

Le marché international des jus d'agrumes

L'Europe : tout feu, tout flamme

Demande forte, accès aisé et absence de concurrence européenne, il n'en faut pas plus aux industriels pour considérer l'Europe des quinze avec ses 370 millions de consommateurs comme l'un des meilleurs débouchés sur le plan international.

Les grandes origines regardent amoureusement le marché communautaire des jus d'agrumes. Ses attraits sont, il est vrai, pour le moins séduisants : réglementation unique pour l'ensemble des 370 millions de consommateurs de quinze nations, quasi-absence de production européenne, pouvoir d'achat important, augmentation remarquable de la consommation de jus de fruits. En 1995, les importations extra-communautaires (UE-15) de jus d'agrumes ont atteint le chiffre record de 981 000 tonnes ! Les importations ont été multipliées par près de deux en seulement 7 ans. La barre du million de tonnes sera largement dépassée avant la fin du siècle. Les importations génèrent plus de 800 millions d'Ecus de chiffre d'affaires très loin devant le secteur du jus de pomme (232 millions) ou du jus d'ananas (68 millions).

En volume, le jus d'orange représente l'écrasante majorité des importations européennes de jus d'agrumes : 89 %. Le jus de pomelo, 9 %, et les autres jus d'agrumes, 2 %, complètent l'offre. Depuis 1988, les importations européennes de jus de pomelo ont suivi les mêmes tendances à la hausse que le jus d'orange : + 86 % pour l'orange, + 81 % pour le pomelo. Du fait de l'évolution des taux de change, l'étude du cours mondial libellé en \$US est très différent de celui libellé en Ecu. Au stade importation, celui-ci est passé sur la période 1988 à 1995 de 1557 à 842 Ecus/tonne, soit une baisse de 46 %. Les chiffres disponibles pour le jus de pomelo aboutissent aux mêmes résultats. Le quasi doublement des volumes en 7 ans s'est donc réalisé à chiffre d'affaires constant ! En Ecu constant, l'érosion est accentuée puisque le cours aurait été divisé par près de 3.

Pourtant les éléments suivants sont de nature à redonner quelque espoir aux professionnels. Depuis 1993, la chute des cours est enrayée. En 1995, le cours du concentré congelé est en hausse alors que celui du concentré non congelé continue sa descente. Les premières tendances pour 1996 se veulent rassurantes sur l'état de la demande qui devrait se situer au même niveau qu'en 1995. En outre, le cours moyen 1996 serait remonté à 980 Ecus/tonne.

Plus de jus moins de fruits frais

Un autre sujet de satisfaction est l'augmentation quasi continue de la consommation per capita de jus et, notamment de jus d'orange. La contrepartie à cet attrait pour le jus d'orange est le recul des achats d'oranges fraîches. Dans un rapport très détaillé présenté à la 11ème réunion du Groupe Intergouvernemental sur les agrumes en avril 1996 à Rome, le Directeur général de l'ANECOOP (Valence - Espagne), J.M. Planells constate que « la consommation d'agrumes transformés par rapport à la consommation totale d'agrumes est passée entre 1988 et 1994 de 51,4 à 67,6 % ». L'auteur en explique les raisons : réduction du temps consacré à la préparation des repas, conservation du jus plus aisée que celle du fruit frais, facilité de consommation, amélioration sensible de la qualité organoleptique des produits transformés grâce aux avancées technologiques, augmentation générale de la consommation de jus de fruits comme substitut aux autres boissons. L'évolution comparée de la consommation européenne depuis 1988, montre que le décrochage entre fruits frais et jus est

important (Voir graphique page 15). Dramatique pour les producteurs qui destinent leurs fruits au marché du frais, la tendance actuelle est très encourageante pour les opérateurs du secteur des jus.

S'attribuer des parts de marchés actuellement dévolus au fruit frais, c'est bien, appuyer son développement sur une demande nouvelle, c'est encore mieux. Dans ce domaine, les possibilités de croissance sont fortes. Si l'on compare l'importance des jus de fruits dans le secteur des boissons non alcoolisées en Allemagne, au Royaume-Uni ou en France avec celle d'autres pays européens, on constate que la marge de progression est grande.

EUROPE - PART DES JUS DE FRUITS DANS LA CONSOMMATION TOTALE DE BOISSONS NON ALCOOLISÉES EN 1995 - EN %				
Pays	Jus de fruits	Soft drinks	Eau	Total
16 pays européens	14	37	49	100
R.-Uni	17	74	9	100
Allemagne	17	33	50	100
France	14	20	66	100
Espagne	10	45	45	100
Italie	6	19	75	100
Suède	11	84	5	100
Danemark	15	73	12	100

Source : Nielsen, 1996

De manière générale, les taux de croissance en Europe sont satisfaisants. Une étude de la société Nielsen International, présentée lors du 12ème Congrès international des jus de fruits à Interlaken en Suisse le prouve. Entre 1994 et 1995, les consommateurs européens ont augmenté leurs achats (non compris restauration hors foyers) de + 6 %.

