

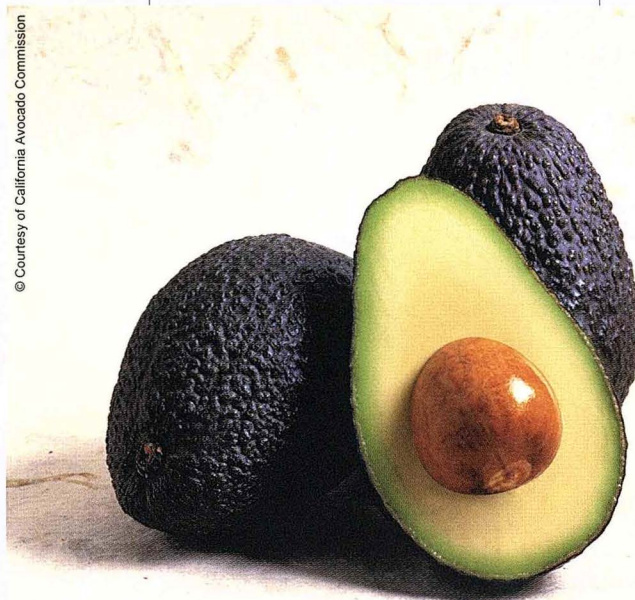


## Marché de l'avocat aux Etats-Unis

### Moteur des échanges mondiaux

La croissance exemplaire du marché américain, soulignée dans FruiTrop FOCUS Avocat publié par notre Observatoire des marchés en 2005, ne s'est pas démentie ces dernières saisons. D'évidence, ce développement s'est même nettement accéléré depuis 2003-04. Les volumes importés entre juillet et juin, période couvrant la saison d'importation des principaux fournisseurs du marché (Mexique et Chili), sont passés de moins de 140 000 t à plus de 300 000 t entre 2003-04 et 2006-07, soit une croissance annuelle de près de 30 % ! Certes, le bond de 70 000 t enregistré entre 2005-06 et 2006-07 comprend une forte composante conjoncturelle. Le gel sévère qui a touché la Californie à la mi-janvier 2007 a provoqué la perte d'environ un quart de la récolte, soit près de 45 000 t. Ainsi, les professionnels ont dû avoir recours à des importations plus massives pour assurer l'approvisionnement du marché.

© Courtesy of California Avocado Commission



Néanmoins, même si on exclut cette année atypique, le dynamisme des importations est bien là, d'une intensité proportionnelle à l'importance de la récolte californienne (plus 70 000 t entre 2003-04 et 2004-05 et plus 25 000 t entre 2004-05 et 2005-06).

#### Les Etats-Unis, moteur du commerce mondial

La croissance des échanges mondiaux, passés de 420 000 t en 2003-04 à 650 000 t en 2006-07, est largement due à la progression des importations américaines. Certes, l'Union européenne semble vouloir sortir de sa léthargie en dépassant pour la

première fois les 150 000 à 160 000 t annuelles, pour atteindre environ 220 000 t en 2006-07. Cependant, l'ampleur de la poussée n'est en rien comparable à la véritable explosion qui s'est produite aux Etats-Unis. Quant au marché japonais, troisième de la planète loin derrière les Etats-Unis et l'UE, il est resté quasiment stable.

#### Une progression de la production californienne et un boom spectaculaire de la consommation

Parallèlement, les Etats-Unis affirment leur place de deuxième producteur mondial en volume. Depuis 2002-03, les surfaces ont repris le chemin de la croissance et les rendements sont à la hausse en Californie, principal des trois états où l'avocat est cultivé dans le pays, avec la Floride et Hawaï. La production, qui oscillait entre 140 000 et 200 000 t depuis le début des années 2000, a dépassé les 270 000 t durant la très atypique saison 2005-06

et aurait dû être de l'ordre de 175 000 t en 2006-07 sans le gel.

Ainsi, le boom de la consommation est-il encore plus net que celui des importations. Les quantités annuelles absorbées par habitant ont doublé entre la fin des années 1990 et 2005-06, passant de 750 g/hab à près de 1.5 kg/hab.

Quels sont donc les ressorts de ce qu'on peut qualifier, sans excès, de modèle américain ?

