

Repères

Mars 2004

Les principaux produits	En parts des volumes et des dépenses totales de fruits du mois en France	
	En %	Dépenses
Pomme	27	23
Orange	23	18
Banane	13	12

La tendance des principaux produits du mois influence significativement la conjoncture globale du marché fruitier. Vous trouverez tous les mois dans la rubrique « Repères » une brève analyse les concernant, avant les pages consacrées à une sélection d'exotiques et d'agrumes.

	Pages
Banane.....	10
Avocat	12
Orange	13
Pomelo.....	14
Petits agrumes.....	15
Litchi.....	16
Mangue.....	17

Mars 2004 / Mars 2003			
Prix	↗	Vol.	↘

Pomme L'activité export s'est considérablement ralentie. Une part significative de la clientèle a déréférencé les productions françaises au profit de celles originaires de l'hémisphère sud. Toutefois, le marché est resté équilibré, compte tenu d'un stock toujours relativement léger et d'une demande locale assez active. Les prix sont restés supérieurs à la moyenne et l'écart avec les campagnes précédentes s'est même creusé.

Mars 2004 / Mars 2003			
Prix	↗↗	Vol.	↗↗

Orange Volumes commercialisés et prix moyen enregistrent pour le deuxième mois consécutif une nette progression par rapport à la moyenne des dernières campagnes. Cette excellente nouvelle performance est à mettre à l'actif de la Navelate. Elle confirme la métamorphose que l'introduction de cette variété a induite sur le marché des oranges de demi-saison.

Mars 2004 / Mars 2003			
Prix	↘	Vol.	↗

Banane La performance, sans être exceptionnelle, revient à un niveau acceptable après un début d'année extrêmement difficile. Les apports des principales origines alimentant le marché français ont été soutenus. Cependant, la demande locale n'a pas failli, grâce à un prix détail attractif, et l'activité export s'est montrée dynamique. Ainsi, les prix ont pu repartir à la hausse et se rapprocher de la moyenne, sans toutefois l'atteindre.

Remarques méthodologiques

Les statistiques figurant sur les pages suivantes sont des estimations de mises en marché en France. Elles ne sont calculées que pour les principaux pays fournisseurs. Leur élaboration est réalisée à partir d'informations sur les arrivages hebdomadaires ou de déclarations de mises en marché d'opérateurs représentatifs. Les historiques proviennent de la banque de données POMONA exploitée par le Cirad avec son accord. Les chiffres figurant dans le tableau « les principaux produits » sont fournis par le CTIFL source SECODIP. Les données des pages conjoncture ne sont proposées qu'à titre informatif et n'engagent en aucun cas la responsabilité du Cirad. Les illustrations sont reproduites avec l'aimable autorisation de Fabrice Le Bellec (Cirad-filhor).

Banane

MARS 2004

Comparatif mensuel mars 2004 / février 2004

Prix **↗ + 25 %** Volumes **↗ + 17 %**

Comparatif annuel mars 2004 / mars 2003

Prix **↘ - 6 %** Volumes **↗ + 13 %**



La performance, sans être exceptionnelle, revient à un niveau acceptable après un début d'année extrêmement difficile. Les apports des principales origines alimentant le marché français ont été soutenus. Cependant, la demande locale n'a pas failli, grâce à un prix détail attractif, et l'activité export s'est montrée dynamique. Ainsi, les prix ont pu repartir à la hausse et se rapprocher de la moyenne, sans toutefois l'atteindre.

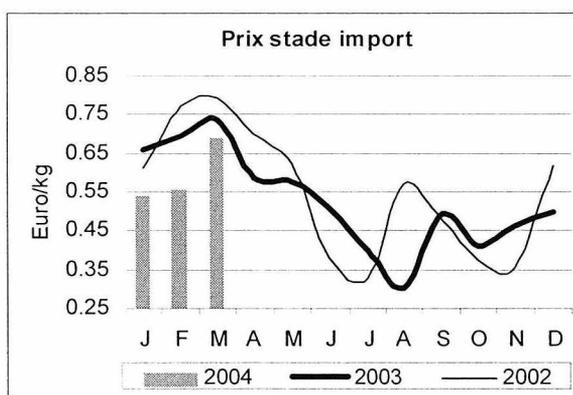
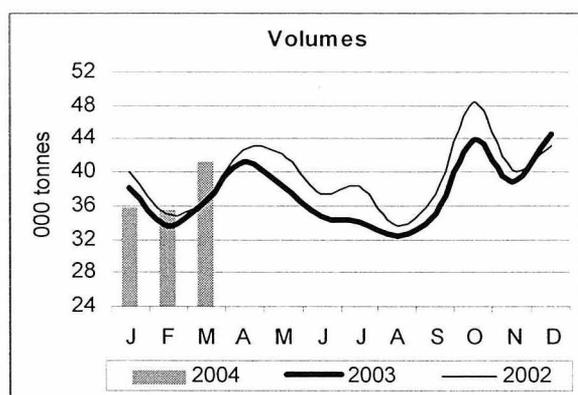
Malgré des apports guadeloupéens toujours modestes, l'offre globale a été importante en raison d'arrivages martiniquais et africains sensiblement supérieurs à la moyenne. Toutefois, le marché français est resté bien équilibré durant la majeure partie du mois. D'une part, la demande locale s'est montrée dynamique. Si les mises

