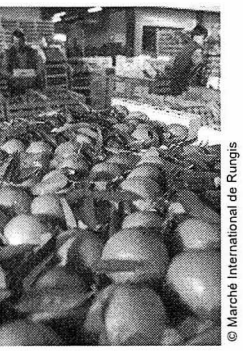
Repères
Mars 2006

Les principaux produits	
1er	Pomme
2ème	Fraise
3ème	Orange



© Marché International de Rungis

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 13
Avocat 15
Orange 16
Pomelo 17
Petits agrumes 18
Litchi 19
Mangue 20
Ananas 21

Mars 2006 / Mars 2005			
Prix	↘	Vol.	↗

Pomme

Le rythme des ventes s'est légèrement amélioré, mais les prix sont restés stables et bas pour tous les groupes variétaux. Des arrivages de l'hémisphère sud, nettement inférieurs à ceux de 2005 en raison de la mise en place d'un système de surveillance statistique des importations, ont permis de fluidifier les sorties de pommes françaises bicolores (Gala et Braeburn) et vertes. Néanmoins, les prix sont restés à un niveau plancher. Le marché de la Golden est resté à l'écart de cette embellie.

Mars 2006 / Mars 2005			
Prix	↘	Vol.	↗↗

Fraise

Le marché a été particulièrement difficile. Les arrivages en provenance d'Espagne et du Maroc ont été lourds et d'un niveau qualitatif parfois hétérogène. Parallèlement, la demande s'est montrée particulièrement lente, les températures inférieures aux normales saisonnières n'incitant pas à la consommation de fruits rouges. Les prix ont rapidement plongé, pour atteindre un niveau inférieur au coût de revient.

Mars 2006 / Mars 2005			
Prix	↘	Vol.	↗

Orange

La dégradation perçue en février s'est amplifiée en mars. Le marché s'est rapidement trouvé en situation de surapprovisionnement, en raison de l'importance de la récolte de Navelate espagnole et d'une demande plutôt lente malgré le froid. Dans ce contexte, les autres origines, et en particulier le Maroc, voient leurs parts de marché reculer sensiblement.

Page

Un éclairage sur la situation et les prix du fret maritime. — *Fret maritime* 22

Fret maritime

Après ce qu'on peut qualifier comme un début d'année moyen, le marché de l'affrètement a rapidement pris de la vitesse pendant tout le mois de mars, avec une pointe en troisième semaine.

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

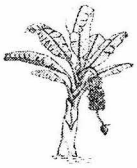
MARS 2006

Comparatif mensuel mars 2006 / février 2006

Prix	Volumes
↘ – 8 %	↗ + 9 %

Comparatif annuel mars 2006 / mars 2005

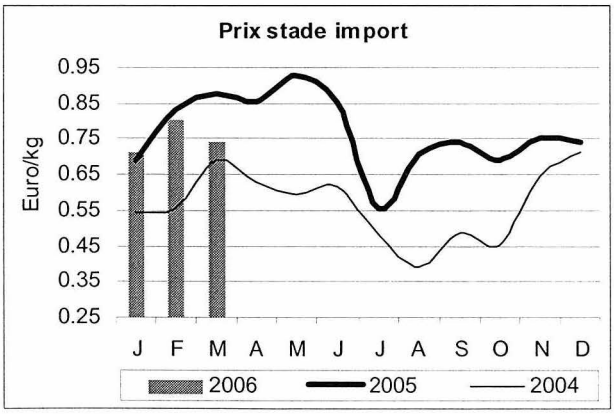
Prix	Volumes
↘ – 15 %	↘ – 14 %

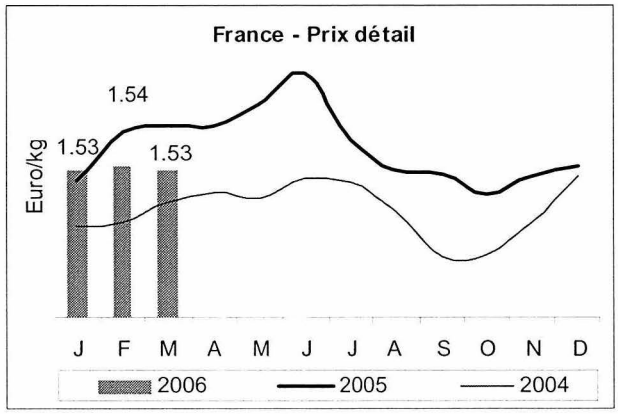


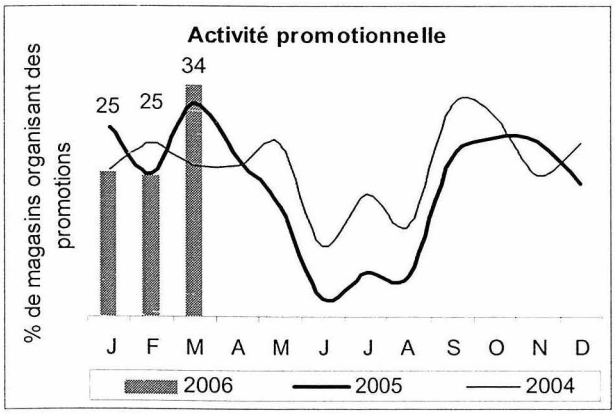
La performance est décevante et marque une rupture avec les excellentes réalisations de janvier et février. Le prix mensuel affiche un niveau légèrement inférieur à la moyenne, malgré un déficit majeur des apports cumulés Antilles/Afrique et des arrivages de banane dollar toujours bridés. La demande, ralentie par le froid durant les deux premières décades, semble avoir été inférieure à la normale. De plus, des offres de banane dollar portant sur des quantités limitées mais compétitives en termes de prix ont joué un rôle déstabilisant.

