussie	53.5	47.6	40.3	43.5	37.9	36.2
Serbie	21.1	27.3	21.2	21.3	28.5	33.0
Bosnie	15.6	22.3	15.9	20.4	19.2	20.7
Arménie	2.6	6.2	5.6	7.2	12.8	15.8
Moldavie	9.1	10.2	8.9	11.6	13.0	13.9
Macédoine	8.9	10.8	8.1	9.8	9.4	11.6
Albanie	4.5	3.2	1.7	2.1	2.1	2.0
Géorgie	0.7	2.1	1.7	0.7	2.1	1.1

Source : COMTRADE, code 080520

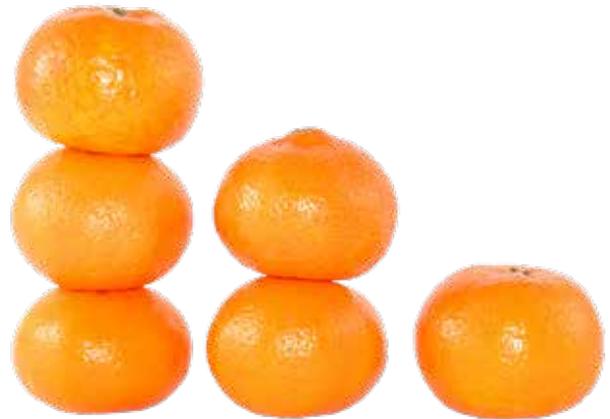
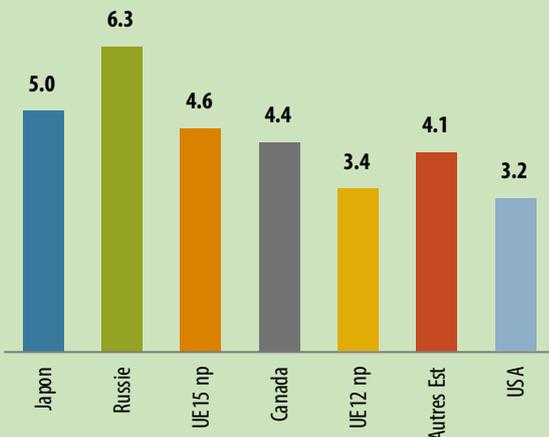


# PETITS AGRUMES

## Consommation (2020)

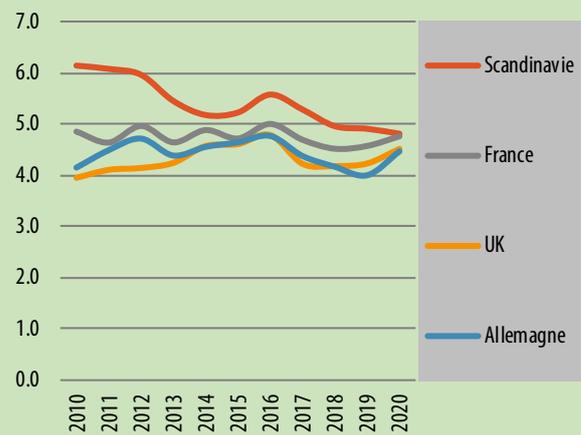
### Petits agrumes - Consommation en 2020

(np : pays non producteur | en kg par habitant  
sources : douanes, Trade map, professionnels)



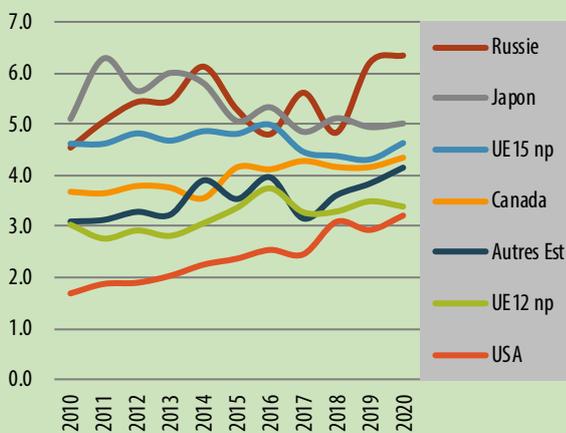
### Petits agrumes - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



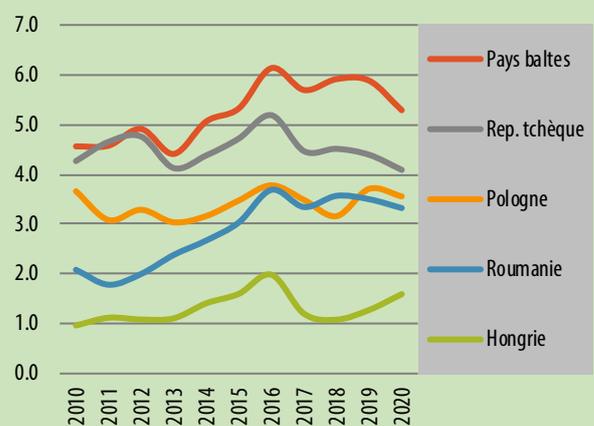
### Petits agrumes - Evolution de la consommation dans les principaux marchés

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



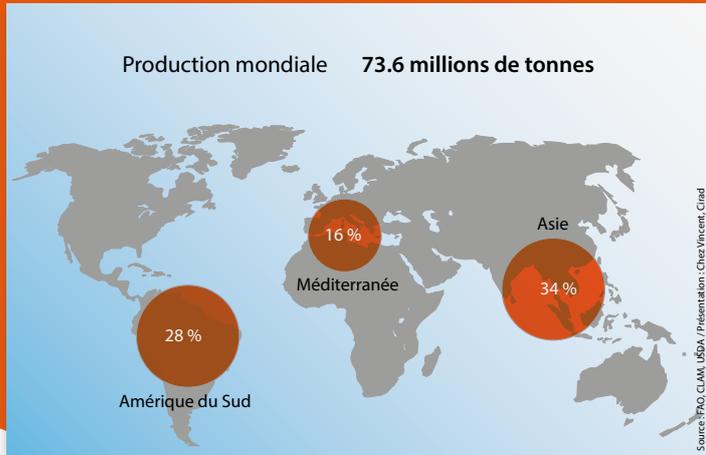
### Petits agrumes - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)

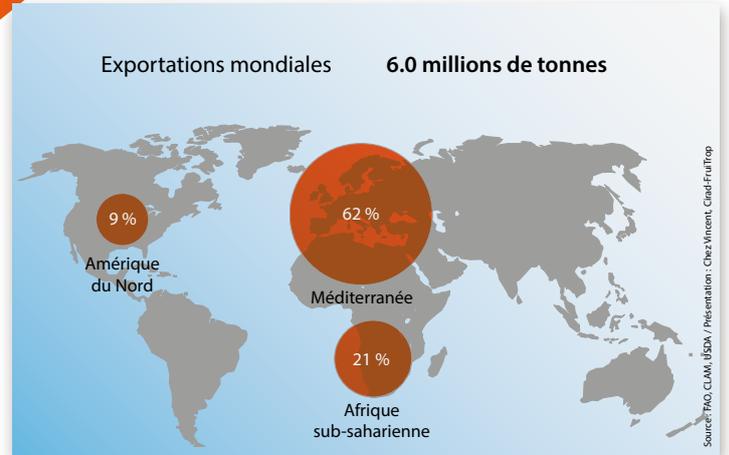




## Production (2020-2021)\*



## Exportations (2020-2021)\*



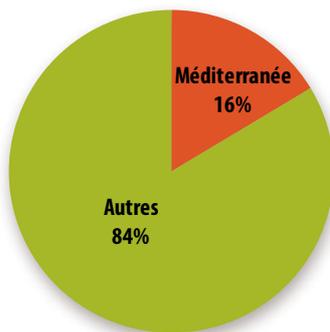
Orange - Les 10 premiers pays producteurs	
000 tonnes	2020-2021
Brésil	16 932
Inde	9 509
Chine	7 500
Etats-Unis	4 133
Mexique	4 010
Espagne	3 448
Egypte	3 100
Indonésie	2 563
Iran	2 309
Italie	1 773

Sources : FAO, professionnels

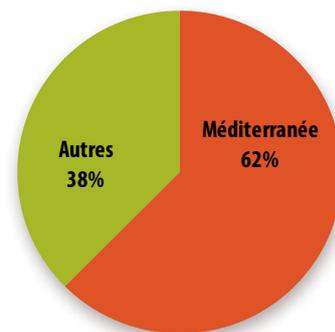
Orange - Les 8 premiers pays exportateurs	
000 tonnes	2020-2021
Espagne	1 556
Egypte*	1 420
Afrique du Sud	1 260
Etats-Unis	501
Grèce	331
Turquie	203
Italie	121
Maroc	73

\* Estimation / Sources : douanes nationales, professionnels

Orange - Monde  
Part de la production méditerranéenne



Orange - Monde  
Part des exportations méditerranéennes



Orange - Méditerranée - Production	
000 tonnes	2020-2021
Espagne	3 448
Egypte	3 100
Italie	1 773
Turquie	1 360
Maroc	1 105
Grèce	887
Tunisie	293
Israël	65
Chypre	20

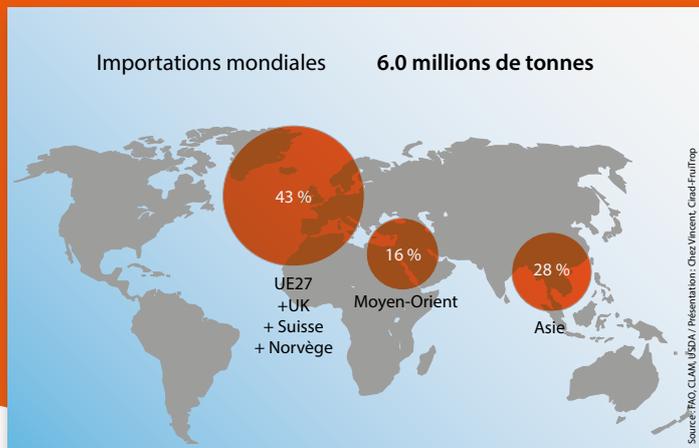
Source : professionnels

Orange - Méditerranée - Exportations	
000 tonnes	2020-2021
Espagne	1 556
Egypte*	1 420
Grèce	331
Turquie	203
Italie	121
Maroc	73
Tunisie*	9
Chypre	7
Israël	2

\* Estimation / Source : professionnels

\* 2020 pour l'hémisphère Sud, 2020-2021 pour l'hémisphère Nord

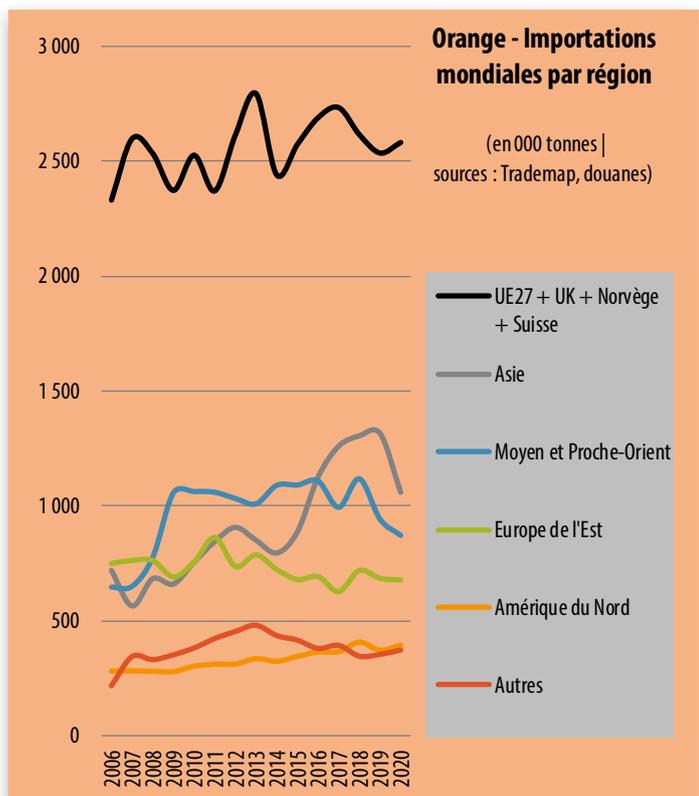
## Importations (2020)\*



### Orange - Les 8 premiers pays importateurs

tonnes	2020
Chine	558 800
Pays-Bas	539 030
Allemagne	502 556
France	478 724
Russie	436 806
Arabie saoudite	404 576
Royaume-Uni	267 052
Emirats arabes unis	200 000

Source : douanes nationales

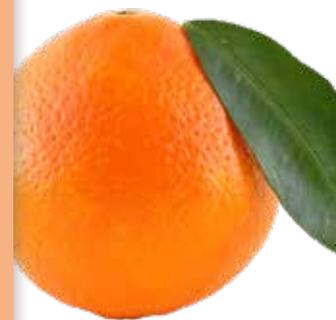
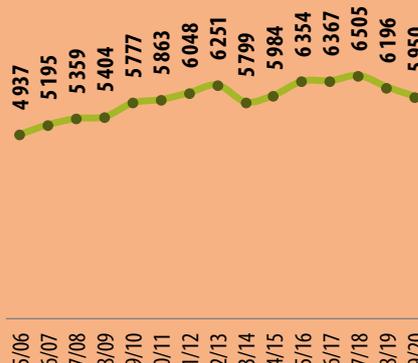


\* 2019-2020 ou année civile 2020

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

### Orange - Commerce mondial

(en 000 tonnes)



### Orange - ETATS-UNIS - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>161 165</b>	<b>186 744</b>	<b>222 870</b>	<b>191 953</b>	<b>199 471</b>	
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>49 167</b>	<b>75 897</b>	<b>79 769</b>	<b>66 435</b>	<b>61 152</b>	<b>68 621</b>
Mexique	47 073	71 096	66 000	57 157	56 297	63 167
Maroc	51	3 284	11 264	6 138	2 318	2 905
Rép. dominicaine	1 842	1 339	2 112	2 273	2 334	2 528
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>111 998</b>	<b>110 847</b>	<b>143 101</b>	<b>125 518</b>	<b>138 319</b>	
Chili	66 142	66 864	92 553	92 102	82 892	
Afrique du Sud	37 926	36 400	41 639	29 289	49 342	
Australie	5 663	4 608	5 371	2 583	4 169	
Uruguay	2 267	2 823	3 359	1 306	1 603	

Source : douanes US

### Orange - CANADA - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>187 019</b>	<b>204 188</b>	<b>179 435</b>	<b>185 340</b>	<b>182 823</b>	<b>195 868</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>143 032</b>	<b>160 905</b>	<b>136 708</b>	<b>140 772</b>	<b>144 131</b>	<b>142 807</b>
États-Unis	124 344	153 301	114 196	102 053	96 394	108 989
Espagne	13 644	6 450	16 075	28 646	35 210	24 064
Maroc	4 413	601	6 329	9 587	11 973	9 272
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>43 987</b>	<b>43 283</b>	<b>42 727</b>	<b>44 568</b>	<b>38 692</b>	<b>53 061</b>
Afrique du Sud	38 250	32 285	32 050	35 623	29 137	37 117
Australie	2 780	4 823	4 905	5 298	3 692	4 564
Argentine	416	1 565	1 949	631	1 237	2 504
Chili	2 098	2 334	2 362	1 841	3 394	2 292
Pérou	46	154	97	276	138	1 456

Source : COMTRADE

### Orange - AMÉRIQUE DU SUD - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>187 784</b>	<b>218 161</b>	<b>224 629</b>	<b>210 846</b>	<b>210 632</b>	<b>226 782</b>
Costa Rica	34 851	57 533	67 992	73 306	58 313	71 404
Guatemala	23 522	36 451	35 162	35 162	31 939	31 939
Paraguay	30 215	12 324	29 644	18 399	25 495	31 875
Mexique	25 418	32 564	16 563	21 156	28 602	30 913
El Salvador	34 767	28 773	26 703	15 627	21 056	25 612
Brésil	15 450	18 886	18 234	22 056	30 656	22 145
Chili	1 180	3 141	3 355	2 340	2 845	3 361
Pérou	2 818	3 381	3 048	2 819	2 744	2 588
Équateur	12 059	11 728	14 671	9 954	1 173	1 978
Barbade	1 519	1 523	1 387	1 366	1 658	1 832
Nicaragua	5 131	6 551	4 064	2 340	2 845	1 280
Argentine	21	4 306	3 266	5 050	2 458	1 000

Source : COMTRADE

### Orange - OCÉANIE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>28 711</b>	<b>26 088</b>	<b>31 255</b>	<b>26 597</b>	<b>23 005</b>	<b>25 263</b>
Australie	17 701	14 750	20 435	17 208	13 728	17 330
Nouvelle-Zélande	11 010	11 338	10 820	9 389	9 277	7 933

Source : COMTRADE

## Orange - UNION EUROPÉENNE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>2 578 478</b>	<b>2 628 470</b>	<b>2 511 537</b>	<b>2 430 562</b>	<b>2 474 479</b>	-
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>2 030 351</b>	<b>2 032 262</b>	<b>1 895 043</b>	<b>1 869 339</b>	<b>1 832 576</b>	<b>1 897 020</b>
Espagne	1 233 704	1 297 293	1 138 728	1 200 403	1 155 688	1 125 703
Egypte	265 830	283 013	325 055	285 926	263 667	374 667
Grèce	236 559	168 650	154 438	135 078	154 749	165 529
Italie	115 493	81 111	108 528	86 216	83 289	106 207
Portugal	47 559	49 844	38 994	66 361	57 067	55 118
Maroc	68 153	92 537	78 388	58 404	78 801	40 604
Tunisie	15 741	16 592	12 240	13 201	7 562	11 530
Turquie	29 560	24 792	27 420	13 020	21 346	8 785
Chypre	2 605	2 852	1 734	3 271	5 226	2 420
Israël	4 452	2 820	2 318	1 442	859	653
Autres	10 696	12 758	7 200	6 018	4 322	5 804
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>548 127</b>	<b>596 208</b>	<b>616 494</b>	<b>561 223</b>	<b>641 903</b>	-
Afrique du Sud	403 758	450 911	464 637	417 321	522 408	-
Zimbabwe	28 098	32 773	39 251	34 573	38 025	-
Pérou	10 232	15 739	17 600	19 000	26 707	-
Argentine	49 204	39 245	44 415	41 417	24 941	-
Uruguay	27 779	26 351	26 641	28 278	20 395	-
Brésil	23 261	28 639	18 580	17 000	4 964	-
Swaziland	5 070	2 023	4 411	1 900	3 730	-
Chili	547	518	943	904	464	-
Australie	179	10	16	830	268	-

Source : EUROSTAT

## Orange - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'OUEST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>107 511</b>	<b>111 035</b>	<b>105 323</b>	<b>103 775</b>	<b>103 979</b>	<b>106 543</b>
Suisse	69 218	70 465	68 282	69 390	70 109	74 555
Norvège	36 311	38 560	35 113	32 506	31 926	30 384
Islande	1 982	2 010	1 928	1 879	1 944	1 604

Source : COMTRADE

## Orange - RUSSIE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>463 660</b>	<b>451 822</b>	<b>428 481</b>	<b>465 431</b>	<b>447 723</b>	<b>436 806</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>367 641</b>	<b>364 503</b>	<b>338 920</b>	<b>433 610</b>	<b>359 043</b>	<b>336 898</b>
Egypte	232 818	269 178	219 979	240 841	266 127	211 311
Turquie	108 572	70 278	103 550	103 477	74 695	112 312
Maroc	21 515	10 933	10 679	83 297	11 384	12 581
Chine	3 060	4 220	2 981	2 984	4 293	613
Syrie	-	-	64	265	-	81
Espagne	1 676	9 894	1 667	2 746	2 544	-
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>96 019</b>	<b>87 319</b>	<b>89 561</b>	<b>31 821</b>	<b>81 956</b>	<b>90 408</b>
Afrique du Sud	89 170	66 101	77 632	83 297	73 332	77 045
Argentine	497	5 306	3 185	2 186	3 663	10 052
Uruguay	1 310	9 405	2 777	593	1 936	1 342
Zimbabwe	252	315	880	953	409	304
Brésil	1 181	736	-	314	-	166
Autres	3 609	5 456	5 087	-55 522	2 616	1 499

Source : COMTRADE

## Orange - UKRAINE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>66 323</b>	<b>81 096</b>	<b>69 887</b>	<b>92 088</b>	<b>92 351</b>	<b>90 161</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>60 479</b>	<b>71 437</b>	<b>59 846</b>	<b>86 067</b>	<b>82 581</b>	<b>78 438</b>
Égypte	31 909	20 709	31 773	41 684	53 893	41 599
Turquie	23 725	46 091	24 458	39 783	23 515	30 639
Espagne	4 372	3 392	2 884	3 593	3 676	4 261
Grèce	386	1 236	612	899	1 424	1 853
Italie	66	9	28	98	11	50
Maroc	21	-	91	10	59	29
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>11 723</b>	<b>11 723</b>	<b>11 723</b>	<b>11 723</b>	<b>9 770</b>	<b>11 723</b>
Afrique du Sud	4 944	7 405	6 601	4 157	6 038	7 443
Argentine	94	236	426	60	266	1 968
Brésil	20	312	1 169	3 593	1 972	605
Zimbabwe	625	777	155	31	382	90

Source : COMTRADE

## Orange - JAPON - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>84 113</b>	<b>101 543</b>	<b>90 593</b>	<b>81 593</b>	<b>88 123</b>	<b>92 909</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>51 495</b>	<b>64 556</b>	<b>50 932</b>	<b>44 628</b>	<b>50 595</b>	<b>49 726</b>
États-Unis	50 824	64 225	49 677	42 795	50 318	49 542
Mexique	670	330	1 255	1 832	277	183
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>43 184</b>	<b>43 184</b>	<b>43 184</b>	<b>36 921</b>	<b>37 617</b>	<b>43 184</b>
Australie	27 909	33 222	36 736	33 236	34 164	41 911
Afrique du Sud	4 548	3 594	2 799	3 685	3 411	1 177

Source : douane japonaise

## Orange - ASIE CENTRALE ET DU SUD-EST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>801 250</b>	<b>1 022 061</b>	<b>1 167 634</b>	<b>1 221 700</b>	<b>1 225 802</b>	<b>964 259</b>
Chine	418 067	523 343	699 764	730 816	762 819	558 800
Corée du Sud	111 743	154 944	141 572	142 443	124 386	115 356
Malaisie	95 661	102 812	97 006	93 745	103 124	89 478
Vietnam	10 570	57 172	46 521	57 595	46 691	49 889
Singapour	45 142	54 108	52 094	42 926	43 768	42 550
Inde	49 055	56 014	48 881	83 702	72 902	41 534
Azerbaïdjan	12 131	12 044	12 607	18 098	16 742	20 513
Philippines	17 723	22 404	35 118	19 261	19 786	16 252
Indonésie	14 036	12 212	12 999	11 391	11 410	9 331
Thaïlande	6 468	9 809	6 688	8 152	8 409	7 543

Source : COMTRADE

## Orange - GOLFE PERSIQUE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>1 090 284</b>	<b>1 107 589</b>	<b>993 160</b>	<b>1 117 205</b>	<b>941 206</b>	<b>870 994</b>
Arabie saoudite	400 163	416 818	386 420	402 797	405 376	404 576
Emirats Arabes Unis	250 826	237 796	215 242	199 839	202 305	200 000
Irak	211 768	214 266	203 899	300 457	130 072	107 100
Koweït	106 492	81 314	67 539	80 122	75 228	55 359
Oman	42 256	43 494	44 403	52 230	53 854	33 631
Qatar	30 972	33 993	31 962	35 089	34 984	30 828
Bahreïn	19 029	21 096	23 953	19 538	19 387	19 500
Yémen	16 912	5 242	3 812	18 906	10 000	10 000
Iran	11 866	53 570	15 930	8 227	10 000	10 000

Source : COMTRADE

## Orange - MÉDITERRANÉE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>102 703</b>	<b>70 713</b>	<b>83 383</b>	<b>72 101</b>	<b>83 527</b>	<b>87 696</b>
Turquie	45 697	36 797	48 743	33 232	42 132	53 104
Jordanie	31 913	26 982	27 355	29 931	30 648	24 991
Algérie	19 709	6 084	7 000	7 000	7 000	7 000

Source : COMTRADE

## Orange - AFRIQUE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>93 638</b>	<b>62 196</b>	<b>51 056</b>	<b>42 917</b>	<b>44 952</b>	<b>39 985</b>
Côte d'Ivoire	5 068	7 491	6 805	8 319	12 093	10 000
Kenya	18 061	15 380	11 529	11 248	7 110	7 238
Maurice	4 821	5 128	5 379	4 939	5 591	4 877
Namibie	5 252	4 241	3 404	2 501	4 947	4 481
Sénégal	1 668	1 742	2 413	3 529	2 758	3 855
Zambie	8 168	5 811	3 630	4 174	4 070	3 287
Afrique du Sud	7 991	3 468	3 326	3 672	3 834	2 147

Source : COMTRADE

## Orange - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'EST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total, dont</b>	<b>93 638</b>	<b>62 196</b>	<b>51 056</b>	<b>42 917</b>	<b>44 952</b>	<b>39 985</b>
Serbie	5 068	7 491	6 805	8 319	12 093	10 000
Biélorussie	18 061	15 380	11 529	11 248	7 110	7 238
Bosnie	4 821	5 128	5 379	4 939	5 591	4 877
Albanie	5 252	4 241	3 404	2 501	4 947	4 481
Macédoine	1 668	1 742	2 413	3 529	2 758	3 855
Arménie	8 168	5 811	3 630	4 174	4 070	3 287
Monténégro	7 991	3 468	3 326	3 672	3 834	2 147
Moldavie	3 506	4 037	4 316	2 255	2 000	2 000