en avant promotionnelles sont restées peu nombreuses, le prix détail s'est montré très attractif, à la faveur d'un prix stade quai bas. D'autre part, les ventes à l'export ont conservé un très bon niveau, grâce à une demande allemande toujours bien présente, malgré des arrivages soutenus de banane dollar. Les envois vers l'Italie

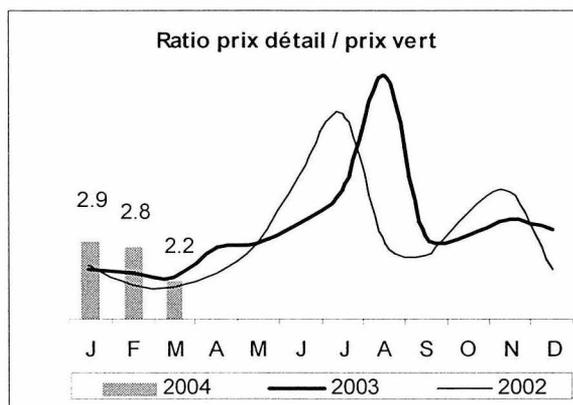
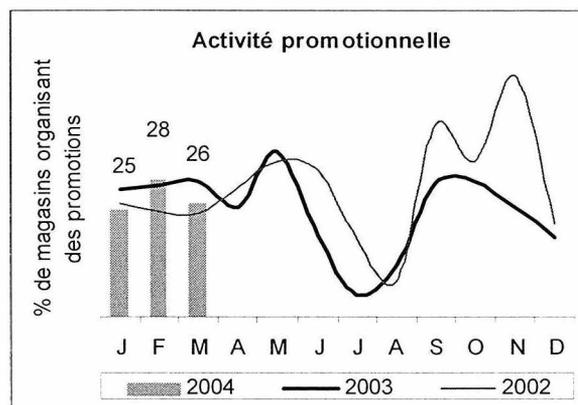
ont aussi conservé un bon niveau, alors que la demande espagnole est restée extrêmement décevante à la suite d'importants arrivages des Canaries. Ainsi, les prix ont pu être revus à la hausse et le différentiel avec les campagne précédentes, très marqué en janvier et février, s'est atténué.

Estimations des mises en marché en France

En tonnes	Mars 2004	Comparatif (en %)		Cumul saison 2004	Comparatif saisons (en %)	
		2004/2003	2004/2002		2004/2003	2004/2002
Côte d'Ivoire	9 394	+ 24	+ 13	24 307	+ 7	0
Cameroun	11 234	+ 21	+ 43	29 300	+ 2	+ 6
Martinique	15 361	+ 14	+ 7	43 225	+ 10	+ 4
Guadeloupe	5 275	- 14	- 16	15 625	- 12	- 16
Total	41 264	+ 13	+ 12	112 457	+ 4	+ 1

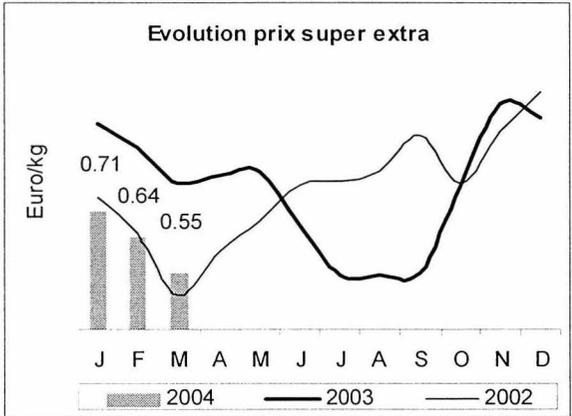
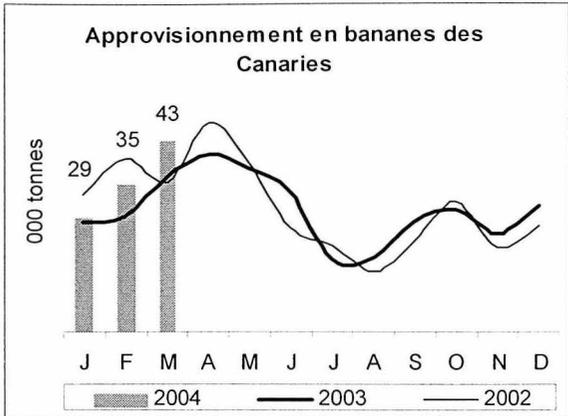