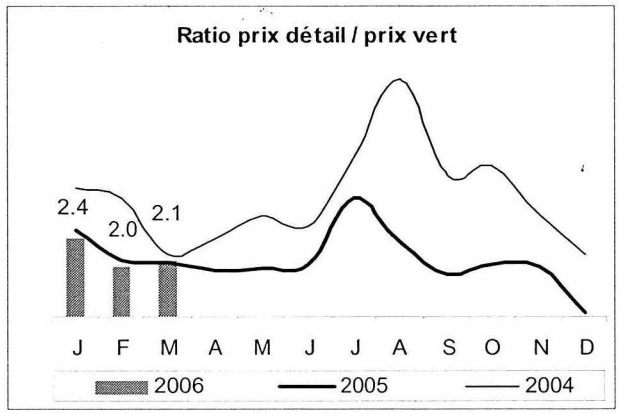
Le cumul d'arrivages Antilles/Afrique est resté sensiblement inférieur à celui des années précédentes, tout comme en janvier et février (- 16 % par rapport à la moyenne triennale). Le déficit antillais a continué d'être très marqué. Les apports africains, de saison en février, sont redevenus inférieurs à la moyenne en raison de volumes camerounais légers. Le Ghana a fait son entrée sur le marché communautaire. Cependant, la demande locale semble avoir été plus lente que les années précédentes, malgré une reprise en fin de mois liée à de nombreuses opérations promotionnelles. Les températures, très inférieures aux normales saisonnières durant les deux premières décades, semblent avoir eu un impact négatif sur la consommation. Cette météorologie a aussi pesé sur les exportations vers l'Europe du Nord, malgré des arrivages mesurés en raison du prix élevé du fret et, jusqu'en semaine 12 départ, des fruits. De plus, de nouveaux opérateurs dollar cherchant à prendre pied dans l'UE ont fragilisé le marché en proposant des quantités limitées mais à des prix compétitifs. Le prix stade quai, qui égalait celui, excellent, de 2005 en début de mois, est revenu à un niveau proche de celui de 2003 en fin de mois.

Marché français de la banane — Indicateurs







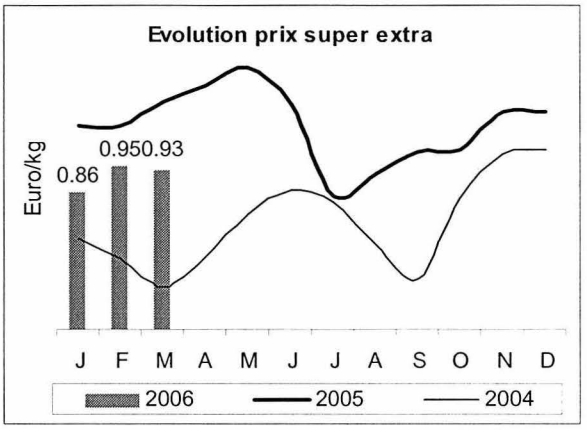


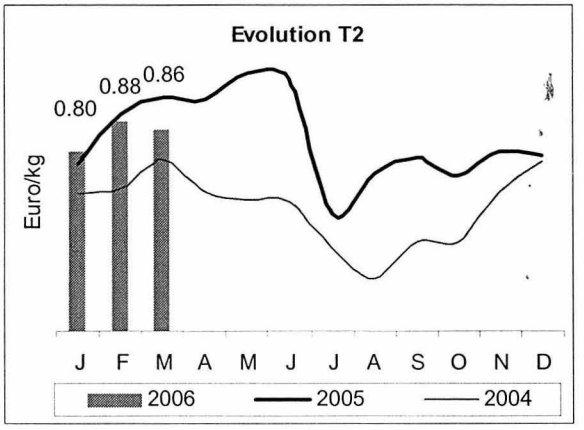
Marché européen de la banane — Indicateurs

Principales origines en Europe

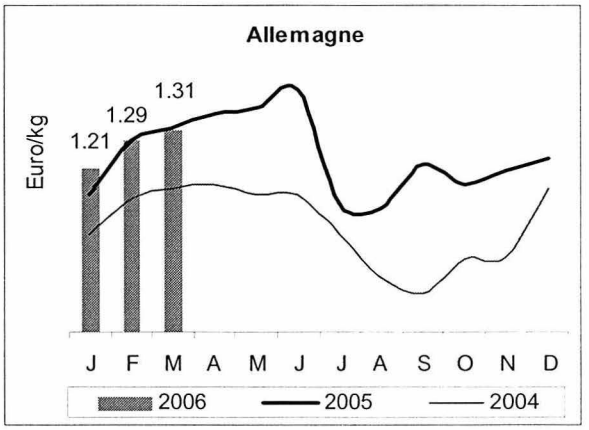
En tonnes	Mars 2006	Comparatif (en %)		Cumul saison 2006	Comparatif saisons (en %)	
		2006/2005	2006/2004		2006/2005	2006/2004
Martinique	15 373	- 19	- 30	42 323	- 11	- 32
Guadeloupe	3 273	- 21	- 50	10 124	- 20	- 48
Canaries	35 918	+ 25	- 16	91 415	+ 6	- 15
Côte d'Ivoire	21 862	+ 4	+ 3	56 405	+ 7	+ 1
Cameroun	19 185	- 22	- 30	53 334	- 6	- 26
En indice (base 100 : mars 2005)						
Dollar	ND	ND	ND	ND	ND	ND

