Repères
Février 2003

Les principaux produits

En parts des volumes et des dépenses totales de fruits du mois en France		
En %	Volumes	Dépenses
Pomme	27	24
Orange	27	21
Banane	13	13

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 15
Avocat 16
Orange 17
Pomelo 18
Petits agrumes 19
Litchi 20

Fév. 2003 / Fév. 2002			
Prix	↘	Vol.	↘

Pomme

Le marché de la pomme a confirmé son ralentissement habituel du mois de février. Néanmoins, les ventes ont été plus difficiles cette année, particulièrement pour les calibres 70-75 de Golden et pour la Braeburn. D'autre part, les exportations ont été fortement concurrencées par l'amorce de la saison de l'hémisphère sud. Ainsi, les prix ont été plus bas qu'en 2002.

Fév. 2003 / Fév. 2002			
Prix	↘	Vol.	↘

Orange

Le marché a été décevant. Les volumes offerts ont été comparables à ceux de 2000/2001, l'abondante offre de Navelate espagnole compensant le recul des apports marocains et tunisiens. Cependant, le niveau de prix a été nettement inférieur en raison du faible intérêt pour le produit et de la pression exercée par les derniers lots fragiles de Naveline et de Navel.

Fév. 2003 / Fév. 2002			
Prix	↘	Vol.	↘

Banane

La performance a été décevante. Malgré un niveau d'approvisionnement inférieur à celui de l'année dernière, le prix global atteint est nettement en retrait. En effet, même si les exportations ont été correctes, la demande locale n'a pas montré d'intérêt particulier pour la banane, en partie du fait des vacances scolaires qui se sont étendues sur tout le mois.

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-flhor).

Banane

FEVRIER 2003

Comparatif mensuel fév. 2003 / jan. 2003

Prix	Volumes
↗ + 6 %	↘ - 12 %

Comparatif annuel fév. 2003 / fév. 2002

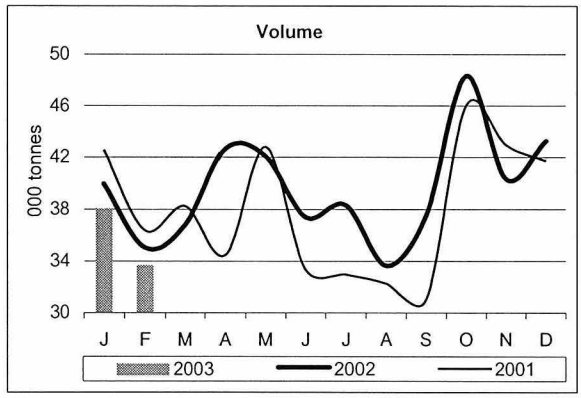
Prix	Volumes
↘ - 10 %	↘ - 4 %

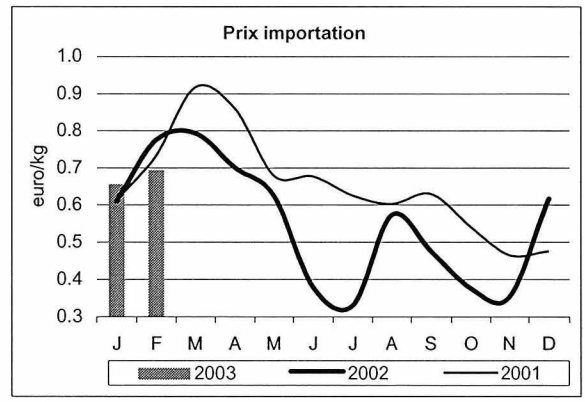
La performance a été décevante. Malgré un niveau d'approvisionnement inférieur à celui de l'année dernière, le prix global atteint est nettement en retrait. En effet, même si les exportations ont été correctes, la demande locale n'a pas montré d'intérêt particulier pour la banane, en partie du fait des vacances scolaires qui se sont étendues sur tout le mois.