#### Un travail de fond de dynamisation du marché

Les producteurs californiens, organisés en association depuis 1915, ont initié dès le début des années 1960 des actions visant à développer la consommation. Ces efforts ont pris une réelle ampleur au début des années 1970 grâce au budget dégagé par un prélèvement obligatoire sur chaque colis d'avocat californien commercialisé pour financer la promotion. Le concept « Ripemax », promouvant depuis le début des années 1990 l'avocat mûr à point, s'est révélé un puissant levier de développement des ventes et un des points clés de la croissance du marché. La gamme proposée au consommateur, déclinée en trois segments (prêt à consommer, à consommer dans 2-3 jours, à consommer dans 3-5 jours), permet d'intensifier les achats d'impulsion.

#### Une nouvelle vision et une intensification des efforts depuis 2002

Depuis la fin des années 1990, l'ouverture de plus en plus large du marché des Etats-Unis aux avocats d'importation (Chili et surtout Mexique) constituait un défi important. Les professionnels californiens ont décidé de l'aborder avec pragmatisme, en s'associant plutôt qu'en s'opposant aux acteurs de l'importation. C'est de cette vision qu'est né en 2002 le Hass



**CALIFORNIA AVOCADO COMMISSION**

**Fresh California Avocados**

**Stages of Ripe**

**HARD**  
Very hard fruit. Usually green in color, some fruit may be a darker shade.  
(25 lbs of pressure or more)

**PRE-CONDITIONED**  
Ready to eat in approximately 3 days if held at room temperature. (15-25 lbs of pressure)

**BREAKING**  
(Pre-ripened) Slight give to fruit. Ready to eat in approximately 2 days if held at room temperature. (10-15 lbs of pressure)

**FIRM RIPE**  
(Pre-ripened) Yields to gentle pressure. Good for slicing. Fully ripe next day if held at room temperature. (5-10 lbs of pressure)

**RIPE**  
Easily yields to gentle pressure. Good for all uses. Will remain in this condition for 2-3 days if held at room temperature. (5 lbs or less pressure)

**Receiving, Storage & Handling Tips:**

- Bring the avocados inside the store immediately upon arrival
- Place boxes with soft fruit on top and those with hard fruit on the bottom
- Handle pre-conditioned avocados with care, they are a perishable item
- Generally, firm pre-conditioned fruit can be held about 3-5 days and Breaking to Ripe fruit for about 7-8 days

**Display & Merchandising Tips**

- Ripe avocados outsell unripe avocados as much as 2 to 1!
- As a general rule, display 1/3 Ripe, 1/3 Breaking, 1/3 Firm avocados. (Display a greater percentage of Ripe and Breaking fruit to build impulse sales)
- Always sticker your ripe avocados!
- For optimal results, California Avocados should not be displayed on refrigerated wet-racks under 42° F.
- Never display California Avocados near misting systems.
- Rotate the display daily and remove any poor quality fruit.
- Display avocados next to tomatoes, onions, limes and pre-cut salads to increase your department's incremental sales.

**Avocado Nutritional Facts**

**CALIFORNIA AVOCADOS:**

- sodium-free
- cholesterol-free
- contain monounsaturated fats

Like other fruits and vegetables, avocados provide several vitamins, minerals and phytonutrients that contribute to overall health and wellness.

For more information call:  
**(800) 344-4333**

Visit [avocado.org](http://avocado.org) for complete category information

Avocat Board, qui vise au développement conjoint de la demande et à une gestion coordonnée du marché.

Cette démarche comporte de nombreux atouts. D'une part, l'avocat est mis en avant toute l'année, sans interruption. De plus, le budget disponible a gagné en puissance (25 millions de USD en 2005-06), les avocats mexicains, chiliens, dominicains et néozélandais commercialisés aux Etats-Unis étant eux aussi soumis à la cotisation de 2.5 cents de USD par colis. Il est largement employé pour promouvoir le produit au travers de campagnes radio ou télévision et de marketing opérationnel générique ou spécifique aux différentes origines participantes. L'autre volet du programme, la gestion de l'offre, constitue un garde-fou contre les risques de surapprovisionnement du marché. Elle est réalisée via une plateforme informatique disponible en ligne, informant les opérateurs en temps réel des volumes à commercialiser ainsi que des prix pratiqués sur les grands marchés du pays.

Cette démarche, dont le leitmotiv est « built cohesion and market development », a agi comme un accélérateur de croissance du marché.

