Avocat d'hiver
Bilan de campagne 2004/2005

Une campagne d'hiver aux limites de plus en plus floues

L'approvisionnement a été légèrement plus soutenu que la saison passée. D'une part, les livraisons du trio d'origines qui assure la base de l'approvisionnement durant la campagne d'hiver ont été plus larges. La récolte israélienne exceptionnellement généreuse a plus que compensé un déficit espagnol sensible. D'autre part, les envois des origines montantes d'Amérique du Sud, comme le Chili et le Pérou, ont enregistré une nette hausse et fortement influé sur le début et la fin de cette campagne d'hiver. Si la France reste le marché phare de l'UE, le pouvoir d'attraction du Royaume-Uni continue d'aller croissant, surtout en Hass.

Israël : production record

Les années se suivent et ne se ressemblent pas pour les producteurs israéliens. La récolte 2004/2005 a atteint un niveau record, estimé à 83 000 tonnes, après deux années de déficit tout aussi exceptionnel (moins de 50 000 t). Cette performance s'explique principalement par l'alternance, avec des rendements exceptionnellement élevés, proches des 20 t/ha. L'effet du développement des surfaces commence peut-être aussi à se faire sentir, la croissance annuelle du verger a été en effet de 100 ha ces dernières années. Autre point important : l'alternance des productions israélienne et espagnole n'est plus simultanée. Ainsi, l'offre cumulée des trois principaux pays alimentant le marché d'hiver sera beaucoup plus stable d'une campagne à l'autre qu'elle ne l'était auparavant. En 2004/2005, l'approvisionnement n'était supérieur que de 10 % à celui de l'année précédente, alors que des fluctuations de 30 % n'étaient pas rares par le passé. Cette production généreuse a permis aux opérateurs israéliens de dominer largement le débat durant cette campagne, comme l'illustre la remontée à 50 % de leur part de marché dans l'offre globale des principaux fournisseurs. Cependant, tous les marchés n'ont pas été logés à la même enseigne. La France est restée de loin le principal débouché de l'avocat d'Israël, avec des volumes commercialisés qui sont remontés à environ 20 000 t. Néanmoins, ce marché a continué de faire les frais de la stratégie de diversification des débouchés au profit du Royaume-Uni. L'évolution diamétralement opposée des volumes destinés à ces deux pays est éloquente : elle passe de plus de 50 % à la fin des années 1990 à moins de 40 % durant la dernière campagne pour l'Hexagone et progresse de moins de 10 % à plus de 20 % pour le Royaume-Uni pendant la même période. Quels sont les facteurs justifiant cet attrait pour le marché anglais ? D'une part, la démarche de segmentation de l'offre mise en place par les distributeurs est payante et permet un dynamisme de la consommation unique en Europe. A titre d'illustration, les importations sont passées d'environ 12 000 t au milieu des années 1990 à 30 000 t en 2004. Ainsi, les opérateurs israéliens ont écoulé une bonne part de leur Hass en Grande-Bretagne, pour alimenter les programmes de fruits « mûrs à point », un des outils clés de stimulation des ventes. Le niveau encore modeste de la consommation par habitant, de l'ordre de 500 g, laisse à penser qu'il existe d'importantes marges de développement. D'autre part, le mode de transaction avec la grande distribution est tout aussi original et présente des gages de sécurité pour les deux parties. Clients et fournisseurs s'engagent en début de campagne sur un programme susceptible d'être ajusté pendant la saison (quantités à livrer, prix). L'amont de la filière est ainsi protégé contre les brutales variations de prix et dispose d'une certaine sécurité d'écoulement, primordiale pour des produits aussi périssables. Quant à l'aval, son approvisionnement est garanti. Cette liaison commerciale forte découle aussi des exigences élevées des distributeurs anglais, qui demandent généralement un travail spécifique en termes de conditionnement, de service, etc.