Le niveau d'approvisionnement a été nettement inférieur à celui d'une année moyenne (- 7 %), particulièrement pour les bananes d'Afrique. La demande export s'est montrée assez satisfaisante. En effet, les pays du Nord ont été légèrement sous-approvisionnés (- 4 %) en banane dollar et l'Allemagne a bénéficié d'une demande active grâce à des prix de détail stimulants. De même, le marché espagnol a été dégagé en raison du niveau très modeste des apports canariens (- 13 %). Néanmoins, la demande locale, déjà hésitante en janvier, est restée modérée en février. En effet, les vacances ont nettement ralenti l'activité tant sur le marché du vert que sur celui du jaune. De plus, les indicateurs relatifs ont été mauvais. Ainsi, l'habituelle progression de prix qui survient en février n'est intervenue que pour les origines africaines, la qualité de certaines marques antillaises étant toujours inégale.

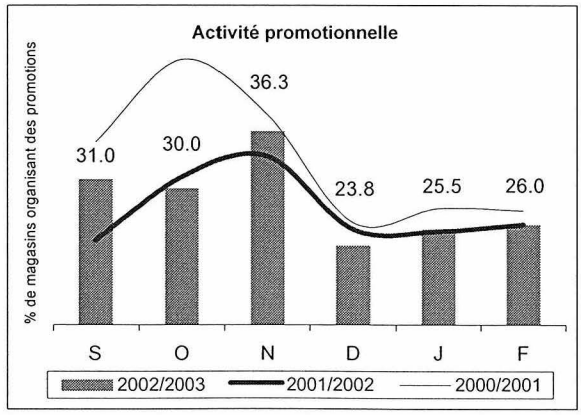
Estimations des mises en marché en France

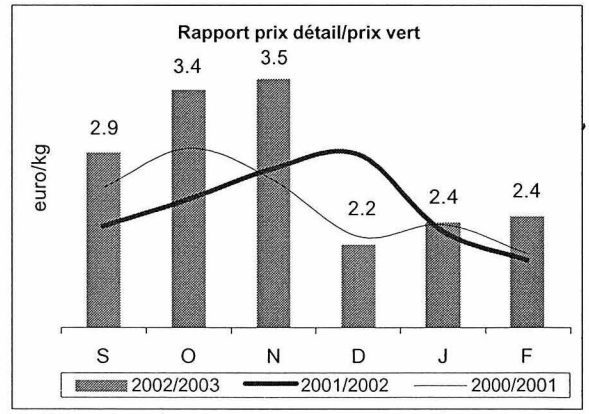
En tonnes	Février 2003	Comparatif (en %)		Cumul saison 2003	Comparatif saisons (en %)	
		2003/2002	2003/2001		2003/2002	2003/2001
Côte d'Ivoire	6 780	- 6	- 7	15 134	- 5	- 1
Cameroun	8 718	+ 1	- 9	19 392	- 2	- 8
Martinique	12 472	- 4	- 8	25 632	- 5	- 14
Guadeloupe	5 704	- 8	- 3	11 582	- 6	- 9
Total	**33 674**	**- 4**	**- 7**	**71 740**	**- 4**	**- 9**