### Une croissance de la population hispanique propice à la consommation

Ce programme bien ficelé a aussi bénéficié d'un facteur externe d'importance : la croissance de la population

hispanique. Le nombre d'habitants originaires d'Amérique latine a progressé de 15 millions ces dix dernières années, pour atteindre environ 43 millions en 2005. Ce facteur est loin d'être anecdotique, car cette part de la population est largement surconsommatrice d'avocat. Selon une étude réalisée pour le HAB en 2007, si 43 % de la population américaine achète en moyenne au moins un avocat par an, 60 % des habitants d'origine hispanique en achètent au moins un par semaine ! De plus, le nombre de fruits par acte d'achat est de 4.8 pour les hispaniques contre une moyenne de 2.8.

Et les projections de population ont de quoi réjouir les professionnels de la filière avocat : la part des hispaniques, d'environ 14.5 % en 2006, pourrait atteindre les 25 % en 2050, et ce groupe ethnique devrait représenter 100 millions d'habitants à cette période.

### L'Ouest toujours devant

Ces disparités ethniques régionales, ainsi que la distance depuis le site de production ou d'importation, expliquent de fortes hétérogénéités de consommation entre les différentes grandes régions du pays. Le grand Ouest compte moins d'un quart de la population, mais ses habitants assurent près de 60 % de la consommation nationale (40 % pour la seule Californie). L'écart tend à se creuser en pourcentage avec les états de l'Est, même si la consommation y progresse significativement en valeur absolue. Ces zones constituent néanmoins d'énormes réservoirs de développement.

### Le Mexique gagne des parts de marché

Si la croissance du marché enregistrée durant la première partie des années 2000 a été profitable au Chili, la deuxième partie de la décennie est incontestablement faste pour le Mexique. L'autorisation de commercialiser l'avocat du Michoacán sans restriction de calendrier dans 47 états depuis février 2005 a permis une véritable envolée

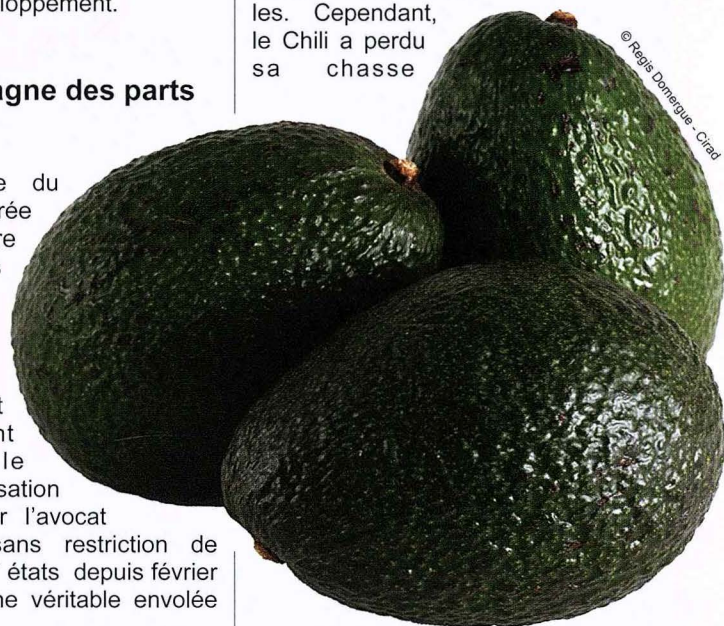
des importations. Les volumes sont passés de moins de 45 000 t en 2003-04 à près de 170 000 t en 2006-07. Depuis le 1 février 2007, les restrictions phytosanitaires ont été totalement levées et l'ouverture du marché est intégrale, avec l'ajout de la Californie, de la Floride et de Hawaï à la liste des états autorisés. La finalisation de ce processus, qui aura pris dix ans, est un gage de développement futur pour le Mexique, d'autant que la Californie, marché de proximité, fait figure de véritable eldorado (36 millions d'habitants, dont 35 % d'Hispaniques).

### La République dominicaine se développe

La République dominicaine tend elle aussi à développer sa présence sur le marché américain. Même si cette origine fait encore office de Petit Poucet face au Mexique ou au Chili, avec des exportations vers les USA de 17 000 t en 2006-07, la progression est sensible. Les plantations de Hass ont d'ailleurs été souvent développées en partenariat avec des sociétés américaines dans ce grand pays producteur d'avocat tropical.