Marché détail en France

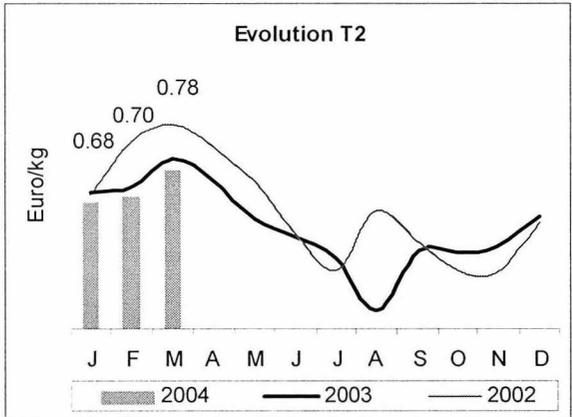
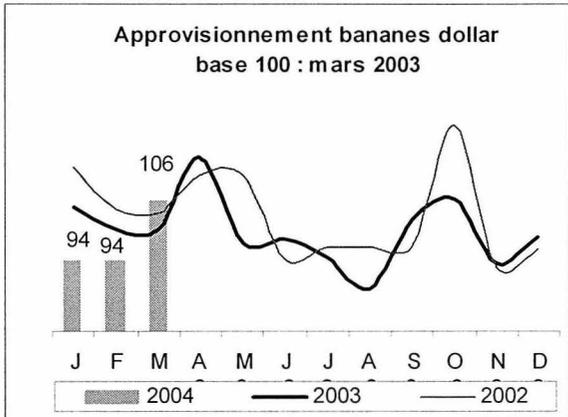


Banane — Indicateurs d'activité sur les marchés d'exportation de la France

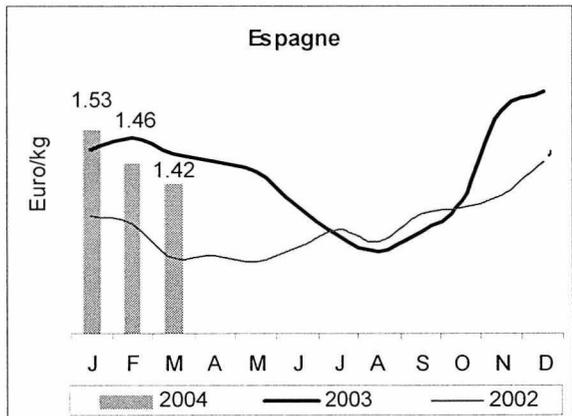
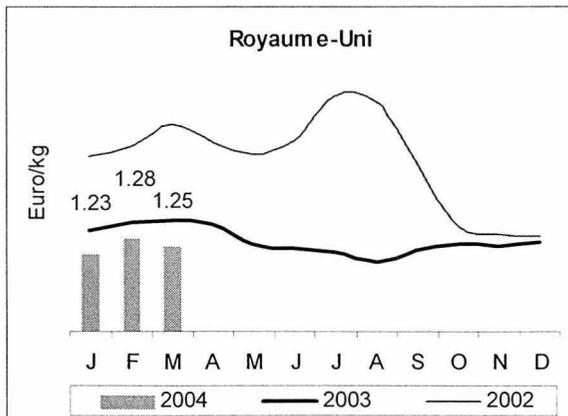
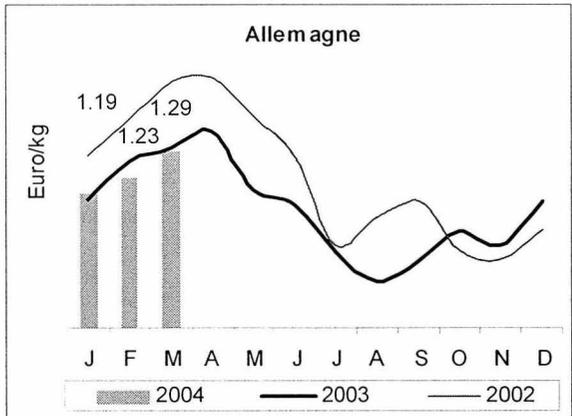
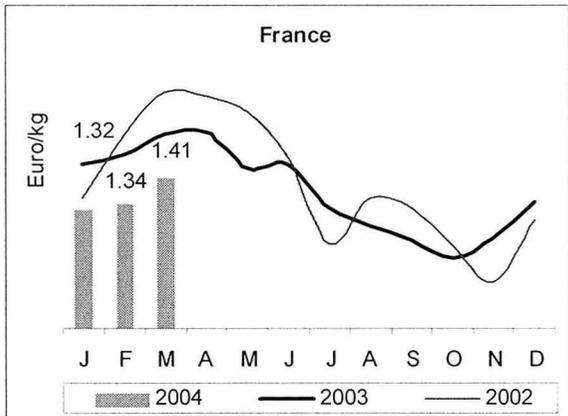
Espagne