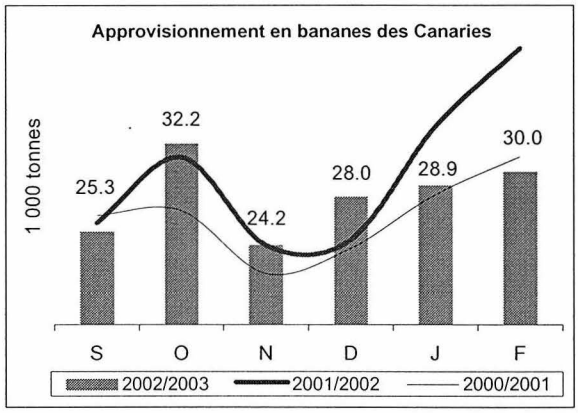
Marché détail en France

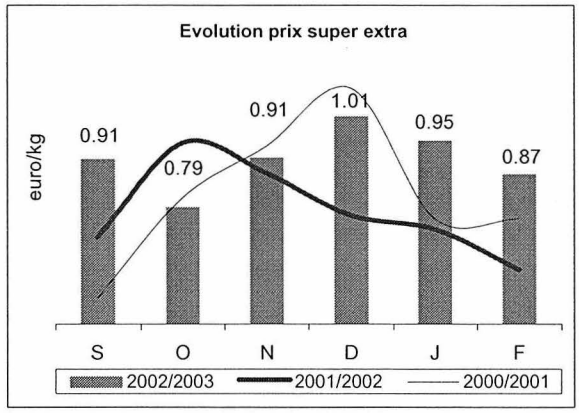




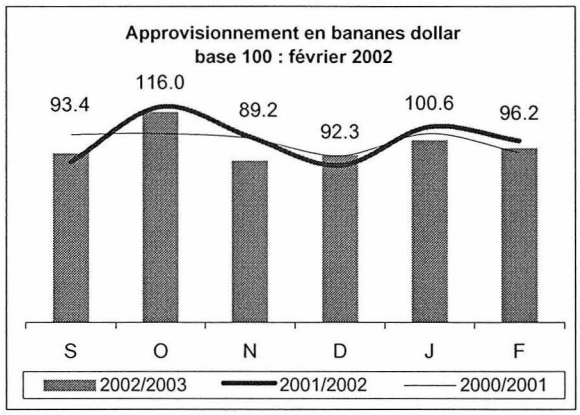
Banane — Indicateurs d'activité sur les marchés d'exportation de la France