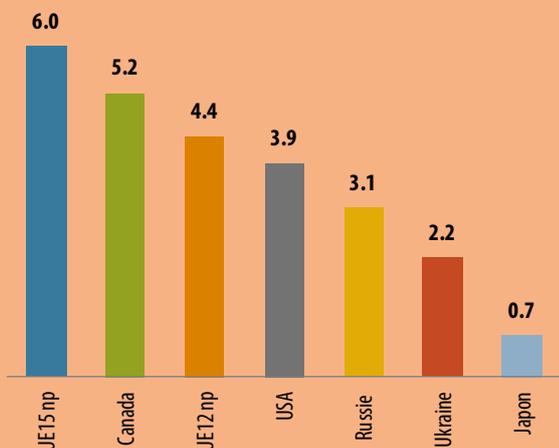
Source : COMTRADE

## Consommation (2020)



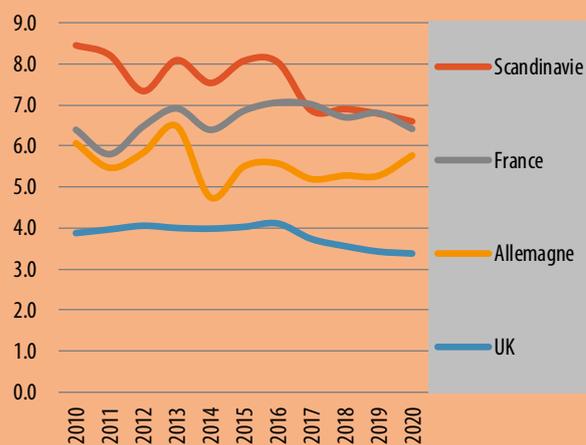
### Orange - Consommation en 2020

(np : pays non producteur | en kg par habitant  
sources : douanes, Trade map, professionnels)



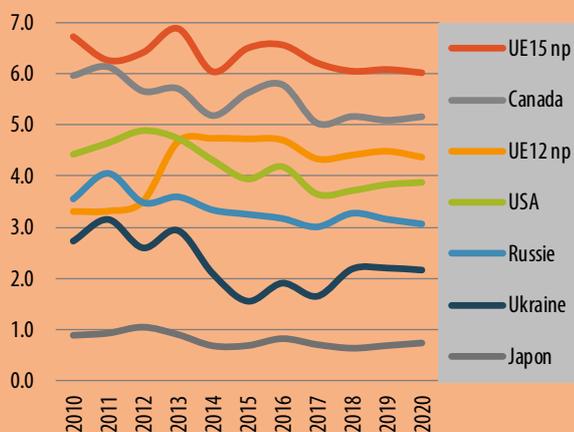
### Orange - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest

(en kg par habitant | sources : douanes, Comtrade, professionnels)



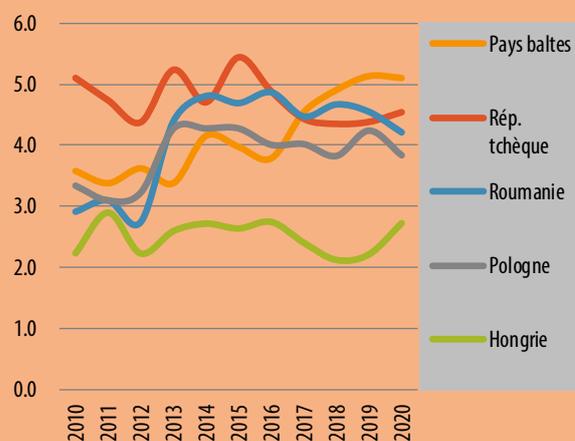
### Orange - Evolution de la consommation dans les principaux marchés

(en kg par habitant | sources : douanes, Comtrade, professionnels)



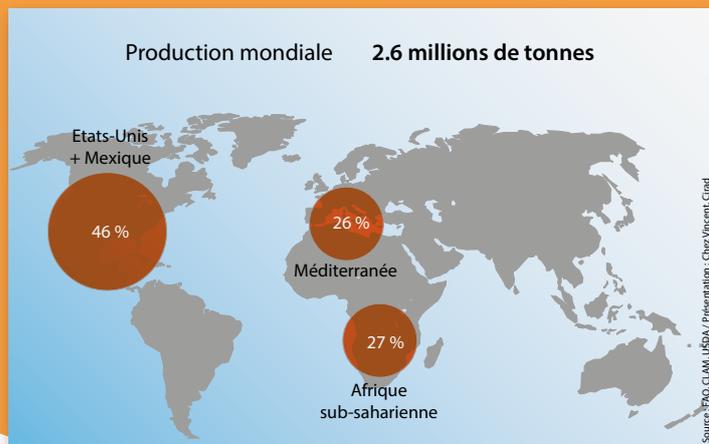
### Orange - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est

(en kg par habitant | sources : douanes, Comtrade, professionnels)

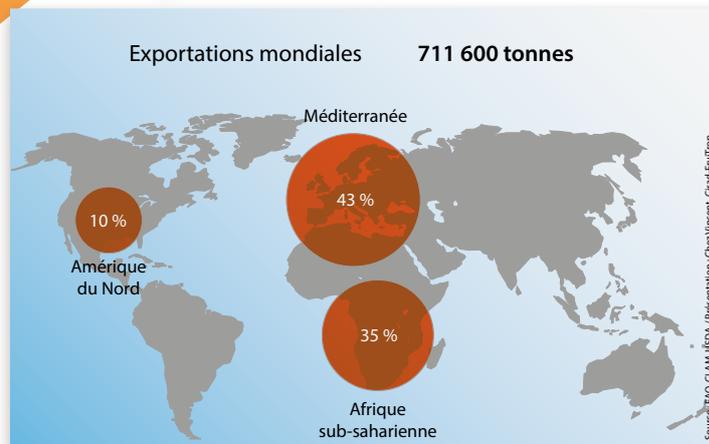




## Production (2020-2021)\*



## Exportations (2020-2021)\*



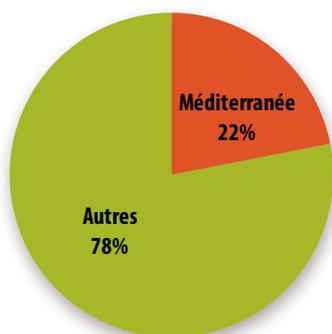
Pomelo - Les 8 premiers pays producteurs	
tonnes	2020-2021
Etats-Unis	512 000
Mexique	495 000
Afrique du Sud	344 626
Turquie	290 000
Soudan	252 000
Israël	120 000
Argentine	112 630
Espagne	90 000

Sources : FAO, USDA, professionnels

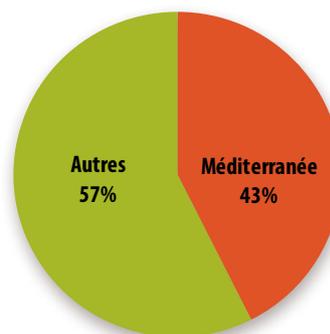
Pomelo - Les 8 premiers pays exportateurs	
tonnes	2020-2021
Afrique du Sud	244 334
Turquie	161 187
Espagne	60 477
Israël	57 500
Etats-Unis	55 599
Egypte	13 172
Mexique	13 065
Eswatini (Swaziland)	10 308

\* Estimation / Sources : douanes nationales, professionnels

### Pomelo - Monde Part de la production méditerranéenne



### Pomelo - Monde Part des exportations méditerranéennes



Pomelo - Méditerranée - Production	
tonnes	2020-2021
Turquie	290 000
Israël	120 000
Espagne	90 000
Egypte*	39 000
Chypre*	16 000
Italie	6 000
Grèce	3 000
Maroc	3 000

\* Estimation / Source : professionnels

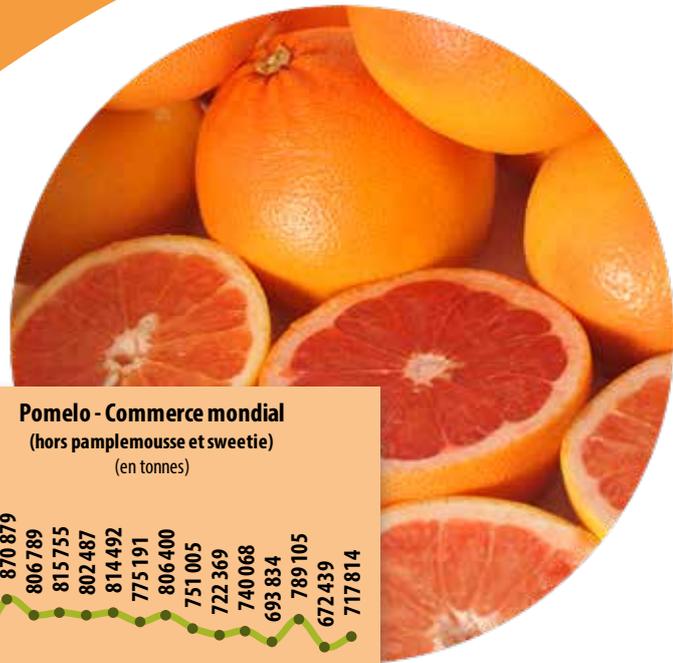
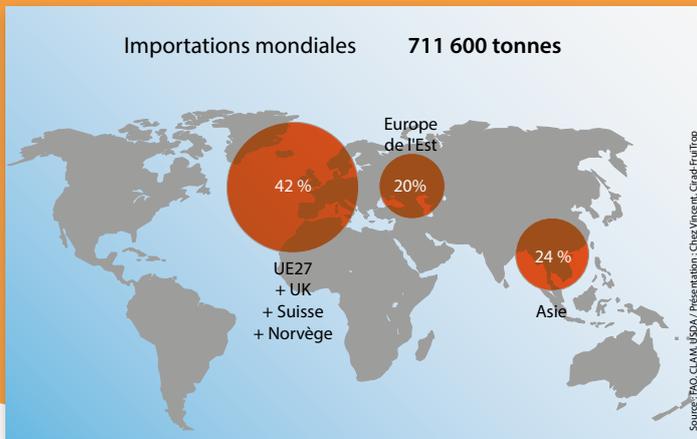
Pomelo - Méditerranée - Exportations	
tonnes	2020-2021
Turquie	161 187
Espagne	60 477
Israël	57 500
Egypte*	13 172
Chypre	7 477
Italie	2 473
Grèce	617

\* Estimation / Source : professionnels

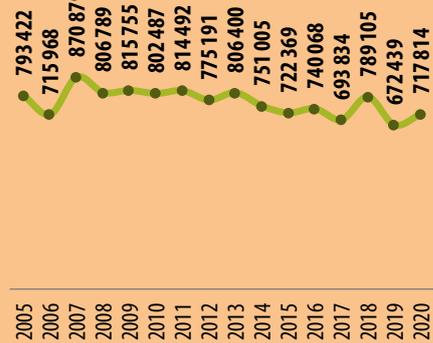
\* 2020 pour l'hémisphère Sud, 2020-2021 pour l'hémisphère Nord

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

## Importations (2020)\*



### Pomelo - Commerce mondial (hors pamplemousse et sweetie) (en tonnes)



### Pomelo - Les 8 premiers pays importateurs

tonnes	2020
Pays-Bas	192 000
Chine	82 008
France	67 755
Japon	59 927
Russie	59 784
Allemagne	57 000
Pologne	55 000
Canada	38 335

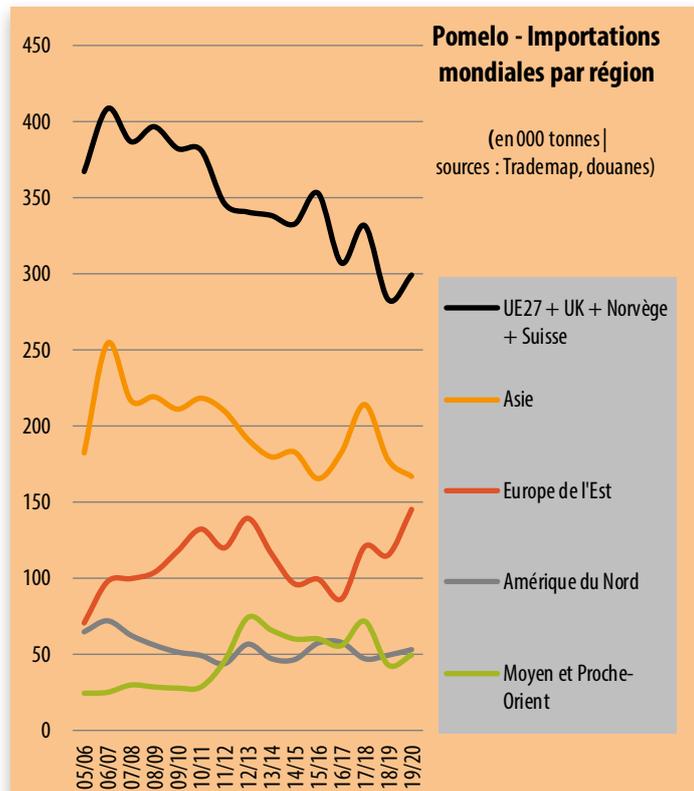
Sources : FAO, USDA, professionnels

### Pomelo - ETATS-UNIS - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>9 500</b>	<b>23 798</b>	<b>25 268</b>	<b>11 239</b>	<b>15 848</b>	<b>15 015</b>
Mexique	2 721	4 016	3 900	4 281	6 041	7 992
Afrique du Sud	4 977	12 795	12 702	4 512	5 581	4 750
Israël	442	2 099	2 331	1 361	2 613	1 245
Pérou	559	4 885	6 335	1 084	1 610	860
Autres	801	3	-	1	3	168

Source : douanes US

### Pomelo - Importations mondiales par région



### Pomelo - CANADA - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>37 276</b>	<b>33 875</b>	<b>32 872</b>	<b>36 073</b>	<b>33 819</b>	<b>38 335</b>
<b>Total hiver, dont</b>	<b>29 287</b>	<b>27 850</b>	<b>24 470</b>	<b>17 077</b>	<b>18 772</b>	<b>20 835</b>
États-Unis	27 494	23 077	19 648	13 751	15 577	14 344
Israël	1 089	3 291	3 319	2 904	2 419	4 388
Mexique	617	1 370	1 394	289	653	1 973
Thaïlande	87	112	109	133	123	130
<b>Total été, dont</b>	<b>7 453</b>	<b>5 103</b>	<b>6 708</b>	<b>9 771</b>	<b>6 912</b>	<b>7 165</b>
Afrique du Sud	7 451	5 036	6 580	9 769	6 863	7 062
Chili	1	1	1	2	1	103
Argentine	1	66	127	-	48	-

Source : COMTRADE

### Pomelo - AMÉRIQUE DU SUD - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>3 612</b>	<b>4 339</b>	<b>3 777</b>	<b>3 451</b>	<b>3 444</b>	<b>3 222</b>
Argentine	1 045	2 442	2 446	1 944	1 282	1 722
Mexique	2 567	1 897	1 331	1 507	2 162	1 500

Source : COMTRADE

\* 2019-2020 ou année civile 2020

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

# POMELO

## Pomelo - UNION EUROPEENNE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>344 403</b>	<b>298 951</b>	<b>323 073</b>	<b>274 987</b>	<b>290 157</b>	-
<b>Total hémis. N.*, dont</b>	<b>243 851</b>	<b>198 471</b>	<b>205 710</b>	<b>167 323</b>	<b>190 628</b>	<b>174 919</b>
Turquie	95 573	60 821	92 595	61 660	81 478	65 524
Espagne (Ailimpo)	53 780	57 940	49 279	57 457	57 094	65 000
Israël	33 820	30 290	29 215	21 005	24 216	22 896
États-Unis	31 421	24 425	14 507	12 911	10 970	10 107
Chypre	6 811	5 410	6 668	6 456	7 603	5 737
Mexique	14 612	13 683	13 276	7 815	9 267	5 655
Honduras	37	53	3	19		
Cuba	-	15	-	-	-	
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>95 494</b>	<b>100 552</b>	<b>100 479</b>	<b>117 363</b>	<b>107 664</b>	<b>99 529</b>
Afrique du Sud	90 017	90 464	96 446	109 374	102 704	95 289
Swaziland	647	4 604	1 902	4 485	2 698	2 452
Zimbabwe	2 139	1 939	1 692	2 561	1 521	1 650
Chili	1 660	2 883	174	133	495	43
Argentine	-	375	196	279	127	43
Uruguay	115	-	16	316		-

\* Import extra-UE et expéditions en provenance des pays producteurs de l'UE (Espagne, Chypre) / Source : EUROSTAT

## Pomelo - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'OUEST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>8 524</b>	<b>8 398</b>	<b>8 055</b>	<b>8 450</b>	<b>8 042</b>	<b>8 982</b>
Suisse	7 158	7 095	6 776	6 935	6 543	7 356
Norvège	1 366	1 303	1 279	1 515	1 499	1 626

Source : COMTRADE

## Pomelo - RUSSIE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>77 906</b>	<b>77 906</b>	<b>77 906</b>	<b>69 567</b>	<b>59 784</b>	<b>77 906</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>44 391</b>	<b>45 086</b>	<b>34 746</b>	<b>48 353</b>	<b>39 645</b>	<b>53 234</b>
Turquie	39 354	42 184	32 298	47 656	37 921	50 871
Israël	4 668	2 855	2 218	643	1 304	2 343
Maroc	369	47	230	54	420	20
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>24 672</b>	<b>24 672</b>	<b>24 672</b>	<b>21 214</b>	<b>20 139</b>	<b>24 672</b>
Afrique du Sud	18 027	15 372	18 243	19 630	18 240	22 282
Mexique	1 075	606	515	124	1 003	632
Swaziland	418	668	132	728	397	329
Argentine	-	262	112	169	360	170
Zimbabwe	43	57	57	9	53	-
Autres	-	-	-	554	86	1 259

Source : COMTRADE

## Pomelo - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'EST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total, dont</b>	<b>32 062</b>	<b>37 165</b>	<b>32 278</b>	<b>51 170</b>	<b>55 274</b>	<b>67 377</b>
Ukraine	13 441	18 751	16 938	28 969	32 683	39 062
Biélorussie	7 021	5 936	5 503	8 282	8 781	11 680
Serbie	4 380	4 875	3 535	5 105	3 786	5 725
Moldavie	1 659	1 651	1 480	2 310	3 032	3 480
Arménie	1 028	1 306	1 191	1 568	2 018	1 786
Bosnie Herz.	1 539	1 565	1 285	1 700	1 317	1 743
Macédoine	1 323	1 345	913	1 241	1 007	1 647
Géorgie	935	814	721	1 039	1 831	1 417
Monténégro	553	729	593	833	679	594
Albanie	183	193	119	123	140	243

Source : COMTRADE

## Pomelo - JAPON - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
<b>Total</b>	<b>99 597</b>	<b>82 167</b>	<b>84 583</b>	<b>71 153</b>	<b>63 870</b>	<b>59 927</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>55 794</b>	<b>50 442</b>	<b>45 099</b>	<b>33 708</b>	<b>33 333</b>	<b>32 029</b>
États-Unis	51 899	44 032	36 030	18 494	18 502	15 846
Israël	1 501	2 937	5 964	9 555	11 206	10 491
Mexique		1 783	3 008	5 479	2 190	4 678
Turquie	2 185	1 684	96	180	1 434	1 013
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>43 803</b>	<b>31 725</b>	<b>39 484</b>	<b>37 445</b>	<b>30 537</b>	<b>27 898</b>
Afrique du Sud	43 688	30 625	38 669	36 251	29 445	26 428
Australie	-	982	755	935	1 016	1 443
Swaziland	-	116	53	257	75	-

Source : douanes japonaises

## Pomelo - AUTRES PAYS D'ASIE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>83 623</b>	<b>83 638</b>	<b>98 441</b>	<b>143 168</b>	<b>114 181</b>	<b>107 315</b>
Chine	51 372	53 518	68 414	114 533	89 228	82 008
Corée du Sud	25 010	23 169	22 998	21 269	17 786	16 522
Singapour	5 568	5 343	5 324	5 223	5 615	6 668
Malaisie	1 673	1 608	1 705	2 143	1 552	2 117

Source : COMTRADE

## Pomelo - GOLFE PERSIQUE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>60 162</b>	<b>60 234</b>	<b>55 804</b>	<b>71 760</b>	<b>43 191</b>	<b>49 578</b>
Arabie saoudite	32 506	31 449	32 965	33 608	22 730	22 344
Emirats arabes unis	10 925	10 792	10 535	9 738	9 906	11 717
Koweït	2 648	2 637	2 404	4 571	2 499	7 343
Irak	7 826	9 856	5 027	19 110	5 467	6 448
Qatar	6 257	5 500	4 873	4 733	2 589	1 726

Source : COMTRADE



## Consommation (2020)

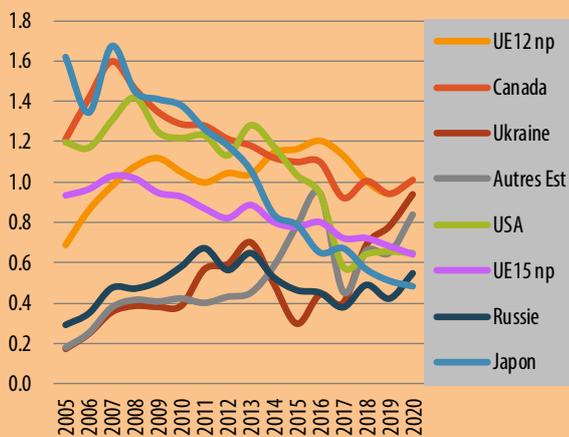


**Pomelo - Consommation en 2020**  
(np : pays non producteur | en kg par habitant  
sources : douanes, Trade map, professionnels)



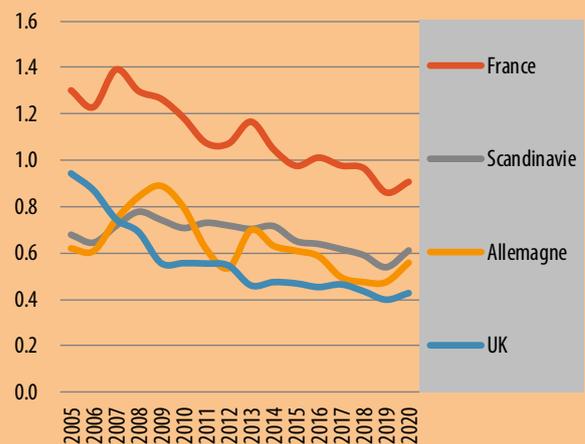
**Pomelo - Evolution de la consommation dans les principaux marchés**

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



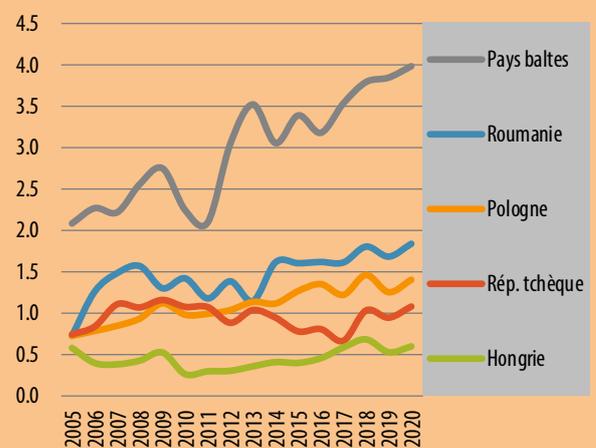
**Pomelo - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest**

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



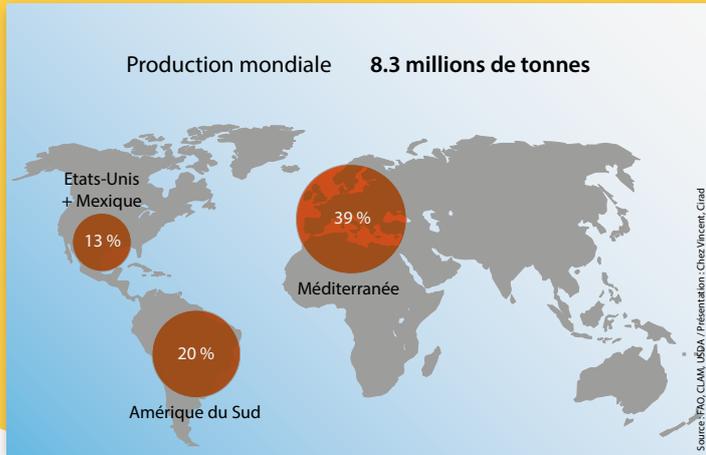
**Pomelo - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est**

(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)

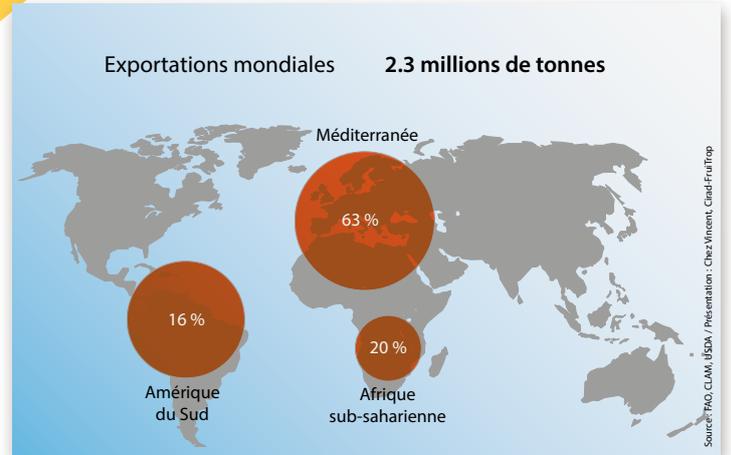




## Production (2020-2021)\*



## Exportations (2020-2021)\*



### Citron - Les 8 premiers pays producteurs

000 tonnes	2020
Argentine	1 470
Espagne	1 376
Turquie	1 100
Etats-Unis	940
Afrique du Sud	620
Chine	520
Italie	473
Grèce	100

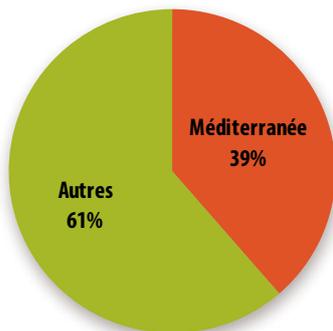
Sources : FAO, professionnels

### Citron - Les 6 premiers pays exportateurs

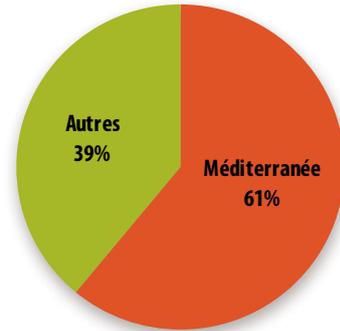
000 tonnes	2020
Espagne	729
Turquie	589
Afrique du Sud	457
Argentine	256
Chili	101
Etats-Unis	80