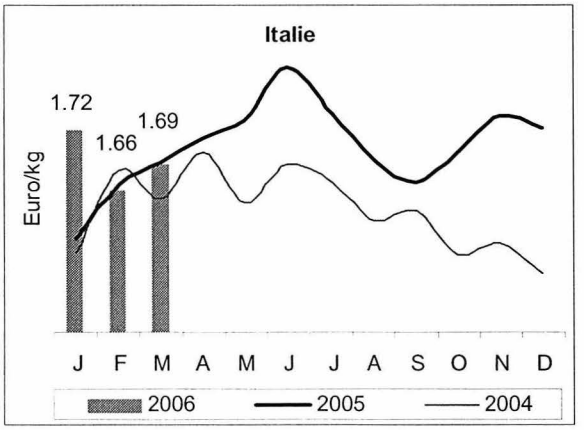
Prix vert en Europe

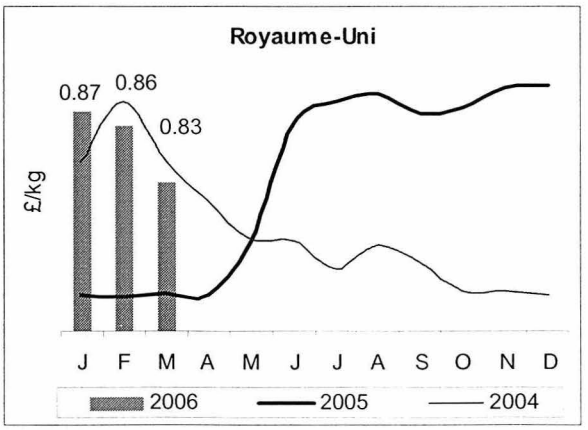


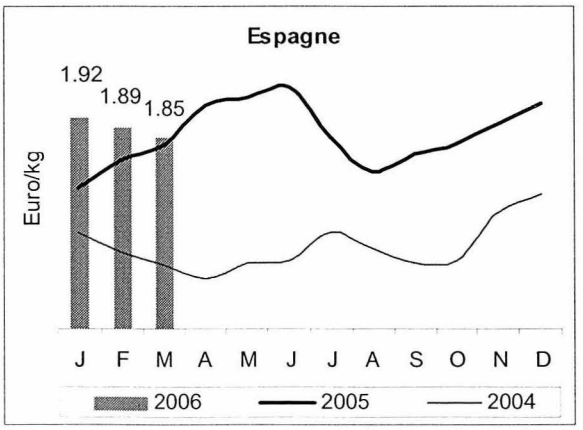


Prix détail en Europe







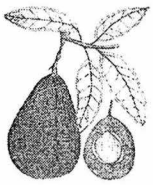


Sources : Cirad, SNM, TW Marketing Consulting

Avocat

MARS 2006

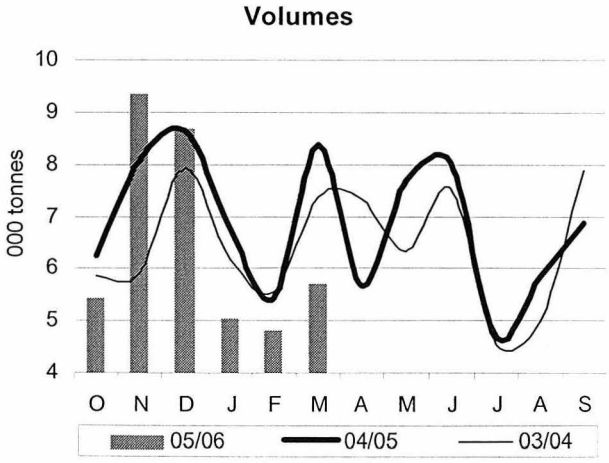
Comparatif mensuel mars 2006 / février 2006	
Prix	Volumes
↘ – 5 %	↗ + 18 %
Comparatif annuel mars 2006 / mars 2005	
Prix	Volumes
↗↗ + 33 %	↘↘ – 32 %

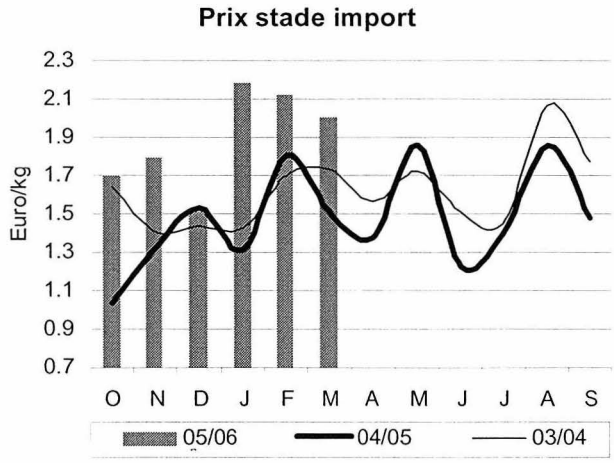


Le sous-approvisionnement du marché du Hass s'est encore accentué avec le déclin précoce de la production méditerranéenne, déficitaire cette saison. Ce contexte conjoncturel a continué d'être très favorable au Mexique, qui signe une nouvelle performance record, notamment grâce aux opérations de Pâques avec la grande distribution en fin de mois. Dans ce contexte, le marché du vert s'est montré très satisfaisant. L'offre, principalement composée des dernières exportations israéliennes, est restée légère en raison du démarrage tardif des envois du Kenya.

Le marché est resté satisfaisant. Le déficit de l'offre n'a cessé de se creuser en Hass, malgré une présence très soutenue du Mexique. Le déficit de production des origines méditerranéennes a continué de limiter l'offre. D'une part, la présence espagnole est restée réduite et principalement composée de petits calibres (20/22/24/26) destinés au marché grossiste. D'autre part, Israël termine de façon précoce sa campagne, avec un cumul exporté en fin de mois inférieur à 7 millions de colis. Les envois ont été d'autant plus limités en France qu'ils se sont concentrés sur les marchés voisins (Hass vers le Royaume-Uni et variétés lisses, principalement de gros calibre, vers l'Allemagne). Les prix ont régulièrement augmenté jusqu'à des niveaux très satisfaisants en fin de mois, grâce à une demande active de la grande distribution pour préparer les opérations de Pâques dès la fin de la semaine 13. Parallèlement, l'offre en vert est restée limitée, principalement en raison du retard de la saison kenyane (annulation d'un bateau liée à des grèves). Les ventes ont été très satisfaisantes pour une offre plutôt disparate. Les Fuerte kenyans de petit calibre (20/22/24) ont complété la gamme très large en provenance d'Israël (Pinkerton, Reed, Wurtz, Nabal, etc.).

Estimations des mises en marché en France





Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2006	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2006/2005	2006/2004	2005/2006	05-06/04-05	05-06/03-04
Espagne	2 098	+ 5	- 37	9 870	- 22	- 34
Mexique	2 191	+ 8	+ 27	12 721	+ 3	- 2
Israël	970	- 66	+ 19	9 375	- 44	- 8
Kenya	431	- 71	- 71	663	- 59	+ 538
Total	**5 691**	**- 32**	**- 23**	**32 629**	**- 25**	**- 17**

Orange

MARS 2006

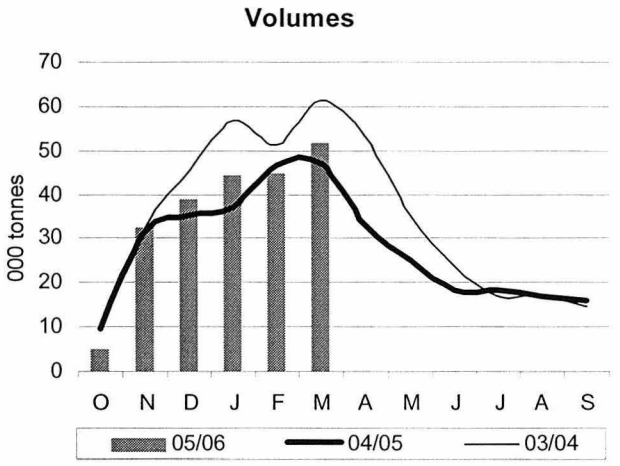
Comparatif mensuel mars 2006 / février 2006	
Prix	Volumes
↘ – 3 %	↗ + 14 %