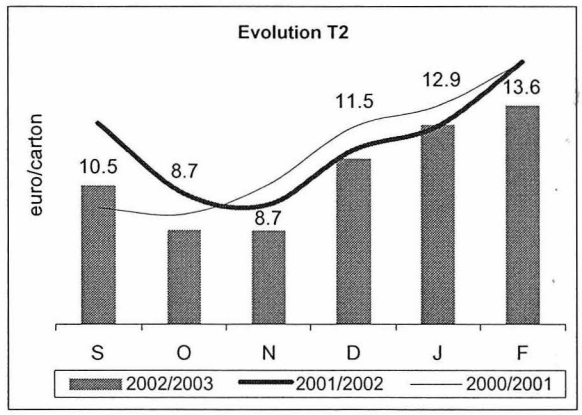
Espagne



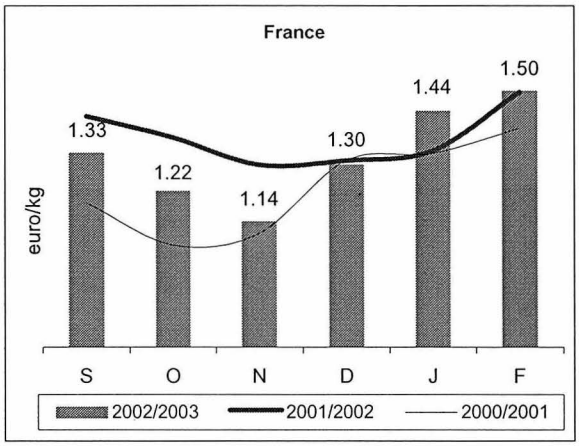


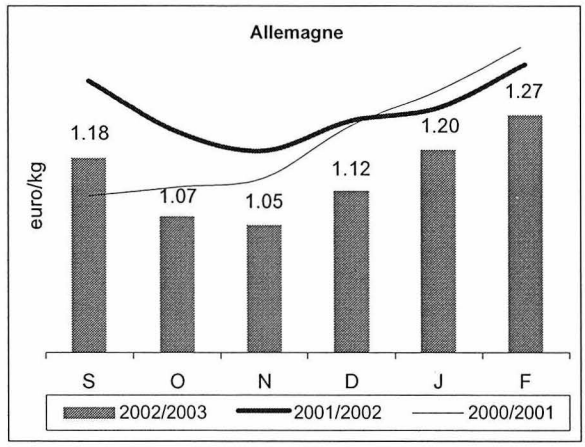
Europe du Nord

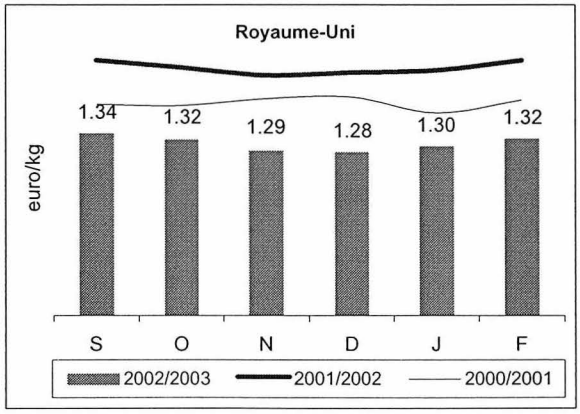


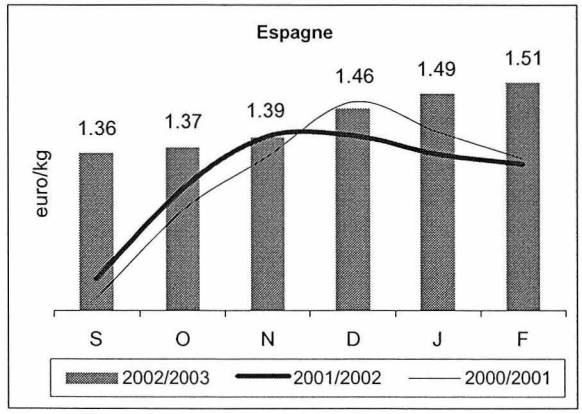


Prix détail en Europe









Sources : Cirad-flhor, SNM, TW Marketing Consulting

Avocat

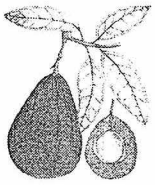
FEVRIER 2003

Comparatif mensuel fév. 2003 / jan. 2003

Prix	Volumes
↗ + 5 %	↘ - 6 %

Comparatif annuel fév. 2003 / fév. 2002

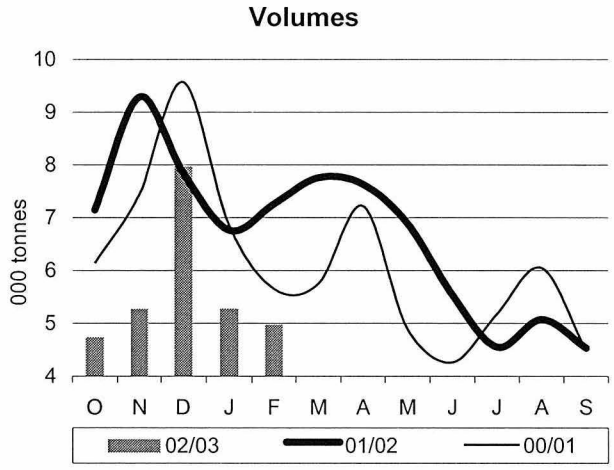
Prix	Volumes
↗↗ + 110 %	↘↘ - 31 %

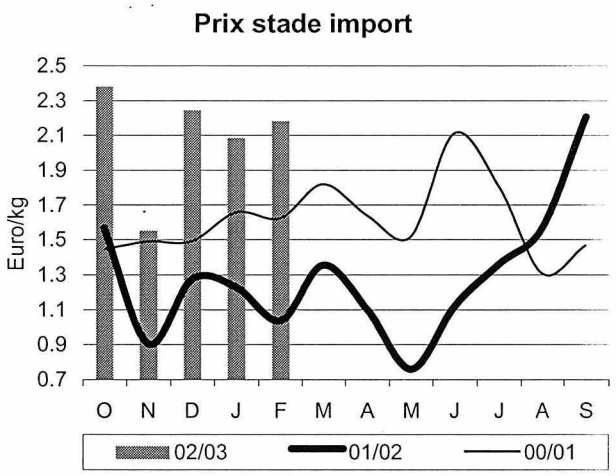


La performance réalisée en février reste globalement très satisfaisante. Le sous-approvisionnement s'est accentué malgré une présence mexicaine toujours soutenue et la réception des premiers volumes de Fuerte du Kenya. Ainsi, le prix moyen parvient à dépasser le niveau record de janvier.

Les disponibilités sont restées très modestes, malgré des arrivages mexicains toujours beaucoup plus importants que les campagnes passées. En effet, le déficit israélien, déjà majeur en janvier, s'est creusé. La pluie, qui a perturbé la récolte, s'est ajoutée à la faiblesse de la production. De même, les volumes espagnols sont demeurés très modestes. Le rôle joué par les opérateurs kenyans est resté mineur, malgré un démarrage très précoce de la campagne en tout début de mois. La demande n'a été que moyenne, mais elle s'est montrée plus que suffisante au vu des faibles volumes offerts. Ainsi, le prix moyen a pu progresser et battre le record établi en janvier. Toutefois, cette performance doit être relativisée : le chiffre d'affaires n'est que moyen pour les origines très déficitaires en volume.