Europe du Nord



Prix détail en Europe



Sources : Cirad-flhor, SNM, TW Marketing Consulting

Avocat

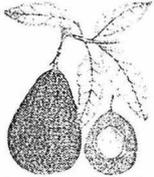
MARS 2004

Comparatif mensuel mars 2004 / février 2004

Prix \uparrow + 2 %
Volumes $\uparrow\uparrow$ + 33 %

Comparatif annuel mars 2004 / mars 2003

Prix \downarrow - 18 %
Volumes \uparrow + 18 %



Pour la première fois de cette campagne d'hiver 2003/2004, le bilan est satisfaisant. Malgré une demande sans allant particulier, les volumes commercialisés ont atteint un bon niveau alors que le prix moyen est resté supérieur à la moyenne. Toutefois, cette bonne performance globale cache une situation très difficile pour le marché des variétés vertes en fin de mois, malgré le démarrage des opérations promotionnelles de Pâques.

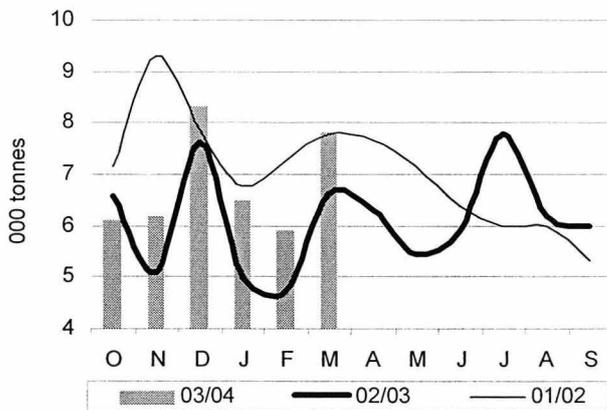
Le marché du Hass a continué de bien se comporter. Le Mexique, et dans une moindre mesure l'Espagne, ont conforté leurs parts de marché à la faveur d'une offre israélienne limitée par un déficit de production notable et par un développement des envois vers l'Angleterre. Parallèlement, la demande est restée dynamique grâce à une grande distribution fidèle à cette

variété depuis le début de la campagne. Le marché des variétés vertes s'est lui aussi montré porteur durant la première quinzaine, tant pour le Ardit et les derniers Fuerte israéliens que pour les Fuerte kenyans, vendus principalement conditionnés. En revanche, la demande n'a pas suivi le fort développement des apports kenyans

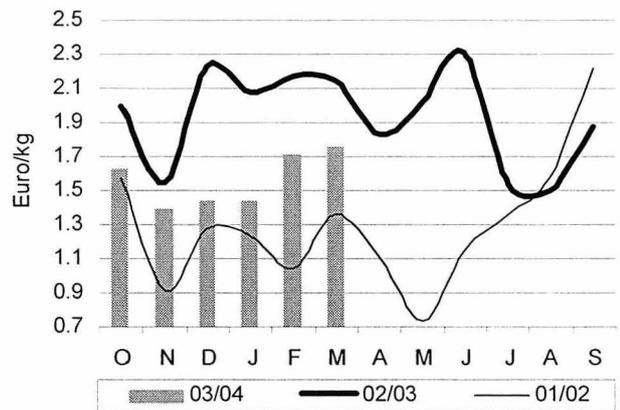
durant la deuxième quinzaine, malgré la fin de campagne progressive d'Israël sur le marché français (le Reed est expédié vers l'Allemagne) et le démarrage des opérations de Pâques en fin de mois. Les prix ont rapidement chuté pour atteindre un niveau extrêmement bas.

Estimations des mises en marché en France

Volumes



Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2004	Comparatif (en %)		Cumul saison 2003/2004	Comparatif saisons (en %)	
		2004/2003	2004/2002		03-04/02-03	03-04/01-02
Espagne	3 812	+ 79	+ 2	17 054	+ 51	- 18
Mexique	1 724	- 19	+ 522	12 926	+ 16	+ 63
Israël	817	+ 46	- 75	10 215	- 12	- 49
Kenya	1 462	- 19	+ 226	1 993	0	+ 167
Total	7 815	+ 18	+ 1	42 188	+ 17	- 15

Orange

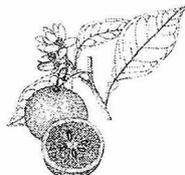
MARS 2004

Comparatif mensuel mars 2004 / février 2004

Prix	Volumes
↗ + 16 %	↗ + 19 %

Comparatif annuel mars 2004 / mars 2003

Prix	Volumes
↗ + 16 %	↗↗ + 29 %



Volumes commercialisés et prix moyen enregistrent pour le deuxième mois consécutif une nette progression par rapport à la moyenne des dernières campagnes. Cette excellente nouvelle performance est à mettre à l'actif de la Navelate. Elle confirme la métamorphose que l'introduction de cette variété a induite sur le marché des oranges de demi-saison.