Sources : douanes nationales, professionnels

### Citron - Monde Part de la production méditerranéenne



### Citron - Monde Part des exportations méditerranéennes



### Citron - Méditerranée - Production

000 tonnes	2020
Espagne	1 376
Turquie	1 100
Italie	473
Grèce	100
Israël	70
Tunisie	53
Maroc	34
Chypre	6

Sources professionnelles

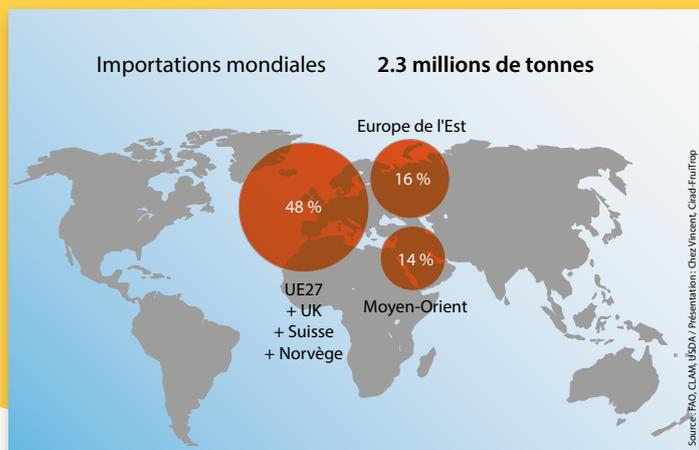
### Citron - Méditerranée - Exportations

tonnes	2020
Espagne	728 800
Turquie	589 100
Egypte	60 950
Italie	42 600
Grèce	16 195
Maroc	10 000
Chypre	1 163

\* Estimation / Sources professionnelles, douanes

\* 2020 pour l'hémisphère Sud, 2020-2021 pour l'hémisphère Nord

## Importations (2020)\*



### Citron frais - Commerce mondial (hors lime) (en tonnes)



### Citron - Les 8 premiers pays importateurs

000 tonnes	2020
Russie	234
Allemagne	216
Arabie saoudite	145
Etats-Unis	138
France	132
Pologne	130
Royaume-Uni	118
Emirats arabes unis	101

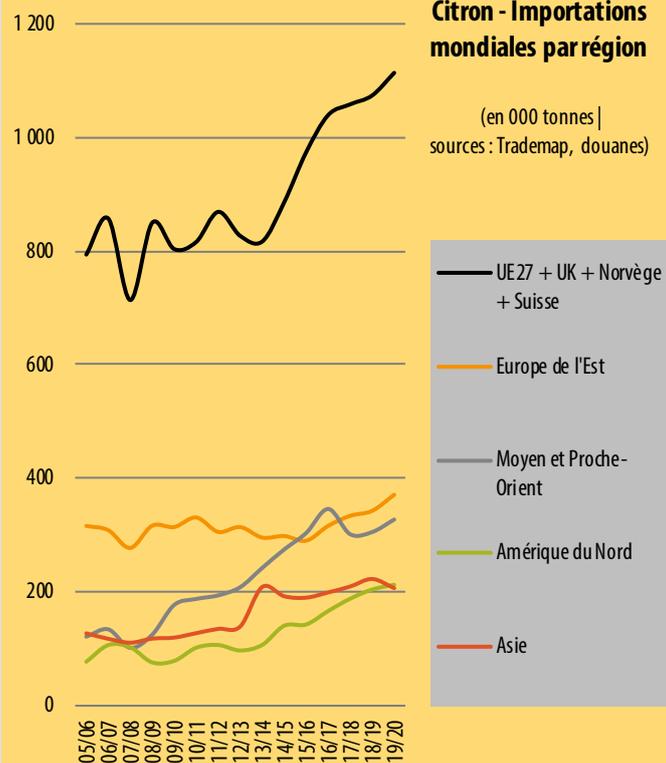
Source : douanes nationales

### Citron - ETATS-UNIS - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>78 914</b>	<b>97 761</b>	<b>115 825</b>	<b>134 563</b>	<b>150 008</b>	
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>44 686</b>	<b>53 039</b>	<b>55 911</b>	<b>51 063</b>	<b>58 905</b>	<b>53 453</b>
Mexique	42 748	47 375	54 077	42 726	57 472	52 843
Espagne	1 690	5 220	1 034	7 212	1 054	188
Rép. dominicaine	187	172	129	153	35	68
Autres	61	272	671	972	344	354
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>34 228</b>	<b>44 722</b>	<b>59 914</b>	<b>83 500</b>	<b>91 103</b>	
Chili	31 162	41 246	56 461	56 000	54 303	
Argentine	-	-	7 784	24 000	34 107	
Autres	3 066	3 476	3 453	3 500	2 693	

Source : douanes US

### Citron - Importations mondiales par région



### Citron - CANADA - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>59 887</b>	<b>62 628</b>	<b>67 135</b>	<b>71 040</b>	<b>68 804</b>	<b>72 121</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>41 762</b>	<b>41 525</b>	<b>39 347</b>	<b>41 680</b>	<b>40 491</b>	<b>40 243</b>
États-Unis	30 099	33 542	29 781	24 595	27 786	31 873
Espagne	10 735	7 094	8 468	13 396	10 919	6 809
Turquie	928	889	1 098	3 689	1 786	1 561
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>16 820</b>	<b>20 069</b>	<b>25 042</b>	<b>26 512</b>	<b>25 545</b>	<b>29 996</b>
Afrique du Sud	9 118	8 351	12 642	14 005	15 133	21 990
Argentine	6 297	10 075	10 708	10 467	8 695	6 718
Australie	328	121	158	608	437	659
Uruguay	677	1 104	1 217	962	730	333
Chili	400	418	317	470	550	296

Source : COMTRADE

### Citron - AMÉRIQUE DU SUD - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>14 285</b>	<b>15 760</b>	<b>23 225</b>	<b>21 902</b>	<b>29 129</b>	<b>45 487</b>
Chili	5 470	4 378	9 139	10 450	16 413	28 294
Équateur	3 043	1 749	3 719	948	1 035	4 961
Argentine	137	3 052	2 898	870	710	3 392
Mexique	1 610	2 563	2 928	3 981	3 736	2 718
Bolivie	977	2 004	717	1 233	1 830	2 545
Bésil	2 356	1 442	2 897	3 232	4 025	2 386
Costa Rica	515	497	580	686	634	767
Colombie	177	75	347	502	746	424

Source : COMTRADE

\* 2019-2020 ou année civile 2020

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

## Citron - UNION EUROPEENNE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>Total</b>	<b>939 877</b>	<b>1 003 645</b>	<b>1 021 032</b>	<b>1 036 093</b>	<b>1 071 589</b>	<b>1 065 642</b>
<b>Total hiver, dont</b>	<b>644 722</b>	<b>747 074</b>	<b>705 139</b>	<b>772 496</b>	<b>749 837</b>	<b>763 912</b>
Espagne	468 583	580 090	525 289	571 565	602 400	589 269
Turquie	108 926	105 179	112 395	130 568	74 277	116 817
Italie	44 568	47 092	45 013	48 251	47 725	39 480
Grèce	15 386	8 102	13 621	12 592	14 019	11 173
Egypte	1 264	3 527	4 100	4 470	4 736	5 940
Chypre	1 205	1 473	3 527	4 100	4 470	828
Maroc	1 886	748	613	559	1 524	304
Tunisie	1 257	463	247	174	-	-
Israël	1 214	299	270	167	26	38
Iran	103	38	49	50	51	63
États-Unis	331	64	15	-	609	-
<b>Total été, dont</b>	<b>295 155</b>	<b>256 571</b>	<b>315 893</b>	<b>263 597</b>	<b>321 752</b>	<b>301 730</b>
Argentine	198 344	158 437	185 036	123 194	119 895	77 932
Afrique du Sud	63 145	78 631	110 263	118 787	180 059	202 000
Chili	23 910	10 785	9 568	9 986	9 220	9 220
Uruguay	7 948	7 323	8 225	10 996	11 153	11 153
Rép. dom.	752	970	844	586	1 214	1 214
Zimbabwe	-	0	-	24	102	102
Brésil	1 056	425	1 957	24	108	108

Source : EUROSTAT

## Citron - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'OUEST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>32 739</b>	<b>35 103</b>	<b>36 653</b>	<b>38 168</b>	<b>38 782</b>	<b>43 179</b>
Suisse	22 804	24 038	25 453	26 899	27 531	31 603
Norvège	9 004	10 181	10 279	10 380	10 357	10 807
Islande	931	884	921	889	894	769

Source : COMTRADE

## Citron - RUSSIE - Principaux pays fournisseurs

000 tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>193 910</b>	<b>188 898</b>	<b>209 766</b>	<b>217 700</b>	<b>220 976</b>	<b>233 730</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>128 763</b>	<b>128 260</b>	<b>129 708</b>	<b>146 214</b>	<b>137 326</b>	<b>132 438</b>
Turquie	117 777	105 708	118 653	130 049	100 553	115 200
Égypte	1 400	3 877	1 607	1 783	4 086	7 782
Maroc	5 416	3 710	6 931	3 738	5 291	6 812
Chine	3 844	14 021	2 438	10 623	27 244	2 624
Israël	326	944	79	21	152	20
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>61 493</b>	<b>56 999</b>	<b>75 021</b>	<b>68 830</b>	<b>79 833</b>	<b>95 239</b>
Argentine	29 473	38 738	43 837	40 312	51 348	59 090
Afrique du Sud	30 324	16 966	29 916	26 937	28 008	35 975
Uruguay	1 696	1 295	1 268	1 581	477	174
Autres	3 654	3 639	5 037	2 755	3 144	6 053

Source : COMTRADE

## Citron - UKRAINE - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>39 818</b>	<b>46 286</b>	<b>45 569</b>	<b>52 245</b>	<b>54 267</b>	<b>56 729</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>31 224</b>	<b>32 590</b>	<b>32 324</b>	<b>38 168</b>	<b>38 202</b>	<b>40 691</b>
Turquie	25 854	29 914	29 019	37 278	33 543	35 599
Espagne	5 352	2 368	3 051	687	1 987	2 691
Egypte	9	299	224	203	2 646	2 401
Israël	9	9	30	-	26	-
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>7 627</b>	<b>7 605</b>	<b>11 135</b>	<b>12 380</b>	<b>12 214</b>	<b>12 462</b>
Argentine	4 807	6 647	9 790	10 816	10 536	9 510
Afrique du Sud	2 820	958	1 345	1 564	1 678	2 952
Autres	967	6 091	2 110	2 025	3 851	3 576

Source : COMTRADE

## Citron - JAPON - Principaux pays fournisseurs

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>47 160</b>	<b>49 293</b>	<b>50 800</b>	<b>54 920</b>	<b>56 497</b>	<b>46 782</b>
<b>Total hémis. N., dont</b>	<b>30 503</b>	<b>30 374</b>	<b>30 487</b>	<b>34 042</b>	<b>33 386</b>	<b>24 193</b>
États-Unis	30 370	30 215	30 107	31 689	31 168	22 315
Mexique	133	159	380	2 353	2 218	1 878
<b>Total hémis. S., dont</b>	<b>16 654</b>	<b>18 805</b>	<b>20 275</b>	<b>20 558</b>	<b>22 786</b>	<b>21 976</b>
Chili	15 486	17 282	18 194	18 069	20 068	18 725
Nouvelle-Zélande	816	1 001	1 292	1 488	1 685	1 849
Afrique du Sud	352	522	789	1 001	1 033	1 402
Autres	3	114	38	320	265	613

Source : douanes japonaises

## Citron - AUTRES PAYS D'ASIE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>143 711</b>	<b>139 217</b>	<b>146 687</b>	<b>152 725</b>	<b>164 011</b>	<b>158 073</b>
Chine	56 460	50 297	62 004	52 734	45 883	36 812
Malaisie	18 278	21 952	18 962	22 046	24 592	27 154
Philippines	3 033	3 245	6 222	11 449	18 311	26 065
Corée du Sud	17 793	15 823	16 234	18 355	19 455	20 372
Singapour	20 432	14 278	13 259	14 966	14 466	15 335
Azerbaïdjan	9 957	9 223	11 848	14 746	13 941	12 476
Indonésie	9 729	14 066	11 646	11 138	19 845	11 614
Kazakhstan	7 277	6 429	5 882	6 302	6 448	6 836
Kirghizstan	752	3 904	630	989	1 070	1 409

Source : COMTRADE

## Citron - GOLFE PERSIQUE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>273 965</b>	<b>303 143</b>	<b>345 573</b>	<b>300 819</b>	<b>304 725</b>	<b>326 891</b>
Arabie saoudite	104 131	120 962	128 074	122 637	126 861	145 174
Emirats arabes unis	118 098	121 857	144 639	110 130	104 341	104 542
Koweït	27 351	28 290	39 129	27 849	30 228	31 985
Qatar	9 117	12 403	11 685	12 129	15 692	17 590
Oman	5 866	9 643	11 260	17 488	17 000	17 000
Bahreïn	9 402	9 988	10 786	10 586	10 603	10 600

Source : COMTRADE

## Citron - MÉDITERRANÉE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>25 389</b>	<b>17 667</b>	<b>21 684</b>	<b>25 672</b>	<b>27 357</b>	<b>34 041</b>
Jordanie	15 076	14 204	16 836	13 512	14 823	23 205
Syrie	5 405	160	486	9 879	10 439	7 472
Turquie	2 982	3 082	4 024	2 185	1 979	3 304
Liban	534	121	337	96	109	60
Tunisie	7	32	1	-	7	-
Algérie	1 385	68	-	-	-	-

Source : COMTRADE

## Citron - OCÉANIE - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>8 570</b>	<b>9 425</b>	<b>7 756</b>	<b>6 285</b>	<b>6 042</b>	<b>7 853</b>
Australie	6 754	7 378	5 597	4 185	3 821	6 125
Nouvelle-Zélande	1 816	2 047	2 159	2 100	2 221	1 728

Source : COMTRADE

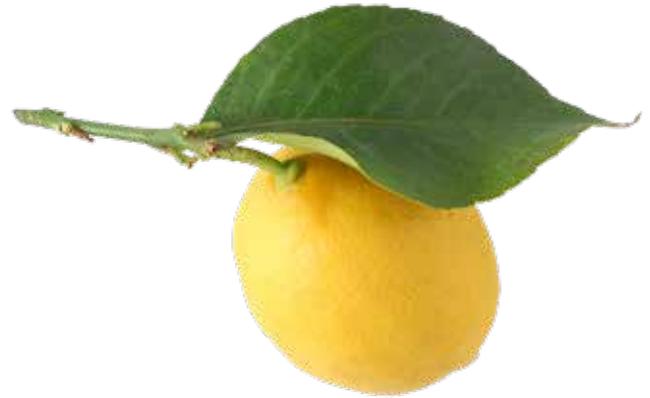
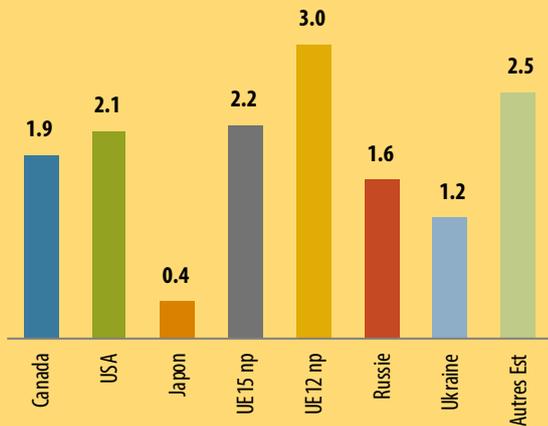
## Citron - AUTRES PAYS D'EUROPE DE L'EST - Principaux marchés

tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total, dont</b>	<b>64 981</b>	<b>55 211</b>	<b>61 439</b>	<b>64 674</b>	<b>68 246</b>	<b>81 705</b>
Serbie	16 865	17 600	20 305	22 672	24 045	29 655
Biélorussie	22 014	10 674	11 094	9 346	9 398	12 943
Bosnie	9 263	9 176	10 312	10 984	11 938	12 483
Macédoine	6 190	6 232	6 623	7 060	7 313	9 186
Moldavie	3 752	3 772	3 756	4 277	4 333	5 129
Albanie	2 553	2 759	3 866	3 968	4 334	5 097
Arménie	1 624	2 039	2 081	2 792	3 241	3 823
Monténégro	2 720	2 959	3 402	3 575	3 644	3 389

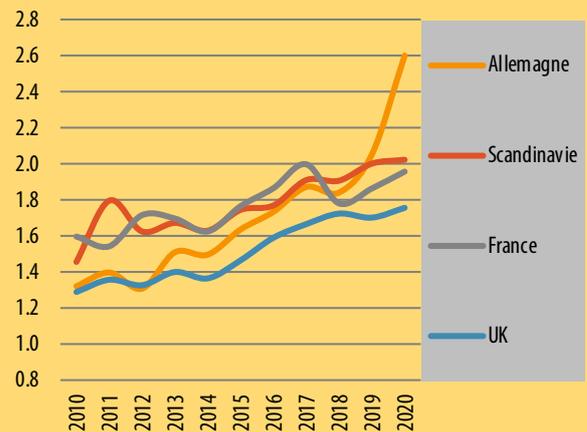
Source : COMTRADE

## Consommation (2020)

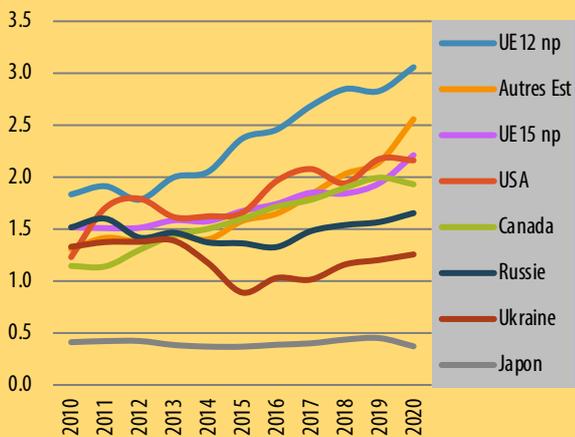
**Citron - Consommation en 2020**  
(np : pays non producteur | en kg par habitant  
sources : douanes, Trade map, professionnels)



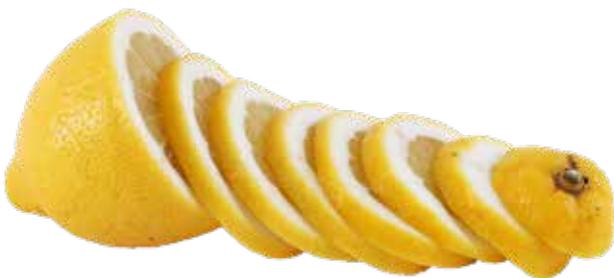
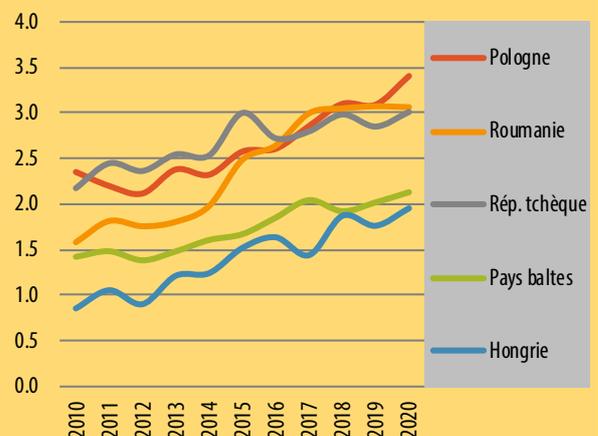
**Citron - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Ouest**  
(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



**Citron - Evolution de la consommation dans les principaux marchés**  
(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



**Citron - Evolution de la consommation dans les principaux marchés d'Europe de l'Est**  
(en kg par habitant | sources : douanes, Trade map, professionnels)



**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 ended 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	Volume (t)	Change (%)
Chile	Hass	12000	+22%
Mexico	Hass	8000	+15%
Spain	Hass	5000	-12%
Colombia	Hass	3000	+5%

**Retail prices—FRANCE**



**Global European supply—w 01**



**LEVEL OF STOCKS**

Accumulated stocks of all grades. Clearances at competitive prices.

Origin	Volume (t)	Share (%)
Spain	1000	10%
Israel	1000	10%
Mexico	1000	10%
Colombia	1000	10%
Chile	1000	10%

**EUROPEAN MARKET— Forecast**

More involved in response to the demand market before shifting towards a softer context. Indeed, accumulated stocks should remain very stable 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 raising ahead of schedule with an overall volume increase for the 2018/17. The main risk will be any delay in the Chilean season. In this context, the Chilean volumes 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-peak season and should exhibit a decrease by 20% compared to 2016/17 season.

**Global European supply**

Origin	Volume (t)	Change (%)
Spain	1000	+5%
Israel	1000	+10%
Mexico	1000	+15%
Colombia	1000	+20%
Chile	1000	+25%

**Import prices in Europe (FOT)**

Origin	Price (€/kg)	Change (%)
Spain	1.80	+2%
Israel	1.80	+2%
Mexico	1.80	+2%
Colombia	1.80	+2%
Chile	1.80	+2%

# 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](mailto:info@fruitrop.com)**

**ou [www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe](http://www.fruitrop.com/ciradshop/subscribe)**



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



Un dossier préparé par  
Thierry Paqui et  
Noémie Cantrelle

### Sommaire

- p. 74 **Ananas Bateau – L'incertitude plane plus que jamais**
- p. 80 **Ananas Avion – Le Cayenne mis à terre par le Pain de sucre et le Sweet**
- p. 83 **Ananas Victoria – Un approvisionnement perturbé, mais pas de réel manque**
- p. 84 **L'ananas au Kenya – Fiche pays producteur**
- p. 90 **Statistiques ananas – Production, exportations, importations**
- p. 92 **Défauts de qualité de l'ananas**

© Guy Bréhiner

# Ananas

# Ananas



**SjIM**  
Société  
Internationale  
d'Importation

**terrasol**<sup>®</sup>  
Growing Quality Since 1961

LE 1<sup>ER</sup> ANANAS

**ZÉRO CARBONE\***  
AU MONDE !

\*DES CHAMPS DE PRODUCTION  
EN ÉQUATEUR JUSQU'À RUNGIS

• ROTTERDAM  
• RUNGIS

• SANTO DOMINGO  
• GUAYAQUIL



Découvrez-moi !



PRODUCTEUR DE SAVEURS DEPUIS 1850

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

SIIM - 1, place Paul Omer-Decugis, Rungis, France - +33 (0)1 45 12 29 60 - [www.omerdecugis.com](http://www.omerdecugis.com)

# Marché européen

## Ananas bateau

### L'incertitude plane plus que jamais

**Thierry Paqui**, consultant  
paqui@club-internet.fr

La situation n'a jamais paru aussi incertaine et l'avenir aussi trouble sur le marché de l'ananas. Se pourrait-il que l'amélioration des revenus, tant espérée par les producteurs d'ananas d'Amérique latine et qui se profile à l'horizon 2022, puisse être l'une des conséquences de la Covid-19 ? La pandémie, dont nous ne sommes toujours pas complètement sortis, est-elle en train de rebattre les cartes et d'offrir une meilleure donne aux producteurs d'ananas latino-américains ?



Les principales données du problème sont connues et restent pour ainsi dire inchangées. L'offre d'ananas frais Sweet en provenance du Costa Rica, bien qu'en baisse en 2020, est toujours aussi impressionnante et ne saurait être mise en marché sans l'aide de la grande distribution. Plus que jamais, les principaux importateurs d'ananas et les chaînes de la grande distribution ont besoin de travailler de concert pour écouler au mieux les volumes importés. La Covid-19, avec son lot de perturbations, pousse déjà les importateurs à revoir à la hausse les prix payés aux producteurs pour avoir accès aux ananas ; ce n'est donc qu'une question de temps avant qu'ils n'intègrent ces hausses dans leurs rapports avec la grande distribution. En effet, si la hausse de certains coûts incompressibles est déjà connue, d'autres éléments, encore incertains et à préciser, pourraient également fortement impacter le prix de revient des ananas. Compte tenu de ces augmentations, il va être difficile pour les importateurs de maintenir les prix concédés précédemment à la grande distribution. La hausse de certains coûts est telle que plusieurs importateurs refusent pour l'instant de prendre des engagements sur des prix ou des volumes à allouer à la grande distribution pour la prochaine campagne. Plus que jamais, l'incertitude plane sur le marché de l'ananas.