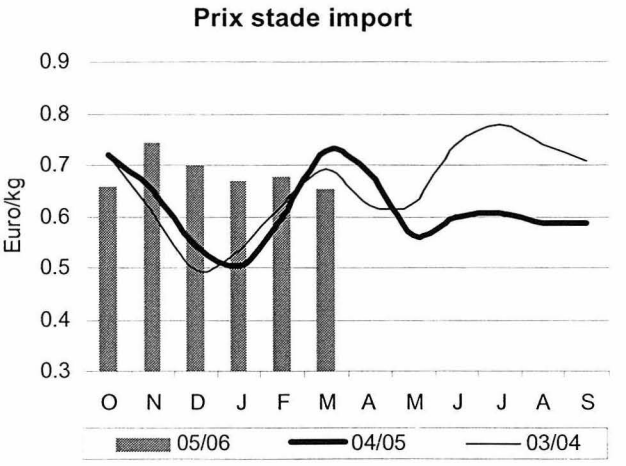
Comparatif annuel mars 2006 / mars 2005	
Prix	Volumes
↘ – 10 %	↗ + 9 %

La dégradation perçue en février s'est amplifiée en mars. Le marché s'est rapidement trouvé en situation de surapprovisionnement, en raison de l'importance de la récolte de Navelate espagnole et d'une demande plutôt lente malgré le froid. Dans ce contexte, les autres origines, et en particulier le Maroc, voient leurs parts de marché reculer sensiblement.

Après une première partie de saison déficitaire, la production espagnole, qui avait commencé à se développer en février, a été sensiblement plus large que les années passées en mars. La campagne de Navelate, abondante cette saison, a commencé à battre son plein dès le début du mois. Puis, la Valencia Late, dont la récolte est elle-aussi importante, a atteint sa maturité en fin de mois. Le marché encore équilibré en février s'est rapidement trouvé en situation de surapprovisionnement, d'autant que la demande, focalisée sur la Navelate, a été plutôt lente malgré le froid. Les cours ont fléchi pour revenir à un niveau moyen stade importation, mais ont été inférieurs de 30 à 35 % à ceux de 2003 et 2004 stade production, tant pour la Navelate que pour la Valencia. Dans ce contexte, les autres origines ont eu beaucoup de mal à trouver leur place. Les volumes commercialisés par le Maroc reculent très fortement, la fin de la campagne de Washington sanguine et le début, pourtant tardif, de celle de Valencia, ayant été très difficiles. La baisse des ventes de Maltaise de Tunisie, produit situé sur un segment de marché bien particulier, est moins marquée, mais néanmoins significative.

Estimations des mises en marché en France





Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2006	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2006/2005	2006/2004	2005/2006	05-06/04-05	05-06/03-04
Espagne	42 586	+ 14	- 13	190 954	+ 5	- 17
Maroc	3 120	+ 4	- 5	6 667	+ 32	- 5
Tunisie	5 882	- 13	- 22	16 894	+ 9	+ 12
Total	**51 588**	**+ 9**	**- 16**	**214 515**	**+ 6**	**- 15**

Pomelo

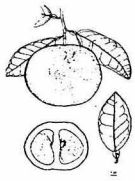
MARS 2006

Comparatif mensuel mars 2006 / février 2006

Prix	Volumes
↘ – 15 %	= – 1 %

Comparatif annuel mars 2006 / mars 2005

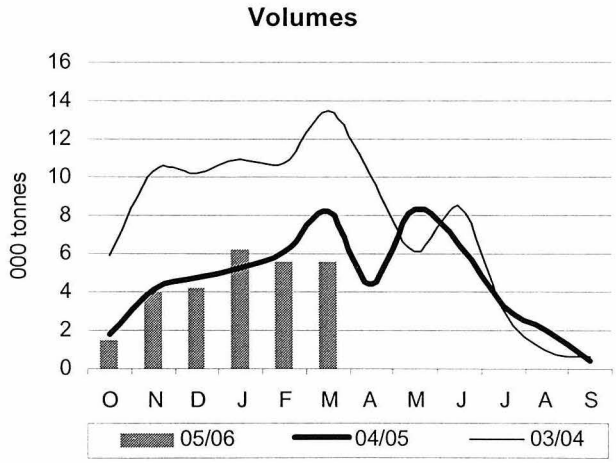
Prix	Volumes
↘ – 23 %	↘↘ – 32 %

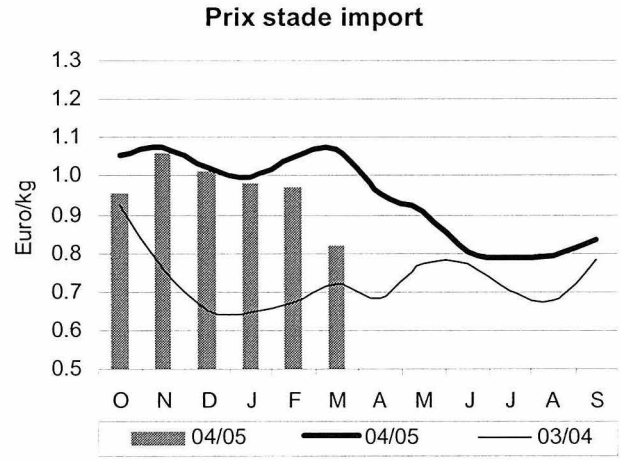


La performance globale est très décevante. Le prix moyen mensuel affiche un niveau légèrement inférieur à la moyenne triennale, alors que le déficit d'approvisionnement s'est aggravé pour atteindre près de 50 %. Le marché du pomelo méditerranéen, quasi monopolisé par une abondance de fruits turcs parfois de qualité hétérogène, s'est montré très difficile. Dans ce contexte, les autres origines ont eu du mal à trouver leur place, exception faite des marchandises floridiennes garantissant un bon niveau qualitatif.

Le déclin précoce de la production floridienne a creusé plus encore le déficit d'approvisionnement du marché communautaire. Le cumul des apports affiche un niveau équivalent à la moitié de l'approvisionnement moyen du marché en mars, en raison d'arrivages de Floride en repli de 70 %. Les envois en provenance de Turquie, particulièrement lourds et atteignant un niveau jamais connu jusqu'alors à cette époque de l'année, n'ont qu'atténué le déficit global. En revanche, ils ont créé une forte pression sur le marché du pomelo méditerranéen. Le prix des fruits turcs a rapidement atteint un niveau plancher, d'autant que la demande s'est montrée peu enthousiaste au vu de la fragilité de la tenue de certains lots. Face à cette concurrence, les autres origines méditerranéennes ont très difficilement trouvé leur place, malgré plusieurs révisions des cours à la baisse. Les mises en marché israéliennes en France affichent un recul sensible par rapport à la moyenne. La situation n'a été qu'en demi-teinte pour les opérateurs floridiens, malgré le déficit. Si le marché et les cours ont été assez satisfaisants pour les marchandises haut de gamme garantissant un bon niveau qualitatif, les réalisations ont été décevantes pour les marques plus standard, ne couvrant parfois pas les prix de revient.