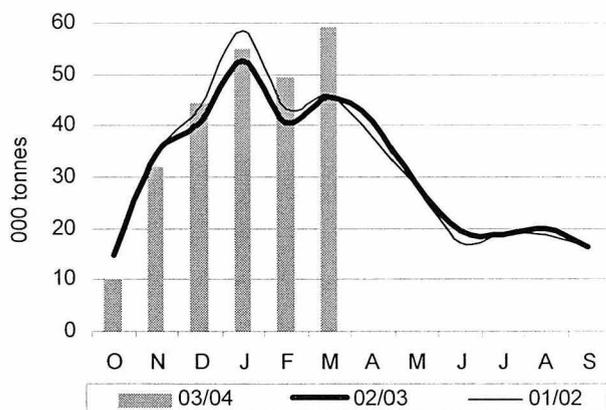
La demande s'est montrée d'un très bon niveau. La progression de près de 30 % des ventes par rapport aux deux dernières campagnes illustre le nouveau souffle que la Navelate espagnole a donné au marché des oranges de demi-saison. Le développement de cette variété a permis d'améliorer sensiblement le

niveau qualitatif de l'offre à cette période de l'année où n'étaient proposées jusqu'alors que des Naveline et Navel de fin de saison et des volumes encore limités de tardives pas arrivées à pleine maturité. Le marché des autres variétés s'est aussi relativement bien comporté, malgré la place croissante qu'occupe la

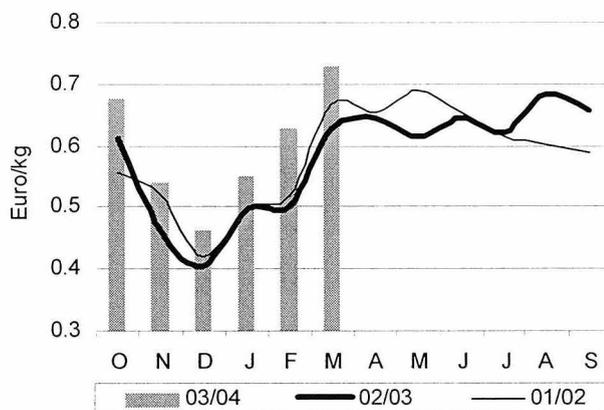
Navelate. Si les expéditeurs espagnols ont volontairement ralenti l'écoulement de la Valencia, les volumes commercialisés de Maroc Late ont été d'un bon niveau. Prix moyen et volumes vendus progressent aussi sensiblement pour la Maltaise de Tunisie, malgré un équilibre de marché fragile durant la deuxième quinzaine.

Estimations des mises en marché en France

Volumes



Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2004	Comparatif (en %)		Cumul saison 2003/2004	Comparatif saisons (en %)	
		2004/2003	2004/2002		03-04/02-03	03-04/01-02
Espagne	48 411	+ 27	+ 29	225 267	+ 11	+ 7
Tunisie	6 425	+ 44	+ 6	8 365	- 20	- 33
Maroc	4 292	+ 44	+ 70	5 946	+ 32	+ 4
Total	59 128	+ 29	+ 28	239 578	+ 10	+ 5

Pomelo

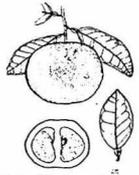
MARS 2004

Comparatif mensuel mars 2004 / février 2004

Prix \uparrow + 8 %
Volumes \uparrow + 19 %

Comparatif annuel mars 2004 / mars 2003

Prix \downarrow - 9 %
Volumes \uparrow + 29 %



Les volumes réceptionnés ont été étonnamment élevés. La perspective d'une fin de saison d'hiver tout aussi favorable qu'en 2003, en raison d'une année de production à nouveau modeste en Floride, semble avoir incité bon nombre d'exportateurs à spéculer. Toutefois, la performance globale reste honorable. Le prix moyen, quoique inférieur à la dernière campagne, affiche un niveau supérieur à la moyenne.

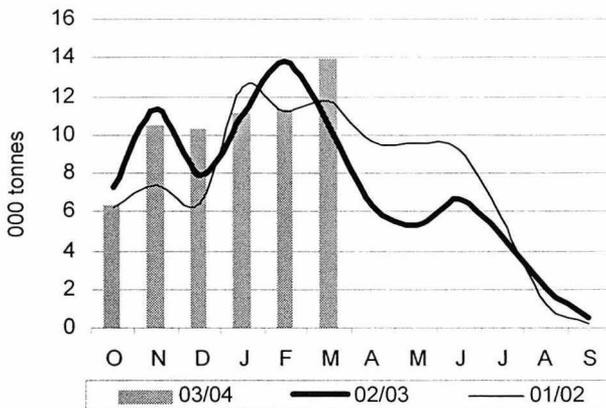
L'offre s'est montrée beaucoup plus large qu'attendu. Bon nombre d'exportateurs de Floride et de Turquie semblent avoir spéculé sur un marché porteur en fin de saison et ont conservé des volumes pour les commercialiser à partir de mars. Ainsi, les arrivages de Floride ont été supérieurs de plus de 15 % à la moyenne de ces trois dernières années, ceux de Turquie progressant

simultanément de plus de 100 %. Seuls les volumes israéliens ont affiché un recul, les exportateurs préférant se concentrer sur le créneau de la toute fin de campagne qui leur avait été favorable ces dernières années. La demande s'est montrée en phase avec cette offre importante durant la première quinzaine, permettant aux prix de progresser légèrement. Toutefois, la situation