## Des volumes et des prix majoritairement contractualisés

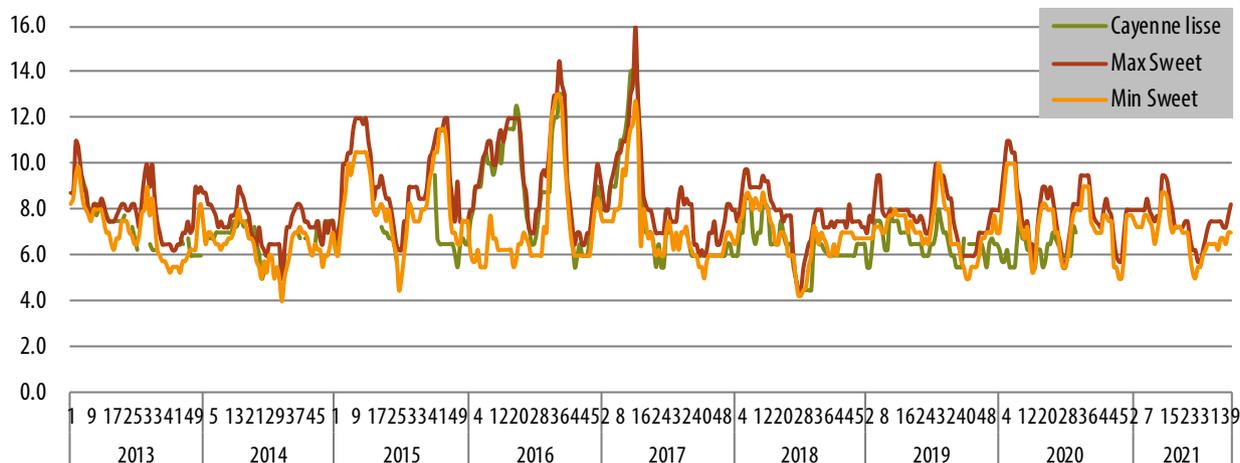
La relation d'interdépendance entre les importateurs d'ananas et la grande distribution est renforcée par le fait que les importateurs ont besoin de sécuriser un accès à la grande distribution pour faciliter l'écoulement des volumes impressionnants mis en marché, tandis que la grande distribution a besoin de sécuriser ses approvisionnements d'ananas, produit de masse qu'elle utilise comme produit d'appel dans ses magasins. La mise en marché de ces importants volumes d'ananas se fait sur la base de prix contractuels négociés, selon les enseignes ou les pays, à l'année, au semestre ou au trimestre. Les discussions qui aboutissent à la fixation de ces prix sont âpres et, comme on peut facilement l'imaginer, assez secrètes. Même si les deux parties ont un intérêt mutuel à travailler de concert, la pression reste néanmoins plus forte sur les importateurs, qui supportent les risques en cas de problèmes de qualité ou de fluctuation de la demande sur le marché. Forte de cet état de fait, la grande distribution a plutôt eu tendance, ces dernières années, à négocier assez durement les prix contractuels, aidée il est vrai par certains opérateurs prêts à baisser un peu leurs prix pour pouvoir être référencés comme fournisseurs auprès de ces enseignes. On estime qu'au cours d'une saison (hors période de floraison naturelle), seuls 20 ou 30 % des volumes importés par les principaux opérateurs chaque semaine ne font pas l'objet d'un programme avec la grande distribution. Ces volumes non-alloués aux contrats sont communément appelés « volumes spot ». Si certains importateurs acceptent de baisser leurs prix lors des négociations, c'est dans l'espoir de pouvoir se rattraper, dans la mesure du possible au cours de l'année, en vendant plus cher les volumes spot. Dans ce contexte de pandémie, qui a entraîné la hausse de certains coûts, les opérateurs sont forcés de revoir leur stratégie.



© Guy Brehmer

### Ananas bateau - Union européenne - Prix import hebdomadaire

(en euros/colis | source : Thierry Paqui)



## Le prix du transport maritime s'envole

Le premier des coûts incompressibles impactés par la pandémie est celui du transport maritime. En effet, la logistique maritime a fortement été perturbée : la récupération des conteneurs réfrigérés a été plus ardue et a entraîné de nombreux retards et le manque de conteneurs à destination des marchés européens. Ces retards se sont concrétisés par des hausses de prix. Après avoir annoncé dans un premier temps l'augmentation des prix de ses conteneurs (+ 1 000 US\$/conteneur), la compagnie maritime Seatrade a carrément interrompu ses rotations passant par le Costa Rica à destination de l'Europe, preuve s'il en faut des tensions sur le transport maritime.

Les options au départ du Costa Rica restent cependant nombreuses (Maersk, CMA/CGM, Lloyds, MSC) et tous les importateurs ne sont pas logés à la même enseigne quant à leur dépendance au transport maritime, à la disponibilité de conteneurs réfrigérés ou aux hausses du coût du fret. C'est le cas notamment de marques comme Del Monte, Dole et Fyffes, qui disposent de leurs propres lignes maritimes.

Néanmoins, tous doivent actuellement faire face à l'augmentation des prix du pétrole et à l'impact de cette hausse sur le coût du fret. Les hausses qui seront appliquées au prix des conteneurs au départ du Costa Rica sont connues et estimées entre 1 500 et 2 000 US\$ par boîte. Comparativement à l'augmentation du prix des conteneurs au départ de la Chine (de plus de 80 % du prix pratiqué avant la Covid-19), l'augmentation au départ du Costa Rica reste, dans le contexte actuel de tension logistique et énergétique, somme toute raisonnable mais absolument pas négligeable !

Tant que la situation ne sera pas revenue à la normale, le manque de boîtes va persister et continuer d'accentuer la pression sur les coûts de fret maritime dans un contexte assez tendu d'offre pétrolière toujours limitée. Pour l'instant, cette hausse reste maîtrisée, mais jusqu'à quand ?



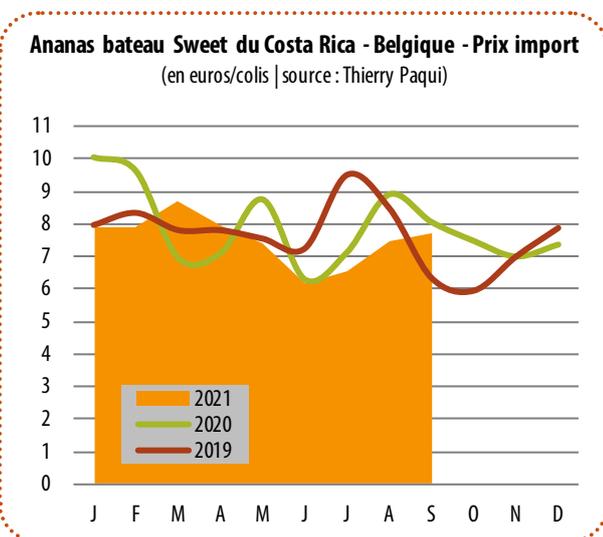
## Celui du carton aussi

Le deuxième coût incompressible en hausse est celui du cartonnage. La pandémie a considérablement réduit la production et la disponibilité de cartons, dont la demande a explosé dans un contexte où les ventes par internet se sont fortement développées. Les mesures de restriction prises pour juguler la pandémie ont affecté la collecte et le recyclage des cartons usagés (matière première utilisée à plus de 80 % pour la fabrication des cartons). Toutes les industries utilisant des cartons sont donc touchées par ce manque, d'autant plus que la demande n'a jamais été aussi élevée. La filière ananas du Costa Rica ne fait pas exception et va devoir supporter une hausse du coût qui varie, selon les opérateurs et les volumes traités, entre 6 et 8 centimes du carton. Cette somme peut paraître modique prise individuellement, mais ramenée à la filière de l'ananas, qui au Costa Rica utilise les cartons par millions d'unités, cela devient très vite un coût supplémentaire dont il faut tenir compte.

Cependant, les opérateurs craignent par-dessus tout que le manque de cartons, s'il s'aggravait, finisse par se cristalliser et pousse les producteurs à une surenchère haussière des prix pour avoir accès aux indispensables cartons. Certes, nous n'en sommes pas encore là et il ne s'agit que de conjectures qui, pour l'instant, ont peu de chances de se réaliser. Quoi qu'il en soit, les opérateurs savent déjà deux choses qu'ils tiennent pour certaines : le prix des cartons est en augmentation et l'industrie costaricienne pourrait être amenée à manquer de cartons si les épisodes de floraison naturelle venaient à durer et à se répéter au cours de la prochaine campagne.

La hausse des coûts du fret et du carton est plus ou moins conjoncturelle, du moins nous le pensons, et les choses devraient retrouver un semblant de normalité une fois la pandémie terminée. La question qui se pose est de savoir quand les choses redeviendront normales, alors qu'au moment où nous écrivons cet article, les contaminations liées à la Covid-19 repartent à la hausse et que des villes (en Chine par exemple) mettent à nouveau en place des mesures de confinement strictes.

D'autres paramètres, et pas des moindres, pourraient également impacter à la hausse le prix des ananas sur les marchés européens dans les mois à venir.





## Combien de volumes disponibles ?

Une grande incertitude règne sur les volumes d'ananas qui seront commercialisés en Europe en 2022. Nul ne sait quel a été l'impact des mesures de confinement strictes prises par les autorités costariciennes en 2020 sur les principaux producteurs d'ananas au Costa Rica (Del Monte, Dole, Fyffes et le groupe Acon). Il semblerait également que beaucoup de producteurs indépendants, de moyenne importance, qui avaient cessé ou vendu leur activité (2018-2019), se soient remis à la production d'ananas en 2020, mais sur des superficies bien moindres. L'offre d'ananas en 2022 pourrait ainsi être toujours aussi conséquente ou considérablement réduite.

L'incertitude concernant la disponibilité de fruits sur le marché du frais est accentuée par le fait qu'actuellement l'industrie du jus au Costa Rica est assez dynamique et capte des volumes de plus en plus importants de fruits frais. Ces volumes ne manquent pas pour l'instant au marché européen, surtout dans un contexte où la demande est restée globalement assez atone. Mais les importateurs suivent de très près l'évolution de la production, de même que celle de la demande de l'industrie du jus. Si cette dernière continuait à payer un prix plus rémunérateur et fixe, et si la production venait à être plus réduite, cela pourrait limiter la disponibilité de fruits frais à destination des marchés européens. Le marché de l'ananas a connu une configuration similaire au cours de la campagne décrite ci-après, sans pour autant que cela ne se concrétise par des hausses de prix spectaculaires sur le marché spot. Affaire à suivre...

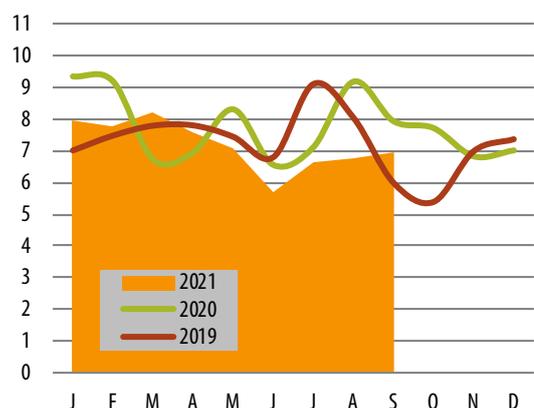
Enfin, il y a l'épineuse question du taux de change. L'euro s'est quelque peu dévalué par rapport au dollar ces derniers mois ; si les taux de change restaient à leur niveau actuel, cela pourrait forcer les importateurs à payer plus cher les ananas à leurs fournisseurs pour se garantir un approvisionnement, surtout si la demande venait à repartir de plus belle sur le marché nord-américain. Avec des coûts d'approche plus réduits et un dollar plus ferme, le marché américain pourrait alors, si l'offre costaricienne était plus limitée, réduire un peu plus la disponibilité de fruits à destination de l'Europe. Certes, cela fait beaucoup de « si », mais ce sont des hypothèses de travail que les importateurs se gardent pour l'instant d'écarter et qui vont certainement avoir un impact sur la rémunération des ananas au cours de la prochaine campagne.

## Comment retrouver de la rentabilité ?

L'augmentation de certains des coûts a commencé à produire ses effets. Les importateurs payent déjà des prix plus élevés à leurs fournisseurs pour sécuriser leurs approvisionnements. Mais, à cause de leurs engagements contractuels, ils ne sont pas en mesure de répercuter ces hausses sur les prix des contrats en cours et en subissent seuls le poids pour l'instant. On comprend donc aisément pourquoi ils hésitent à déterminer leurs prix contractuels pour la prochaine campagne, car la question n'est pas de savoir « si » mais « de combien » ils vont devoir augmenter leurs prix pour retrouver un semblant de rentabilité, après les pertes qu'ils vont absorber sur le dernier trimestre de 2021. On sait donc déjà que les producteurs ont commencé à être mieux rémunérés. Toutefois, une meilleure rémunération des producteurs n'entraîne pas obligatoirement une meilleure rentabilité du marché pour les importateurs. Une rentabilité semblable à celle des campagnes 2015 et 2016 (dans un contexte météorologique particulier de Niño) ne pourra être retrouvée qu'en limitant ou régulant un peu mieux l'offre costaricienne qui, à elle seule, continue de représenter plus de 88 % des importations globales d'ananas en Europe. Cette régulation paraît pratiquement impossible au regard des superficies plantées et de l'offre potentielle disponible lors des épisodes de floraison naturelle.

Les opérateurs clés de la filière ananas essaient de retrouver cette rentabilité en développant des niches (offre de fruits très colorés, Premium) destinées à une clientèle assez restreinte. Certains ont même franchi le pas et décidé de devenir propriétaires ou copropriétaires de plantations au Costa Rica. Cela va leur permettre, comme cela a été le cas au cours de cette dernière campagne, de mieux gérer les flux d'ananas à l'exportation afin de mieux les adapter aux besoins des marchés et de leurs clients. Si on ne parle pas encore de rentabilité retrouvée, on peut au moins constater que les pertes au cours de la campagne écoulée ont paru, du moins pour certains importateurs, légèrement moins abyssales qu'elles n'avaient pu l'être par le passé. Il est vrai que la bonne tonicité de l'industrie du jus au Costa Rica a également contribué à réduire l'offre lors des épisodes de floraison naturelle.

Ananas bateau Sweet du Costa Rica - Pays-Bas - Prix import  
(en euros/colis | source : Thierry Paqui)



La campagne décrite ci-après couvre la période allant de la semaine 41 de 2020 à la semaine 39 de 2021. Elle s'est déroulée dans le contexte de pandémie, mais surtout elle a été marquée par une atonie de la demande spot sur d'assez longues périodes. Les cours moyens pratiqués sur le marché spot ont été plutôt stables, fluctuant entre 6 et 8 €/colis. La campagne n'a connu qu'une seule période durant laquelle les cours moyens spot ont été plutôt soutenus, alors qu'au cours de campagnes précédentes ces périodes plus fastes étaient plus nombreuses et permettaient de mieux rythmer la campagne.



## Le délitement du marché aggravé par le contexte de la Covid-19

Le dernier trimestre de l'année 2020 (semaines 41 à 53) a été compliqué à plus d'un titre pour le marché de l'ananas. Si les cours moyens indicatifs pratiqués sur le marché spot ont officiellement fluctué entre 5 et 8 €/colis, force est de reconnaître qu'au pire moment de cette période il n'y avait plus de prix de marché, tant les ventes se faisaient dans une atmosphère de sauve-qui-peut général.

Le délitement du marché au cours du dernier trimestre 2020 a été progressif. Début octobre, la situation était encore sous contrôle. L'offre de Sweet du Costa Rica était limitée à cause de diverses grèves et mouvements sociaux, qui avaient contribué à fortement réduire les exportations d'ananas. Le marché a donc été plutôt fluide, absorbant assez facilement les quelques volumes disponibles, sans impression de manque. A la fin du mois, la mise en place dans plusieurs pays européens de mesures de contrôle strictes contre la Covid-19 (couvre-feu, confinement, fermeture des restaurants, limitation du nombre de personnes rassemblées) laissait déjà entrevoir les difficultés auxquelles le marché devrait faire face, d'autant que la demande au niveau des supermarchés restait assez atone et que la fin des grèves au Costa Rica permettait à l'origine d'exporter à nouveau des volumes conséquents.

Début novembre, l'augmentation de l'offre costaricienne, alors que la demande était toujours aussi atone, a fortement pesé sur le marché. Les méventes se sont multipliées, d'autant plus que les fruits réceptionnés étaient de qualité hétérogène (conséquence des grèves dans les ports). La faiblesse de la demande et des ventes a obligé les supermarchés à fortement réduire leurs commandes. Les volumes non pris par la grande distribution ont très vite été reportés sur le marché spot, générant une surcharge de ce dernier. Si officiellement à ce moment de la campagne, le prix sur le marché spot fluctuait entre 4 et 6 €/colis, dans la réalité les cours étaient plus bas et il n'y avait plus de prix de marché, car tous les opérateurs s'étaient lancés dans une spirale baissière des prix dans l'espoir de se débarrasser de leurs stocks au plus vite avant le mois de décembre. Les ventes faites en prix après vente ont alors été nombreuses, sans pour autant permettre au marché de se rééquilibrer. Malheureusement, la situation est restée tendue et les stocks conséquents jusqu'à la fin de la première quinzaine de décembre. Les opérations de promotion lancées par la grande distribution en semaine 51 ont enfin permis de soulager la pression sur les stocks et contribué à redonner au marché un semblant de normalité, aidé il est vrai par les retards de navires de la dernière semaine de l'année.

## Marché stable et moins gêné par les mesures contre la Covid-19

De janvier à début avril (semaines 1 à 14 de 2021), la situation a été relativement stable. Les cours moyens sur le marché spot ont peu fluctué et sont restés stables entre 7 et 8 €/colis. Les meilleures ventes ont été réalisées autour de Pâques (environ 9 €/colis).

Dans l'ensemble, le marché de l'ananas a été assez fluide dès le début de l'année 2021. Le rythme de travail moins soutenu au Costa Rica au cours des semaines 52 et 53 de 2020 a contribué à réduire l'offre sur les marchés européens dès le début du mois de janvier. La grande distribution, grâce à ses nombreuses opérations de promotion, a continué à absorber la majeure partie de l'offre disponible. Les opérateurs ont craint que le renforcement des mesures prises pour contrôler la pandémie (fermeture des frontières aux pays extérieurs à l'espace européen, fermeture des commerces non-alimentaires et durcissement des périodes de couvre-feu) n'affecte la demande et les ventes en supermarchés, mais cela n'a pas été le cas.

Au cours de cette période, l'offre a souvent été perturbée par les nombreux retards de navires qui, en fonction de leur durée, ont parfois eu une incidence sur la qualité des fruits. L'offre spot représentait un minimum de risque pour les opérateurs car ils voulaient éviter d'avoir à gérer des stocks. Ils considéraient, en effet, que les prix spot (entre 6 et 8.5 €/colis selon les calibres), sans être très rémunérateurs, restaient néanmoins corrects, surtout au regard de la fin d'année difficile qu'ils avaient connue.

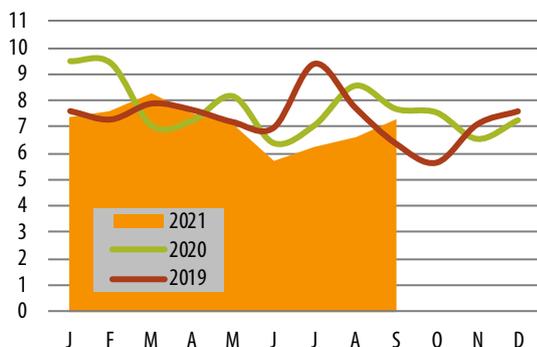
C'est à l'approche de Pâques que les premiers soucis logistiques ont commencé à produire leurs effets. Dans un contexte de circulation de plus en plus restreinte, les compagnies maritimes ont commencé à manquer de conteneurs réfrigérés. Ainsi, dès le début du mois de mars, certains opérateurs ont su qu'ils allaient manquer de fruits pour Pâques. La baisse des volumes était estimée de l'ordre de 15 à 20 % selon les importateurs. Le durcissement des mesures de lutte contre la Covid-19 a eu peu d'impact sur la demande en supermarchés, qui est restée stable, toujours soutenue par des opérations de promotion. La réduction de l'offre costaricienne à l'approche de Pâques a contribué au renforcement de la demande sur le marché spot. Toutefois, contrairement à ce qui avait été observé lors de campagnes précédentes, il n'y a pas eu d'envolée des cours spot, les opérateurs étant conscients de la fragilité de la situation globale.

## Un marché soulagé par l'allègement des mesures et par le soutien inopiné de la grande distribution

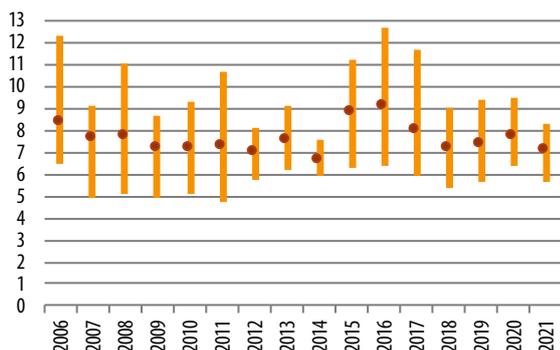
De mi-avril à début juin (semaines 15 à 22), l'offre du Costa Rica a été plus conséquente, tout en étant encore perturbée par les retards de navires. Plusieurs pays européens ont connu des épisodes de gel, qui ont eu un impact sur la disponibilité des fruits de saison. Habituellement, la grande distribution se repositionne sur ces fruits au détriment des exotiques comme l'ananas. Très tôt, plusieurs importateurs d'ananas ont été approchés par leurs partenaires pour savoir s'il leur était possible de maintenir leur approvisionnement au-delà des programmes convenus. Ces requêtes ont plutôt rassuré les opérateurs sur l'évolution du marché, surtout au moment où on annonçait le début de la floraison naturelle au Costa Rica. Fin avril, un peu partout en Europe, les autorités ont commencé à alléger les mesures contre la pandémie.

La faiblesse et le retard de l'offre de fruits de saison ont permis à la grande distribution de continuer à organiser des opérations de promotion sur l'ananas, au moment où l'offre était nettement plus conséquente en raison de la floraison naturelle. Malheureusement, la demande et les ventes en supermarchés n'ont pas suivi. Les acheteurs étaient plus à la recherche de fruits de saison, même si ces derniers, disponibles en volumes limités, étaient plus chers.

**Ananas bateau Sweet du Costa Rica - Allemagne - Prix import**  
(en euros/colis | source : Thierry Paqui)



**Ananas bateau Sweet - Allemagne - Prix import**  
(en euros/colis - 2021 : jan. à sept. | source : Thierry Paqui)



## Un marché surchargé face à une demande préférant les fruits de saison

De mi-juin à fin août (semaines 23 à 33), la combinaison de plusieurs facteurs a entraîné une nette dégradation des conditions de marché. L'offre de Sweet a été plus conséquente qu'initialement prévu, à cause du phénomène de floraison naturelle. Les retards de navires se sont poursuivis, avec des conséquences plus marquées sur la qualité des fruits, affectés par des pluies en zones de production. Alors que la demande peinait à s'intéresser aux ananas, l'offre de fruits d'été, bien plus disponible, a fini par complètement capter la demande. Les méventes se sont multipliées, affectant toutes les marques. Des ventes se sont faites en PAV sans que cela n'améliore la situation. Plusieurs lots ont fait l'objet de ventes de dégagement. On ne pouvait plus vraiment parler de prix de marché, tant les stocks étaient importants et la qualité des fruits hétérogène. Les opérateurs, qui voulaient surtout éviter de gérer des stocks de fruits fragiles, ont accepté tous les prix et de nombreuses ventes ont alors été faites à prix ouverts. Même si certains opérateurs ont pu agir sur l'approvisionnement et recevoir moins de fruits, les volumes disponibles sur le marché ne se vendaient pas.

En juillet, l'offre de Sweet a été très limitée (conséquence de la floraison naturelle), mais le marché a mis du temps à s'apurer à cause du démarrage des vacances d'été. La demande, toujours plus intéressée par les fruits de saison, n'est pas retournée vers l'ananas avant la fin de l'été. Malgré la grande faiblesse de l'offre costaricienne, les ventes sont restées très calmes tout au long du mois d'août.

A partir de septembre (semaines 35 à 39), la situation s'est progressivement améliorée car l'offre globale de Sweet était limitée alors que la grande distribution se repositionnait progressivement sur l'ananas. La bonne tonicité de la demande de l'industrie du jus au Costa Rica a contribué à réduire l'offre sur le marché européen. Les opérations de promotion en supermarchés ont facilité l'absorption des quelques volumes disponibles, alors que la demande spot restait globalement aussi atone ■



# Marché européen

## Ananas avion

### Le Cayenne mis à terre par le Pain de sucre et le Sweet

**Thierry Paqui**, consultant  
paqui@club-internet.fr

Les mesures prises pour contrôler la crise sanitaire de la Covid-19, qui ont parfois compliqué la mise en marché des ananas avion, semblent avoir agi comme un révélateur sur ce marché de niche. L'avenir paraît, en effet, bien sombre pour les exportations par avion d'ananas Cayenne. Seuls quelques opérateurs, qui font un travail particulièrement soigné, parviennent encore à commercialiser cette variété sans perdre de l'argent, mais leur nombre se réduit de plus en plus à peau de chagrin. Le désintérêt des acheteurs pour cette variété historique s'est accentué depuis l'introduction sur le marché avion, dans un premier temps, de la variété Pain de sucre, puis plus récemment de la variété Sweet. La tendance ainsi amorcée semble maintenant irréversible.





## La lassitude des acheteurs de Cayenne

Le marché de l'ananas avion est un marché de niche, réduit et très sélectif. On estime que, toutes variétés et origines confondues, il représenterait actuellement à peine 1 % des volumes importés par voie maritime en Europe. La France est le premier pays européen importateur d'ananas avion. On y retrouve les principales variétés disponibles dans le commerce : Cayenne, Pain de sucre, Sweet et Victoria. Si le consommateur français n'hésite pas à payer des prix relativement élevés pour avoir accès à des ananas avion, il est en revanche intraitable sur la qualité des fruits qui lui sont proposés. La trop grande hétérogénéité de qualité des lots de Cayenne a contribué à détourner progressivement les acheteurs de cette variété et à les pousser un peu plus d'abord vers le Pain de sucre et maintenant vers le Sweet.

Au lieu de parler de désintérêt, il vaudrait mieux parler de lassitude. Les acheteurs habituels de Cayenne semblent avoir été confrontés assez fréquemment à des problèmes de qualité. Les petits producteurs, surtout au Bénin, sur qui reposent la presque totalité des exportations de Cayenne de cette origine, ne disposent pas toujours des intrants nécessaires pour suivre à la lettre l'itinéraire technique de production développé et mis à leur disposition par le COLEACP (Comité de Liaison Europe Afrique Caraïbe et Pacifique).

Malgré un attrait toujours présent pour le Cayenne, les acheteurs, à force de déceptions, n'ont plus recherché que les marques dont le travail leur garantissait un fruit de qualité à l'arrivée. Malheureusement, l'offre de ces marques en variété Cayenne reste très limitée.

## Des coûts de fret avion se répercutent

La pandémie de Covid-19 a fortement impacté l'approvisionnement du marché avion. Les mesures de contrôle mises en place, qui ont parfois entraîné la réduction du nombre de vols passagers, principal moyen utilisé pour transporter ces fruits, ont également eu pour conséquence un net renchérissement des coûts de fret sur l'alternative représentée par les vols cargo. Les hausses de prix du fret ont été répercutées sur le prix des ananas, faisant de certains fruits provenant d'origines assez distantes (Equateur, Costa Rica, Kenya, Panama pour ne citer que les plus présentes sur le marché) de véritables produits de luxe, tant le prix payé pour ces fruits est parfois élevé (2.80 à 3.40 €/kg au stade grossiste importateur).