Estimations des mises en marché en France





Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Février 2003	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2003/2002	2003/2001	2002/2003	02-03/01-02	02-03/00-01
Israël	1 536	- 61	- 20	11 035	- 34	- 20
Mexique	1 149	+ 434	+ 311	8 969	+ 17	+ 32
Espagne	2 093	- 25	- 39	10 438	- 27	- 16
Kenya	199	+ 73	-	199	+ 67	-
Total	**4 977**	**- 31**	**- 12**	**30 641**	**- 10**	**- 14**

Orange

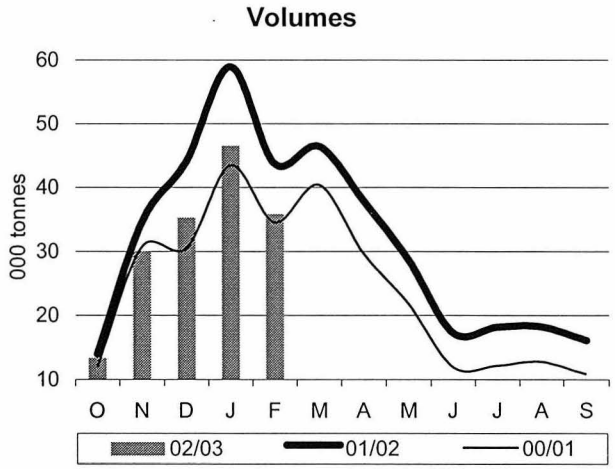
FEVRIER 2003

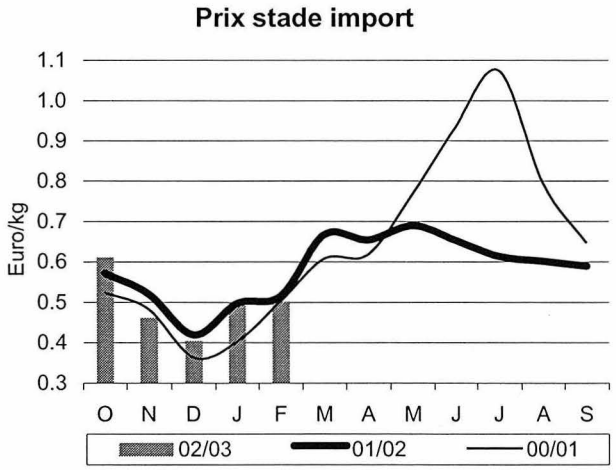
Comparatif mensuel fév. 2003 / jan. 2003	
Prix	Volumes
↘ - 9 %	↘ - 24 %
Comparatif annuel fév. 2003 / fév. 2002	
Prix	Volumes
↘ - 12 %	↘ - 19 %

Le marché a été décevant. Les volumes offerts ont été comparables à ceux de 2000/2001, l'abondante offre de Navelate espagnole compensant le recul des apports marocains et tunisiens. Cependant, le niveau de prix a été nettement inférieur en raison du faible intérêt pour le produit et de la pression exercée par les derniers lots fragiles de Naveline et de Navel.

L'offre espagnole a été nettement inférieure au grand cru 2001/2002, mais bien supérieure à celle de la saison 2000/2001, considérée comme moyenne (+ 14 %). Le début de campagne de Navelate a été plus nourri en raison de l'augmentation des surfaces dédiées à cette variété. Les volumes des autres origines ont été beaucoup plus modestes. Les exportateurs marocains ont privilégié les marchés à contrat et les pays d'Europe du Nord considérés comme plus attractifs. Après la crise de janvier, les envois de Maltaise ont été plus modestes. La demande s'est ralentie à cause des vacances scolaires. Néanmoins, les ventes de Navelate se sont développées, grâce à l'intérêt suscité par le démarrage de la campagne de cette variété. De plus, la Salustiana a bénéficié de bonnes mises en avant de la grande distribution. Cependant, les opérateurs espagnols ont difficilement pu appliquer une augmentation de prix en raison de la concurrence des derniers lots de Navel de qualité fragile.