L'Espagne renforce sa présence

Les disponibilités espagnoles ont été encore plus légères que ne le laissait supposer l'alternance négative de production. Les producteurs ont dû subir un gel aussi sévère que rarissime fin février, en plus des problèmes assez fréquents liés aux vents violents de janvier. Une part importante des fruits restant à récolter, notamment du Hass destiné aux opérations de Pâques, a été perdue. Ainsi, les envois n'ont pas dépassé les 35 000 t, contre plus de 50 000 en 2003/2004. Si l'influence des fruits d'Espagne n'a été que limitée sur le déroulement de la campagne, en revanche celle des opérateurs espagnols s'est accrue. Les importations qu'ils ont effectuées à des fins de réexportation vers les autres pays de la Communauté se sont fortement développées. L'objectif est de pouvoir fournir à la clientèle européenne un approvisionnement continu en Hass, à partir de fruits locaux ou importés d'Amérique du

Approvisionnement du marché de l'avocat - UE15

000 t	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	moyen. 99/04	Delta %
Espagne	23.8	33.3	33.9	54.8	36.7	44.7	32.3	46.3	24.6	47.9	31.1	39.2	- 21
Mexique	25.2	33.2	24.4	16.8	13.3	14.5	13.0	10.1	21.9	18.7	16.7	15.6	+ 7
Israël	22.1	43.6	40.7	33.6	23.2	44.0	38.3	43.5	25.9	25.3	52.2	35.4	+ 47
Total hiver	**71.1**	**110.1**	**99.0**	**105.2**	**73.2**	**103.2**	**83.6**	**99.9**	**72.4**	**91.9**	**100.0**	**90.2**	**+ 11**
Kenya	8.9	7.8	13.0	7.0	9.7	11.4	15.8	11.8	19.6	17.4	18.5	15.2	+ 22
Af. du Sud	29.5	26.7	23.3	48.9	31.6	42.1	32.3	41.1	35.7	29.7	46.4	36.2	+ 8
Pérou					0.4	2.0	2.4	4.7	11.3	14.6	18.0	7.0	+ 157
Chili								1.9	4.3	10.1		5.4	
Total été	**38.4**	**34.4**	**36.3**	**55.9**	**41.3**	**53.5**	**48.1**	**59.4**	**71.0**	**65.6**		**59.5**	
Total	**122.7**	**154.3**	**137.5**	**167.5**	**118.8**	**152.9**	**131.6**	**164.9**	**147.7**	**157.9**		**151.0**	

Note : période septembre-août pour Espagne/Israël/Mexique, année civile pour autres origines / Sources : Eurostat, Cirad

Sud (Chili en début de saison, puis Pérou, avec quelques lots argentins pour terminer). L'Espagne est devenue une plaque tournante dans l'approvisionnement du marché européen en fruits du Chili et du Pérou.

Le Mexique confirme sa place

Le Mexique est resté un acteur majeur du marché communautaire durant cette campagne. Ses arrivages ont été soutenus et très similaires à ceux de la saison 2002/2003. Il a notamment joué un rôle très prépondérant dans l'alimentation du marché français en Hass. Néanmoins, bon nombre d'opérateurs se posent des questions sur la pérennité de ce positionnement. Quel sera l'impact à moyen terme de l'ouverture plus large du marché américain, intervenue le 01/02/2005, sur les envois d'avocat du Michoacán vers l'UE ? La fin de la saison 2004/2005 a peut-être apporté quelques éléments de réponse. L'explosion des envois vers les États-Unis (65 600 t exportées entre février et juillet 2005, contre 21 500 t l'année précédente) a provoqué une flambée du prix de revient. La relative stabilité des importations européennes enregistrée par Eurostat entre février et la fin de campagne par rapport à la saison passée est en grande partie liée à une conjoncture favorable. D'une part, la concurrence des autres origines a été relativement modérée (stratégie israélienne de diversification des envois de Hass vers le Royaume-Uni et potentiel espagnol plus limité). D'autre part, le change euro/dollar a été encore plus favorable que pendant la campagne précédente. Le démarrage de la saison 2005/2006 donne un éclairage plus précis. Les importations durant le créneau principal dont dispose le Mexique, à savoir de septembre à octobre, ont été inférieures de moitié à celles des deux années précédentes. Le risque financier (prix de revient élevé et marchandises payées en ferme) et la crainte d'une avalanche de fruits chiliens ont incité les importateurs européens à la prudence. Néanmoins, les exportateurs mexicains ne veulent visiblement pas se désengager du marché communautaire, comme le prouve la campagne de mise en avant de l'origine en France, qu'ils financent.