Estimations des mises en marché en France





Estimations des mises en marché en France par origine

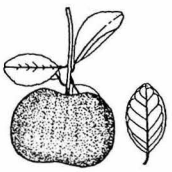
En tonnes	Mars 2006	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2006/2005	2006/2004	2005/2006	05-06/04-05	05-06/03-04
Israël	727	- 51	- 30	4 004	- 35	- 20
Floride	2 677	- 55	- 76	14 105	- 26	- 73
Turquie	2 157	+ 192	+ 81	8 869	+ 80	+ 99
Total	**5 561**	**- 32**	**- 59**	**26 978**	**- 11**	**- 56**

Petits agrumes

MARS 2006

Comparatif mensuel mars 2006 / février 2006	
Prix	Volumes
↗ + 5 %	↘↘ – 37 %

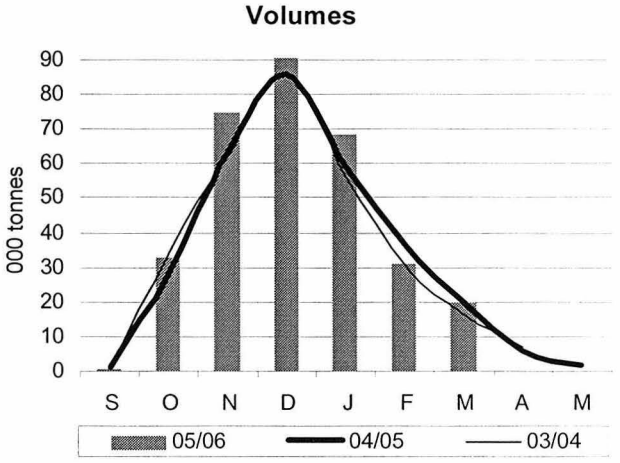
Comparatif annuel mars 2006 / mars 2005	
Prix	Volumes
↘ – 13 %	↘ – 2 %

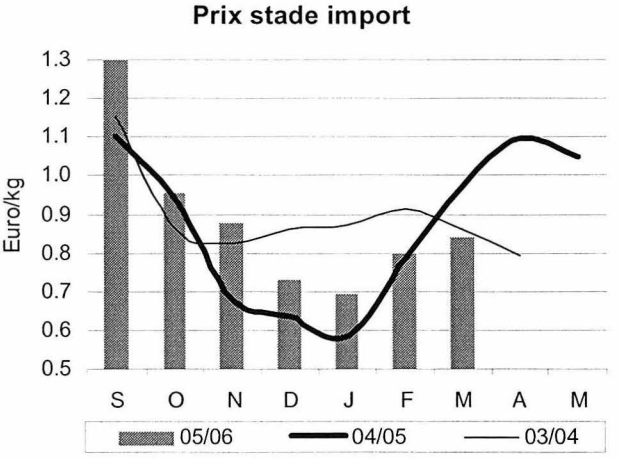


Le bilan est très contrasté. La demande, relativement lente mais de saison, s'est montrée très sélective et s'est concentrée sur les produits haut de gamme garantissant un bon niveau qualitatif (meilleures marques de Fortuna d'Espagne, de Nadorcot d'Espagne et du Maroc, d'Or d'Israël). Les ventes ont été laborieuses pour les autres produits, en particulier pour l'Ortanique. Globalement, le prix moyen mensuel et les volumes commercialisés affichent un niveau inférieur à la moyenne.

La situation est restée relativement difficile pour l'Espagne. Prix moyen et volumes commercialisés affichent un niveau sensiblement inférieur à la moyenne. La fin de campagne de Fortuna a été décevante, les ventes restant généralement laborieuses en raison du faible niveau qualitatif d'une grande partie de l'offre. La situation n'a pas été plus facile pour l'Ortanique, qui a pris le relais. Le manque d'intérêt pour cette variété, qui semble se confirmer chaque année davantage, a fait plonger les prix à des niveaux rarement vus au stade production. Seule la Nadorcot a bénéficié d'un courant régulier. La performance a été plus satisfaisante pour le Maroc. Les ventes ont été légèrement supérieures à la moyenne grâce à une demande sans excès mais assez bonne en Nadorcot. La campagne d'Or d'Israël s'est terminée avec succès. La demande est restée très active, malgré le niveau soutenu des cours et une certaine fragilité qualitative en toute fin de saison pour certains lots. Les ventes d'Ortanique de Chypre ont été laborieuses pour la majeure partie des opérateurs.

Estimations des mises en marché en France



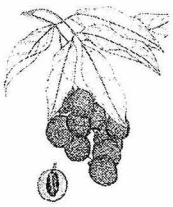


Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2006	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2006/2005	2006/2004	2005/2006	05-06/04-05	05-06/03-04
Espagne	17 501	- 5	+ 13	270 725	+ 7	+ 13
Maroc	1 451	+ 338	+ 150	27 689	+ 51	- 4
Israël	630	- 54	+ 249	2 234	+ 7	+ 52
Total	**19 582**	**- 2**	**+ 18**	**300 648**	**+ 8**	**+ 11**

Litchi

MARS 2006	Litchi — Prix stade import	
En euros	Min	Max
	Par avion (kg)	
Australie	5.00	12.00
Thaïlande	6.50	7.00



En mars, le marché s'est caractérisé par une quasi-absence de litchis. La saison de l'Océan indien ayant pris fin en février, seule l'Australie a poursuivi ses expéditions vers l'Europe. En seconde quinzaine du mois démarrait la campagne d'exportation de Thaïlande. Cette origine devrait assurer l'approvisionnement du marché européen jusqu'aux mois d'été. Le litchi redevient un produit exotique rare et s'échange à des prix élevés.

L'Australie a achevé sa campagne d'exportation en deuxième semaine de mars, avec des tonnages extrêmement limités à l'échelle européenne (quelques centaines de colis). Ces fruits proposés entre 11.00 et 12.00 euros/kg se sont difficilement vendus, d'une part en raison du prix demandé et d'autre part à cause d'un manque de tenue. Dans la plupart des cas, les prix escomptés n'ont pas pu être réalisés et les dernières ventes se sont plutôt faites sur la base de 5.00-6.00 euros/kg en raison de la dégradation qualitative des fruits. Ne pouvant pas assurer des prix plus élevés, les importateurs de litchi australien ont préféré suspendre leurs commandes plutôt que de risquer des ventes à perte. Par ailleurs, la bonne demande de litchi sur les marchés asiatiques a également joué en faveur d'une réorientation des derniers lots de la campagne australienne.