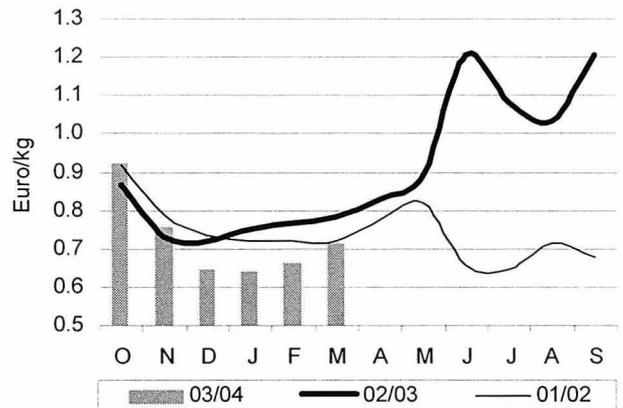
s'est dégradée en milieu de mois. Le marché est resté équilibré pour la Floride, mais le mouvement de progression de prix, pourtant habituel à cette époque, s'est interrompu. La situation est vite devenue extrêmement difficile pour la Turquie et Chypre, et dans une moindre mesure, pour Israël.

Estimations des mises en marché en France

Volumes



Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2004	Comparatif (en %)		Cumul saison 2003/2004	Comparatif saisons (en %)	
		2004/2003	2004/2002		03-04/02-03	03-04/01-02
Floride	11 203	+ 27	+ 14	52 056	+ 2	+ 15
Turquie	1 631	+ 111	+ 94	6 474	- 3	+ 1
Israël	727	- 22	- 27	4 668	+ 14	+ 26
Total	13 561	+ 29	+ 16	63 198	+ 2	+ 14

Petits agrumes

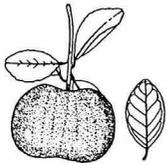
MARS 2004

Comparatif mensuel mars 2004 / février 2004

Prix	Volumes
↘ - 6 %	↘↘ - 46 %

Comparatif annuel mars 2004 / mars 2003

Prix	Volumes
↗ + 14 %	↗ + 19 %



La demande en petits agrumes s'est ralentie de façon significative, ces produits perdant, comme tous les ans en mars, la place de choix qu'ils occupaient depuis octobre dans les linéaires. Toutefois, le marché est resté satisfaisant, malgré une offre plus soutenue que les années précédentes. Les marchandises garantissant un bon niveau qualitatif et d'un calibre adapté se sont bien valorisées.

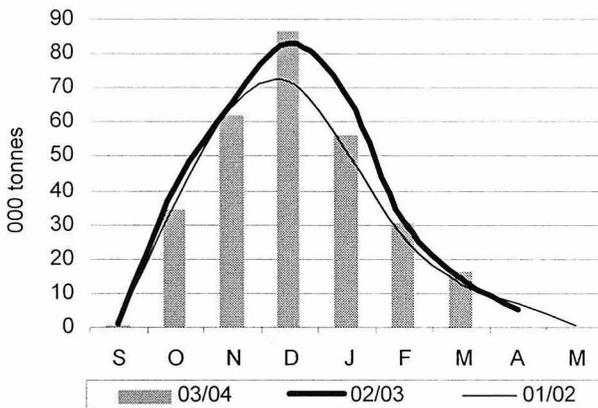
Les volumes proposés ont été relativement importants durant la première quinzaine. Les opérateurs espagnols ont dû accélérer leurs envois de Fortuna, la tenue de cette variété devenant délicate. La demande, très sélective, a cependant été d'un bon niveau permettant aux prix de rester relativement soutenus malgré une large fourchette. La gamme s'est réduite à l'Ortanique durant la deuxième partie du mois.