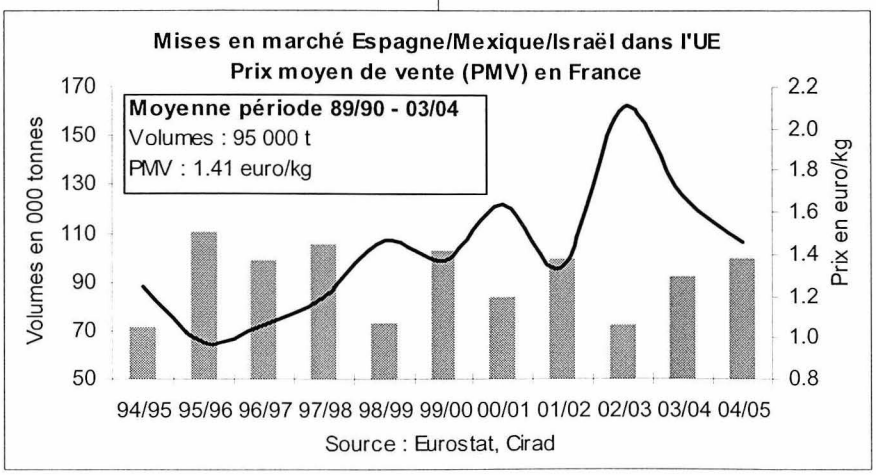
Des mises en marché kenyanes plus sereines

Selon une première estimation (données douanières non disponibles), les exportations kenyanes vers l'UE auraient été au moins aussi fournies qu'en 2004. Néanmoins, la commercialisation semble s'être faite avec plus de sérénité que par le passé, même si certains passages de la saison ont été très difficiles. D'une part, les efforts de segmentation de l'offre (part croissante du Hass, gamme 1er prix pour les Fuerte de petit calibre) permettent d'élargir les débouchés de l'avocat kenyan. D'autre part, la concentration de l'offre dans un nombre de mains plus limité est elle aussi payante.

Une campagne d'hiver aux limites de plus en plus floues

Difficile de décrire la campagne en se limitant aux origines dites d'hiver. La présence accrue de nouveaux fournisseurs sud-américains rend plus complexe le panorama d'approvisionnement de l'Europe. Les périodes de transition entre campagnes d'été et d'hiver, auparavant fastes car peu approvisionnées, tendent à devenir cauchemardesques. La campagne 2004/2005 est la parfaite — et malheureuse — illustration de ce changement. L'explosion des volumes chiliens à partir de mi-septembre 2004 (près de 1.2 million de colis réceptionnés en quatre semaines, contre moins de 400 000 l'année précédente) a contribué à un surapprovisionnement majeur du marché, les prix du Hass sombrant à un niveau jamais connu de 3 à 4 euros/colis. Le même scénario s'est reproduit à la fin de la campagne. L'arrivage massif de fruits péruviens en juin (près de 1.5 million de colis contre 750 000 l'année précédente) s'est soldé par un autre passage extrêmement difficile. Cependant, ces crises, économiquement insupportables, ne sont vraisemblablement pas inéluctables. Il faut néanmoins mobiliser l'énorme réservoir de développement de la consommation qui existe en Europe (cf. ***FruiTrop* Focus Avocat**) ■

Clio Delanoue, Cirad
clio.delanoue@cirad.fr

Prix moyen de campagne

Les prix ont encore joué au yoyo durant cette campagne. Leur cyclicité étonnamment régulière mérite d'être soulignée. Néanmoins, la performance réalisée peut être qualifiée de satisfaisante. Certes, le prix moyen qui enregistre une baisse sensible par rapport à la saison précédente est à relativiser. Il reste sensiblement supérieur à la moyenne, alors que les volumes commercialisés ont été soutenus.