Estimations des mises en marché en France





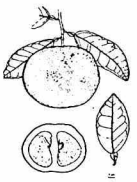
Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Février 2003	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2003/2002	2003/2001	2002/2003	02-03/01-02	02-03/00-01
Espagne	31 314	- 18	+ 14	144 664	- 17	+ 9
Maroc	782	- 20	- 11	919	- 71	- 63
Tunisie	3 400	- 23	- 30	10 426	- 16	- 1
Total	**35 496**	**- 19**	**+ 3**	**156 009**	**- 18**	**+ 6**

Pomelo

FEVRIER 2003

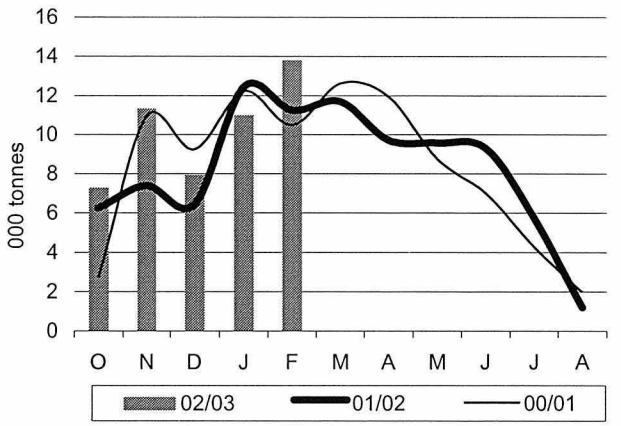
Comparatif mensuel fév. 2003 / jan. 2003	
Prix	Volumes
= +1 %	↗ + 5 %
Comparatif annuel fév. 2003 / fév. 2002	
Prix	Volumes
↗ + 5 %	= ↗ +2 %

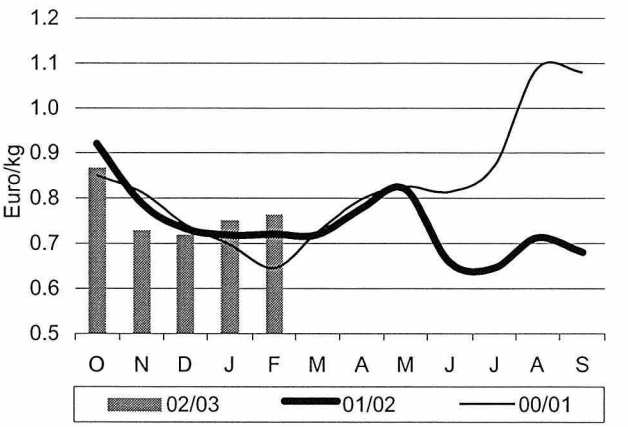


Le marché n'a pas échappé à la traditionnelle baisse d'activité liée aux vacances scolaires. Toutefois, la performance, quoique variable selon les pays fournisseurs, est d'un très bon niveau grâce au dynamisme des ventes de pomelo de Floride.

La fermeture des cantines scolaires pendant les vacances a provoqué un net ralentissement des sorties de pomelo de Turquie et, dans une moindre mesure, d'Israël. Toutefois, les prix des fruits de ces deux origines ne se sont que légèrement érodés, car les apports ont été très mesurés. En effet, les fêtes de l'Aïd ont eu un impact sur l'activité des exportateurs turcs. De même, la récolte a été perturbée par de nombreux épisodes pluvieux en Israël. Les opérateurs de Floride ont bénéficié d'une demande plus régulière et d'un très bon niveau grâce à de nombreuses opérations promotionnelles dans la grande distribution. Quelques opérateurs ont même réussi à augmenter les tarifs des marchandises haut de gamme.