Toutefois, l'offre est restée plus soutenue que les campagnes précédentes. Pourtant, les arrivages marocains ont nettement reculé, cette variété étant peu à peu arrachée (seulement 8 000 tonnes de potentiel cette campagne). Cette baisse a été compensée par un développement sensible de l'offre espagnole. Chypre, Israël et l'Égypte pour quelques lots en ont assuré le reste de l'approvisionnement. L'écoulement des

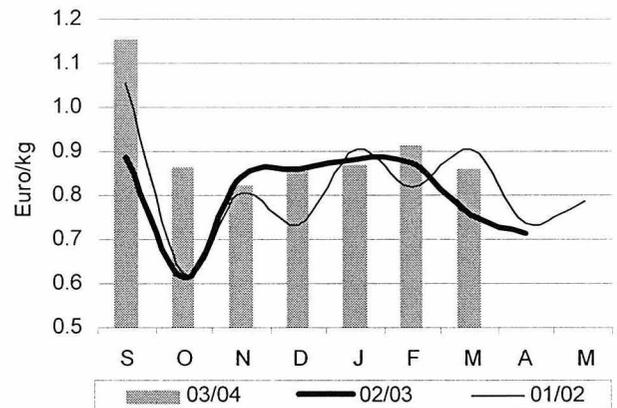
calibres 1-X et XX s'est montré relativement satisfaisant et les cours ont pu rester soutenus. En revanche, la situation s'est vite avérée très difficile pour les gros fruits, malgré des cours de plus en plus flexibles. Quelques lots d'Afourer du Maroc, d'Or et de Mor d'Israël, positionnés sur un segment de marché haut de gamme, ont complété l'offre.

Estimations des mises en marché en France

Volumes



Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2004	Comparatif (en %)		Cumul saison 2003/2004	Comparatif saisons (en %)	
		2004/2003	2004/2002		03-04/02-03	03-04/01-02
Espagne	15 521	+ 21	+ 43	238 930	- 8	+ 9
Maroc	581	- 32	- 59	28 991	+ 55	+ 18
Corse	0	0	0	17 475	- 24	+ 2
Israël	459	+ 62	+ 68	1 468	- 8	- 44
Total	16 561	+ 19	+ 32	286 864	- 5	+ 9

Litchi

MARS 2004

Quantités importées (estimations en tonnes)

Semaines 2004

7	8	9	10
672	317	422	125



Le suivi de la campagne de commercialisation du litchi de Madagascar, commencé à la mi-novembre, s'est achevé en troisième semaine de février. La fin du suivi et de la diffusion de la « lettre du litchi » ne marquait pas le point final de cette campagne. En effet, des stocks de marchandise de Madagascar étaient encore disponibles et l'Afrique du Sud ne cessait ses expéditions qu'en semaine 10 (début mars), prolongeant ainsi sa campagne de quelques jours.

La campagne d'Afrique du Sud s'est achevée avec deux semaines d'avance par rapport à l'année dernière, totalisant environ 4 230 tonnes de fruits exportés contre 6 230 tonnes en 2002/2003, campagne particulièrement importante pour cette origine.

On observe, en revanche, un démarrage plus précoce de la campagne de Thaïlande, dont les premières expéditions ont été réalisées en troisième décennie du mois. Elles n'avaient débuté que fin avril-début mai l'année dernière.

France

Les derniers lots de qualité correcte en provenance de Madagascar se sont vendus à la commission auprès de quelques grossistes. Les prix de vente à ce stade se sont situés entre 0.40 et 0.70 euros/kg. Début mars, les fruits de cette origine avaient disparu des étals. La seconde quinzaine de février a donc vu la liquidation des dernières marchandises disponibles, soit par des ventes au coup par coup à prix ouverts, soit par destruction pour les fruits de qualité non commercialisable. La vente des litchis de variété MacLean d'Afrique du Sud s'est

poursuivie jusqu'en troisième semaine de mars pour des quantités résiduelles, avec des prix de 0.80 à 1.00 euro/kg sur le marché de gros.

Des produits de substitution, tels que les ramboutans (Guyane, Thaïlande et Madagascar par avion) et les longans (Thaïlande par bateau), se sont vendus autour de 6-7euros/kg pour les premiers et autour de 3.00 euros/kg pour les seconds. Ces produits ne sont diffusés que par des grossistes spécialisés dans le commerce des fruits exotiques et en faibles quantités.

Belgique

Fin progressive de la campagne sud-africaine en première quinzaine de mars, avec les fruits de la variété MacLean peu appréciée des consommateurs. Les prix se sont orientés à la baisse devant le désintérêt des acheteurs et la dégradation de la qualité des produits, passant de 1.50 euro/kg à moins de 1.00 euro/kg pour les ultimes ventes. En dernière semaine du mois, étaient réceptionnés les premiers litchis de Thaïlande égrenés-souffrés par avion. Ces faibles quantités se sont négociées sur la base de 7.00 euros/kg.

Pays-Bas

La vente des litchis d'Afrique du Sud s'est achevée à la mi-mars avec des prix extrêmement larges, en raison de la dégradation de la qualité et du peu de demande pour ces produits vieillissants (0.50 – 2.50 euros/kg). Les premiers litchis thaïlandais par avion parvenaient sur le marché hollandais en fin de mois. Ils s'écoulaient à 7.00 euros/kg pour de petites quantités.