Après les derniers fruits d'Australie commercialisés en première quinzaine du mois, le marché européen n'a plus reçu de litchi jusqu'à l'apparition des premiers lots expédiés par la Thaïlande à partir de la semaine 12. Ces produits envoyés par avion ont été principalement dirigés vers le marché hollandais. Les livraisons de cette origine ne dépassaient guère 1 tonne en semaine 12, passant à 2 à 3 tonnes en semaine 13. Essentiellement écoulés sur le marché hollandais, les litchis thaïlandais se sont négociés sur la base de 6.50-7.00 euros/kg. En fin de mois, on annonçait déjà les premiers arrivages par bateau qui devraient permettre une plus large diffusion du produit, mais également une diminution des prix de vente.

En l'absence de litchi sur une grande partie du mois de mars, le marché français s'est rabattu sur les produits de substitution comme le longan et le ramboutan. Le longan de Thaïlande exporté par voie maritime était disponible à partir de 2.50-2.80 euros/kg. Ce fruit peu connu des consommateurs français est surtout consommé par les populations d'origine asiatique. Le ramboutan, plus proche du litchi et de forme plus originale, est également dirigé vers les populations d'origine asiatique, mais bénéficie aussi d'un petit créneau auprès des commerces de détail spécialisés dans les fruits tropicaux, des réalisateurs de corbeilles de fruits et de certains restaurateurs. Les ramboutans de Madagascar, présents de manière ponctuelle en mars, se sont vendus sur la base de 6.50 à 7.00 euros/kg, soit le même prix que les fruits thaïlandais également disponibles de façon irrégulière en mars. Les fruits de cette origine sont le plus souvent présentés en barquette filmée de 500 g ou 1 kg, alors que les fruits malgaches étaient livrés lités en carton de 4 kg.

Bref bilan de la campagne sud-africaine

Au cours de la campagne 2005/2006, l'Afrique du Sud n'aura finalement exporté que 1 750 tonnes de litchi, contre 2 300 tonnes au cours de la campagne précédente. Les exportations de litchi d'Afrique du Sud ne cessent de diminuer depuis trois ou quatre ans. Les principales raisons invoquées par les opérateurs sud-africains sont :

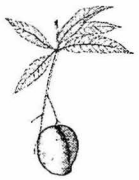
- les mauvaises conditions climatiques, qui ont été à l'origine de la baisse sensible de la production cette campagne ;
- la compétitivité des produits malgaches, qui ne laissent que peu de place aux origines concurrentes ;
- le dynamisme du marché intérieur, qui attire de plus en plus les producteurs sud-africains qui voient là la possibilité de commercialiser leur production dans de bonnes conditions et avec bien moins de risques que les exportations.

Pour autant, le secteur de la recherche sud-africaine reste vigilant et actif, afin de permettre un retour en force sur le marché international si les conditions commerciales venaient à changer.

Litchi — Prix sur le marché français stade import — En euros/kg							
Semaines 2006	09	10	11	12	13	Moyenne mars 2006	Moyenne mars 2005
			Par avion				
Australie	11.00-12.00	11.00-12.00	-	-	-	11.00-12.00	8.00-9.00

Mangue

MARS 2006 — Mangue — Estimation des arrivages En tonnes par semaine	09	10	11	12	13
Par avion					
Pérou	60	50	110	30	50
Mali	2	15	30	25	30
Burkina Faso	5	5	8	5	10
Par bateau					
Pérou	3 360	1 250	1 100	660-880	660-880
Brésil	660-880	660-880	1 100 -1 210	1 100 -1 210	1 100
Côte d'Ivoire				70	90
Burkina Faso					25



Les arrivages du Pérou ont de nouveau largement dominé le marché européen en mars. Ils ont été complétés par des envois réguliers du Brésil surtout dirigés vers les pays nord-européens. Les livraisons du Pérou ont été plus faibles, au moins en première quinzaine, permettant un redressement partiel des prix. Toutefois, la prolongation de la campagne péruvienne a limité ce mouvement et maintenu les cours à un niveau intermédiaire. Cette situation s'est révélée très défavorable à l'essor des exportations d'Afrique de l'Ouest qui n'ont pu que subir les difficiles conditions de marché imposées par le Pérou.

Le mouvement d'assainissement du marché prévu par les opérateurs dès le début du mois a tardé à se concrétiser. En effet, la baisse des envois du Pérou n'a pas été assez importante ni continue pour permettre de liquider les stocks et d'assainir le marché. Le retard de livraison a laissé penser un moment que le marché pourrait se nettoyer de lui-même assez vite. Certes, les prix retrouvaient un niveau plus conforme à la moyenne, mais le seuil des 4.00 euros/colis pour les mangues bateau n'était que rarement dépassé et les moyennes se situaient davantage autour de 3.50 euros/colis. Les hauts de fourchette concernaient les mangues les plus colorées alors que les prix les plus bas étaient couramment pratiqués pour les fruits de gros calibre et ceux manquant de coloration. Le passage de la région de production de Puira à celle de la vallée de Casma était annoncé comme l'amorce de la fin de campagne du Pérou. En réalité, les tonnages réceptionnés, même en baisse, restaient conséquents au regard d'une demande en recul pour les fruits tropicaux. Les mangues du Pérou restaient en majorité de gros calibre et leur qualité se détériorait, créant peu à peu un marché à deux niveaux : l'un composé de fruits de belle coloration aux meilleurs cours, l'autre encombré de fruits de piètre qualité et coloration, issus de stockage plus ou moins long, se négociant au mieux autour de 3.00 euros/colis et au pire à des prix de dégagement. Les marchandises du Brésil présentes sur les places nord-européennes limitaient d'autant l'écoulement des produits péruviens et se vendaient assez régulièrement à un prix légèrement supérieur.

Par leur importance et leur composition variétale, les livraisons du Pérou ont cisaillé le démarrage de campagne des pays d'Afrique de l'Ouest, en particulièrement la Côte d'Ivoire. Contrairement à 2005 où mars s'était caractérisé par un sous-approvisionnement, le marché recevait cette année des quantités globalement importantes. Les mangues Amélie de coloration verte et de qualité fragile étaient totalement délaissées par les acheteurs au profit des Kent du Pérou, souvent plus colorées et disponibles à des tarifs attractifs. Paradoxalement, les meilleurs résultats de vente des Amélie semblent avoir été réalisés sur les marchés extérieurs, le marché français rejetant fortement cette variété.