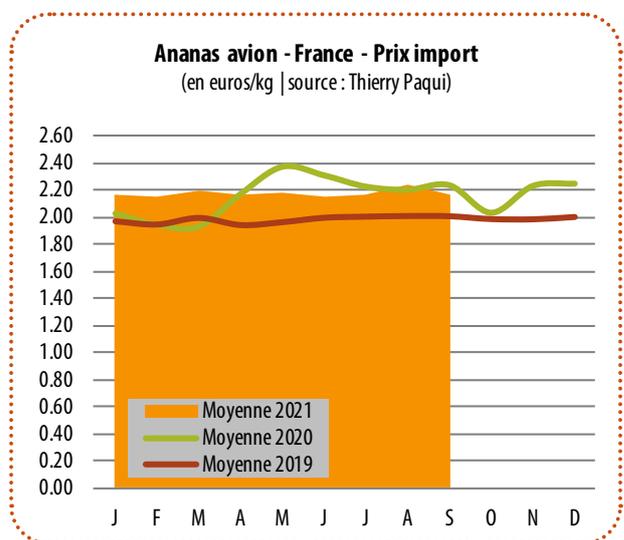
Les hausses de prix du fret ont impacté toutes les origines et obligé les importateurs à les répercuter sur les produits importés. Les difficultés rencontrées par certains importateurs à répercuter ces hausses sur des importations de Cayenne (Bénin notamment) ont contribué à réduire la présence de cette variété sur le marché.

## La qualité, juge ultime

L'offre de Pain de sucre (Bénin, Ghana et Togo), qui pour l'instant ne rencontre pas de problèmes de qualité majeurs, a réussi à absorber ces hausses de coûts. Il en va de même pour l'offre de Sweet (Costa Rica, Equateur, Kenya et Panama), dont les prix se sont nettement renchérissés.

Cette hausse des coûts de fret aérien a d'une certaine manière permis de clarifier les choses sur le marché avion. Les lots de piètre qualité ont eu plus de mal à se maintenir, tandis que ceux de qualité irréprochable ont continué de se vendre à des prix très soutenus. Dans ces circonstances, l'offre de moins bonne qualité a été moins viable et n'a plus permis de rémunérer les producteurs, ni les importateurs. La grande distribution a continué à jouer un rôle clé dans la mise en marché des ananas. L'offre de fruits très colorés (Sweet), toujours disponible en volume très limité, a surtout été écoulee via les marchés de gros à destination des revendeurs spécialisés.

La période considérée de la campagne avion va de la semaine 41 de 2020 à la semaine 39 de 2021. L'offre de Sweet (en provenance d'Amérique latine et du Kenya principalement), qui n'a été disponible qu'en quantités assez limitées, est celle qui a été le mieux valorisée. L'offre de Pain de sucre a continué à bien se vendre, avec des volumes plutôt conséquents. Toutefois, à cause de son double positionnement (une offre de fruits verts et une autre de fruits déverdis/colorés), les ventes ont été plus ou moins fluides en fonction des marchés ciblés. L'offre de fruits verts s'est vendue sans difficulté en grandes surfaces, tandis que celle de fruits colorés était vendue surtout sur les marchés de gros où les acheteurs étaient plutôt intransigeants sur la coloration des fruits. Si les fruits bien colorés se sont vendus assez facilement, ceux de coloration moyenne ont eu plus de difficultés. Les volumes de fruits verts, parfois délaissés par la grande distribution, ont eu du mal à se vendre sur les marchés de gros. En revanche, les ventes ont été plus compliquées pour l'offre de Cayenne car ce sont surtout les fruits de marques reconnues pour leur travail sur la qualité qui ont été les plus recherchés.



## Une fin d'année difficile

Au cours du dernier trimestre de 2020 (semaines 41 à 53), les ventes ont été difficiles sur le marché avion. La demande a été particulièrement atone, obligeant les opérateurs à fortement réduire leurs importations, et parfois même à les suspendre, pour éviter d'avoir à gérer des stocks de fruits à problèmes pour les fêtes de fin d'année. Les pluies au Cameroun et au Bénin ont fortement affecté les fruits et obligé les producteurs à être plus stricts sur la qualité des lots (Cayenne) exportés. Les ventes de Pain de sucre, habituellement plus fluides, ont aussi souffert de l'atonie de la demande. Les fruits mis en marché manquaient d'éclat. La situation n'a guère été meilleure pour les ventes de Sweet. Si les quelques lots d'Amérique latine parvenaient encore à se vendre, la situation a été plus compliquée pour ceux du Ghana. Jugés moins colorés, moins brillants que ceux des origines concurrentes, ils ont eu souvent du mal à trouver leur place sur le marché. Les opérateurs ont dû suspendre leurs importations de Sweet en provenance du Ghana entre les semaines 46 et 50. Le marché de l'ananas a été sous tension jusqu'au déclenchement très tardif (semaine 52) des achats festifs.

## Activité réduite jusqu'à Pâques

Du début de l'année à la semaine après Pâques (semaines 1 à 14 de 2021), l'activité a été plutôt réduite sur le marché avion. Anticipant une baisse de la demande après les fêtes de fin d'année, les opérateurs ont très fortement réduit leurs importations, sans que cela ne provoque un manque. Les congés d'hiver, qui se sont étalés sur le mois de février, n'ont pas non plus permis de relancer la demande. La sécheresse au Bénin et au Cameroun a contribué à réduire un peu plus l'offre de Cayenne. Les rares fruits disponibles manquaient souvent d'attrait en raison de leurs couronnes desséchées. La situation a été en demi-teinte pour les ventes de Pain de sucre. L'offre de fruits colorés, mais trop ternes, a eu du mal à se vendre, tandis que les lots de fruits verts ont bénéficié de ventes assez fluides en supermarchés. Sur le marché du Sweet, les quelques lots en provenance d'Amérique latine et du Kenya ont continué à bien se vendre. Les ventes ont été plus compliquées pour les fruits ghanéens, qui n'ont pas vraiment pu profiter de la faiblesse de l'offre latino-américaine pour mieux se vendre. La demande à Pâques n'a pas été très soutenue et les quelques lots disponibles ont amplement suffi à la couvrir.

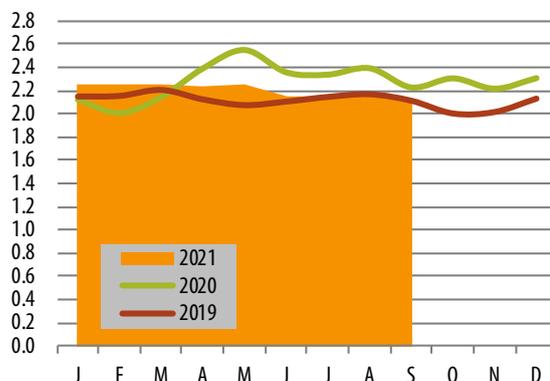


## La léthargie de l'été

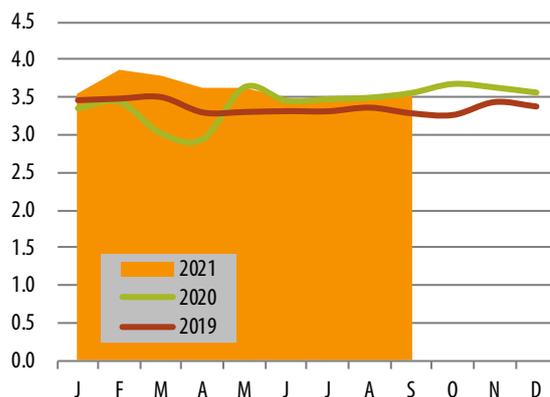
A partir de mi-avril (semaine 15), la situation s'est progressivement tendue. Dès l'apparition des premiers fruits de saison, la demande a commencé à marquer le pas et l'ananas a commencé à sortir des habitudes d'achat. Les opérateurs ont d'abord essayé de jouer sur le levier prix avant de prendre des mesures plus radicales, allant de la forte réduction à, parfois même, la suspension de leurs importations. Les offres de Cayenne et de Sweet ont continué à se vendre car elles étaient disponibles en volumes très limités. Les importations de Cayenne du Bénin ont pratiquement cessé à partir de fin juin (semaine 25). Les ventes de Pain de sucre, habituellement fluides, ont également été plus tendues et les opérateurs trop chargés en fruits ont souvent dû recourir à des ventes en PAV, sans pour autant que cela n'améliore vraiment la situation. En effet, le marché était entré dans sa phase estivale, durant laquelle la demande est essentiellement captée par les fruits de saison. Le marché avion est ainsi resté sans vie tout au long de l'été. Les cours n'ont pas fléchi pour les rares lots disponibles, les opérateurs sachant que jouer sur les prix ne contribuerait pas à améliorer la demande.

Fin septembre (semaine 39), le marché avion restait apathique. La fin des vacances scolaires et la reprise d'activité de la restauration collective n'ont pas suscité un intérêt plus marqué pour les ananas sur le marché avion ■

**Ananas Pain de sucre (avion) - France**  
Prix moyen import mensuel (en euros/kg | source : Thierry Paqui)



**Ananas Victoria (avion) - France - Prix moyen import mensuel**  
(en euros/kg | source : Thierry Paqui)



# Marché européen Ananas Victoria

## Un approvisionnement perturbé, mais pas de réel manque

Thierry Paqui, consultant  
paqui@club-internet.fr

**Le marché du Victoria est resté une fois encore la chasse gardée des origines de l'océan Indien : la Réunion, Maurice et, dans une moindre mesure, l'Afrique du Sud. Le contexte de la Covid-19 et les mesures prises pour en limiter l'expansion ont joué sur l'approvisionnement, sans pour autant créer de véritables périodes de manque malgré l'irrégularité des volumes et des calibres mis en marché. Néanmoins, le Victoria est resté le petit fruit exotique par excellence, avec des ventes toujours plus soutenues en fin d'année et à Pâques.**

### Un approvisionnement irrégulier, mais pas trop perturbant

Au cours du dernier trimestre de l'année 2020 (semaines 41 à 53), plusieurs facteurs ont perturbé l'approvisionnement du marché en ananas Victoria et fait craindre le pire aux opérateurs pour les fêtes de fin d'année. Dans un premier temps (semaines 41 à 48), l'offre a été très réduite. Le froid et la sécheresse ont considérablement restreint les volumes de la Réunion. De son côté, l'offre mauricienne subissait les mesures de contrôle de la Covid-19 prises par les autorités, qui ont entraîné une nette réduction du nombre de vols passagers au départ de l'île, limitant de ce fait les volumes expédiés tout au long du dernier trimestre. La faible disponibilité de Victoria a généré un raffermissement des cours pour les quelques lots disponibles.

Les basses températures à la Réunion ont alors déclenché un phénomène de floraison naturelle (semaines 49 à 53) qui a entraîné l'augmentation de l'offre réunionnaise au cours des dernières semaines de 2020. L'arrivée de ces importants volumes sur le marché, alors que la demande était toujours mitigée, a fait craindre le pire, d'autant plus que l'offre réunionnaise était assez déséquilibrée, avec une majorité de calibres 8 moins recherchés. La baisse des prix consentie par les opérateurs, de même que la faiblesse de l'offre mauricienne, ont permis au marché de mieux gérer cet afflux en attendant le déclenchement des achats festifs (semaine 51). Les calibres 6 et 7, plus recherchés et moins disponibles, sont ceux qui se sont le mieux valorisés.

### Et encore irrégulier pour Pâques

Au cours du premier trimestre de 2021 (semaines 1 à 17), l'approvisionnement est resté irrégulier. Après avoir été très importante en raison de la floraison naturelle, l'offre réunionnaise a connu une période de disette, normale après tout épisode de floraison naturelle. Au début de l'année, les rares lots mis en marché peinaient à trouver preneur, car ils étaient majoritairement constitués de petits calibres. Toutefois, dans un contexte d'offre réunionnaise extrêmement réduite, les acheteurs ont fini par accepter de se rabattre sur les quelques volumes réunionnais disponibles, malgré parfois l'inadéquation des calibres. Au cours de cette période, c'est l'offre mauricienne, mieux adaptée en termes de calibres et plus disponible, qui a capté l'essentiel de la demande.

A l'approche de Pâques, la faiblesse de l'offre globale de Victoria a permis aux quelques lots présents sur le marché d'être vendus à des cours assez soutenus. La baisse de la demande après Pâques n'a pas eu de grandes conséquences sur les ventes et sur les cours car les volumes mis en marché restaient largement inférieurs à la demande.

### Le Victoria marginalisé

Dès l'arrivée des premiers fruits de saison (semaine 18), le Victoria est progressivement sorti des habitudes d'achat. Les importateurs ont très vite réduit leurs importations pour mieux les adapter à la faible demande, sans pour autant que cela n'améliore vraiment la fluidité des ventes. L'intérêt pour le fruit était, il est vrai, très mitigé. Pour autant, le niveau des cours est resté relativement stable car les opérateurs savaient très bien qu'ils avaient peu de chance d'améliorer la demande en agissant sur le levier prix. Le marché du Victoria est donc entré dans une douce léthargie, dont il n'a commencé à émerger qu'à partir de la semaine 38 ■



© Guy Béthier

Fiche pays producteur

## L'ananas au Kenya

Noémie Cantrelle, Cirad  
noemie.cantrelle@cirad.fr

Si la filière ananas a plus de 50 ans d'existence au Kenya, avec une production principalement orientée vers l'industrie de la conserve, une jeune filière de fruits frais a vu le jour en 2017. Elle a été impulsée par un unique opérateur très expérimenté dans l'industrie de l'ananas, Del Monte. Grâce à la variété Sweet (MD2) et à un terroir kényan unique, conférant aux fruits des qualités organoleptiques intéressantes, ce groupe a développé les exportations d'ananas frais vers les marchés de proximité du Moyen-Orient dans un premier temps, et plus récemment vers l'Union européenne.

© Del Monte



CET HIVER, OFFREZ-VOUS L'EXCLUSIVITÉ ET LA DOUCEUR DU KENYA.  
UN ANANAS UNIQUE, CULTIVÉ DANS UN ENDROIT UNIQUE.

# THE TASTE OF NATURE



Chez Fresh Del Monte, nous sommes agriculteurs dans l'âme et nous accordons une grande importance au développement durable. Notre vision est d'avoir un impact positif et durable sur nos consommateurs, les personnes qui travaillent avec nous et pour nous, les communautés à travers le monde et la planète dans son ensemble. Dans cette optique, nous voulons bâtir une entreprise durable et résiliente qui contribue positivement à l'industrie agricole tout entière.



## Historique

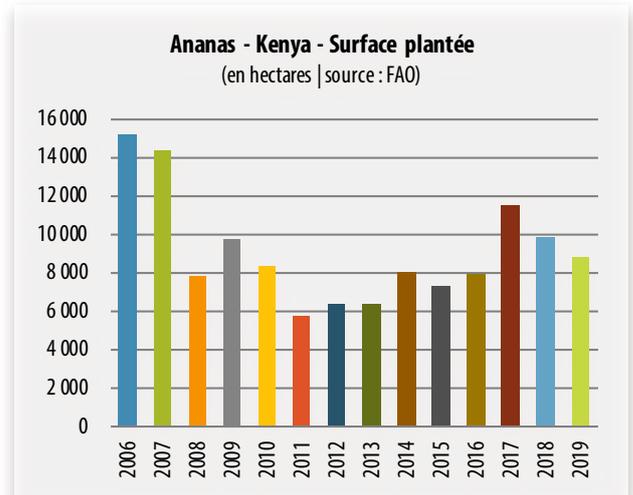
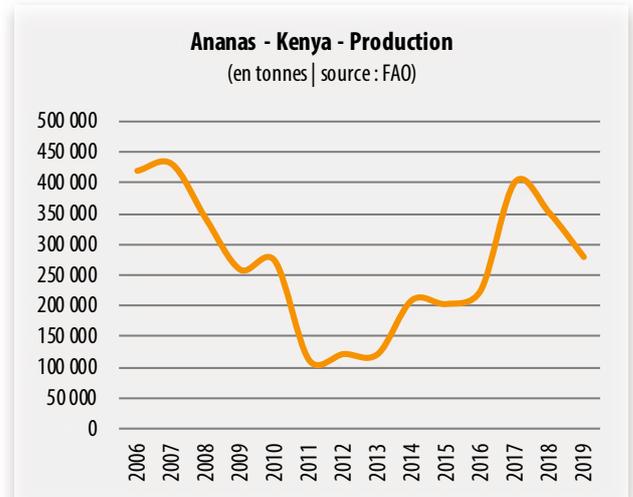
Ce n'est que dans les années 1950 que les premiers ananas furent plantés au Kenya par des producteurs sud-africains expérimentés dans cette culture. Les premiers essais ont été menés près de la ville de Thika, aux alentours de Nairobi. Les performances plutôt concluantes de ces premières plantations ont rapidement convaincu de nombreux autres agriculteurs de se lancer dans la culture de l'ananas. Bien que consommés localement frais, les fruits ont rapidement été destinés à l'industrie, permettant l'ouverture de la première usine d'appertisation d'ananas en 1957 par l'entreprise Kenya Cannery Factory. Suite à l'indépendance du Kenya en 1963, la politique gouvernementale visa à développer les exportations, notamment celles d'ananas en conserve, et proposa ainsi à l'entreprise américaine California Packers (future Del Monte) de devenir actionnaire de la Kenya Cannery Factory, puis propriétaire de l'usine d'appertisation de la zone de Thika. En 1968, Del Monte USA a acquis la majorité du capital de la Kenyan Cannery Limited et l'entreprise a pris le nom de Del Monte Kenya Limited. Des projets d'envergure ont été entrepris tels que l'extension des surfaces cultivées, la mise en place de la mécanisation au champ, l'irrigation, la construction de routes, d'écoles, etc.

Dans un premier temps, la production pour l'exportation d'ananas en conserve fut essentiellement composée de la variété Cayenne. La première récolte de Sweet au Kenya date de 2015, mais toujours à destination de l'industrie. Ce n'est qu'en 2017 que les exportations de fruits frais ont débuté.

## Localisation et production

La production kényane d'ananas est relativement fragmentée et se localise dans trois grandes zones bien distinctes sur le territoire : la zone centrale proche de Nairobi, principalement orientée vers l'exportation, et les zones côtières et de l'ouest (proche du lac Victoria) qui fournissent en majorité le marché local.

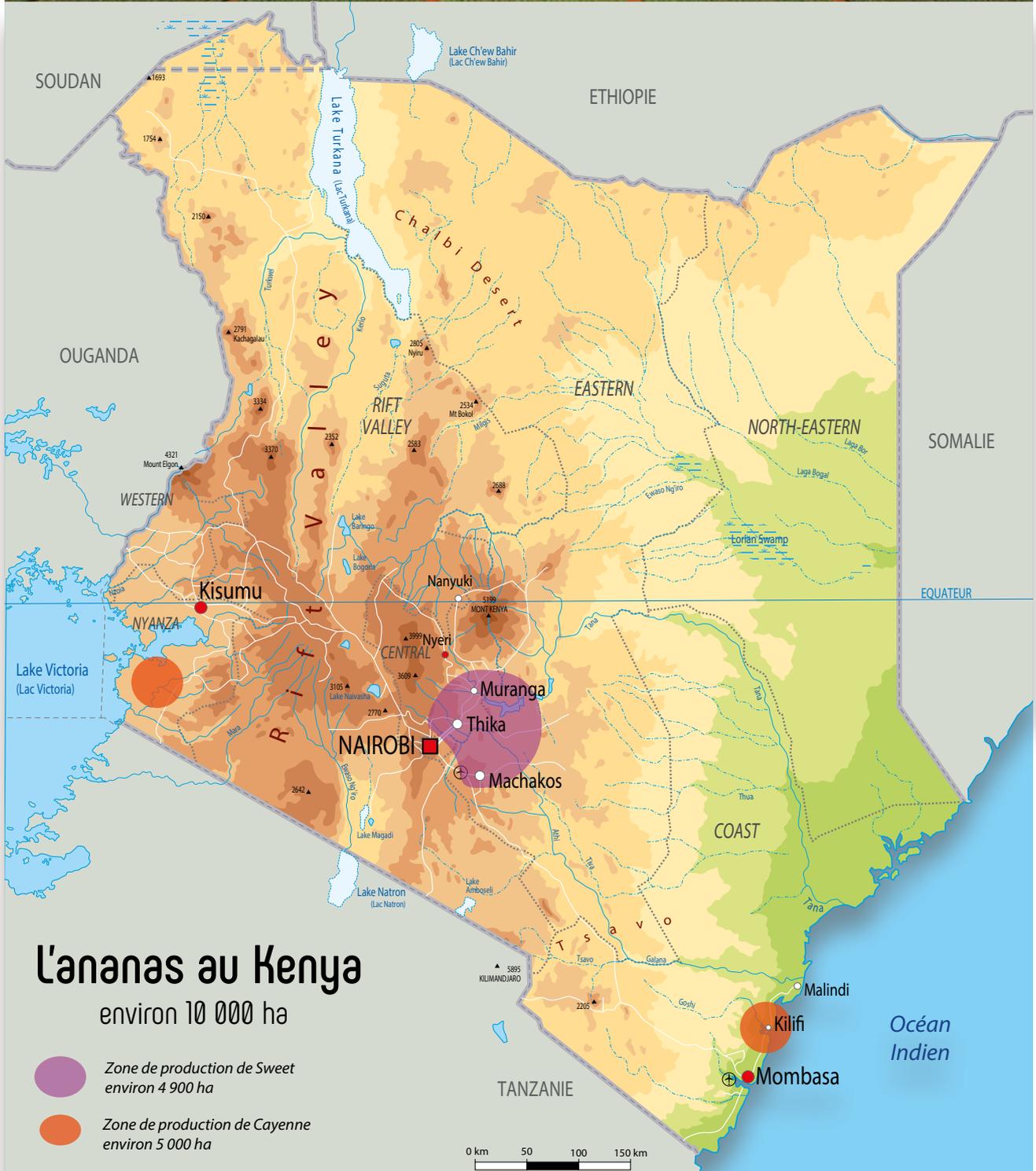
Le bassin de production historique se situe dans la région centrale proche de Nairobi, dans les comtés de Muranga, Kiambu et Machakos. La multinationale Del Monte y est implantée et est à la tête de 4 900 hectares. La variété Cayenne, traditionnellement présente, a été remplacée par le Sweet à partir de 2015. Aujourd'hui, la quasi-totalité des parcelles sont cultivées en Sweet. Grâce à des conditions climatiques favorables et à des itinéraires techniques maîtrisés, la production est continue tout au long de l'année, avec des retours de cycles pouvant aller jusqu'à 2,5 par an. Cette zone de production offre des conditions pédoclimatiques bien particulières et uniques au monde pour la culture de l'ananas. En effet, les plantations se situent à 1 500 mètres d'altitude. Le climat y est de type tropical avec une alternance de saisons sèches et humides. La pluviométrie annuelle moyenne est de 900 mm répartis sur deux périodes :



une période dite longue d'avril à juin (environ 600 mm) et une autre plus courte entre octobre et novembre (300 mm). La saison sèche s'étend entre janvier et mars, avec des températures élevées qui peuvent osciller entre 11 et 29°C. A contrario, entre juillet et août, les températures sont plus fraîches, entre 12 et 22°C. Les sols sont de type ferralitique avec une fraction argileuse. Les qualités organoleptiques de ces fruits cultivés en altitude sont reconnues et considérées comme uniques. L'engagement de Del Monte envers des pratiques plus durables a été accrédité par la certification « Sustainably Grown », délivrée par l'organisme certificateur SCS. Tous les fruits sont aujourd'hui certifiés. De plus, de nombreux projets sont également mis en place pour les populations locales, notamment en termes d'accès à l'éducation.

Les deux autres zones de production sont localisées sur la côte Pacifique, près de Kilifi, et dans l'ouest du pays, près du lac Victoria. Selon les derniers recensements de la FAO, elles occupent au total près de 5 000 ha. Le climat y est également de type tropical, avec une altitude plus basse. Dans ces régions, c'est la production de Cayenne qui est favorisée, principalement à destination du marché local.

# Ananas Kenya



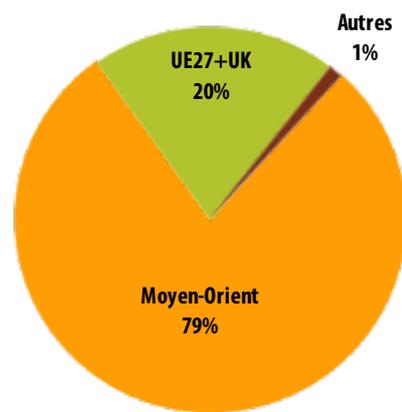
## Débouchés et exportations

Le Kenya est le 4<sup>e</sup> producteur d'ananas transformé au monde, avec plus de 48 000 tonnes exportées en 2020. Les exportations sont essentiellement assurées par la multinationale Del Monte depuis 1968. Si historiquement le gros des volumes expédiés par l'entreprise était sous forme transformée (conserves, jus), une jeune filière d'exportation en frais a vu le jour en 2017 et se développe rapidement.