Royaume-Uni

Fin de la campagne d'Afrique du Sud en première quinzaine de mars, avec des prix de 1.00 à 1.50 euro/kg selon le calibre des fruits. Les premiers litchis de Thaïlande par avion étaient mis en vente à partir de la semaine 13, au prix de 8 à 9 euros/kg. Les fruits étaient jugés de qualité correcte mais de petit calibre. Livrés en quantités limitées, ils ont été essentiellement orientés vers le commerce de détail spécialisé.

Le suivi de la campagne litchi de Madagascar a été réalisé par Pierre Gerbaud pour le compte du CTHT grâce à un financement de l'UE (ressources STABEX).



Un suivi hebdomadaire du marché européen de la mangue disponible pendant la campagne d'Afrique de l'Ouest.

Prix import, estimation des volumes mis en marché, tendance, etc.



Pierre Gerbaud

Renseignements :
322, rue de la Tour - Centra 149
94566 Rungis cedex - France

Tél : 33 (0)1 46 87 47 41
Mob : 33 (0)6 77 76 11 56
pierregerbaud@hotmail.com

Mangue

Campagne Afrique de l'Ouest



Fin mars, le marché a semblé sortir d'une période sombre qui durait depuis octobre. La campagne d'hiver, dominée par le Brésil puis le Pérou, a été très difficile avec des tonnages importants et des cours bas, plongeant plusieurs entreprises brésiliennes dans de graves difficultés financières. En mars, le Pérou, tant par avion que par bateau, a largement dominé l'approvisionnement européen, profitant de la quasi absence de l'Afrique du Sud dont la production a été particulièrement limitée. La fin du mois constitue une charnière entre la fin progressive de la campagne péruvienne et le lent démarrage des origines ouest-africaines.

La campagne d'exportation péruvienne s'achève progressivement, après avoir largement dominé le marché européen depuis le début de l'année. Les importantes quantités de marchandise réceptionnées durant cette période se sont heurtées à une demande peu enthousiaste, entraînant les cours à la baisse. Pour les marchandises bateau qui constituaient l'essentiel de l'offre du Pérou (en variété Kent), les prix de vente ont rarement dépassé les 4.00 euros/colis de 4 kg, avec des transactions à partir de 3.00 euros/colis. Ce n'est qu'en dernière décade de mars que les cours se redressaient en raison de la nette diminution des arrivages. Par ailleurs, la dégradation qualitative de certains lots de fruits (apparition de taches) a tendu à créer un marché à deux vitesses. Le lent démarrage de la campagne d'exportation des origines ouest-africaines a incité les exportateurs péruviens à poursuivre leurs expéditions, qui devraient se prolonger jusqu'à la mi-avril avec des volumes

restreints. Les conditions de marché pour les fruits exportés par avion ont été plus favorables, eu égard aux quantités plus limitées de produits. Ces marchandises ont été plus particulièrement écoulées sur les marchés de gros. La maturité plus avancée des fruits en fin de mois n'a pas enrayé le mouvement de redressement des cours qui repassaient la barre des 4.00 euros le kilo.

Les conditions de marché pour les mangues de variété Keitt d'Afrique du Sud, disponibles en faible quantité cette année en raison d'une récolte peu abondante et de l'approvisionnement du marché intérieur, se sont alignées sur celles des produits péruviens majoritaires sur les places européennes. L'approvisionnement du Brésil s'est poursuivi en mars avec de faibles volumes (Kent et Tommy Atkins), vendus dans les mêmes conditions que les origines concurrentes.

En semaine 12, le marché français recevait les premiers lots de mangue Amélie (avion) du Burkina Faso, suivis en semaine 13 par les premières expéditions maliennes, également à destination des Pays-Bas. Les fruits, de coloration verte mais mures, se sont négociés sur la base de 2.80-3.00 euros/kg pour ces premiers arrivages. En toute fin de mois, la Côte d'Ivoire expédiait une trentaine de palettes de mangue Amélie par bateau, vendues 5.50-6.00 euros/colis.

Le mois d'avril constituera une période de transition dans l'approvisionnement de mangue, entre la fin de la campagne du Pérou et le développement des expéditions des origines ouest-africaines. D'autres origines latino-américaines, telles que le Guatemala et le Brésil, devraient également développer leur présence courant avril, notamment sur les pays nord-européens.

Mangue — Volumes importés par avion Estimations en tonnes

MARS 2004	Semaines 2004	10	11	12	13
	Pérou	15	35	45	55
Brésil	-	-	45	70	
Mali	-	-	-	10	
Burkina Faso	-	-	5	8	

Mangue — Prix en euros — Stade importation

Semaines 2004		10	11	12	13
Par avion (kg)					
Pérou	Kent	3.50-4.00	3.80-4.50	3.80-4.50	4.00-4.80
Mali	Amélie				2.80-3.00
Burkina Faso	Amélie			3.00	2.80-3.00
Par bateau (colis)					
Pérou	Kent	3.00-3.50	3.00-3.50	3.50-4.00	4.80-5.50
Brésil	Tommy Atkins			3.50-4.00	5.00-5.50