Le marché avion a également été dominé par le Pérou, avec des tonnages en régression en deuxième quinzaine, permettant de conserver des prix élevés. Certains lots se sont même vendus au-delà de 5.00 euros/kg en début de mois, un record pour ce type de fruit qui laisse imaginer le prix unitaire au détail ! Les écarts de prix s'expliquent par l'inégale coloration des fruits et surtout leur degré de maturité. La réception de Kent du Pérou par bateau, de très belle coloration et de maturité satisfaisante, a quelque peu perturbé les ventes des mangues avion en milieu de mois. Certains acheteurs ont reporté naturellement leurs commandes sur ces fruits de belle qualité et nettement moins onéreux. Comme pour les mangues bateau, l'approvisionnement du Pérou a compromis le démarrage de campagne des Amélie du Mali et du Burkina Faso, qui ont rapidement été délaissées par les acheteurs au profit des Kent du Pérou. Certains importateurs suspendaient leur approvisionnement en Amélie par manque de rentabilité. Les Valencia se valorisaient un peu mieux et composaient rapidement l'essentiel des livraisons ouest-africaines. La concurrence péruvienne a été d'autant plus forte que certains lots présentant une maturité avancée à leur arrivée étaient proposés à des prix attractifs.

Mangue — Prix en euros — Stade importation								
Semaines 2006		09	10	11	12	13	Moyenne mars 2006	Moyenne mars 2005
Par avion (kg)								
Pérou	Kent	4.50-4.80	4.30-4.80	4.50-4.80	4.50-4.80	4.00-5.00	4.35-4.85	3.75-4.25
Burkina Faso	Amélie		2.80-3.00	2.50-2.60	2.00-2.20	2.00-2.30	2.30-2.50	2.65-2.85
Mali	Amélie		2.80-3.00	2.50-2.60	2.00-2.20	2.00-2.30	2.30-2.50	2.65-2.80
Mali	Valencia		3.00-3.50	3.00-3.50	3.00-3.50	2.50-3.00	2.85-3.35	2.90-3.25
Par bateau (colis)								
Pérou	Kent	2.50-3.50	3.50-4.20	3.50-4.00	3.50-4.00	3.50-4.00	3.30-3.90	4.25-4.75
Côte d'Ivoire	Amélie				4.00	3.50-4.00	3.75-4.00	-

Ananas

MARS 2006	Ananas — Prix stade import	
En euros	Min	Max
Par avion (kg)		
Cayenne lisse	1.65	1.90
Victoria	2.50	4.20
Par bateau (colis)		
Cayenne lisse	6.00	8.50
Sweet	6.00	10.00

Tout au long du mois, l'offre en Sweet n'a cessé de progresser. Avec l'approche de Pâques et l'augmentation des arrivages d'Amérique latine, la demande s'est faite de plus en plus ferme, permettant d'écouler les volumes disponibles. Pendant la même période, la qualité de l'offre en Cayenne a semblé progresser, mais de nouveaux problèmes qualitatifs ont affecté sa commercialisation déjà mise à mal par les volumes d'Amérique latine. La tendance du marché avion, amorcée fin février, s'est poursuivie et l'offre en Cayenne et Victoria n'a cessé de diminuer.

Les soucis de logistique de fin février ont aussi eu des incidences en mars. En première semaine, le retard des bateaux de Sweet a permis de renforcer la demande générale d'ananas. Les ventes de Sweet et de Cayenne ont été plus fluides et régulières, malgré la persistance de problèmes de surmaturité sur certains lots de Côte d'Ivoire. Avec la régularisation des arrivages d'Amérique latine, plus conséquents en deuxième semaine, le marché est devenu un peu plus difficile. Toutefois, les opérateurs sont parvenus à écouler les volumes disponibles, surtout grâce à un marché du réexport plus actif. Parallèlement, la qualité des lots de Côte d'Ivoire était en progression, permettant aux opérateurs d'écouler leurs volumes. Les trois dernières semaines ont été totalement dominées par le Sweet, dont l'offre et la demande n'ont cessé de progresser. La mise en place d'opérations de promotion par certaines grandes enseignes a permis d'écouler des volumes importants. Même si les cours du Sweet se faisaient plus fermes, seules les ventes vers les marchés plus actifs du Nord et du Sud autorisaient les opérateurs à espérer une remontée significative des cours pour Pâques. Par ailleurs, les Sweet d'Afrique de l'Ouest et du Centre se valorisaient pendant cette période à des prix légèrement supérieurs à ceux des Sweet d'Amérique latine. Au cours des trois dernières semaines, la situation a été beaucoup plus difficile pour le Cayenne. Si les fruits ne présentaient plus de surmaturité, ils manquaient en revanche de coloration. Selon les arrivages, elle était très verte (coloration C1 ou M1 sur 30 % et parfois 60 % des lots réceptionnés). Ce défaut a beaucoup joué contre un fruit dont la commercialisation était déjà mise à mal par l'offre en Sweet.

L'offre avion a été considérablement réduite. Toutes les origines qui approvisionnent habituellement ce segment de marché ont eu du mal à fournir les volumes attendus. La conséquence première a été un raffermissement et une remontée des cours. De plus, les quelques volumes disponibles n'étaient pas toujours de qualité irréprochable. Ainsi certains arrivages du Bénin et du Ghana manquaient de coloration. Cependant, dans un contexte de pénurie de produits, ils n'ont pas eu de mal à se vendre. Lors de la dernière semaine, le marché s'est un peu tendu et on a assisté à un léger tassement des cours. Les ventes bien que régulières ont été moins fluides et à des cours un peu plus bas, comme si les acheteurs s'étaient donné le mot pour ne pas franchir un certain seuil de prix.

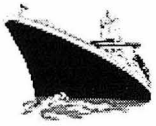
La situation du Victoria a été presque identique à celle du Cayenne. A la suite d'une alerte cyclonique, les envois de la Réunion ont été considérablement réduits et ceux de Maurice ont parfois été absents du marché. Cela a permis aux lots présents d'obtenir de bons cours et à ceux de meilleure qualité de bien se vendre, les moins bons (assez nombreux) s'écoulant avec difficulté.