Estimations des mises en marché en France





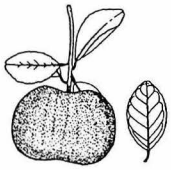
Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Février 2003	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2003/2002	2003/2001	2002/2003	02-03/01-02	02-03/00-01
Floride	9 771	0	+ 24	40 038	+ 13	+ 16
Israël	803	+ 63	- 14	3 163	+ 17	- 4
Turquie	946	- 6	- 43	5 877	+ 5	- 24
Total	**11 520**	**+ 2**	**+ 10**	**49 078**	**+ 12**	**+ 8**

Petits agrumes

FEVRIER 2003

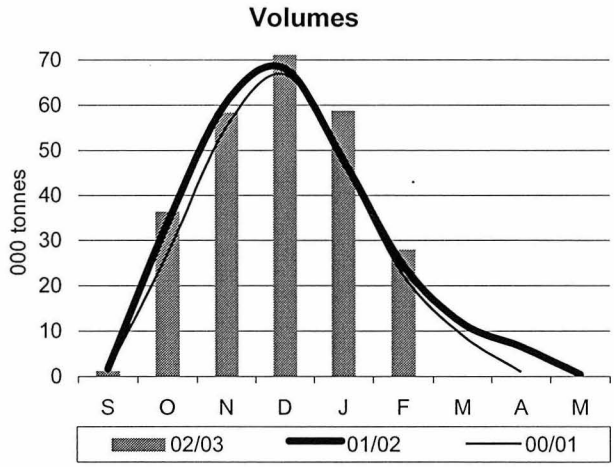
Comparatif mensuel fév. 2003 / jan. 2003	
Prix	Volumes
↗ + 6 %	↘ - 52 %
Comparatif annuel fév. 2003 / fév. 2002	
Prix	Volumes
↗ + 16 %	↗ + 15 %

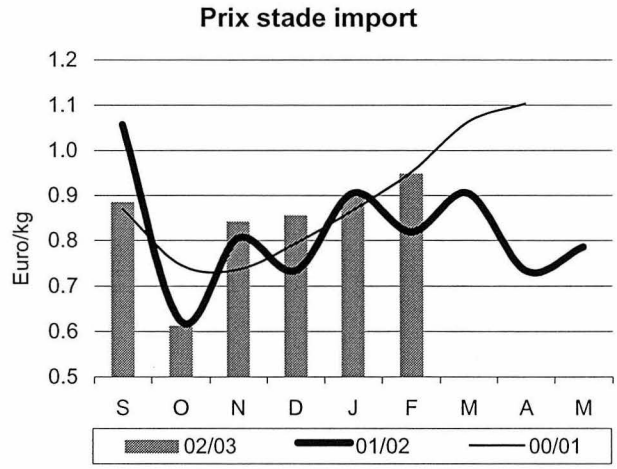


La performance du marché a été une fois de plus remarquable : prix et volumes progressent dans les mêmes proportions. En effet, le rythme des ventes s'est redynamisé grâce à la progression qualitative liée au passage aux variétés phares de fin de saison, Fortuna et Ortanique.

Les apports de fruits en provenance du Maroc enregistrent un net retrait. En effet, la campagne de Nour a décliné précocement alors que les volumes d'Ortanique et d'Afourer ont été très limités sur le marché français. Toutefois, l'offre espagnole a été nettement plus abondante que les saisons dernières. Les fragiles Clemenvilla et la Clémentine ont définitivement laissé la place à d'importants volumes de variétés tardives de meilleure tenue comme Fortuna, Hernandine et Ortanique. Les arrivages israéliens se sont développés par rapport à ceux de l'an passé, mais sont restés marginaux. Malgré cette offre abondante, les ventes ont été satisfaisantes grâce à une importante mise en avant par la grande distribution. D'autre part, la qualité est globalement revenue à un niveau satisfaisant. Malgré la présence de quelques lots d'Hernandine et de Fortuna de qualité flexible, vendus à des prix compétitifs, la performance atteinte a égalé le très bon niveau de 2001.