Afin d'accompagner et d'entretenir cette dynamique de la consommation, les industriels doivent construire des stratégies marketing adaptées à la demande. La phase de lancement du marché des jus est maintenant achevée. Au début des années 70, la seule mise sur le marché de nouveaux parfums

satisfaisait complètement le consommateur. Désormais, la demande s'oriente vers un produit intégrant une plus grande valeur ajoutée. La segmentation du marché est rapide en termes d'emballage, de préparation, de distribution ou encore de conservation.

CONSOMMATION EUROPÉENNE DE JUS DE FRUITS, SOFT DRINKS ET EAU RÉSULTATS SUR 16 PAYS EUROPÉENS EN 1995				
Types de boissons	Volume en %	Valeur en %	Ecart en % volume 95-94	Prix base 100 = Jus de fruits
Soft drinks	37	44	+ 5	81
Eau ...				
pétillante	22	28	+ 3	85
plate	27	7	+ 7	27
Jus de fruits (100 % + boissons)	14	21	+ 6	100
Total	100	100		

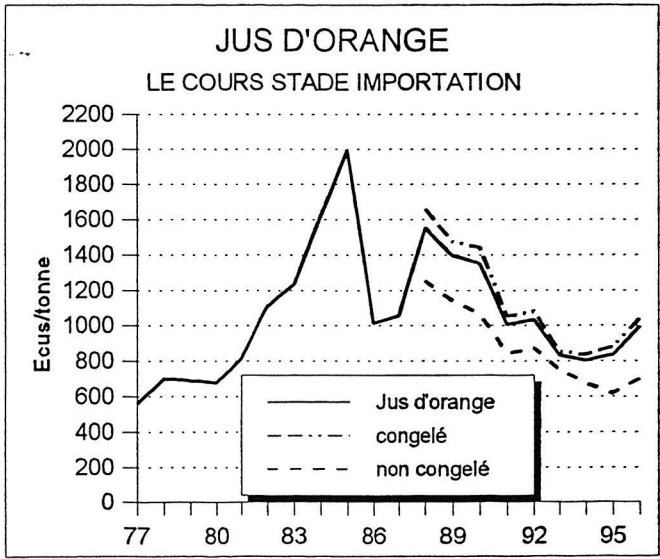
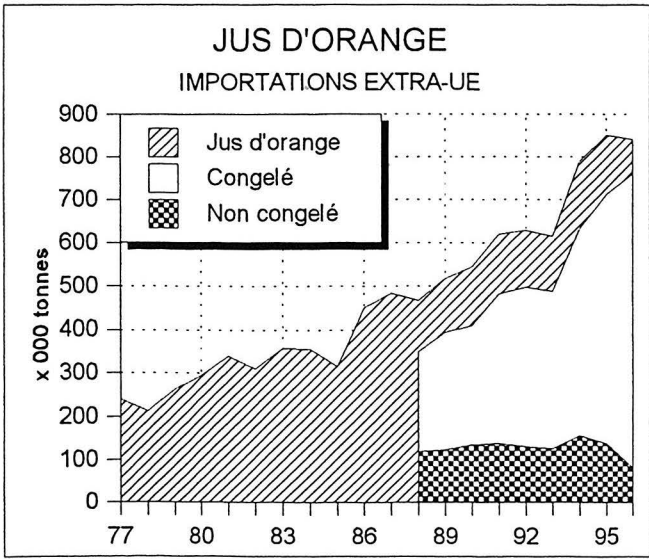
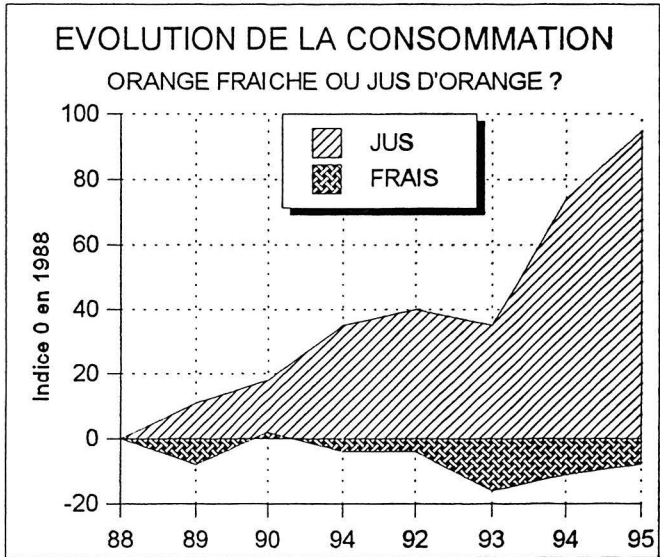
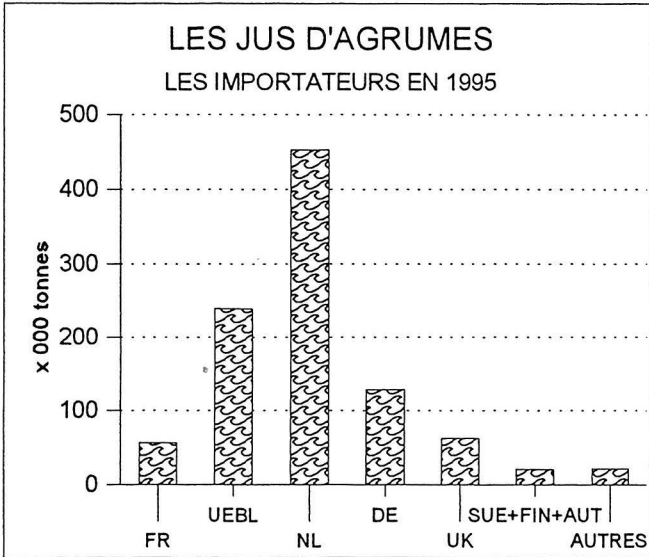