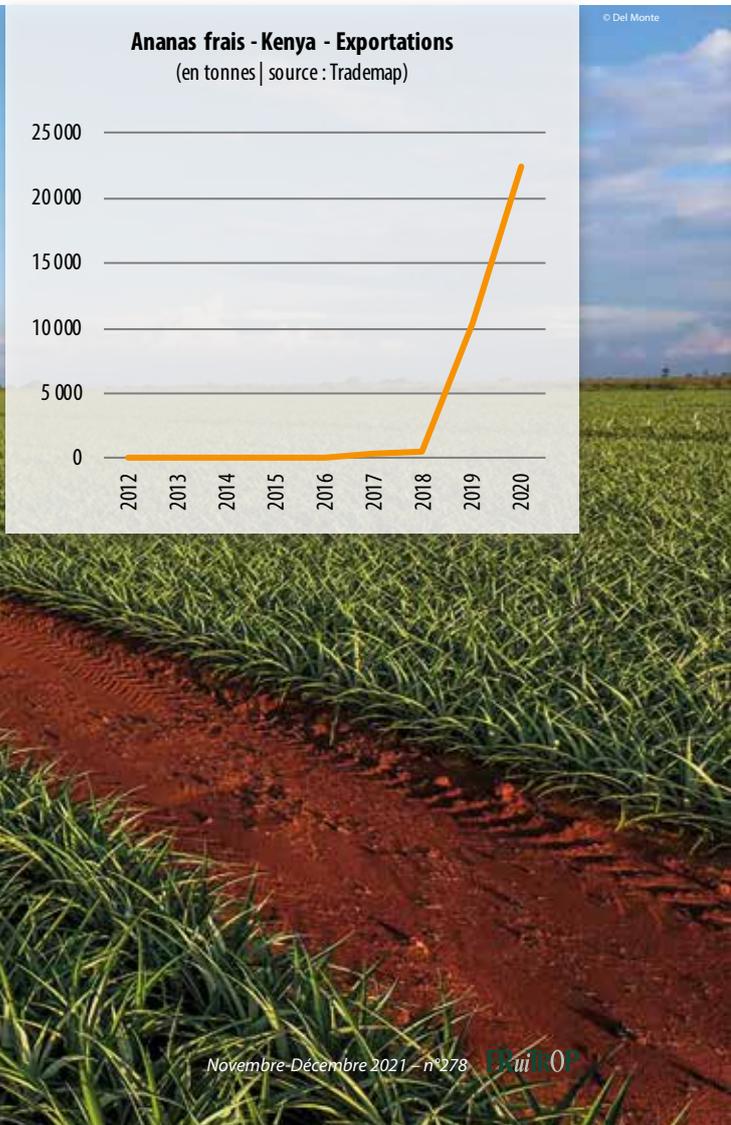
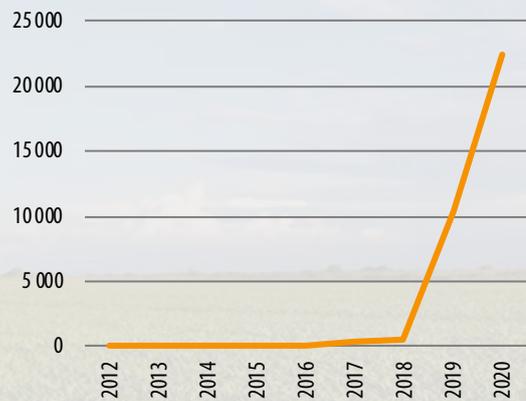
La création d'une station d'emballage à Thika a permis d'accompagner ce développement, les volumes d'ananas frais exportés passant d'à peine 524 tonnes en 2018 à 22 000 tonnes en 2020. Près de 80 % des volumes frais sont orientés vers les marchés du Moyen-Orient et 20 % vers l'Europe (soit seulement 4 555 tonnes), où l'origine rencontre un franc succès grâce à ses qualités organoleptiques et à des actions de marketing.

En raison de la proximité géographique, les volumes destinés au Moyen-Orient sont expédiés par voie maritime. Toutefois, pour l'Europe, l'avion est encore le mode de transport privilégié.

**Ananas frais - Kenya - Exportations par destination en 2020** (en tonnes | source : Trademap)



**Ananas frais - Kenya - Exportations** (en tonnes | source : Trademap)



## Segmentation

La segmentation de la production pour l'exportation est remarquable, aussi bien en frais qu'en transformé :

- ananas frais Del Monte Gold, variété Sweet ;
- ananas frais Honey Glow, variété Sweet, sélection des fruits les plus colorés ;
- ananas en conserve, en tranches ou morceaux ;
- ananas concentré ;
- produits secondaires pour l'industrie (purée par exemple).



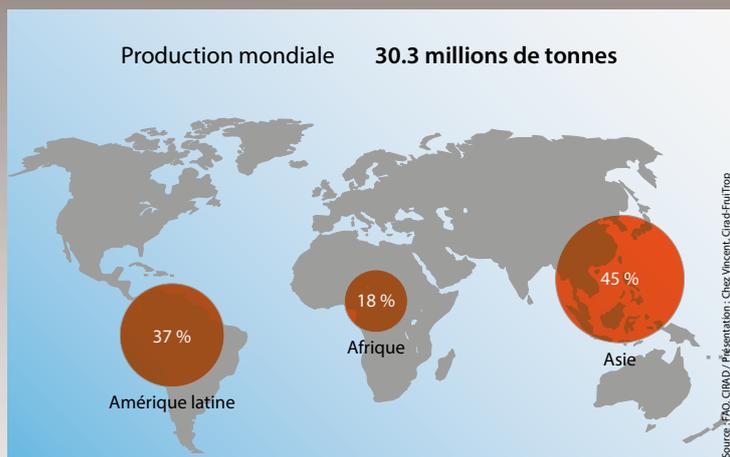
## Logistique

Le talon d'Achille des exportations de fruits frais kényans est la logistique. Le port de Mombassa est très régulièrement congestionné, entraînant des retards. De plus, la disponibilité des lignes maritimes est actuellement très inégale en fonction des destinations. Si les exportations vers le Moyen-Orient sont globalement rapides, avec des temps de transport allant de 10 à 22 jours, ce n'est pas le cas des expéditions vers l'Europe. Les lignes directes sont inexistantes et des transbordements sont nécessaires. Dès lors, les temps de transport sont rallongés et, dans le meilleur des cas, il faut compter entre 18 et 25 jours entre le port de Mombassa et les ports d'Europe du Sud. Ainsi, 80 % des volumes destinés à l'Europe sont expédiés par voie aérienne.



Photos © Del Monte

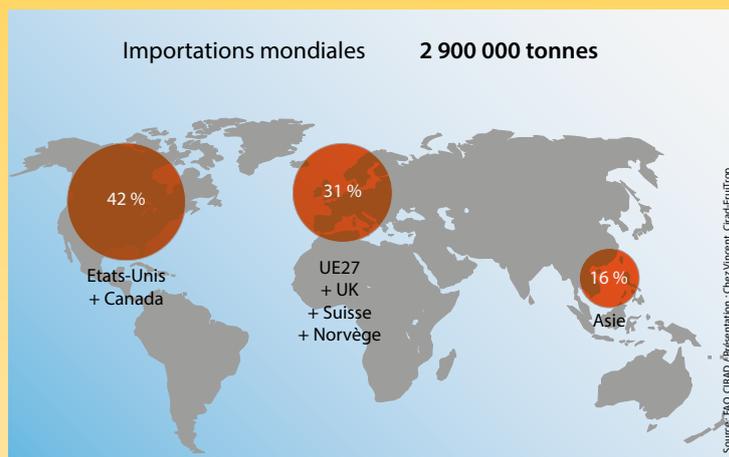
## ANANAS - Production (2019)



Ananas — Les dix premiers pays producteurs	
tonnes	2019
Costa Rica	3 328 100
Philippines	2 747 856
Brésil	2 426 526
Indonésie	2 196 456
Chine	2 158 691
Inde	1 711 000
Thaïlande	1 679 668
Nigeria	1 671 440
Mexique	1 041 161
Colombie	1 008 687

Source : FAO

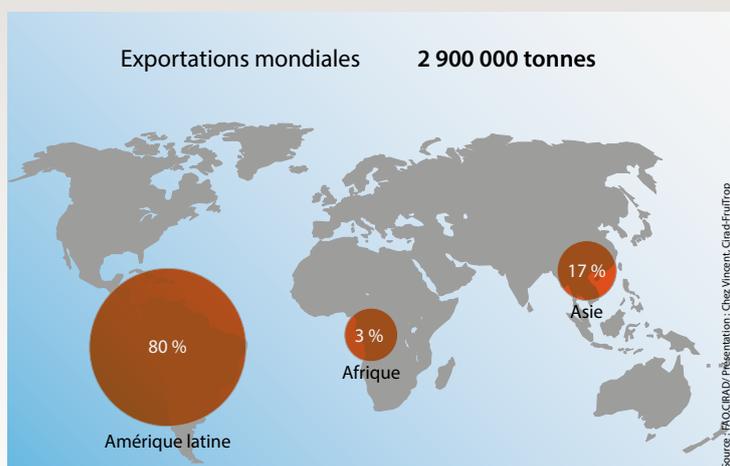
## ANANAS - Importations (2020)



Ananas — Les sept premiers pays importateurs	
tonnes	2020
États-Unis	1 099 121
Pays-Bas	252 513
Chine	218 680
Japon	157 080
Italie	130 251
Royaume-Uni	124 905
Espagne	122 125

Source : douanes nationales

## ANANAS - Exportations (2020)



Ananas — Les six premiers pays exportateurs	
tonnes	2020
Costa Rica	2 047 287
Philippines	582 769
Equateur	84 267
Honduras	81 486
Taiwan	45 623
Mexique	41 517

Sources : douanes nationales, professionnels

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

USA - Importations - Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>1 028 693</b>	<b>1 076 517</b>	<b>1 152 953</b>	<b>1 164 941</b>	<b>1 143 787</b>	<b>1 099 121</b>
Costa Rica	868 779	910 092	976 603	1 001 907	989 451	936 701
Honduras	47 734	48 008	53 790	57 401	62 872	67 625
Mexique	75 165	82 358	85 250	72 888	58 939	54 532
Guatemala	15 956	19 772	23 397	22 588	21 859	23 902
Équateur	5 972	3 140	542	917	2 859	7 471
Panama	5 276	5 116	6 054	5 829	3 937	2 051
Thaïlande	2 336	2 759	2 550	1 791	1 879	1 894
Autres	7 474	5 272	4 767	1 620	1 991	4 945

Source : douanes US

Canada - Importations - Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>109 493</b>	<b>118 539</b>	<b>127 600</b>	<b>126 506</b>	<b>119 823</b>	<b>113 016</b>
Costa Rica	100 461	108 122	112 695	115 455	107 412	100 322
Honduras	1 835	3 007	6 547	4 952	7 218	7 030
États-Unis	2 687	2 365	2 321	1 551	1 594	1 362
Équateur	1 033	728	695	724	481	540
Autres	3 477	4 317	5 342	3 824	3 118	3 762

Source : COMTRADE

Amérique centrale et du Sud - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>90 957</b>	<b>98 942</b>	<b>109 240</b>	<b>86 704</b>	<b>93 469</b>	<b>100 234</b>
Chili	35 187	37 496	47 410	55 117	41 278	41 148
El Salvador	20 154	22 184	22 234	26 391	31 339	25 091
Argentine	11 564	13 621	16 689	13 652	14 003	12 752
Uruguay	1 507	1 747	2 211	2 893	2 534	2 238
Paraguay	812	849	805	727	519	1 047
Costa Rica	16 118	18 128	14 859	310	7	9
Pérou	1	-	1	1	5	2
Autres	5 103	3 607	4 707	4 040	3 730	3 148

Source : COMTRADE

Union européenne - Importations - Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total extra UE, dont</b>	<b>836 875</b>	<b>847 087</b>	<b>941 887</b>	<b>1 017 099</b>	<b>1 000 304</b>	<b>881 875</b>
Costa Rica	720 418	736 274	817 016	905 773	895 418	782 802
Équateur	23 540	33 031	40 827	34 009	38 189	34 313
Côte d'Ivoire	24 666	21 624	27 333	24 079	26 168	22 321
Ghana	19 954	13 530	15 134	12 474	12 733	11 691
Panama	23 300	13 991	9 600	9 504	7 988	8 825
Colombie	4 444	8 480	13 945	10 974	5 453	4 256
Honduras	3 905	3 072	2 359	3 259	1 526	3 298
Rép. dom.	2 267	3 000	1 579	2 022	2 057	2 095
Togo	1 829	1 736	2 825	3 132	2 620	1 589
Cameroun	3 481	3 888	3 931	3 063	2 383	1 381
Bénin	3 647	2 949	945	807	748	1 285
Brésil	66	204	146	49	64	28
Autres	5 359	5 310	6 249	7 955	4 958	6 806

Source : Eurostat

Autres pays d'Europe de l'Ouest - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>26 334</b>	<b>25 920</b>	<b>26 832</b>	<b>25 849</b>	<b>24 731</b>	<b>22 904</b>
Suisse	20 079	20 090	20 841	20 086	18 706	18 262
Norvège	5 744	5 231	5 351	5 183	5 496	4 277
Islande	511	599	640	580	529	365

Source : COMTRADE

Russie - Importations - Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>32 229</b>	<b>33 381</b>	<b>45 867</b>	<b>52 697</b>	<b>51 181</b>	<b>53 306</b>
Costa Rica	28 592	28 418	40 101	47 565	43 373	48 374
Chine	1 252	2 118	3 519	2 994	4 124	1 716
Équateur	736	1 477	1 022	1 146	2 205	1 240
Panama	312	40	8	40	456	624
Philippines	537	406	267	436	572	142
Ghana	215	111	54	14	60	32
Cameroun	31	39	49	39	16	20
Brésil		26	12	5	-	-
Côte d'Ivoire	398	82				-
Autres	156	664	835	458	375	1 158

Source : COMTRADE

Autres pays d'Europe de l'Est - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>7 698</b>	<b>6 786</b>	<b>9 494</b>	<b>12 885</b>	<b>13 893</b>	<b>17 420</b>
Ukraine	2 554	3 022	4 087	6 052	6 052	10 440
Serbie	1 092	1 443	2 169	2 675	3 366	3 163
Biélorussie	2 957	1 000	1 589	1 985	2 222	1 979
Bosnie	535	742	974	1 157	1 237	1 041
Moldavie	560	579	675	1 016	1 016	797

Source : COMTRADE

Japon - Importations - Principaux pays fournisseurs						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>150 598</b>	<b>143 173</b>	<b>156 992</b>	<b>159 040</b>	<b>153 070</b>	<b>157 080</b>
Philippines	147 525	135 911	145 724	148 832	146 130	152 974
Taiwan	1 254	1 126	657	682	982	2 144
Costa Rica	770	4 895	7 246	6 362	3 816	289
Malaisie	38	196	900	908	338	92
États-Unis	33	82	1	16	1	-
Autres	978	963	2 464	2 240	1 803	1 581

Source : douanes japonaises

Autres pays d'Asie - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>200 222</b>	<b>222 363</b>	<b>271 010</b>	<b>323 698</b>	<b>379 111</b>	<b>313 753</b>
Chine	102 828	117 295	162 455	201 632	267 070	218 680
Corée du Sud	68 373	77 375	78 998	77 520	70 651	61 839
Singapour	22 060	22 558	22 415	24 242	21 160	19 101
Kazakhstan	2 221	1 848	3 556	3 645	3 452	3 542
Azerbaïdjan	2 094	963	1 417	1 892	2 373	2 373
Malaisie	2 646	2 324	2 169	2 662	2 788	1 587
Autres	10 614	10 877	8 796	12 105	11 617	6 631

Source : COMTRADE

Océanie - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>8 831</b>	<b>9 181</b>	<b>9 295</b>	<b>11 477</b>	<b>9 430</b>	<b>8 832</b>
Nelle-Zélande	8 377	8 829	9 148	11 362	9 361	8 762
Australie	454	352	147	115	69	70

Source : COMTRADE

Proche Orient - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>24 285</b>	<b>26 734</b>	<b>35 231</b>	<b>41 022</b>	<b>39 727</b>	<b>44 841</b>
Turquie	14 894	15 948	16 851	19 364	20 973	27 886
Israël	940	1 168	6 908	6 972	6 972	7 448
Maroc	3 493	4 477	6 473	9 169	9 448	6 981
Liban	3 694	4 021	3 724	4 248	1 685	1 473
Jordanie	1 264	1 120	1 275	1 269	649	1 053

Source : COMTRADE

Golfe persique - Principaux marchés						
tonnes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>103 974</b>	<b>87 677</b>	<b>105 447</b>	<b>96 180</b>	<b>102 882</b>	<b>101 375</b>
Em. Arab. Unis	49 011	42 095	46 630	46 163	43 254	49 742
Arab. saoudite	21 982	18 837	21 922	23 632	27 550	22 781
Iran	13 107	13 450	23 000	8 877	13 346	11 212
Yémen	7 318	608	925	3 828	3 858	5 908
Koweït	4 757	4 097	5 268	5 431	5 052	4 725
Qatar	5 097	5 000	4 738	4 815	5 153	4 577
Oman	2 702	3 590	2 964	3 434	4 669	2 430

Source : COMTRADE



© Agnès Delefortrie

# Défauts de qualité de l'ananas

Photos © Pierre Cornhaud



**Brunissement interne**



**Brunissement interne**



**Thielaviopsis paradoxa sur choc latéral**



**Début de Thielaviopsis paradoxa sur pédoncule**



**Thielaviopsis paradoxa aspect externe**



**Coup de soleil sur Victoria**



**Coup de soleil sur Victoria**



**Surmaturité**



**Cochenilles**



**Attaques d'insectes**



**Crevasse malformation ou déformation**



**Variation de la coloration au sein d'un même lot**



**Couronne abîmée et brûlée**



**Couronne trop longue écrasée par le couvercle de l'emballage**

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



**Début de brunissement interne**



**Début de brunissement interne sur Victoria**



***Thielaviopsis paradoxa***



**Début de *Thielaviopsis paradoxa* sur choc**



**Symptôme externe de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre**



**Symptôme interne de *Penicillium funiculosum* sur pain de sucre**



**Translucidité**



**Moisissure après transport sur pédoncule (*Penicillium*)**



**Moisissure après transport (*Penicillium*)**



**Micro-chocs**



**Dessèchement des bractées sur Victoria**



**Irrégularité de la coupe du pédoncule**



**Taille irrégulière des couronnes**



**Couronne mal réduite**



**Double couronne**

Un dossier préparé par  
Pierre Gerbaud

### Sommaire

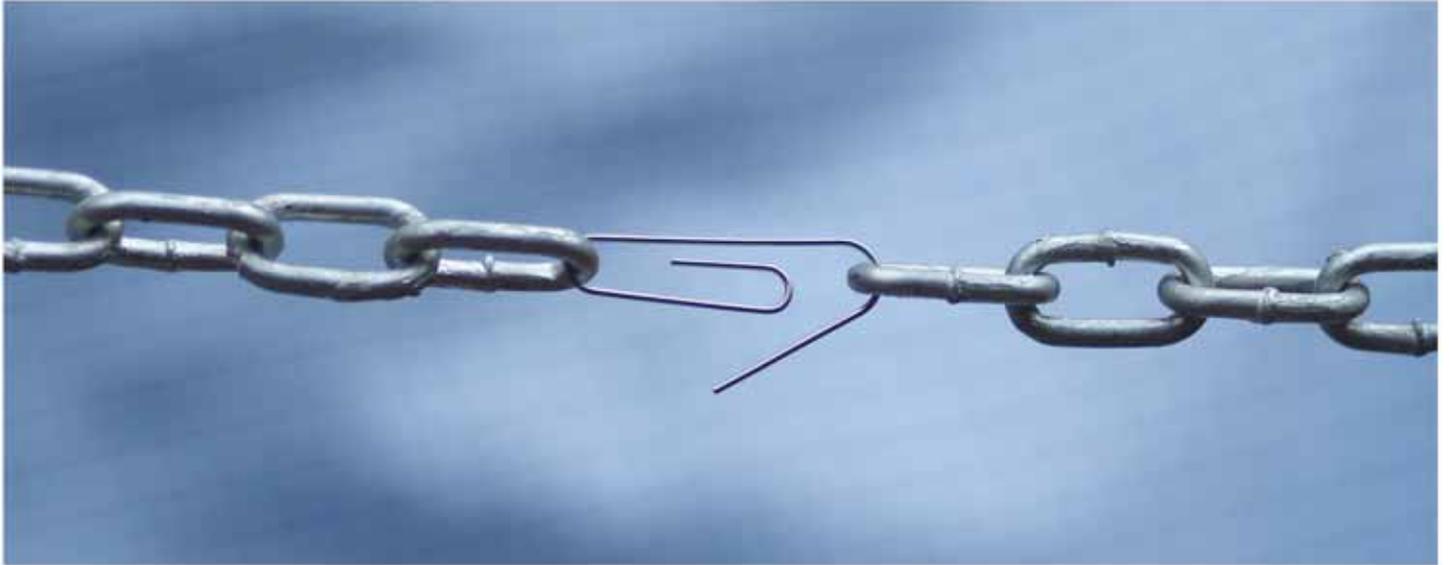
- p. 96 **Litchi de Madagascar – Bilan de campagne 2020-21 – Une bonne campagne**
- p. 101 **Litchi d’Afrique du Sud – Bilan de campagne 2020-21 – Une campagne mitigée**
- p. 103 **Litchi de la Réunion – Bilan de campagne 2020-21 – Retour vers les sommets**
- p. 105 **Litchi de l’île Maurice – Bilan de campagne 2020-21 – Une origine complémentaire**
- p. 106 **Défauts de qualité du litchi**

© Guy Bréhinier

# Litchi



# 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](mailto:info@reefertrends.com) or visit [www.reefertrends.com](http://www.reefertrends.com)**

reefer trends

# Litchi de Madagascar

## Bilan campagne 2020-2021

### Une bonne campagne

**Pierre Gerbaud**, consultant  
pierregerbaud@hotmail.com



Chaque année, lorsque se profile la campagne d'exportation du litchi, se posent les questions récurrentes de son organisation et du contexte. La relative fragilité qualitative du fruit et la brièveté de sa production constituent les éléments fondamentaux de la réflexion des professionnels de la filière. Une production tardive ou précoce, importante ou plus réduite, conduit à la mise en place de stratégies variables au regard des conditions de marché estimées ou espérées. Ceci est sans compter les éléments extérieurs qui viennent régulièrement perturber le déroulement de la campagne. Ainsi, durant la dernière décennie, ont été répertoriés des tempêtes de neige lors de la réception des fruits en Europe, des grèves de transporteurs routiers pour le post-acheminement des litchis, l'ensablement d'un navire chargé dans le port de Tamatave retardant son départ, la recrudescence d'une épidémie de peste à Madagascar remettant en cause la récolte et l'expédition des produits, le déroulement de l'élection présidentielle à Madagascar au moment où débutait campagne, etc. La campagne 2020-21 n'a pas échappé à ce cycle infernal d'obstacles avec la pandémie de Covid-19. Comment allait pouvoir se dérouler cette campagne commerciale dans un contexte mondial pour le moins bouleversé ?

Contre toute attente, la campagne 2020-21 aura sans doute été l'une des meilleures de la décennie. Pourtant, le contexte de la pandémie impliquait en amont de la filière des incertitudes quant aux capacités locales de récolte et de transport des marchandises, d'organisation du travail dans les stations de traitement et de conditionnement et d'expédition. En aval de la filière, c'est-à-dire sur les marchés européens, il était bien difficile de prévoir la réaction des consommateurs alors qu'on annonçait dès l'été la déferlante d'une nouvelle vague pandémique, avec son cortège de restrictions et d'éventuels confinements.

Quelques mois avant le démarrage de la campagne, la récolte s'annonçant vraisemblablement précoce, les acteurs de la filière du litchi malgache ont posé les fondements d'une organisation tenant compte du contexte. Ils ont reconduit plusieurs éléments déjà enregistrés lors des campagnes précédentes en concentrant les expéditions par voie maritime, profitant d'une production coïncidant avec une commercialisation au cours des fêtes de fin d'année.

## Le litchi, un produit passé de mode ?



Le marché du litchi stagne depuis plusieurs années. La mode qui l'animaient au début des années 2000 se serait-elle effilochée avec le temps ? C'est la question que l'on peut se poser lorsqu'on regarde l'évolution des statistiques des dernières décennies. Il semble loin le temps où ce fruit était disponible quasiment tout au long de l'année, certes en quantités variables mais présent. Cet approvisionnement faisait appel à de nombreuses origines compte tenu de la grande saisonnalité du produit. Cette saisonnalité de production s'est transformée en saisonnalité de consommation. Ainsi, la commercialisation du litchi sur le marché européen s'est concentrée sur la période des fêtes de fin d'année, avec un calendrier élargi de novembre à février. La zone de production de l'océan Indien (Madagascar, Afrique du Sud, Réunion, Mozambique et île Maurice) fournit toujours des quantités importantes de litchi, mais qui s'érodent sur le long terme. Cette évolution provient essentiellement du fléchissement des exportations de Madagascar, premier fournisseur du marché européen. Le potentiel de production demeure élevé, mais les marchés destinataires sont moins enthousiastes. Le litchi reste un fruit associé aux fêtes de fin d'année où la consommation atteint son zénith, mais sur une période de plus en plus courte. Quelques volumes restreints se commercialisent en juin/juillet en provenance du Vietnam, de Chine et du Mexique. Mais cette période est peu propice à la commercialisation du litchi, en pleine saison des fruits rouges de la production européenne. Le litchi retrouve ainsi des prix de vente de produit exotique, peu abordables par rapport à ceux pratiqués en fin d'année. Israël maintient également une offre en cours d'été, qui semble aussi s'éroder d'année en année. L'image du litchi se confirme selon une dichotomie opposant une période de consommation démocratisée en fin d'année et une période de consommation élitiste le reste de l'année.

La programmation de deux navires conventionnels était en effet maintenue dans un contexte mondial où la flotte de navires réfrigérés (reefer) tend à diminuer. Les deux navires retenus étaient les mêmes que les années précédentes. Ce choix, entraîné par la raréfaction de ce type de navire, a également été fait en raison de leurs caractéristiques techniques en termes de dimension, de vitesse de croisière et de capacité de production de froid indispensable au transport des litchis. Contrairement à d'autres fruits d'importation, le court laps de temps entre cueillette et embarquement des marchandises ne permet pas le refroidissement préalable des fruits. Or le litchi est l'un des rares fruits tropicaux à nécessiter un transport à basse température (+ ou - 1°C).

Les opérateurs choisissaient aussi de réduire les volumes traditionnellement acheminés par bateau au regard de l'évolution des marchés européens sur lesquels la commercialisation des litchis de Madagascar se concentre de plus en plus d'année en année. Cette réduction d'environ 2 000 tonnes permettait d'espérer, dans les conditions anxieuses des marchés, la garantie de prix de vente équivalents ou supérieurs à ceux des années précédentes. En quelque sorte, une adaptation de l'offre à la supposée demande à cette période de l'année.