### Les volumes chiliens se maintiennent, mais...

Les livraisons chiliennes sont restées stables ces dernières campagnes, malgré la formidable montée en puissance mexicaine. Les volumes oscillent depuis 2002-03 entre 80 000 et 120 000 t annuelles. Cependant, le Chili a perdu sa chasse



gardée et n'est plus le premier fournisseur du marché des Etats-Unis depuis 2005-06. La concurrence est nettement plus rude. Le Mexique dispose d'avantages comparatifs évidents en matière logistique : route contre transport maritime pour le Chili, ce qui permet évidemment un ajustement plus rapide de l'offre par rapport à la demande et évite les afflux massifs de marchandise. De plus, son ancrage sur le marché américain est facilité par les intérêts communs existant entre certains opérateurs californiens et mexicains. A titre d'exemple, Calavo et Mission disposent de leur propre station de conditionnement dans le Michoacán. Un décrochage net de prix entre les fruits chiliens et mexicains est d'ailleurs apparu en 2006-07.

**...tous les indicateurs ne sont pas au vert**

Les producteurs californiens sont eux aussi très préoccupés par la baisse

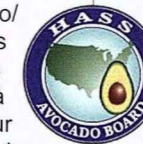


sensible des prix intervenue ces deux dernières campagnes. Des retours

économiques de 90 à 95 cents de USD la livre en moyenne depuis le début des années 2000 leur avaient permis de reprendre confiance dans la culture. En corollaire, les surfaces plantées avaient repris le chemin de la croissance ces dernières années, malgré des coûts de production élevés en raison notamment de la cherté de l'eau et de la main d'oeuvre agricole et d'une forte pression foncière. Cependant, les retours aux producteurs sont tombés à moins de 60 cents en 2005-06. Le début de saison 2006-07 a été tout aussi calamiteux, les retours restant au plancher jusqu'en mars (moins de 60 cents), où les conséquences des gelées ont provoqué une hausse

salutaire permettant de sauver la saison. Selon une étude publiée en 2001 par l'Université de San Diego, les

coûts de production directs étaient de l'ordre de 58 à 68 cents par livre dans la région de San Diego/Riverside, pour des rendements moyens de 7 000 à 7 250 livres par acre. Or, il faut ajouter 35 à 40 cents supplémentaires pour couvrir l'ensemble des frais généraux. Une part significative des vergers de cette zone, qui représente plus de 60 % de la production californienne, est donc vraisemblablement dans la zone rouge.



**De réelles perspectives de développement futur, mais des défis à relever pour certaines origines**

Le potentiel de développement du marché reste important. Les gisements de croissance de la consommation sont nombreux, avec l'augmentation de la population hispanique et les vastes marchés de l'est du pays qui

restent largement sous-consommateurs. Pour autant, tous les fournisseurs actuels du marché trouveront-ils leur place ? La question est posée au vu de la baisse des prix stade import ou des retours des producteurs californiens.

Le défi de la réduction des coûts de production est plus que jamais à l'ordre du jour pour les producteurs californiens. Des mesures allant dans ce sens et visant à rationaliser une structure de production très hétérogène ont déjà été prises. Il convient de souligner que la marge de manoeuvre n'est pas très large car les besoins en eau sont importants dans certains comtés arides et le coût de ce facteur de production et de la main d'oeuvre est élevé.

Côté acteurs de l'importation, le Mexique semble être dans une

situation assez confortable. Le réservoir de volumes exportables est important, d'autant que les surfaces déclarées indemnes de mouches des fruits par l'autorité de contrôle américaine, l'APHIS, sont en croissance.

Cependant, au risque d'être caricatural, ce débouché n'est qu'une alternative, même si ce pays s'est hissé ces dernières années au rang de premier exportateur mondial en volume. Car les producteurs peuvent compter sur un marché local rémunérateur et fortement consommateur.

La situation est différente pour le Chili, dont la production reste en croissance et qui ne dispose pas des avantages de proximité du Mexique sur le marché américain. La diversification des débouchés reste une nécessité impérieuse pour cette origine ■

Eric Imbert, Cirad  
eric.imbert@cirad.fr