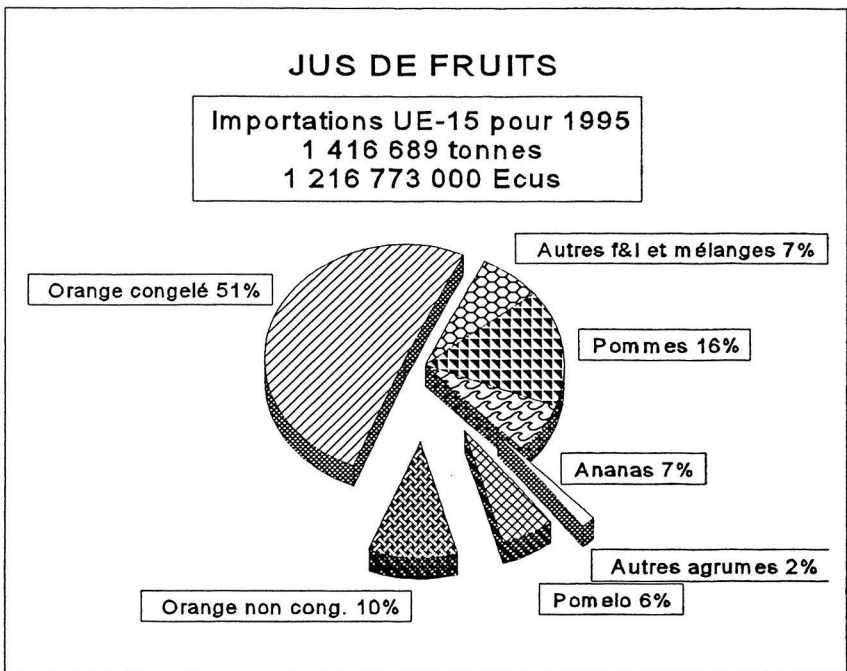
Source : Nielsen, 1996

L'innovation au service des jus de fruits

Dans le but de répondre aux nouvelles exigences du consommateur et d'entretenir la dynamique actuelle, les producteurs de jus d'agrumes et les embouteilleurs développent de nouveaux produits à grand renfort de technologie. Les techniques d'extraction et de traitement des jus seront de moins en moins agressives et l'emballage (cf. *Fruitrop* n°27 - Juillet-Août 1996 - page 8 à 11) protégera de mieux en mieux le produit final. Avec pour seul mot d'ordre l'augmentation de la qualité gustative des jus, les industriels travaillent année après année à mettre à la disposition du consommateur « le jus de fruits frais comme à la maison ». Signe des temps, dans sa récente campagne d'affichage, une célèbre marque française propose non plus du jus d'orange mais de l'orange pressée. Ou encore comment concilier le naturel et le manufacturé. ●

D.L.

UE-15 LE MARCHÉ DES JUS D'AGRUMES



Note : 1996 - estimation / Source : Eurostat et Clam / Traitement et présentation : CIRAD-FLHOR