Les opérateurs s'accordaient également sur le démarrage simultané des récoltes destinées, d'une part, aux expéditions par avion et, d'autre part, au chargement des navires programmés, élément déjà appliqué lors de la saison antérieure. Par ailleurs, toutes les mesures visant à garantir l'innocuité des fruits, mises en place depuis plusieurs campagnes, étaient reconduites et amplifiées. La surveillance des teneurs résiduelles en anhydride sulfureux était particulièrement renforcée, tant à l'origine qu'à la réception des fruits en Europe.



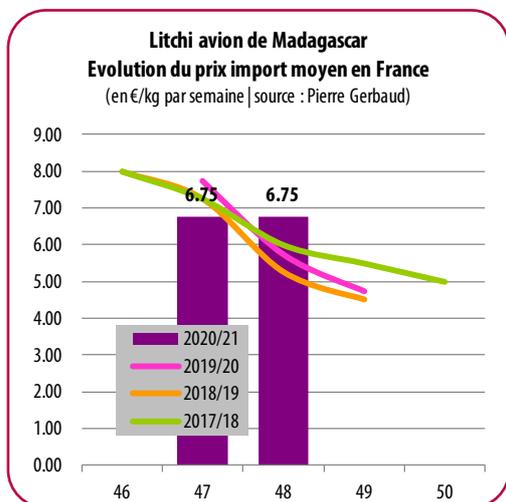
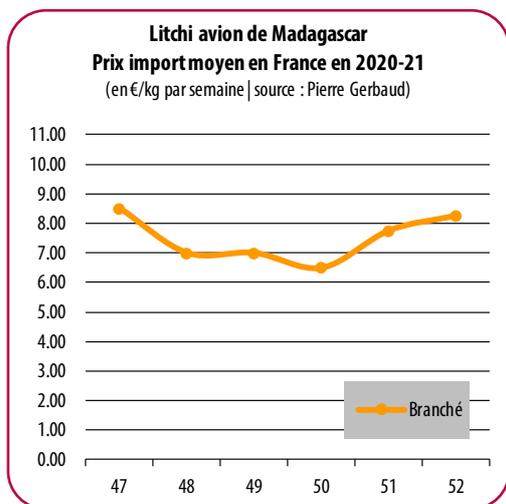
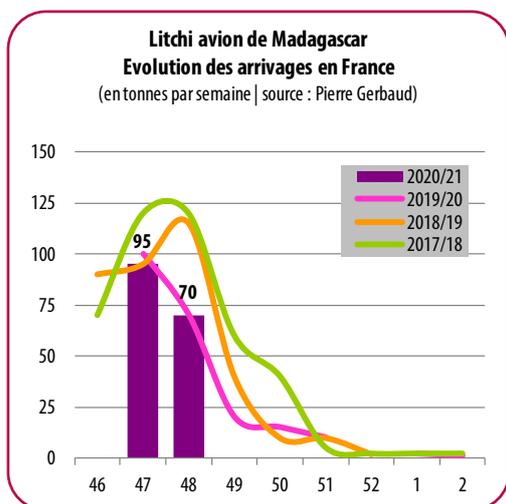


## Une courte campagne avion

L'ouverture officielle de la récolte le 13 novembre 2020, qui concernait à la fois les fruits avion et bateau, a entraîné un raccourcissement de la période de commercialisation des litchis avion, qui n'aura duré qu'un peu plus de deux semaines. L'année précédente, le démarrage précoce de la campagne avait déjà écourté la campagne avion à trois semaines. Au caractère de précocité s'est ajoutée l'ambiance concurrentielle des autres origines sur les marchés européens. Les distorsions de coût de revient selon la provenance des fruits ont été déterminantes pour la mise en marché. La raréfaction des liaisons aériennes, due au contexte de la crise sanitaire, et l'augmentation des tarifs de fret et de transit doivent également être prises en compte pour expliquer le déroulement de cette première partie de campagne. En dépit de ces contraintes, la commercialisation des litchis avion de Madagascar s'est plutôt bien déroulée. Les exportations ont totalisé environ 240 tonnes, en légère augmentation par rapport à l'année précédente où elles avaient atteint 220 tonnes. Malgré les conditions difficiles d'accès au fret aérien, les opérateurs ont finalement trouvé des solutions pour le transport de leur produit vers les marchés européens. Sur les 240 tonnes comptabilisées, 165 tonnes ont été expédiées durant les semaines 47 et 48 et se composaient de fruits égrenés et souffrés. La campagne s'est ensuite poursuivie avec des fruits branchés non traités jusqu'en fin d'année. Les tonnages concernés n'étaient alors plus comparables et se situaient autour d'une dizaine de tonnes par semaine.

A part quelques lots de la Réunion et de l'île Maurice réceptionnés à partir de la semaine 45, initiant la campagne avion, la saison n'a réellement commencé qu'en semaine 47 avec l'arrivée cumulée des volumes de Madagascar, d'Afrique du Sud et du Mozambique. Les importantes et soudaines quantités disponibles en semaine 47 sur un marché assez morose ont entraîné un effritement rapide des prix des litchis malgaches. Si les premiers lots se sont négociés sur une base de 7.50 €/kg, les prix s'orientaient progressivement à la baisse pour se stabiliser autour de 6.50 €/kg en fin de semaine. Ils se sont maintenus la semaine suivante, notamment grâce à la bonne qualité des fruits. Le calibre des litchis malgaches, plus important en moyenne cette année, ainsi que leur bonne qualité gustative (teneur en sucre et saveur) ont été des atouts essentiels. Les ventes se sont effectuées principalement en direction de la grande distribution, lui permettant d'amorcer la communication de ce produit pour les fêtes de fin d'année. La commercialisation des litchis traités de Madagascar s'achevait en fin de semaine 48 et au début de la semaine 49, avant l'arrivée du premier navire conventionnel programmé.

Parallèlement, des litchis frais branchés ou présentés en bouquet, à l'image des produits réunionnais ou mauriciens, étaient également proposés, mais en quantité moindre. Les premières expéditions étaient concomitantes des fruits traités, mais plutôt dirigées vers le commerce de gros et de détail traditionnel. La bonne qualité organoleptique des litchis malgaches était aussi soulignée et constituait donc un argument de vente supplémentaire. Les expéditeurs ont, cette année, amélioré le conditionnement des fruits en se rapprochant des méthodes utilisées par les origines concurrentes.



L'utilisation de sacs micro-perforés a permis un allongement de la durée de vie des fruits, toutefois limitée du fait de leur maturité souvent avancée compte tenu de la précocité de la campagne. Ces fruits, vendus sur les mêmes bases de prix que ceux de la Réunion en début de campagne (8.00-9.00 €/kg), connaissaient une décote sensible parallèlement à l'accroissement des arrivages des origines concurrentes. Les prix ne cessaient de s'éroder à 7.00 €/kg et jusqu'à 6.50 €/kg en semaine 50. Ils se redressaient ensuite jusqu'en fin d'année entre 7.00 et 8.50 €/kg, alors que la pression quantitative des fruits réunionnais fléchissait et que la demande restait plus soutenue pour les fêtes de fin d'année. Quelques lots de fruits frais vendus sous le label biologique se valorisaient au même moment à des prix légèrement plus élevés (1.00 à 2.00 €/kg). Au cours de la période la plus chargée en litchis frais (semaines 48 à 50), les litchis bio s'écoulaient sans réelle surcote par rapport aux fruits conventionnels.



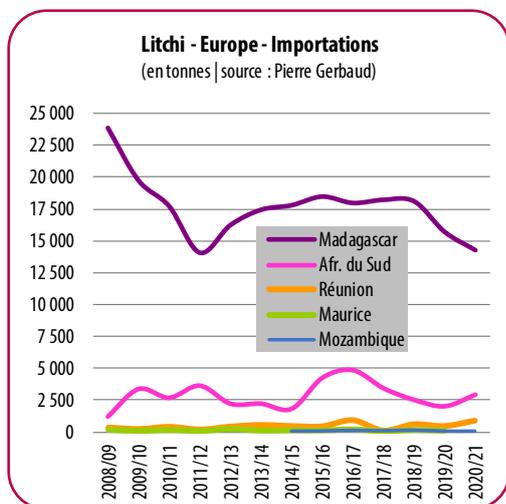
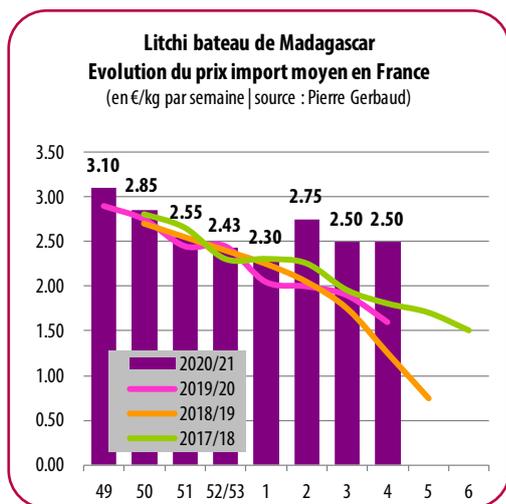
© Guy Brehiner

## Une stratégie payante pour la campagne bateau

Récolte précoce et réduction des tonnages constituaient les bases de la stratégie des opérateurs de la filière du litchi malgache pour affronter la campagne 2020-21, bénéficiant de surcroît d'une bonne qualité de fruit. Ces éléments semblent avoir été effectivement positifs cette saison, l'une des meilleures de la décennie.

L'ouverture officielle de la campagne le 13 novembre 2020 a permis un début de chargement rapide du premier navire conventionnel : le Baltic Klipper. Le chargement, limité dans la nuit du 13 au 14 novembre, s'est accéléré les jours suivants, en dépit de conditions météorologiques peu favorables. Plusieurs averses ont entraîné l'arrêt momentané du chantier, ralentissant les opérations de chargement. Compte tenu du démarrage précoce de la campagne, un délai plus étendu pour le chargement du navire était envisagé, permettant aux opérateurs de traiter et de conditionner les fruits dans une ambiance moins précipitée. Il aura fallu finalement quatre jours pour charger ce bateau, qui prenait la mer le 17 novembre en début de matinée. Il empruntait la route du Nord, via le canal de Suez, pour rejoindre l'Europe le plus rapidement possible.

Afin d'amorcer la commercialisation du litchi bateau, une escale dans le port de Marseille était décidée pour irriguer les magasins des grandes enseignes de la distribution. Il s'agissait de fournir principalement l'Europe du Sud, mais également l'Allemagne et les pays rapidement atteignables à partir du port de Marseille. L'année précédente, la première escale s'était faite dans le port de Sète début décembre, mais cette option n'a pas été retenue cette année en raison de l'augmentation du trafic sur ce port à cette période de l'année. Le Baltic Klipper a été réceptionné à Marseille le 30 novembre, date d'arrivée la plus précoce de l'histoire de la filière. Environ un tiers de la cargaison a été déchargé dans ce port. Cette première livraison a permis de fournir essentiellement les distributeurs qui avaient programmé leurs commandes afin de mettre en avant ce fruit auprès de leur clientèle. La mise en marché au prix de 2.80-3.00 €/kg créait une incitation pour les consommateurs peu enclins à acheter des litchis avion, nettement plus onéreux, d'autant plus que les fruits bateau étaient d'une bonne qualité gustative. Le dynamisme de la demande pour les litchis débarqués à Marseille occasionnait même des refus de vente par manque de marchandises ou à cause de perturbations logistiques de post-acheminement.



Le Baltic Klipper parvenait à Zeebrugge le 7 décembre 2020 et achevait son déchargement le 8 décembre, permettant une continuité d'approvisionnement pour le week-end des 12 et 13 décembre. Le cours des litchis s'effritait légèrement en semaine 50 (2.60-2.90 €/kg), phénomène logique après les premières ventes animées par l'effet de nouveauté. Il demeurait toutefois soutenu et d'un niveau supérieur à celui du début de campagne précédent.

Le second navire conventionnel, l'Atlantic Klipper, a quant à lui commencé son chargement le 16 novembre 2020 au soir, dans la continuité du bateau précédent. L'embarquement des palettes s'est effectué dans de meilleures conditions météorologiques que pour le bateau précédent, à un rythme calme. Les opérateurs malgaches disposaient de délais plus amples pour le conditionnement, d'autant que la cadence de traitement des fruits avait été prise avec le premier bateau. Chargé également en quatre jours, ce second navire prenait la mer le 19 novembre par la route du Sud (cap de Bonne Espérance) pour rejoindre directement le port de Zeebrugge. Ce parcours un peu plus long permettait de commercialiser la majeure partie de la cargaison du premier navire et de réceptionner ce nouveau bateau pour assurer l'approvisionnement des distributeurs pour les fêtes de fin d'année.

L'Atlantic Klipper a ainsi accosté à Zeebrugge en fin de semaine 50. Son déchargement s'est effectué dans de bonnes conditions entre le 14 et 15 décembre. Les litchis pouvaient ainsi être mis à disposition pour la fin de semaine précédant Noël. Le prix de vente moyen, jusque-là supérieur à celui de l'année précédente, rejoignait le même niveau en semaine 52, afin de maintenir l'intérêt des distributeurs et favoriser la mise en avant du produit (2.45 €/kg). En semaine 53, il se stabilisait à 2.40 €/kg, alors que les stocks s'épuisaient rapidement. Le solde de la cargaison du second navire a été commercialisé en début d'année, simultanément aux litchis acheminés par conteneurs maritimes, marquant la dernière phase de la campagne de Madagascar. Compte tenu de la bonne qualité des fruits, certaines chaînes de distribution ont poursuivi la commercialisation des litchis malgaches en janvier. Les volumes devenaient alors marginaux et les derniers arrivages intervenaient en première quinzaine de janvier 2021. Les ventes se poursuivaient jusqu'en fin de mois à des prix raffermiss (2.50 €/kg). Certes, quelques lots d'évolution plus rapide ou de qualité plus fragile se négociaient à des prix inférieurs, mais on n'assistait pas comme lors des années antérieures à une baisse continue des prix. La concurrence limitée des litchis sud-africains, en pleine campagne, n'a pas gêné outre mesure la commercialisation des litchis malgaches.

Précocité de récolte, modération des volumes expédiés, programmation logistique ajustée et bonne qualité des fruits constituent les éléments principaux du bon déroulement de la campagne de commercialisation des litchis de Madagascar. Ces différents vecteurs se sont harmonieusement enchaînés, sans souffrir d'obstacles imprévus dont la filière du litchi malgache est pourtant malheureusement familière. La campagne 2020-21 restera une référence ■



### Litchi – Océan Indien – Importations estimées de l'UE

Mode de transport	Avion		Bateau	
	2020-21	2019-20	2020-21	2019-20
Maurice	100	120		
Réunion	860	450		
Afrique du Sud	350	250	2 900	2 000
Madagascar	240	220	14 240	15 460
Mozambique	40	40	100	80

Sources professionnelles, collecte et traitement P. Gerbaud

### Litchi – Madagascar – Exportations par bateau

Navires conventionnels	Baltic Klipper		Atlantic Klipper	
	2020-21	2019-20	2020-21	2019-20
Date de départ	17 novembre	20 novembre	19 novembre	1 décembre
Date d'arrivée	Marseille 30/11 Zeebrugge 07/12	Sète 03/12	Zeebrugge 14/12	Zeebrugge 13 /12
Volumes en tonnes	2 400 + 5 200	5 800	5 300	8 800
<b>Saisons</b>	<b>2020-21</b>		<b>2019-20</b>	
<b>Conteneurs</b>	<b>900</b>		<b>1 000</b>	

Sources professionnelles, collecte et traitement P. Gerbaud

# Litchi d'Afrique du Sud

## Bilan campagne 2020-2021

### Une campagne mitigée

**Pierre Gerbaud**, consultant  
pierregerbaud@hotmail.com

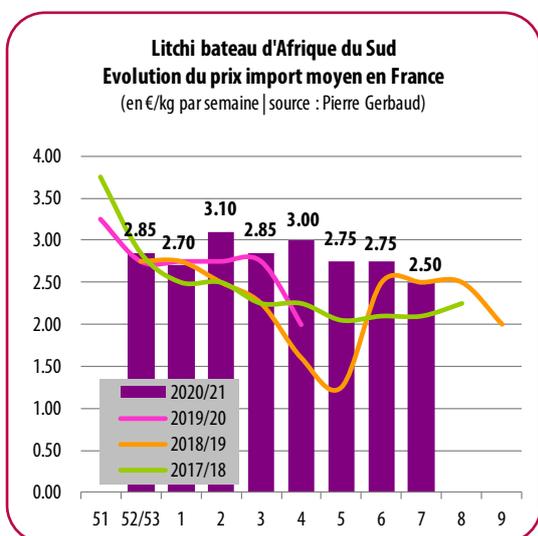
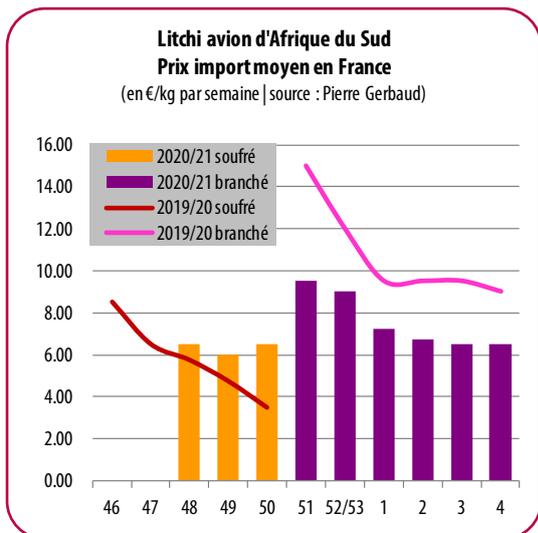
**A**vec une estimation d'exportation de 2 900 tonnes en 2020-21, l'Afrique du Sud reste le deuxième fournisseur de litchi de l'Union européenne pour la saison hivernale. Cette origine exporte des volumes assez variables selon les années, mais qui se situent généralement entre 2 000 et 3 000 tonnes, exception faite de quelques années records (4 000 à 5 000 tonnes en 2015 et 2017).

### Une campagne avion en deux phases

L'Afrique du Sud a réalisé ses premiers envois par avion à partir de la semaine 48, constitués de fruits égrenés et souffrés qui se sont ajoutés aux marchandises malgaches disponibles depuis la semaine précédente. Ils se sont poursuivis jusqu'en semaine 50, notamment sur le marché français. Quelques lots étaient encore disponibles sur d'autres places européennes jusqu'en fin d'année. Le cours des litchis sud-africains s'est maintenu entre 6.00 et 7.00 €/kg durant cette courte campagne avion et a suivi peu ou prou les prix appliqués à l'ensemble des origines présentes sur le marché. La modération des volumes expédiés par Madagascar a favorisé cette évolution. Les deux origines concurrentes sur ce créneau commercial avaient chacune des atouts pour valoriser leur produit. Les fruits de Madagascar ont bénéficié d'une qualité gustative unanimement reconnue et ceux de l'Afrique du Sud étaient de meilleur calibre, élément qui reste l'apanage de l'origine.

L'arrivée précoce des premiers litchis malgaches par bateau a limité l'étendue de la période de commercialisation des litchis souffrés transportés par avion. A partir de la semaine 50, les opérateurs sud-africains modifiaient leurs envois, en privilégiant les fruits frais branchés ou présentés en bouquet. En cela, ils s'adaptaient à la demande et rejoignaient les opérateurs réunionnais et mauriciens. D'abord composées de la variété Mauritius, les livraisons d'Afrique du Sud se diversifiaient dès la fin d'année avec des fruits frais de variété Red McLean. Les deux variétés ont été commercialisées simultanément entre la fin d'année et le début 2021, avec un fléchissement quantitatif pour les Mauritius et un dévelop-





peuvent des volumes de Red McLean, qui avaient pour avantage leur aspect plus tardif permettant la poursuite des exportations et une coloration particulièrement attractive. En revanche, leur qualité gustative s'avérait moins appréciée des consommateurs. Le passage entre les deux variétés s'est illustré par une baisse sensible et progressive des prix. Cette évolution tarifaire n'a pas été le seul fait de l'aspect variétal. La demande du début d'année a été beaucoup plus modérée, le litchi restant un produit associé à la période des fêtes. De surcroît, la qualité des produits réceptionnés était plus fragile, phénomène qui a également pesé sur les prix.

## Une campagne bateau disparate

La campagne bateau a débuté plus tardivement afin, vraisemblablement, d'éviter une confrontation directe avec la concurrence malgache durant la période des fêtes de fin d'année, souvent génératrice de baisse des cours. L'allongement de la campagne sud-africaine provient également d'une répartition plus large des zones de production n'intervenant pas au même moment. Les premiers conteneurs sud-africains ont été réceptionnés en Europe en toute fin d'année (semaine 53). La mise en marché s'est effectuée dans des conditions satisfaisantes, dans la mesure où la pression des volumes de Madagascar s'avérait moins importante que les années précédentes. La précocité de la récolte des fruits malgaches ainsi que la réduction des volumes expédiés par cette origine laissaient une plus grande latitude aux opérateurs sud-africains. Au début de l'année 2021, les litchis de Madagascar acheminés par navires conventionnels étaient presque totalement écoulés et la campagne par conteneurs qui suivait était peu importante. Dans ce cadre, les litchis sud-africains obtenaient même des prix en hausse durant le mois de janvier. Pourtant, en milieu de mois, la demande devenait moins pressante et la qualité des litchis sud-africains se fragilisait. La grande diversité de coloration des fruits ainsi que leur tenue variable détournait les acheteurs du produit. Les fourchettes de prix s'élargissaient en fonction de la qualité des lots. L'apparition de moisissures contraignait les réceptionnaires à trier la marchandise avant commercialisation. L'expérience des années antérieures a montré que les moisissures sur les fruits entraînent le plus souvent leur retrait de la vente car, malgré le tri, les moisissures reviennent très rapidement sur les produits. La deuxième partie de la campagne sud-africaine s'est donc avérée inconstante et peu profitable. Seuls les fruits de qualité et de coloration correcte trouvaient encore preneur jusqu'en seconde quinzaine de février, date à laquelle l'approvisionnement cessait.

La campagne du Mozambique voisin, plus courte et moins importante, s'est déroulée en parallèle de la campagne sud-africaine. Plus précoce d'une semaine pour les envois par avion, elle a obtenu des prix de vente équivalents à ceux de l'Afrique du Sud. Il en a été de même pour la campagne bateau qui s'est achevée mi-janvier ■

# Litchi de la Réunion

## Bilan campagne 2020-2021

### Retour vers les sommets

**Pierre Gerbaud**, consultant  
pierregerbaud@hotmail.com

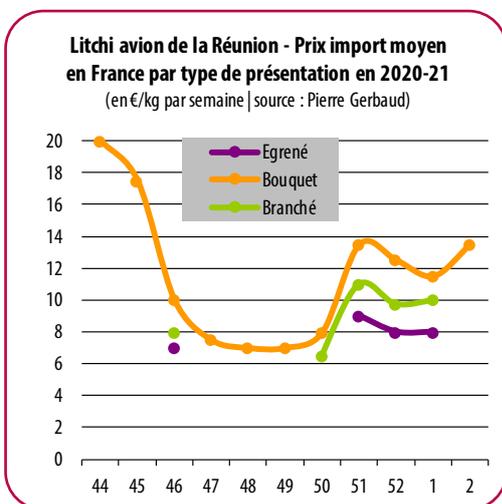
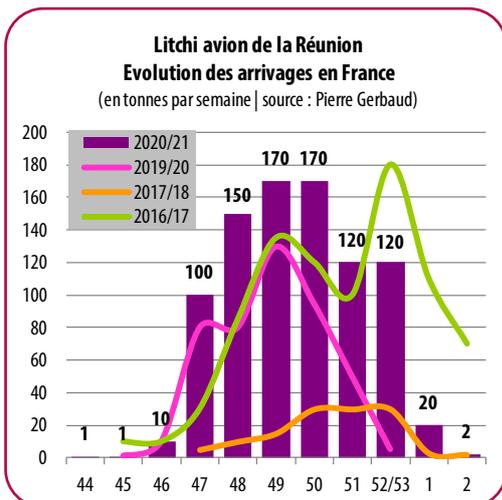
**A**près une campagne particulièrement indigente en 2017-18 (125 tonnes), la Réunion retrouvait en 2018-19 un rythme d'expéditions plus conforme à la moyenne des années antérieures (460 tonnes). Les envois de la saison 2020-21 estimés à 860 tonnes marquent un retour vers le record de 2016-17 (895 tonnes). Cette envolée des volumes s'est effectuée dans un contexte de campagne précoce, à l'instar des autres origines de l'océan Indien. Les premiers lots ont été réceptionnés en semaine 44, inaugurant la campagne de commercialisation de ce fruit. Les quantités (moins d'une tonne), alors symboliques, se sont vendues « sous le manteau » à des prix élevés entre 20.00 et 24.00 €/kg. La semaine suivante, les disponibilités demeuraient extrêmement faibles et s'écoulaient entre 15.00 et 20.00 €/kg sur un marché encore peu ouvert aux produits festifs. En semaine 46, l'offre s'amplifiait de façon plus significative et s'accompagnait d'une nouvelle baisse tarifaire (8.00-12.00 €/kg). Le profil de la campagne réunionnaise se modifiait nettement en semaine 47, avec des expéditions massives (100 tonnes) pesant sur les prix qui chutaient à 6.00-9.00 €/kg, toujours pour des fruits en bouquet, présentation dominante des litchis réunionnais et souvent imitée par les origines voisines. A cette période encore assez éloignée des fêtes de fin d'année, la demande pour les litchis réunionnais restait encore timide, compte tenu des prix au stade de détail. C'est au cours des semaines 48 à 50 que la Réunion arrivait à son pic de campagne, avec des expéditions comprises entre 150 et 200 tonnes par semaine. La précocité de la récolte connaissait alors son revers, car la période d'arrivages massifs précédait celle où la demande s'emballe traditionnellement pour les fêtes de fin d'année. L'accumulation de marchandises, face à une demande existante mais pas encore à son niveau maximum, provoquait un élargissement des fourchettes de prix. La moindre fluidité des ventes entraînait la formation de stocks préjudiciables à la qualité des fruits, générant ainsi des ventes à des prix inférieurs à ceux mentionnés ici.



© Guy Brehinier

**Litchi de la Réunion**  
**Evolution des exportations vers l'Europe**  
(en tonnes | source : Pierre Gerbaud)





La préoccupation majeure des opérateurs était alors la capacité des expéditeurs réunionnais à poursuivre leurs envois pour couvrir la période des fêtes. Une situation similaire, mais plus atténuée, était advenue la campagne précédente. Les opérateurs réunionnais maintenaient toutefois un flux conséquent en effectuant des récoltes sur des vergers d'altitude, de production plus tardive. A partir de la semaine 51, les volumes réceptionnés chutaient alors que la demande progressait pour les fêtes. Dans ce contexte de déséquilibre demande/offre, les prix se raffermissaient sensiblement, dépassant le seuil des 10.00 €/kg. La tendance s'affirmait à la hausse, mais dissimulait des inégalités car ces fruits plus tardifs présentaient une qualité plus fragile, nécessitant des ventes rapides et limitant ainsi le redressement des cours. Les quantités expédiées en début d'année 2021 ont décliné rapidement, mais se sont écoulées à prix ferme pour les fruits de bonne tenue.

Les fruits branchés, moins présents que ceux en bouquet, se sont négociés généralement à des prix inférieurs (2.00 à 3.00 €/kg). Les fruits égrenés complétaient les livraisons réunionnaises, mais étaient davantage orientés vers la grande distribution, présentés en barquette de 500 g. Ces produits ont souvent fait l'objet de programmes pré-établis avec certaines enseignes afin de mettre le produit en avant sur les linéaires. Les prix négociés étaient inférieurs à la moyenne de 8.00 €/kg enregistrée sur les marchés de gros.

La Réunion demeure le fer de lance du marché du litchi frais par avion. Celui-ci est toujours considéré comme l'étalon de référence pour ce produit. Cette image est le résultat d'une stricte sélection des fruits exportés, mais aussi d'innovations. Ainsi, les sachets micro-perforés, permettant une plus longue conservation de ces fruits fragiles, ont permis d'augmenter les volumes mis en marché. Cette réussite s'est rapidement répandue parmi les pays producteurs de l'océan Indien. Plus tard, la présentation en bouquet, pour mettre en valeur le fruit et faciliter la création d'une ambiance exotique dans les commerces de détail, a elle aussi été imitée par les origines concurrentes. Cette année, les opérateurs réunionnais ont créé un nouvel emballage pour valoriser davantage le fruit. Le concept retenu semble s'orienter vers une image plus luxueuse du fruit. Il s'agit de sachets « cristal » (transparents) dans lesquels sont disposés des fruits égrenés de qualité supérieure, de coloration prononcée et de gros calibre. Les sachets sont fermés à l'aide d'un ruban à la manière d'une confiserie. D'un poids généralement de 400 g, ils confèrent aux fruits une image de bonbons et constituent également une unité de vente de bonne dimension. Cette nouvelle présentation, certes marginale par rapport aux volumes totaux expédiés, s'est valorisée à hauteur de 11.00-12.00 €/kg durant la période de pleine campagne qui permettait une sélection particulière des fruits de qualité irréprochable.

Si la précocité de la campagne semble un élément déterminant pour un pays comme Madagascar, on observe que ce n'est pas si favorable pour la Réunion. Cela précipite en effet le pic de volumes à une période où la demande est en progression, mais n'est pas encore au point culminant des fêtes de fin d'année. Néanmoins, la Réunion reprend cette année la tête des fournisseurs de litchi frais sur le marché métropolitain. La périssabilité des marchandises ne permet pas la réexpédition de volumes importants vers des marchés extérieurs. C'est aussi ce facteur qui constitue l'une des contraintes commerciales du produit, limitant une adaptation plus fine de l'offre à la demande ■



# Litchi de l'île Maurice

## Bilan campagne 2020-2021

### Une origine complémentaire

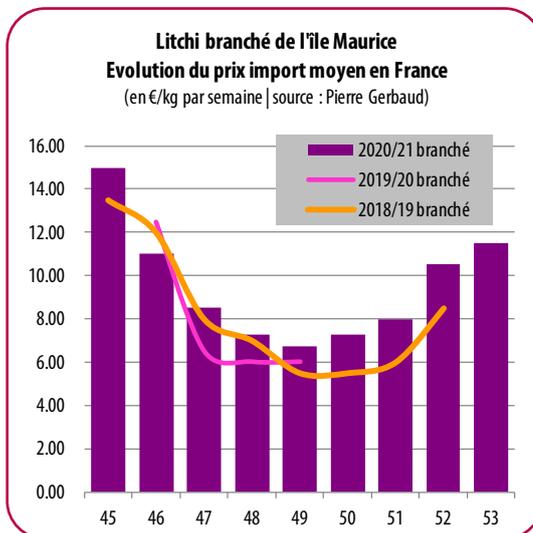
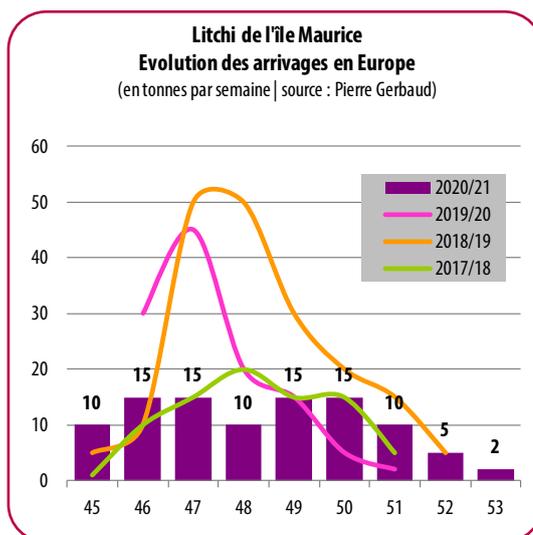
**Pierre Gerbaud**, consultant  
pierregerbaud@hotmail.com

Comme les autres origines de l'océan Indien, l'île Maurice a bénéficié d'une récolte de litchi précoce en 2020. Les premières expéditions ont été effectuées simultanément à celles de la Réunion en semaine 45. Elles se composaient majoritairement de fruits en bouquet, mode de présentation de plus en plus employé par les origines occupant le créneau du litchi avion. Il semble que cette présentation ait été privilégiée cette année par les exportateurs mauriciens, délaissant les fruits égrenés et souffrés. Sur le marché français, les litchis en bouquet et/ou branchés ont composé l'essentiel des exportations mauriciennes. Les litchis égrenés et souffrés semblent avoir été plutôt dirigés vers les marchés du nord de l'Europe (Pays-Bas et Belgique). Le cours des litchis mauriciens a suivi l'évolution générale du marché, avec une dégradation progressive parallèle au développement des tonnages. De la semaine 45 à la semaine 49, les prix ont chuté de moitié, passant de 15.00 €/kg à 7.00 €/kg, du fait de la concurrence de la Réunion et du pic de l'offre par avion toutes origines confondues entre les semaines 47 et 49. Les prix se redressaient presque aussi fortement qu'ils s'étaient écroulés, repassant en fin d'année autour de 10.00-12.00 €/kg. Le retrait rapide des volumes réunionnais a assurément permis cette remontée tarifaire durant la période des fêtes de fin d'année. La campagne mauricienne s'est achevée en fin d'année avec des quantités peu significatives. On estime les exportations mauriciennes à peu près au même niveau que lors de la précédente campagne, vraisemblablement entre 150 et 200 tonnes.

L'île Maurice demeure une origine complémentaire sur le marché du litchi de fin d'année. Si les volumes restent modérés, on notera l'amélioration qualitative des fruits qui n'ont rien à envier à ceux de leur concurrent direct. L'adoption du même type d'emballage et de présentation que les litchis de la Réunion leur permet de faire armes égales avec cette origine. Seules les différences de volumes expédiés séparent ces fournisseurs. A ce titre, les litchis de l'île Maurice subissent toujours le poids des exportations réunionnaises, nettement supérieures. Il n'y a que la temporalité des campagnes qui puisse, a priori, avantager ou léser les opérateurs mauriciens. Leur réactivité par rapport à la demande du marché constitue également un atout pour valoriser au mieux leur produit. Enfin, leur compétitivité peut également jouer en leur faveur, si elle n'est pas contrariée par des modifications structurelles des aides dont peuvent bénéficier les différents fournisseurs du marché européen de l'océan Indien ■



© Guy Blehner



# Défauts de qualité du litchi

Photos © Pierre Gerbaud



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



**Fruits soufflés**



**Fruits récoltés trop tôt**



**Fruits vieillissants - Ecart récolte/mise en marché trop long**



**Fruits soufflés**



**Coloration peu attractive par tri insuffisant**



**Oxydation de la coque de litchis frais non traités**



**Fruit avorté et fruit double**



**Coloration satisfaisante**



**Hétérogénéité de coloration due au soufrage et différence de calibre**



**Différence de calibre dans un même emballage**



**Pédoncule arraché**



**Développement de moisissures (*Penicillium*)**



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



**Points de moisissure (*Penicillium*)**



**Forte attaque de moisissure (*Penicillium*)**



**Brûlures dues au soufre et fruit double**



**Développement de points de moisissure (*Penicillium*)**



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



**Brûlures de soufre car fruits humides avant soufrage**



**Pourritures et moisissures ponctuelles (*Penicillium*)**



**Pourriture noire (*Aspergillus* spp.)**



**Brûlures dues au soufrage et humectation**

Tomate de contre-saison

# Bataille de leadership entre les deux rives de la Méditerranée

Anne-Solveig Aschehoug, consultante  
annesolveig.presse@gmail.com

Après une campagne d'été compliquée, avec une hausse des prix (+ 70 % sur un an durant le mois d'août et + 55 % sur la moyenne quinquennale en France par exemple) et une météo maussade partout en Europe, le marché de la tomate est jugé atypique par l'ensemble des opérateurs en ce début de campagne hivernale.

© Régis Domergue



**S**elon le rapport de l'Observatoire des marchés des fruits et légumes de la Commission européenne, la production de tomate dans l'Union européenne a chuté de 5.2 % en 2021 par rapport à l'année précédente, tandis que de l'autre côté de la Méditerranée, les productions sont en hausse, ce qui se solde par une augmentation significative des importations européennes et britanniques.

L'Espagne et le Maroc bataillent pour dominer le marché européen d'importation de tomate. Durant la campagne 2020-21, les importations européennes entre octobre et mai ont franchi le cap des 630 000 tonnes, sans compter les volumes en provenance d'Espagne qui se sont élevés à 523 559 tonnes, la majorité à destination de l'Allemagne, suivie des Pays-Bas et enfin de la France (près de 70 000 t) et 67 689 tonnes vers le seul Royaume-Uni. Au début de la campagne, en octobre, les prix moyens des tomates espagnoles sont restés identiques à ceux de septembre, mais inférieurs à ceux d'août qui ont atteint des sommets, faute de production suffisante.

Le Maroc se place en deuxième position avec 478 949 tonnes exportées vers l'UE, en hausse de 6 % sur un an, une progression similaire à celle de la campagne 2019-20. Les volumes marocains à destination du Royaume-Uni progressent fortement, passant de plus de 63 000 tonnes en 2019-20 à plus de 78 000 tonnes en 2020-21.

Les envois turcs se développent également, atteignant 125 555 tonnes, soit + 35 % sur un an et + 44 % sur la moyenne triennale. La Tunisie enregistre une hausse de ses volumes vers l'UE à 17 788 tonnes (+ 12 % sur la dernière campagne et + 15 % sur la moyenne triennale). Le Sénégal est, quant à lui, en forte baisse de 16.3 % sur un an, à 7 235 tonnes (- 20 % sur la moyenne triennale). Alors que les tomates en provenance d'Israël étaient sur le déclin la saison précédente, elles opèrent un léger rebond en passant de 15 tonnes à plus de 85 tonnes, soit une hausse de 454 % sur un an, mais une régression de 67 % sur la moyenne triennale.

### Tomate de contre-saison – UE27+UK – Importations

en tonnes	2020-21	2020-21 comparé à	
		2019-20	Moyenne des 3 dernières années
Maroc	478 949	+ 6 %	+ 14 %
Sénégal	7 235	- 16 %	- 20 %
Israël	85	+ 455 %	- 67 %
Tunisie	17 788	+ 12 %	+ 34 %
Turquie	125 555	+ 35 %	+ 44 %
Autre (Égypte)	702	-	-
<b>TOTAL Extra UE</b>	<b>630 314</b>	<b>+ 12 %</b>	<b>+ 15 %</b>
Espagne	523 559	- 10 %	- 17 %

Sources : Eurostat, Comtrade, UK trade

## Une concurrence des pays du nord de l'Europe qui monte ?

Les productions sous serres dans les pays du nord de l'Europe ne cessent d'augmenter ces dernières années, notamment aux Pays-Bas et en Belgique. L'Espagne dénonce l'installation de nouvelles structures ultra-performantes à la pointe de la technologie, qui ont reçu des aides publiques indirectes. Or, avec l'utilisation de l'énergie et de l'éclairage à LED des serres, les techniques de culture permettent de produire plus de 40 kg/m<sup>2</sup> de tomate, contre une moyenne en Espagne ne dépassant pas les 15 kg/m<sup>2</sup>. Mais cette année, les Pays-Bas et la Belgique font valoir qu'avec une hausse du coût de l'énergie, les serres produiront moins que les années précédentes durant la campagne d'hiver. La crise de l'énergie, qui a fait grimper les prix de l'électricité et du gaz, pourrait avoir une incidence importante aux Pays-Bas et en Belgique. Selon certains médias, aux Pays-Bas, le mètre cube de gaz aurait dépassé 1 euro, contre 15 à 20 centimes l'an passé à la même période. Or, la consommation annuelle de gaz naturel des serristes néerlandais s'élève environ à 3 milliards de m<sup>3</sup>, soit 8.2 % de la consommation totale de gaz du pays. Aussi, nombreux sont les producteurs qui ont terminé leurs cultures plus tôt et les conséquences économiques devraient être lourdes pour le secteur, selon l'association Glastuinbouw Nederland.

## La Péninsule ibérique domine les échanges

Selon les opérateurs, la saison de la tomate d'hiver a débuté en Espagne fin septembre, pour se développer dès le début du mois de novembre. La récolte à Almería se déroule un peu plus lentement car les températures élevées enregistrées en début de campagne ont eu un impact sur la nouaison des premiers fruits. Mais les rendements devraient être similaires à ceux de la campagne précédente.

Dans la province d'Almería, la surface consacrée à la tomate diminue de manière significative et les exportations ont chuté drastiquement en l'espace de dix ans, passant de 510 770 tonnes à 398 250 tonnes durant la campagne 2020-21. Malgré cette chute vertigineuse, la province reste leader à l'export de tomate et représente 58.3 % du volume total de tomate exporté par l'Espagne, devançant la région de Murcie, la deuxième province exportatrice d'Espagne.

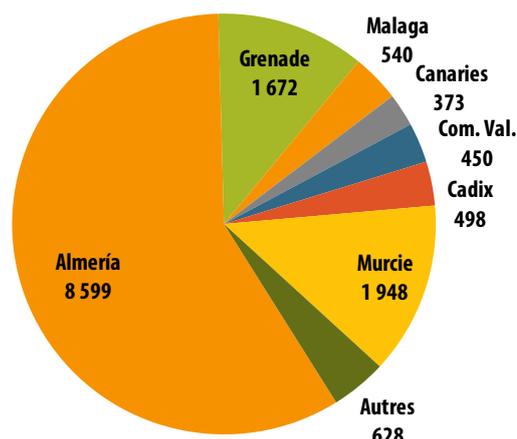
Le 26 octobre 2021, le réseau d'alerte et d'information phytosanitaire (RAIF) d'Andalousie a mis en garde les producteurs espagnols sur la présence de la mineuse *Tuta absoluta* dans presque toutes les cultures de tomate de la province d'Almería. Pour autant, les dégâts seraient très faibles sur les fruits et ne devraient engendrer aucune perte. En revanche, nombre de serres sont transformées pour accueillir d'autres cultures plus rentables.

Les envois des Canaries vers l'UE ont fortement chuté ces dix dernières années, passant de 305 000 tonnes à moins de 45 000 tonnes en 2020-21. La culture de la tomate n'y représentait plus que 3 % du PIB en 2020 contre 10 % en 2010.



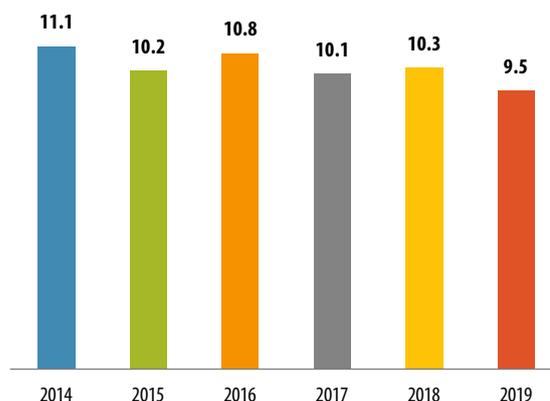
© Régis Domergue

**Tomate d'hiver sous serre - Espagne**  
Surfaces plantées en 2019 : 14 700 hectares  
(\* du 01/10 au 31/05 | en hectares | source : MAPA)



© Eric Imbert

**Tomate sous serre - Almería (Espagne)**  
Evolution des surfaces  
(en 000 hectares | source : MAPA)





## Le Maroc, deuxième pays exportateur après l'Espagne

Le Royaume alaouite compte une importante production de tomate destinée à l'exportation, qui est répartie dans presque toutes les régions du pays et joue un rôle important sur le plan socio-économique. La région du Souss-Massa près d'Agadir totalise 57 % des surfaces maraîchères du pays, celle de Kénitra 17 %, Casablanca-Settat 8 % et Tanger-Tétouan-Al Hoceïma 5 %, selon les données du ministère de l'Agriculture marocain.

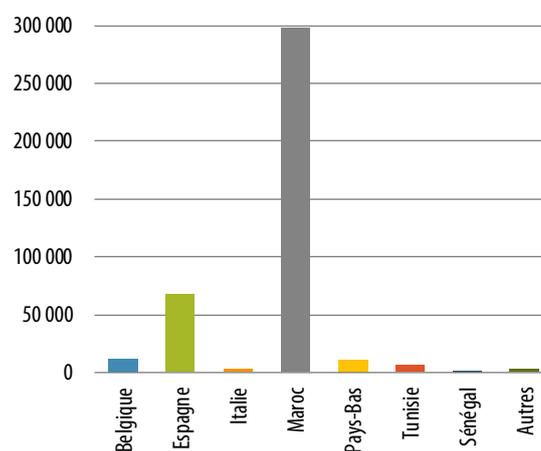
D'après les dernières données de l'EACCE ou encore de Morocco Foodex, les exportations de tomate ronde en 2019 se sont élevées à 282 900 tonnes, en baisse de 4 % en l'espace de dix ans (295 900 t en 2009). Les envois de tomate de segmentation (tomate cerise par exemple) totalisaient près de 262 600 tonnes, plus du double par rapport à 2009 (100 600 t). La tomate ronde représente aujourd'hui le marché le plus bataillé en prix. C'est un produit dit low-cost ou de base, mais sa production au Maroc se réduit d'année en année, car le nombre de producteurs s'amointrit au profit de la tomate de segmentation. Cette dernière représente près de 50 % de la production totale de tomate au Maroc. Nombreux sont les opérateurs à avoir basculé complètement vers la tomate de segmentation pour répondre à la demande des marchés.

Il faudra compter cette saison sur la hausse des coûts secondaires, comme le prix du carton (+ 9 % sur un an) et du bois (+ 30 %). Le transport routier connaît également une augmentation de coût de 8 % et le transport maritime de 31 % en moyenne sur toutes les destinations.

Par ailleurs, les producteurs européens dans leur ensemble produisent sur une période de plus en plus longue, ce qui gêne le positionnement de l'origine Maroc, les marchés européens préférant les productions locales notamment de Sicile ou d'Espagne. Pour autant, quelques opérateurs font leur retour sur le continent européen, en particulier sur le marché français où les importations marocaines se sont élevées à 298 091 t sur un total d'importations de tomate de contre-saison de 401 136 tonnes en 2020-21, selon les données des douanes françaises. Sur ce marché, l'Espagne a compté pour 67 513 tonnes sur la campagne d'hiver et la Tunisie pour 5 999 tonnes. C'est entre décembre et mars que les volumes importés sont les plus lourds, dépassant les 50 000 tonnes mensuelles.

En septembre 2021, les autorités françaises ont mis en place des restrictions de visas qui affectent les transporteurs marocains et la plateforme multimodale de Saint Charles International, 415 visas Schengen ayant été refusés à des transporteurs routiers marocains. Depuis le 21 novembre, un mouvement de grève a été lancé pour protester contre cette mesure.

**Tomate de contre-saison - France - Importations d'octobre à mai 2020-21**  
(en tonnes | source : MAPA)



### La France sans plastique : quels impacts sur les ventes de tomate cet hiver ?

Dès le 1<sup>er</sup> janvier 2022, la nouvelle loi relative au gaspillage et à l'économie circulaire entrera en vigueur en France. Elle impose notamment l'interdiction d'emballages plastiques pour les fruits et légumes non transformés de moins de 1.5 kg. Les importations de tomate pourraient ainsi être impactées cette saison. En effet, elle devrait tout naturellement concerner les tomates rondes. Il faudra aussi que le marché prenne en compte le manque de matériaux nécessaires à la production de cartons en lieu et place du plastique et les coûts supplémentaires afférents.

## Accords agricoles avec le Maroc : où en est-on ?

Le 29 septembre 2021, la Cour de justice de l'Union européenne a annulé deux accords commerciaux entre le Maroc et l'Europe, concernant les produits en provenance du Sahara occidental, à la demande du Front Polisario. Une des problématiques de la concurrence marocaine est liée à l'exportation de tomates produites au Sahara occidental. En effet, l'accord UE-Maroc inclut le Sahara occidental dans son champ d'application et les tomates en provenance de cette zone sont étiquetées « Origine Maroc ». Cette question de l'étiquetage posée en 2020 a d'ailleurs été discutée au Parlement européen en commission INTA (commerce international) en juillet 2021 et en commission Agriculture et développement rural en septembre 2021.

Cet accord prévoyait l'octroi de concessions tarifaires sur les droits de douane dans le cadre d'un contingent de volumes incluant le respect d'un prix d'entrée. Jusqu'en 2014, la méthode de calcul de la valeur du prix d'entrée était laissée au choix de l'importateur : soit sur la base du prix FOB des produits dans le pays d'origine, augmenté des frais d'assurance et de transport aux frontières ; soit sur le prix unitaire correspondant aux ventes dans l'UE des marchandises importées ; soit pour les marchandises en consignation sur la base de la valeur forfaitaire à l'importation (VFI). Cette dernière est calculée quotidiennement par la Commission européenne en prenant pour référence la moyenne pondérée des prix représentatifs pour les importations de produits par origine, communiqués par les Etats membres (pour la France : RNM). Depuis 2014, le prix d'entrée est calculé uniquement à partir de la VFI. Mais depuis cette date, la référence servant au calcul de la VFI a changé : ce ne sont plus les seules tomates rondes qui sont considérées, mais aussi désormais les nouvelles variétés à forte valeur ajoutée, comme par exemple les tomates cerises. Ainsi, la VFI se situe presque systématiquement au-dessus du prix minimum d'entrée fixé à 46 centimes le kilo, même dans des contextes de marché difficiles, limitant les droits additionnels spécifiques prévus par l'accord.

### Une nouvelle maladie sur tomate et poivron au Maroc ?

Le 19 novembre 2021, l'ONSSA, Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires marocains, a détecté la présence d'une maladie végétale affectant la tomate et le poivron dans certaines exploitations agricoles, sans préciser le nom de cette maladie. Pour autant, celle-ci n'aurait aucun impact sur la santé humaine ou animale. Cette maladie serait déjà présente dans plusieurs régions du monde depuis 2014 en Europe, en Amérique et en Asie. Des investigations sont en cours pour déterminer la traçabilité des semences utilisées, à l'origine de l'introduction de cette maladie végétale dans les exploitations concernées.



Dans le cadre de l'accord UE-Maroc concernant la tomate, le Maroc peut exporter 285 000 tonnes par an vers l'Europe en bénéficiant de droits de douane préférentiels. Ce quota est resté le même malgré le retrait du Royaume-Uni de l'Europe. Or, un accord d'association Maroc-Royaume-Uni a été signé en octobre 2019 et permet depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021 aux exportateurs marocains d'envoyer 47 510 tonnes à tarif préférentiel. Les pays producteurs européens de tomate demandent donc une révision du quota à droits de douane préférentiels du Maroc vers l'UE, qui passerait à 237 490 tonnes. Les envois progressant vers le Royaume-Uni, une nouvelle ligne maritime a été mise en place tout dernièrement entre Tanger Med et le port de Poole dans le Dorset au sud du Royaume-Uni. Le trajet, qui s'effectue en seulement trois jours contre six par la route, évite les contrôles et autres procédures d'importation post-Brexit pour les marchandises transitant par l'Europe. Pour l'heure, le premier envoi de marchandises est arrivé fin octobre par cette ligne maritime. Reste l'épineuse question de l'augmentation du coût du fret maritime liée à la pandémie de Covid-19.

Ces accords restent en vigueur pendant une période de deux mois maximum selon le jugement. Le 20 novembre, le Conseil des ministres européens a donné son feu vert pour faire appel de la décision. L'Europe a jusqu'au 16 décembre 2021 pour présenter l'appel à la Cour de justice européenne ■

# FR*ui*TROP

Soyez les premiers informés grâce à l'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-février, mars-avril, mai-juin, juillet-août, septembre-octobre, novembre-décembre

**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**

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

**= 360 euros HT** (abonnement en ligne sur [fruitrop.com](http://fruitrop.com))

Question goût, entre un ananas  
et un ananas *Suprême*,  
la question est vite tranchée.



Content published by CIRAD - All rights reserved

L'ananas *Suprême* est cultivé sur des terres riches baignées de soleil. Après avoir atteint sa pleine maturité directement sur plant, il est cueilli à la main, sélectionné avec un soin extrême et acheminé jusqu'à vous dans les meilleures conditions de transport qui soient. Reconnaisable à sa belle coloration orangée et à sa douce saveur sucrée, il vous fera redécouvrir le vrai goût de l'ananas et transformera chaque dégustation en une expérience sensorielle unique.

 COMPAGNIE  
FRUITIÈRE  
Le goût de la vie