Ananas — Prix en euros stade importation en France — Principales origines

Semaines 2006		09	10	11	12	13
		Par avion (kg)				
Cayenne lisse	Bénin	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.85
	Cameroun	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80
	Côte d'Ivoire	1.70-1.75	1.70-1.80	1.80-1.90	1.70-1.80	1.70-1.80
	Ghana	1.65-1.75	1.65-1.75	1.75-1.85	1.70-1.75	1.70-1.75
Victoria	Côte d'Ivoire	2.90-3.00	2.90-3.00	3.50	3.00	3.00
	Ghana	2.90-3.00	2.90-3.00		3.00	3.00
	Réunion	3.40-3.50	4.00-4.20	3.80-4.00	3.50-4.00	3.50-4.00
	Maurice	3.30-3.50	2.50-3.00	3.00-3.60		
	Afrique du Sud	2.90-3.00	2.90-3.00	3.00		
		Par bateau (colis)				
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	7.00-8.50	7.00-8.00	7.00-8.00	6.00-8.50	6.00-8.00
	Ghana	7.00-7.50				7.00-7.50
Sweet	Côte d'Ivoire	6.00-8.50	7.00-9.00	7.00-9.50	8.00-10.00	8.50-10.00
	Cameroun	6.00-8.50	7.00-9.00	7.00-9.50	8.00-10.00	8.50-10.00
	Ghana	6.00-8.50	7.00-9.00	7.00-9.50	8.00-10.00	8.50-10.00
	Équateur	6.00-8.50	7.00-8.50	6.50-8.50	7.00-9.00	7.00-9.00
	Costa Rica	6.00-8.50	7.00-8.50	6.50-8.50	7.00-9.00	7.00-9.00

Fret maritime

MARS 2006	Marchés spots — Moyennes mensuelles	
US$cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Mars 2006	135	127
Mars 2005	122	123
Mars 2004	114	109

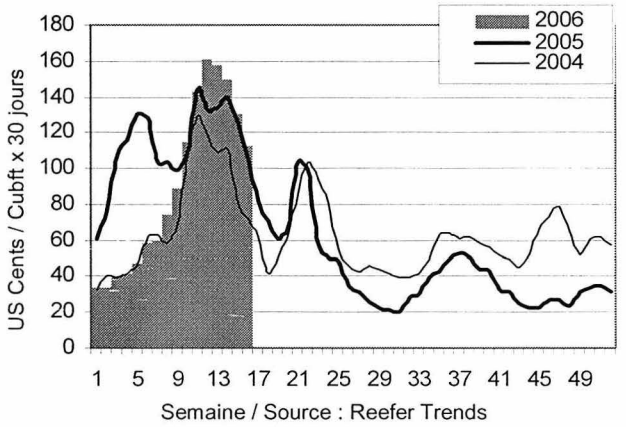


Après ce qu'on peut qualifier comme un début d'année moyen, le marché de l'affrètement a rapidement pris de la vitesse pendant tout le mois de mars, avec une pointe en troisième semaine.

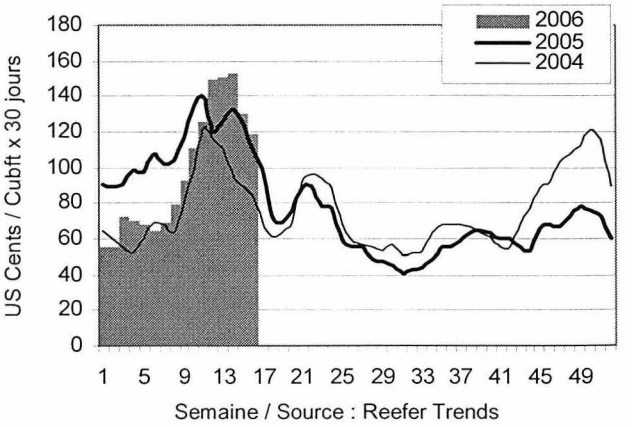
Alors que le marché aurait dû être tiré vers le haut, principalement en raison de l'augmentation des volumes de banane d'Équateur, le Chili a été plus actif sur le marché cette année et la saison des calamars de l'Atlantique Sud a nécessité davantage de bateaux. Avec des exportations plus importantes de fruits sud-africains, le marché aurait probablement été poussé encore plus haut. En fait, les volumes ont été si bas que NYKLauritzenCool/Seatrade VSA a pris la décision stratégique de se retirer du marché pendant près de sept semaines, consacrant sa capacité à d'autres secteurs. Bien que le prix de sortie d'Équateur ait baissé régulièrement durant tout le mois, les volumes de fruits exportés n'ont pas augmenté énormément, car de fortes pluies et un temps frais ont influé sur qualité et quantité. Quand la production de banane reprendra dans le reste de l'Amérique centrale et du Sud, les grands acteurs achèteront moins de fruits d'Équateur et la pression sur le prix de sortie sera maintenue, ce qui encouragera sans aucun doute les opérateurs à revenir sur le marché. Les retards dans le canal de Panama ont pris un tour crucial pendant la deuxième moitié du mois, obligeant les affréteurs à trouver des contrats de rechange et les opérateurs à revoir leur calendrier. Enfin, le manque de conteneurs réfrigérés, surtout au Costa Rica, a obligé les exportateurs indépendants de melon à envisager pour la première fois la solution des reefers spécialisés. Le manque de conteneurs réfrigérés devrait poser un problème au mois de mars de chaque année, en raison de l'augmentation rapide des exportations vers les États-Unis de melon, pastèque, mangue, ananas et légumes frais en provenance d'Amérique centrale et du Sud, si les opérateurs de conteneurs n'augmentent pas leurs ressources en matériel. Bien que le TCE moyen pour mars pour les grands reefers soit supérieur d'environ 10 % par rapport à la même période de l'année dernière, les résultats du trimestre sont moins bons en raison du démarrage très fort du marché en 2005 (tandis que celui de 2006 a été « lent »). Pour les armateurs, la performance des trois premiers mois de l'année (0.80 USD/cbft) est bonne en comparaison avec la moyenne de 0.70 USD/cbft pour 2002-2004 : la tendance pour le début de la haute saison est clairement à la hausse. Mais c'est la performance du marché pendant le deuxième trimestre de ces trois dernières années qui a transformé le destin du secteur des reefers et apporté de l'optimisme. Le TCE moyen a été de 0.80 USD/cbft d'avril à juin 2005, après 0.70 USD/cbft en 2004, 0.49 USD/cbft en 2004 et 0.38 USD/cbft en 2002. Qu'en sera-t-il cette année ?

Évolution du marché par semaine

Grands reefers (450 000 cuft)



Petits reefers (330 000 cuft)



Web : www.reefertrends.com
Tel : +44 (0) 1494 875550
Email : info@reefertrends.com

reefertrends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer