© Denis Loeillet

Les principaux produits

En parts des volumes et des dépenses totales de fruits du mois en France

En %	Volumes	Dépenses
Pomme	28	24
Orange	21	16
Banane	13	11

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 37
Avocat 39
Orange 40
Pomelo 41
Petits agrumes 42
Litchi 43
Mangue 44
Ananas 45
Fret maritime 46

MARS 2007

Pomme

Le marché est toujours bien orienté et la demande a conservé un niveau de saison. L'offre est restée mesurée, en raison de stocks européens modérés et d'apports de l'hémisphère sud inférieurs à la normale (forte aspiration du marché des Etats-Unis après les gelées en Californie). Les prix au stade expédition ont conservé un niveau plus soutenu que la saison dernière et ont même continué à augmenter pour certaines variétés comme la Gala et les Golden de terroir.

Mars 2007 / Mars 2006			
Pirx	↗	Vol.	↘

Orange

Le marché est resté très difficile. Pourtant, les ventes ont conservé un niveau supérieur d'environ 6 % à la moyenne triennale. Cependant, la pression de l'offre espagnole s'est encore accentuée. Dans ce contexte très concurrentiel, les autres variétés ou origines présentes ont eu du mal à se positionner.

Mars 2007 / Mars 2006			
Prix	↘	Vol.	↗

Banane

Le prix moyen sur le marché français affiche un niveau légèrement inférieur à la moyenne et le recul des prix est encore plus marqué sur l'Europe du Nord. Le déficit des apports antillais et ivoiriens est resté notable et les volumes camerounais ont plongé. Le niveau de la demande locale n'a été qu'assez moyen. Les mises en avant ont été rares et les prix détail pratiqués peu attractifs. L'activité export a été décevante. Les apports de banane dollar semblent avoir été soutenus.

Mars 2007 / Mars 2006			
Prix	↘	Vol.	↘

Fret maritime

Mars 2007 n'a pas été une exception à la configuration de l'affrètement et aux mouvements correspondants des prix, sans précédent depuis novembre 2006. Les armateurs ont tout fait correctement : présents au canal pour le pic saisonnier habituel sans excès de capacité ; pourtant, sans surplus d'activité supplémentaire le marché était, au mieux, équilibré.

Mars 2007 / Mars 2006			
grands reefers	↘	petits reefers	↘

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 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.

© Denis Loeillet

Banane

Comparatifs mensuel et annuel	
Volumes*	Prix de référence UE**
mars 2007 / février 2007	
↗ + 9 %	↘ – 3 %
mars 2007 / mars 2006	
↘ – 6 %	↘ – 12 %

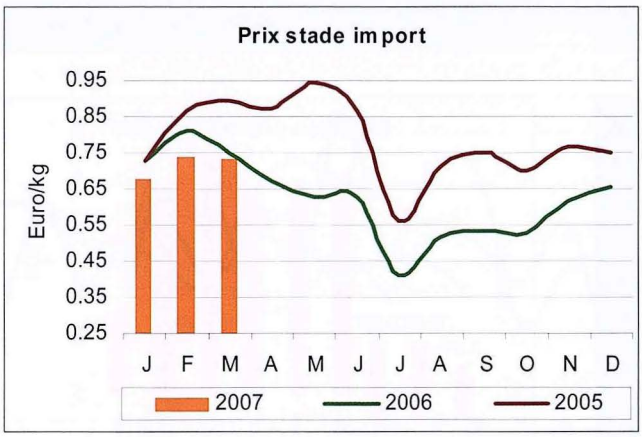
* Arrivages Afrique/Antilles ** Prix Aldi

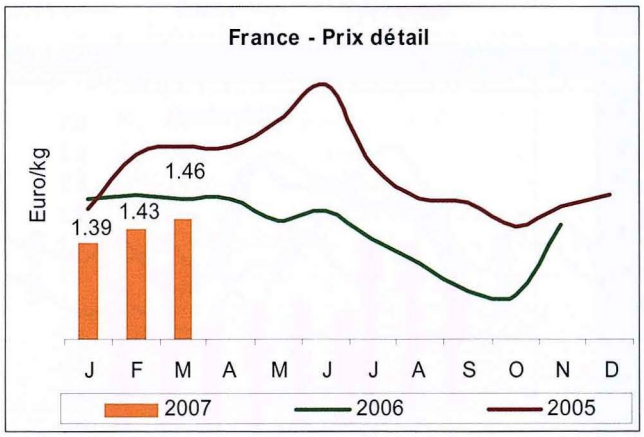
MARS 2007

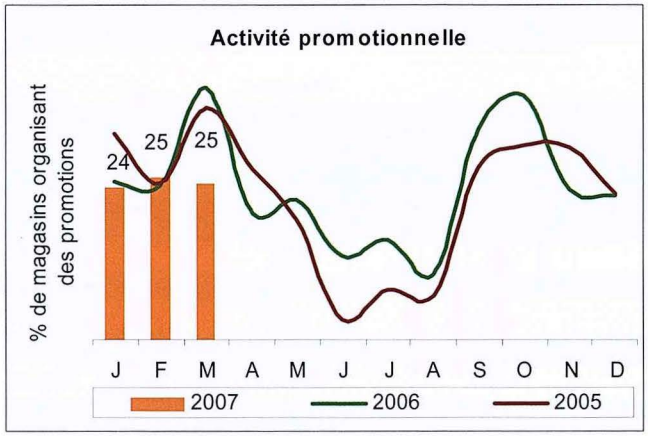
Le prix moyen réalisé sur le marché français affiche un niveau légèrement inférieur à la moyenne. Pourtant, le déficit des apports antillais et ivoiriens est resté notable et les volumes camerounais, d'un bon niveau en février, ont plongé. Toutefois, le niveau de la demande locale n'a été qu'assez moyen. Les températures douces durant les première et troisième décades ont été favorables à la consommation. Cependant, la grande distribution semble avoir été peu mobilisée sur le produit, malgré une offre limitée en fruits concurrents (volumes modérés de fraise d'Espagne notamment). Les mises en avant ont été rares (intensité promotionnelle en recul de 20 % par rapport à la moyenne) et les prix détail pratiqués peu attractifs, avec un retour à un niveau moyen après une forte progression par rapport à février.

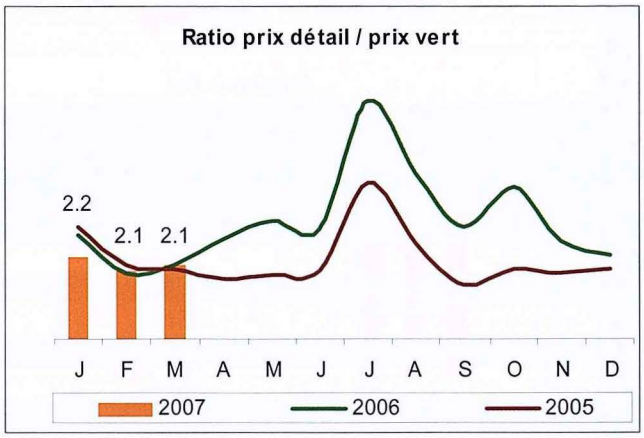
De plus, l'activité export a été décevante. Les apports de banane dollar semblent avoir été assez soutenus. Les exportations équatoriennes toutes destinations confondues n'ont été que moyennes et la part destinée au marché russe beaucoup plus importante que les années passées, avec des arrivages en progression de 70 % environ par rapport aux deux dernières années. Cependant, les envois colombiens semblent avoir été massifs (+ 30 % environ par rapport à la moyenne triennale). On note d'ailleurs, en France, une forte progression par rapport à février de la part de marché des origines latino-américaines dans la grande distribution (plus de 13 %). De plus, les opérations spot ont été beaucoup plus nombreuses qu'en février, en Italie puis en Europe du Nord à partir du milieu du mois. Ainsi, le recul des prix est encore plus marqué sur les marchés d'Europe du Nord qu'en France.

Marché français de la banane — Indicateurs









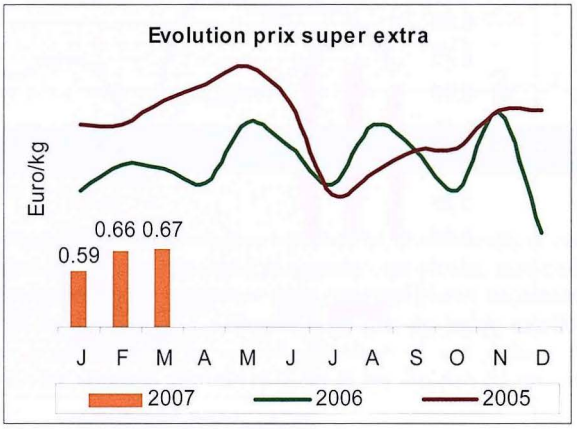
* Origine Afrique

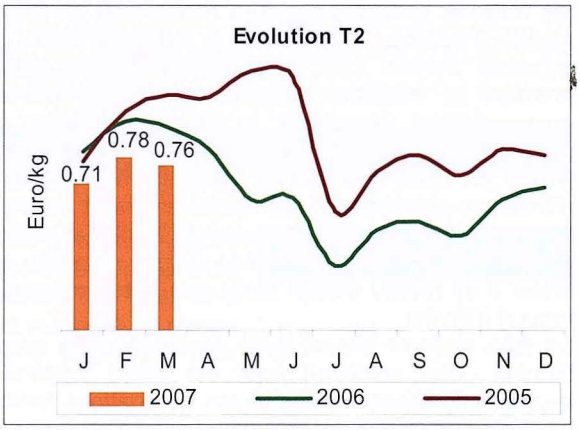
Marché européen de la banane — Indicateurs

Principales origines en Europe

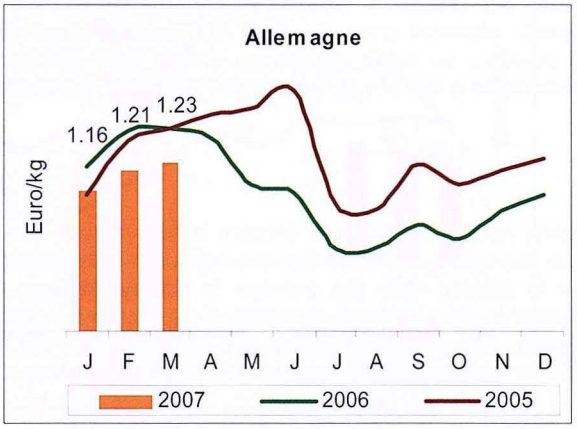
En tonnes	Mars 2007	Comparatif (en %)		Cumul saison 2007	Comparatif saisons (en %)	
		2007/2006	2007/2005		2007/2006	2007/2005
Martinique	15 829	- 3	- 20	63 901	+ 8	- 9
Guadeloupe	3 858	+ 11	- 15	15 977	+ 19	- 9
Canaries	35 787	0	+ 24	132 175	+ 10	+ 12
Côte d'Ivoire	15 847	- 28	- 25	57 979	- 21	- 17
Cameroun	20 420	+ 6	- 17	79 273	+ 6	+ 1
Ghana	1 732	-	-	9 373	-	-

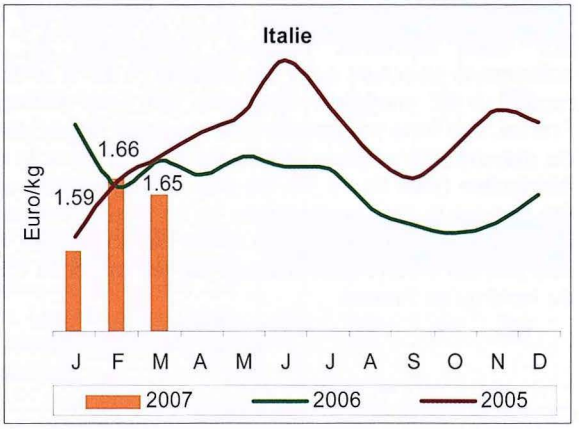
Prix vert en Europe

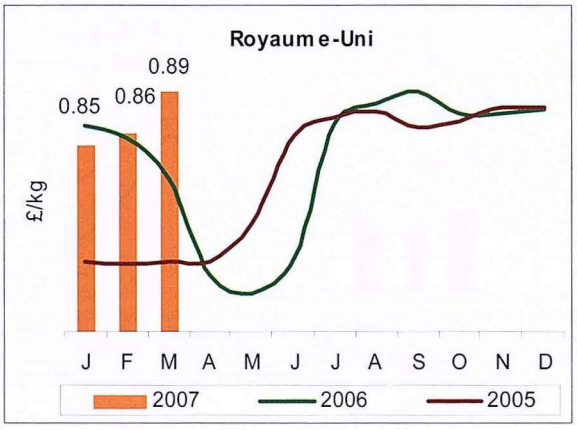


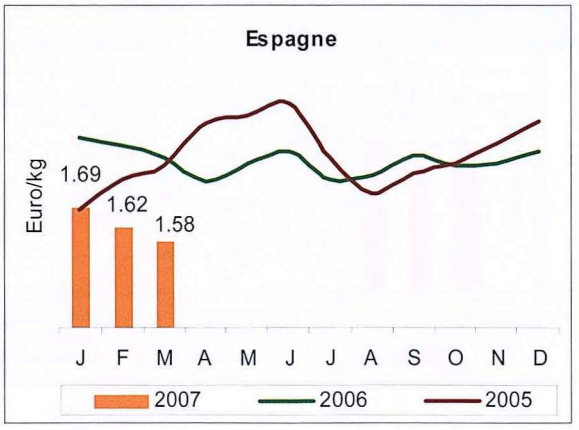


Prix détail en Europe

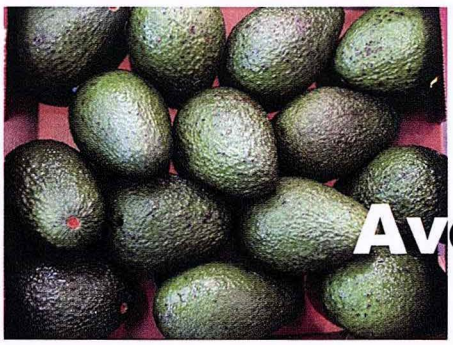








Sources : Cirad, SNM, TW Marketing Consulting



Avocat

Comparatifs mensuel et annuel	
Volumes	**Prix**
mars 2007 / février 2007	
↗ + 3 %	↘ – 6 %
mars 2007 / mars 2006	
↗↗ + 27 %	↘↘ – 39 %

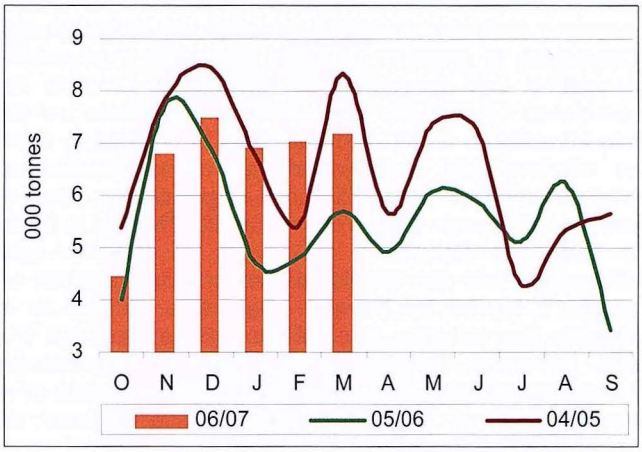
MARS 2007

La situation a été extrêmement difficile durant les deux premières décades, principalement en raison d'un surapprovisionnement majeur du marché des variétés vertes. D'une part, les apports de Fuerte et Pinkerton d'Israël sont restés très larges. D'autre part, les disponibilités en Fuerte kenyan ont été importantes (arrivages modérés mais report de stock de février). La demande s'est montrée insuffisante pour absorber ces volumes. La situation, très difficile pour les opérateurs israéliens malgré de nombreux programmes promotionnels organisés avec la grande distribution, a commencé à s'assainir en toute fin de mois grâce à la baisse des arrivages. En revanche, le marché est resté critique pour les opérateurs kenyans, confrontés à une demande très lente sur tous les segments de marché. Des stocks importants ont dû être détruits.
Ce contexte très difficile a pesé sur le marché du Hass. Pourtant, l'offre s'est montrée relativement modérée, malgré la prolongation de la campagne chilienne. Les prix pratiqués ont conduit les importateurs travaillant les fruits mexicains à limiter leurs commandes. De même, les exportateurs espagnols, qui disposaient pourtant d'une large part de la récolte à commercialiser, ont modéré leurs envois de fruits de qualité (expéditions ponctuellement plus soutenues de certains opérateurs en début de mois après un coup de vent dans la région de Malaga). Les apports israéliens ont été plus larges, mais principalement destinés à alimenter les programmes de la distribution anglaise.

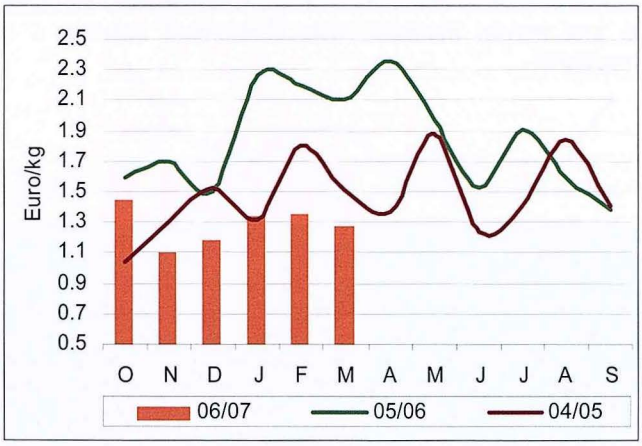
Plus d'info...
Le prix détail le plus couramment pratiqué pour l'avocat Fuerte d'Israël a été de 0.50 euro la pièce pendant le mois de mars, soit 9 euros le colis pour du calibre 18, à comparer avec un prix stade import compris entre 3 et 4 euros.
Les exportations d'avocat Hass du Chili vers l'UE devraient dépasser les 10 millions de colis en 2006-2007, contre 4.5 millions en 2005-2006 et 2.2 millions en 2004-2005.

Estimations des mises en marché en France

Volumes

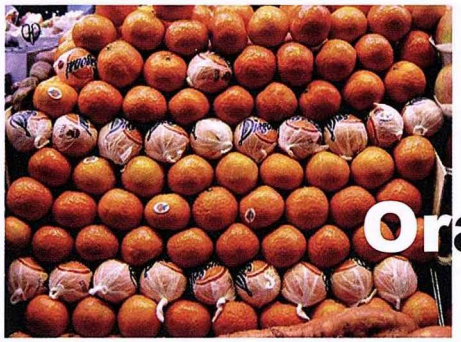


Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2007	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2007/2006	2007/2005	2006/2007	06-07/05-06	06-07/04-05
Chili	208	-	-	5 898	+ 116	+ 58
Mexique	1 503	- 31	- 26	7 186	- 43	- 41
Israël	2 914	+ 200	+ 2	18 135	+ 93	+ 8
Espagne	2 144	+ 2	+ 8	8 716	- 12	- 28
Kenya	441	+ 2	- 71	1 127	+ 70	- 31
Total	**7 210**	**+ 27**	**- 14**	**41 062**	**+ 13**	**- 14**



Orange

Comparatifs mensuel et annuel	
Volumes	**Prix**
mars 2007 / février 2007	
↗ + 16 %	↘ – 5 %
mars 2007 / mars 2006	
↗ + 10 %	↘ – 10 %

MARS 2007

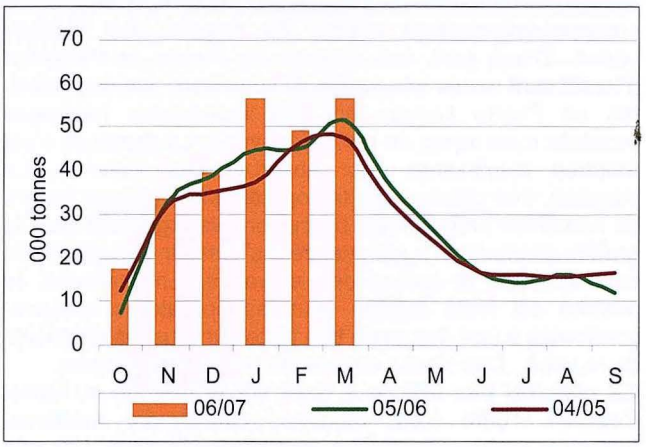
Le marché est resté très difficile. Pourtant, les ventes ont conservé un niveau supérieur d'environ 6 % à la moyenne triennale, malgré la douceur des températures. Cependant, la pression de l'offre espagnole s'est encore accentuée. Les campagnes de Navelate et Lanelate ont commencé à battre leur plein et les prix proposés ont été très attractifs au vu de l'importance de la production. Dans ce contexte très concurrentiel, les autres variétés ou origines présentes ont eu du mal à se positionner. Ainsi, le marché de l'orange à jus s'est montré lent. Malgré la fin de la saison de Salustiana, les ventes de Valencia Late d'Espagne n'ont pas décollé, les producteurs cherchant en priorité à écouler les Navelate. De même, l'intérêt de la clientèle pour la Maroc Late a été très limité. Face aux prix très décevants pratiqués dans l'UE, les exportateurs marocains ont concentré leurs envois vers la Russie et le marché local, où des campagnes de mise en avant du produit ont été lancées.

Le marché de la Maltaise, difficile durant la première quinzaine, s'est éclairci en milieu de mois pour les marchandises de qualité. Cependant, malgré des apports modérés, le prix moyen mensuel reste légèrement inférieur à la moyenne.

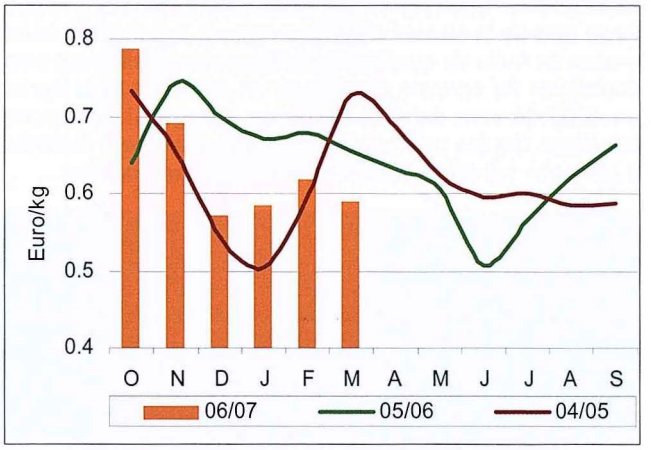
Plus d'info...
La production de Lanelate/Navelate espagnole a dépassé pour la première fois les 760 000 tonnes cette saison. Son niveau était d'environ 360 000 tonnes il y a cinq ans. Cette variété, principalement cultivée dans la Communauté valencienne (province de Valence notamment), représente maintenant 25 % des 3 millions de tonnes d'orange produites en Espagne.

Estimations des mises en marché en France

Volumes

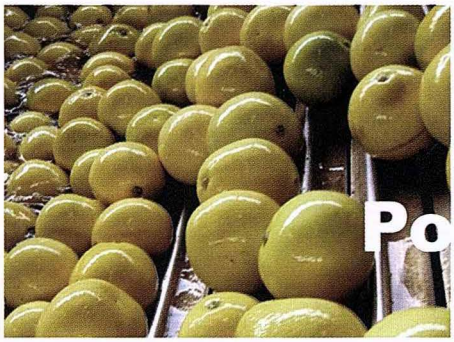


Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2007	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2007/2006	2007/2005	2006/2007	06-07/05-06	06-07/04-05
Espagne	51 768	+ 22	+ 38	226 668	+ 19	+ 25
Tunisie	4 146	- 30	- 39	14 396	- 15	- 7
Maroc	903	- 71	- 70	2 573	- 61	- 49
Total	**56 817**	**+ 10**	**+ 20**	**243 637**	**+ 14**	**+ 20**



© Eric Imbert

Pomelo

Comparatifs mensuel et annuel	
Volumes	**Prix**
mars 2007 / février 2007	
↗ + 10 %	↘ – 3 %
mars 2007 / mars 2006	
↗ + 33 %	↘ – 11 %

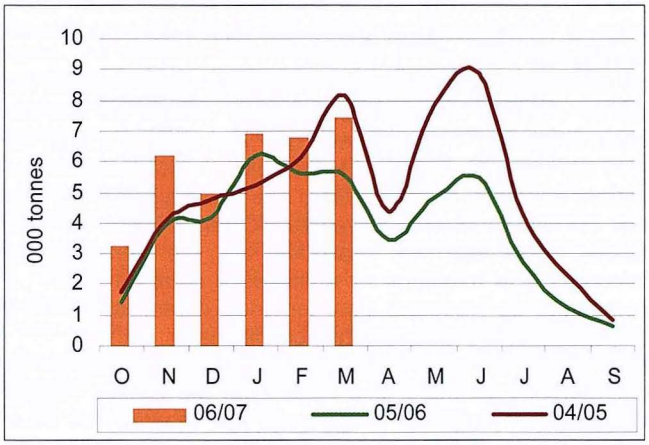
MARS 2007

La demande s'est nettement réactivée, après la baisse d'activité de février liée aux congés scolaires. Cependant, le marché est resté à deux vitesses. Les ventes de fruits floridiens sont revenues à un très bon niveau, notamment grâce à de nombreux programmes de mise en avant dans la grande distribution. Les prix ont enregistré une progression en première quinzaine, en particulier en calibre 48. Ils se sont stabilisés par la suite car les apports ont été sensiblement supérieurs aux prévisions. Après avoir baissé précocement dès la fin février, les exportations vers l'Europe sont remontées mi-mars, pour atteindre un niveau supérieur à celui des deux années précédentes en fin de mois.
Ainsi, l'activité n'a pas été aussi soutenue qu'escompté pour les opérateurs israéliens. Pourtant, la concurrence turque s'est effacée dès le début du mois. En effet, les volumes exportés par la Turquie sont restés importants, mais la tenue fragile de la majeure partie des marchandises a conduit les exportateurs à se concentrer sur les marchés roumain et ukrainien. Cependant, les ventes sont restées très laborieuses et décevantes en termes de prix. Les fruits espagnols et chypriotes ont continué de compléter l'offre.

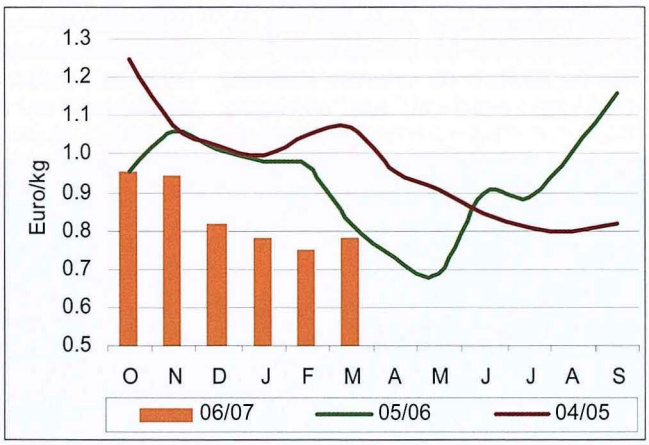
Plus d'info...
Les exportations floridiennes vers l'UE devraient dépasser les 4 millions de colis. Ce chiffre reste nettement inférieur aux 6 à 6.5 millions de colis exportés avant les ouragans de 2004, mais marque une nette progression par rapport aux 2.6 et 2.1 millions de colis de 2004-2005 et 2005-2006.
La percée du pamplemousse de Chine se confirme sur le marché européen. Les importations, qui étaient passées de 3 060 t en 2004-2005 à 7 300 t en 2005-2006, devraient être supérieures à 21 000 t en 2006-2007 selon Eurostat.

Estimations des mises en marché en France

Volumes

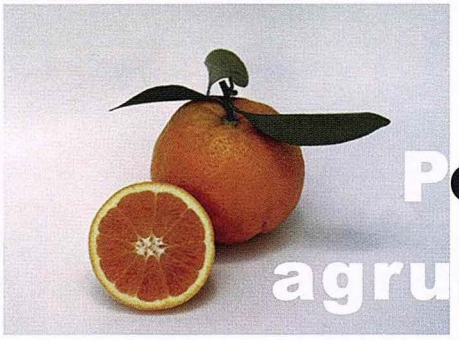


Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2007	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2007/2006	2007/2005	2006/2007	06-07/05-06	06-07/04-05
Turquie	553	- 74	- 25	5 767	- 35	+ 17
Floride	5 275	+ 97	- 11	24 209	+ 72	+ 27
Israël	1 594	+ 119	+ 6	5 244	+ 31	- 15
Total	**7 422**	**+ 33**	**- 9**	**35 220**	**+ 31**	**+ 17**



© Pascal Fournier SRA-INRA-CIRAD

Petits agrumes

Comparatifs mensuel et annuel	
Volumes	Prix
mars 2007 / février 2007	
↘↘ – 45 %	=↗ + 2 %
mars 2007 / mars 2006	
↗ + 8 %	↘ – 6 %

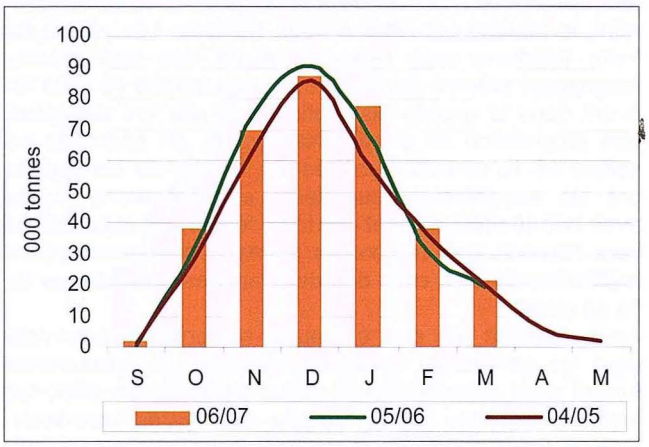
MARS 2007

Comme chaque année, la demande s'est très sensiblement ralentie durant la première quinzaine du mois, avec la fermeture d'une partie des lignes dans la grande distribution.
La domination de l'Espagne a été encore plus nette que les autres années, le Maroc étant quasi absent du marché communautaire. L'écoulement des dernières Fortuna, et plus encore des dernières Hernandine, a été relativement difficile en raison de la fragilité d'une partie significative des lots de ces variétés. Les ventes d'Ortanique ont été plus fluides, mais les prix pratiqués ont été sensiblement inférieurs à la moyenne et similaires à ceux de 2006. La campagne de Nadorcot s'est terminée durant la première quinzaine dans d'assez bonnes conditions.
L'Or d'Israël a confirmé sa place de variété haut de gamme de référence en mars. Les ventes ont été fluides, malgré des volumes en nette progression par rapport aux deux dernières campagnes et des prix soutenus. Quelques lots de Mandora de Chypre et, en début de mois, de Minneola de Turquie ont complété l'offre.

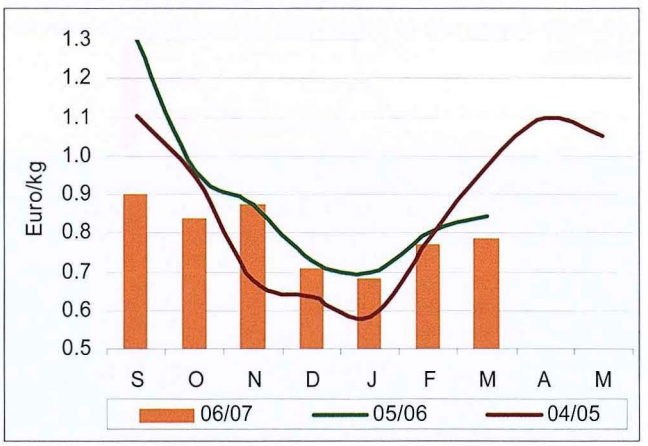
Plus d'info...
Les exportations d'Or d'Israël ont dépassé pour la première fois la barre du million de colis de 15 kg toutes destinations confondues, contre 550 000 à 650 000 colis les deux saisons précédentes.
Pour les exportateurs espagnols de petits agrumes, les Etats-Unis sont une destination qui compte de plus en plus. Le cumul exporté devrait être de l'ordre de 75 000 à 80 000 t cette saison. Il était de 64 000 t en 2005-2006 et représentait 4.5 % des volumes globaux exportés.

Estimations des mises en marché en France

Volumes

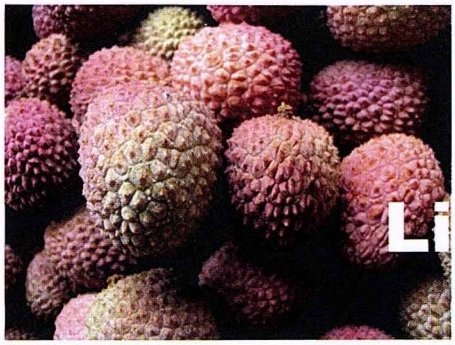


Prix stade import



Estimations des mises en marché en France par origine

En tonnes	Mars 2007	Comparatif (en %)		Cumul saison	Comparatif saisons (en %)	
		2007/2006	2007/2005	2006/2007	06-07/05-06	06-07/04-05
Espagne	19 582	+ 12	+ 6	288 068	+ 6	+ 14
Israël	1 524	+ 142	+ 37	3 949	+ 77	+ 89
Total	**21 106**	**+ 8**	**+ 6**	**292 017**	**+ 7**	**+ 15**



Litchi

MARS 2007	Litchi - Prix stade import en Europe		
	en euros/kg	Min	Max
	Par avion		
	Thaïlande	9.00	10.00
	Par bateau		
	Madagascar	1.00	3.50

Le mois de mars s'est caractérisé par l'achèvement des campagnes de commercialisation des litchis de la zone de l'Océan indien et d'Australie. Durant la majeure partie du mois, le marché européen a donc été très faiblement approvisionné. Le litchi est rapidement redevenu un fruit exotique de niche, après l'abondante campagne commencée en novembre. De timides arrivages de Thaïlande en fin de mois assuraient la continuité de la commercialisation de ce produit.

Au cours des deux premières semaines de mars, on enregistrait la vente de quelques lots de litchi de Madagascar sur le marché de gros. Les marchandises proposées issues des derniers arrivages présentaient une qualité hétérogène. Pour valoriser ces fruits, les opérateurs ont effectué un triage strict permettant de ne conserver que ceux de bonne qualité. Pour ces petites quantités, les prix se sont révélés assez soutenus, entre 2.50 et 3.50 euros/kg au stade de gros. Il convient de minorer ces résultats en raison des fruits écartés lors des triages. Parallèlement, la campagne de commercialisation de la variété Wai Chee d'Australie par avion s'achevait en début de mois, avec des prix en léger redressement par rapport aux dernières semaines de février (9.00 euros/kg). On notera que la campagne d'Australie semble avoir été moins longue et moins importante en volume que l'année dernière. En effet, les fruits de cette origine, qui étaient de qualité moyenne (oxydation rapide), se sont heurtés à la concurrence des derniers lots de Madagascar, vendus nettement moins cher, mais également au désintérêt des consommateurs largement rassasiés de litchi malgache depuis plus de trois mois. L'approvisionnement s'interrompait ensuite sur le marché français où l'on ne trouvait plus que des produits de substitution comme le longan et le ramboutan de Thaïlande, vendus respectivement 1.80-2.00 euros/kg et 6.00-6.50 euros/kg.

Sur le marché belge, l'interruption d'approvisionnement en litchi a été plus brève car la commercialisation des dernier lots de Madagascar s'est poursuivie jusqu'en milieu de mois. Les prix pratiqués par les importateurs se sont établis autour de 1.00-1.25 euro/kg. En fin de mois, les premiers litchis de Thaïlande par avion faisaient leur apparition. Ils se vendaient sur la base de 9.00 euros/kg. La qualité de ces produits s'est révélée assez décevante, avec une saveur peu marquée et surtout un calibre très petit. Les faibles arrivages ont largement satisfait la demande du commerce de spécialistes des fruits exotiques.

Aux Pays-Bas, les derniers lots de litchi de Madagascar se sont écoulés en première et deuxième semaines du mois. Leur prix s'est fixé autour de 1.50-2.00 euros/kg pour des marchandises triées. Les dernières ventes ont été plus difficiles car les fruits présentaient une qualité de plus en plus aléatoire. Les premiers litchis de Thaïlande ont été réceptionnés en dernière semaine du mois et se sont négociés sur la base de 9.00-10.00 euros/kg.

Une campagne tardive pour l'Océan indien

On retiendra de cette campagne le démarrage tardif de la récolte de la plupart des origines de l'Océan indien, ce qui a entraîné un accroissement des envois par avion. Si la campagne des litchis malgaches acheminés par navires conventionnels s'est un peu réduite par rapport à l'année dernière, elle a été partiellement compensée par une augmentation des expéditions par conteneurs maritimes à partir de la fin de l'année. Les tonnages sont restés globalement importants et la commercialisation a été encore difficile surtout lors de la dernière phase de la campagne.

Litchi — Volumes de l'Océan indien commercialisés en Europe pendant la campagne 2006-2007 — Estimations en tonnes

	Avion	Navires Conventionnels	Conteneurs	Total
Maurice	250			250
Afrique du Sud	1 500		1 000 - 1 500	2 500 - 3 000
Réunion	200 - 250			200 - 250
Madagascar	400 - 450	12 000	8 700	21 100 - 21 150

© Christian Didier

Mangue

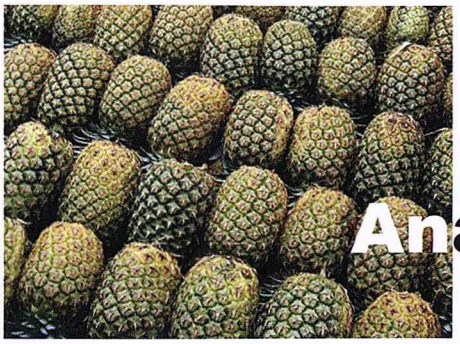
MARS 2007 — Mangue — Estimation des arrivages par semaine en tonnes				
semaines 2007	10	11	12	13
Par avion				
Pérou	10	10-15	20-30	30-40
Brésil	5-10	5-10	10	10
Mali		3-5	15-20	15-20
Burkina Faso			5	5-10
Par bateau				
Brésil	300	1 000	880	800
Pérou	1 600	1 000	600	300

Mars aura été le témoin d'un redressement aussi fort qu'inattendu. En effet, les importantes livraisons du Pérou se sont rapidement orientées à la baisse favorisant une reprise des cours sensible et durable, contrairement à l'année précédente où elles engorgeaient le marché européen. Ce mouvement a été accentué par des importations réduites du Brésil et le retard des campagnes d'exportation des origines ouest-africaines. Le manque de produit, de plus en plus marqué au cours du mois, et la progression de la demande pour les fêtes de Pâques ont provoqué une véritable pénurie sur les marchés européens, se traduisant par une élévation de prix rarement enregistrée dans le passé.

Alors que les livraisons de mangue du Pérou étaient restées assez importantes jusqu'à la mi-février, maintenant les cours à un niveau moyen, elles se sont réduites en seconde quinzaine du mois, permettant un raffermissement des prix. Le changement de zone de production laissait supposer une reprise des expéditions à l'instar de la campagne 2006. En fait, les expéditions n'ont cessé de décroître, favorisant d'une part l'écoulement des stocks accumulés depuis le début de l'année et d'autre part la remontée des prix malgré une prédominance de fruits de gros calibre, plus difficiles à vendre. Le mouvement s'est accentué jusqu'à créer une véritable pénurie en seconde quinzaine du mois. Cette pénurie a été d'autant plus marquée que les autres origines productrices, comme le Brésil, ne livraient que des quantités limitées, la demande progressait à la veille des fêtes de Pâques et le démarrage des campagnes des pays d'Afrique de l'Ouest accusait un certain retard. En seconde quinzaine du mois, les problèmes de calibrage et de qualité, observés les semaines antérieures, s'estompaient rapidement tant le manque de produit se faisait sentir. La préoccupation majeure des importateurs n'était pas tant de vendre, mais plutôt d'assurer leur approvisionnement. Les hausses de prix ont été impressionnantes durant cette deuxième moitié du mois et ont constitué un record dans les annales de la commercialisation de mangue. Les Tommy Atkins du Brésil étaient mises en vente au même niveau de prix que les Kent du Pérou sur le marché français, alors qu'elles y sont généralement moins prisées. On notera toutefois que les fruits issus de stockage plus ou moins long se sont vendus à des prix inférieurs à ceux des produits d'arrivage. Quelques lots de Kent et de Keitt d'Afrique du Sud complétaient l'approvisionnement, sans parvenir à combler le déficit par rapport à la demande naturelle du marché européen.

L'évolution du marché avion a été la même que celle du marché bateau, mais plus précoce en raison des délais d'acheminement plus rapides. La progression des cours s'est enclenchée dès le début du mois pour les fruits péruviens livrés en quantité limitée. Malgré une augmentation des arrivages, l'offre est demeurée inférieure à la demande. Les opérateurs péruviens ont en effet eu des difficultés à réaliser des expéditions par avion du fait de la faible disponibilité en fruits colorés présentant un stade de maturité suffisant. C'est pourquoi de nombreux lots expédiés en mars ne correspondaient pas réellement aux desiderata des acheteurs qui ont dû se satisfaire de fruits de qualité moyenne. Pour pallier le manque de produit, les opérateurs européens ont également commercialisé des Palmer et des Haden du Brésil, variétés généralement peu présentes sur le marché français. En milieu de mois débutait la campagne d'Afrique de l'Ouest et plus particulièrement celle du Mali, avec des Amélie qui bénéficiaient des bonnes conditions de marché et se négociaient à des prix rarement atteints pour cette variété, en dépit d'un manque de coloration et parfois de maturité. En fin de mois, quelques lots de la même origine en variétés Smith, Palmer, Haden et Valencia complétaient l'approvisionnement, mais les quantités de ces arrivages restaient faibles.

Mangue — Prix au stade import — En euros							
Semaines 2007		10	11	12	13	Moyenne mars 2007	Moyenne mars 2006
Par avion (kg)							
Pérou	Kent	4.50-5.50	5.00-6.00	5.50-6.00	5.50-8.00	5.10-6.35	4.35-4.85
Brésil	Palmer/Haden	4.50	5.00-5.50	-	4.50-6.00	4.65-5.30	nc
Mali	Amélie	-	-	3.50-4.00	3.50-4.00	3.50-4.00	2.30-2.50
Par bateau (colis)							
Brésil	Tommy Atkins	-	5.00-6.00	-	6.50-9.00	5.75-7.50	nc
Afrique du Sud	Kent/Keitt	-	5.00-6.00	6.00	7.00-9.00	6.00-7.00	nc
Pérou	Kent	3.50-5.50	5.00-6.00	7.00	8.00-12.00	5.85-7.60	3.30-3.90


© Denis Loeillet

Ananas

MARS 2007	Ananas — Prix stade import	
En euros	Min	Max
Par avion (kg)		
Cayenne lisse	1.60	1.95
Victoria	3.00	4.00
Par bateau (colis)		
Cayenne lisse	5.00	9.00
Sweet	7.50	9.50

Malgré une offre générale assez basse et irrégulière, le marché de l'ananas aura été dans l'ensemble actif tout au long du mois. Ce fut particulièrement le cas du marché avion, qui a été sous-approvisionné alors que la demande gardait un bon niveau.

Avec Pâques en ligne de mire, les opérateurs ont été particulièrement attentifs à l'évolution du marché de l'ananas en mars. Les trois premières semaines ont été marquées par une progression des volumes en provenance d'Amérique latine, alors que la demande générale fléchissait. Cela a contribué à donner une impression de marché chargé en ananas. Au cours de la première semaine, la demande en provenance des marchés extérieurs, habituellement demandeurs, était faible. Toutefois l'équilibre offre/demande s'est maintenu, surtout grâce à un marché intérieur plus actif, en particulier les marchés de gros. Au cours des deuxième et troisième semaines, la demande en provenance des marchés extérieurs s'est améliorée. A ce moment, le marché a dû faire face à un afflux de volume en provenance d'Amérique latine et plus particulièrement de fruits de la marque Del Monte. Les opérateurs ont craint une dégradation de la situation quand des lots de Del Monte se sont négociés sur les mêmes bases de prix que les autres origines latino-américaines, alors qu'habituellement ils se valorisent 1.50 voire 2 euros/colis de plus. Toutefois, le pire a été évité. En effet, malgré une demande qui se traînait, les ventes sont restées fluides sans qu'il soit nécessaire de recourir à des prix de dégagement pour vider le marché en vue de Pâques.

La situation du Cayenne a été plus difficile pendant les trois premières semaines. Les fruits ont été trop verts tout au long du mois. Il semblerait que le renforcement des contrôles de qualité (recherche de résidus d'Ethrel), initiés par l'OCAB et conduits par le Bureau Veritas, soit à l'origine de ce manque de coloration. L'offre en Cayenne a également été assez déséquilibrée, avec une proportion élevée de fruits dits de calibres extrêmes (A6 et C12). Si la situation s'est nettement améliorée pour les fruits de calibre C12, il en a été autrement pour ceux de calibre A6 qui ont été difficiles à vendre. L'annonce dès la troisième semaine de volumes beaucoup moins importants pour la dernière semaine du mois a permis de renforcer la demande et les cours du Sweet. Par contre, les ventes de Cayenne se faisaient tout au plus normalement, avec des prix stationnaires qui permettaient surtout d'écouler les fruits disponibles.

Le marché avion a été très bon, principalement parce que sous-approvisionné. Les volumes disponibles ne permettaient pas de satisfaire la demande qui, contrairement au mois précédent, était active. Pour autant, il n'y a pas eu de flambée des cours. Les ventes ont été régulières et les prix plus fermes tout au long du mois. Sur le plan de la qualité, on note que les lots proposés étaient souvent hétérogènes, manquant de couleur. Mais dans le contexte de manque, ces fruits se sont bien vendus. La faiblesse de l'offre a permis aux « Pains de sucre » du Bénin, toujours bien appréciés par une certaine clientèle, de continuer à être vendus entre 2.00 et 2.10 euros/kilo.

La situation a été identique à peu de chose près sur le marché du Victoria. En début de mois, l'offre était toujours limitée après le passage du cyclone Gamède, ce qui a permis aux quelques fruits réunionnais et mauriciens présents de bien se vendre. Pour d'autres raisons, l'offre est restée limitée pendant les trois dernières semaines du mois. Cela a entraîné un renforcement des cours pour toutes les origines, alors même que la qualité des fruits proposés n'était pas irréprochable (beaucoup de fruits ternes et manquant de couleur). Au cours de la dernière semaine, alors que l'offre restait toujours limitée, on a assisté à un léger tassement de la demande et les ventes se sont faites alors moins fluides.

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

Semaines 2007		10	11	12	13
Par avion (kg)					
Cayenne lisse	Bénin	1.80-1.85	1.80-1.85	1.80-1.85	1.80-1.90
	Cameroun	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.95
	Côte d'Ivoire	1.70-1.80	1.70-1.80	1.80-1.90	1.85-1.95
	Ghana	1.70-1.80	1.70-1.85	1.60-1.80	1.70-1.85
Victoria	Côte d'Ivoire	3.50	3.50	3.00-3.50	3.00-3.50
	Ghana	3.50	3.50	3.00-3.50	3.00-3.50
	Réunion	4.00	4.00	3.60-4.00	3.60-4.00
	Maurice	3.50-3.80	3.50-3.80	3.50-3.80	3.50-3.80
	Afrique du Sud	3.50	3.50	3.00-3.50	3.00-3.50
Par bateau (colis)					
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	5.00-9.00	5.00-9.00	5.00-8.00	6.00-8.00
	Ghana			7.00-7.50	7.50-8.00
Sweet	Côte d'Ivoire	8.00-9.50	7.50-8.50	7.50-8.50	8.00-9.50
	Cameroun	8.00-9.50	7.50-8.50	7.50-8.50	8.00-9.50
	Ghana	8.00-9.50	7.50-8.50	7.50-8.50	8.00-9.50
	Costa Rica	8.50-9.00	8.00-9.50	7.50-9.00	8.50-9.50

Fret maritime

Marchés spots — Moyennes mensuelles		
US$cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Mars 2007	118	119
Mars 2006	135	127
Mars 2005	122	123

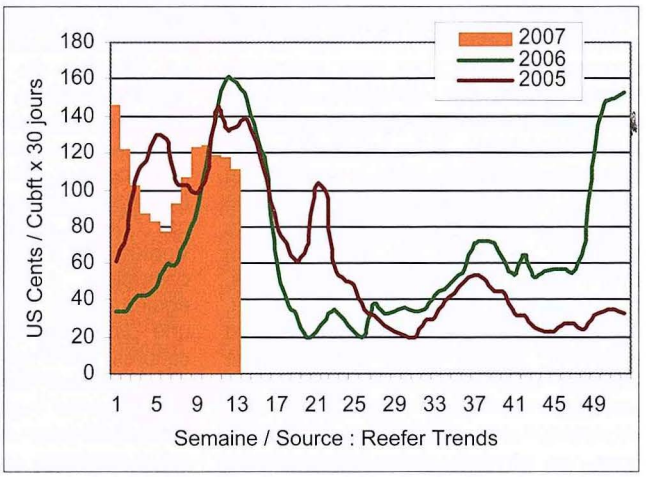
MARS 2007

Mars 2007 n'a pas été une exception à la configuration de l'affrètement et aux mouvements correspondants des prix, sans précédent depuis novembre 2006. Les armateurs ont tout fait correctement : présents au canal pour le pic saisonnier habituel sans excès de capacité ; pourtant, sans surplus d'activité supplémentaire le marché était, au mieux, équilibré.

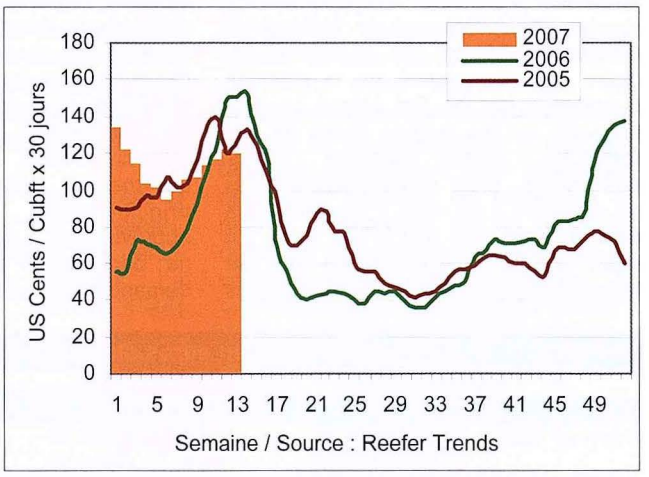
Les armateurs ne pouvaient pas faire pression: un navire était toujours disponible et le marché s'est relâché, corrigé pour ensuite ensuite retomber. Bien que la situation soit restée fluide, plusieurs navires ont été immobilisés de façon significative et à l'approche des fêtes de Pâques la situation semblait ralentir encore. Malgré ce, la moyenne du premier trimestre 2007 a été nettement plus élevée (31%) que celle de 2006, bien que comparable à 2005. Vu tous les facteurs et variables qui influencent le secteur des reefers spécialisés sur le plan mondial, il n'y a pas d'explication simple: le marché de l'affrètement réagit à la fois à l'offre et à la demande et un ensemble de petits changements de part et d'autre ont donné un mois de mars exceptionnellement faible et pourraient influencer le restant de l'année. Du côté de l'offre, le changement du service banane Noboa/agrumes Sunkist dans le Pacifique pour des conteneurs réfrigérés a permis à NYKLC de retourner à ses opérations chiliennes. La perte du service bananes du Guatemala et l'acquisition de tonnage vers la fin de 2006 a rendu Green Reefers d'une part quelque peu exposé et d'autre part en a fait l'architecte principal du marché. Quant à la demande, il n'y pas eu de pic de production—le prix de sortie est resté élevé parce que des volumes classiquement moyens d'Équateur ont trouvé preneur auprès des multinationaux russes (augmentation de 50% des importations sur une année glissante) ou sur la nouvelle ligne EU mise en place par Seatrade fin 2006. Avec le changement de stratégie de prix chez Maersk et sa récupération après une perte de parts de marché en janvier, la compagnie a fait transiter 180-250K cartons par semaine à la mi-mars. Enfin, malgré une récolte de fruits plus précoce et plus importante au Chili, CSAV a été moins active et a pu profiter de la faiblesse du marché conteneurs, sans avoir besoin de compléter ses affrètements. Mais - un plus pour les armateurs – la saison des calamars de l'Atlantique Sud risque d'être la plus chargée depuis toujours, détournant des navires du marché Spot pendant plusieurs mois, peut-être jusqu'au début du mois d'août. Une augmentation de la demande de capacité résultant d'un pic dans la production de bananes associée à une récolte précoce et importante d'agrumes dans l'hémisphère sud entraînerait le marché vers son tout premier pic d'après Paques. Après ce qui s'est passé en décembre 2006, rien est impossible.

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