Estimations des mises en marché en France



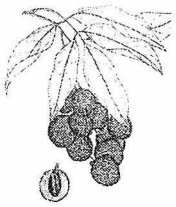


Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Février 2003	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2002/2001	2002/2000	2002/2003	02-03/01-02	02-03/00-01
Espagne	26 271	+ 23	+ 42	219 110	+ 13	+ 19
Maroc	1 484	- 49	- 48	16 270	- 29	0
Israël	304	+ 22	- 64	1 316	- 44	- 40
Corse	0	-	-	20 902	- 29	+ 25
Total	**28 059**	**+ 15**	**+ 26**	**257 598**	**+ 9**	**+ 17**

Litchi

FEVRIER 2003 — Prix importation		
Euros/kg	Min	Max
Afrique du Sud soufré - bateau	1,20	1,50
Madagascar soufré - bateau	0,30	0,50



La commercialisation des litchis malgaches, déjà difficile depuis la mi-janvier, s'est encore dégradée en février. Cette fin de campagne restera vraisemblablement l'une des plus mauvaises des dernières années pour Madagascar, en dépit de volumes globalement inférieurs. Dans un contexte général morose, les stocks accumulés se sont écoulés très lentement en raison d'un désintérêt des distributeurs et des consommateurs. Nettement affectés par la mévente des produits malgaches, les litchis sud-africains se sont toutefois mieux valorisés sur le marché.

La commercialisation des litchis de Madagascar est entrée, en février, dans une spirale dépressionnaire, caractérisée par une demande extrêmement réduite face à d'importantes quantités disponibles. La prolongation du stockage a entraîné une dégradation progressive de la qualité, elle-même accentuant la raréfaction de la demande. Si certains lots présentaient encore une qualité satisfaisante, la proportion de fruits mous, desséchés, tachés ou atteints de moisissure augmentait chaque jour un peu plus. Dans ces conditions, le marché du litchi s'est désintégré, les transactions s'effectuant au coup par coup et au plus offrant. La grande distribution s'est clairement détournée du litchi pour mettre en avant d'autres produits, le marché de gros a réduit ses commandes de litchi de Madagascar, préférant celui d'Afrique du Sud généralement de meilleure qualité et les marchés de réexportation s'orientaient également vers les produits sud-africains. Seuls les supermarchés discount constituaient un débouché plus régulier, en raison des prix bas pratiqués. Dans cette situation, le paramètre principal des transactions n'était plus le prix de vente, mais bien l'écoulement maximum des produits. La détérioration de la qualité amenait également les opérateurs à écarter de plus en plus de fruits devenus inconsommables. Les opérateurs ayant basé leur stratégie commerciale sur une bonne fin de saison du fait des annonces de baisse de production à Madagascar seront vraisemblablement les plus pénalisés. La campagne d'Afrique du Sud s'est également poursuivie en février avec des tonnages assez réguliers. Présentant une meilleure fraîcheur que les produits malgaches, ces fruits se sont négociés sur des bases de prix plus élevées. Les marchandises de cette origine ont été notamment orientées vers les marchés de gros qui trouvaient là une alternative à l'offre de Madagascar. Pour autant, les fruits sud-africains réceptionnés sur le marché français ne présentaient pas une qualité homogène. Celle-ci s'est en effet dégradée avec l'apparition d'une grande disparité selon les marques commerciales. Si certaines d'entre elles présentaient des fruits de fort calibre, de belle coloration et de bonne qualité gustative, d'autres étaient composées de fruits sur-calibrés, de coloration très inégale, d'aspect peu attractif et atteints de points de moisissure. La lenteur d'écoulement des fruits, en raison des mauvaises conditions de marché, a aussi joué un rôle important dans la dégradation qualitative des fruits d'Afrique du Sud. L'arrivée de fruits de la variété McLean, peu appréciée, a contribué au marasme du marché. A la fin du mois de février, on enregistrait l'arrivée des premiers litchis frais d'Australie par avion. Ces fruits, à la qualité visuelle et gustative décevante et livrés en quantité confidentielle, se vendaient autour de 10 euros/kg.

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).

MADAGASCAR CTHT UNION EUROPEENNE www.ctht.org

Litchi — Prix en euros par kg — Stade importation en France

Semaine	6		7		8		9	
Campagne	2001/02	2002/03	2001/02	2002/03	2001/02	2002/03	2001/02	2002/03
Par bateau								
Madagascar								
Soufré	0,99-1,30	0,30-0,50	0,99-1,52	0,30-0,50		0,30-0,50		0,30-0,50
Afrique du Sud								
Soufré		1,50-2,00		1,40-2,00		1,20-1,50		1,20-1,50