



LE KIWI EN 2017-2018

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Une mise en marché exceptionnelle

C'est dans un contexte porteur que la commercialisation du kiwi se déroule pour cette campagne. Le déficit de produit en Europe, et notamment en Italie, conjugué à une faible présence de la Nouvelle-Zélande en début de saison, permet d'aborder le marché français à des prix exceptionnellement hauts. Ecoulements globalement fluides et prix en progression régulière jalonnent cette campagne qui s'achève précocement à la mi-avril. Seuls bémols à ce tableau : la baisse de production française (environ -16 % par rapport à 2016) ainsi que la carence en gros et petits calibres. Bien qu'il soit souvent difficile de se prononcer sur la compensation du manque de volumes par l'augmentation du prix de vente, on peut néanmoins convenir que le niveau des cours rééquilibre le déficit de production de cette saison.

Faits marquants

Une production en baisse accompagnée d'un déficit en gros et petits calibres

La production française 2017 subit une baisse de l'ordre de 16 % par rapport à celle de l'an passé. Deux principaux facteurs en sont responsables : les périodes de gel de fin avril et les attaques de *Pseudomonas syringae* pv *actinidiae* (PSA).

La production européenne est également déficitaire, avec notamment pour l'Italie (premier producteur européen) une baisse de 20 % par rapport à 2016. Par contre, la Grèce (au deuxième rang) voit sa récolte augmenter de 16 % par rapport à la campagne passée. Côté calibre, les extrêmes, petits et gros, font défaut ce qui va demander une gestion particulière des lots.

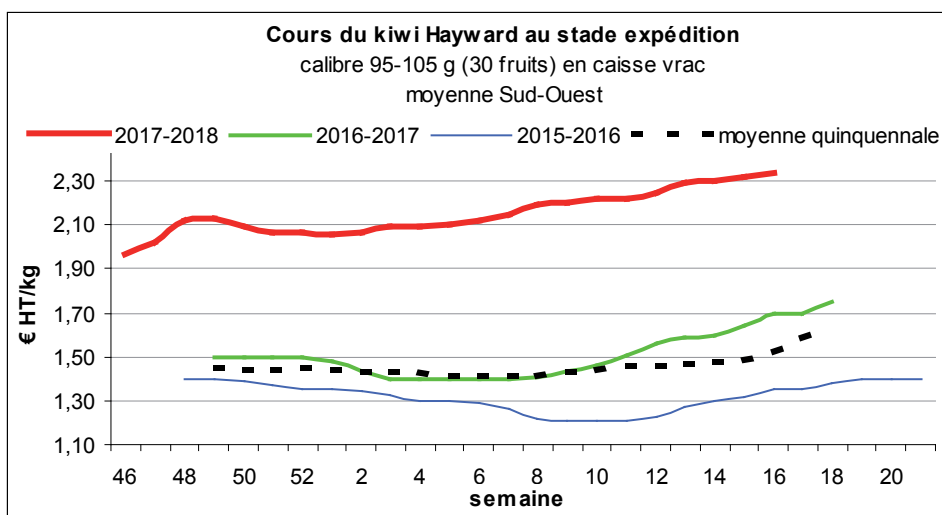
Des exportations en baisse

Entre le 1^{er} novembre 2017 et le 1^{er} juillet 2018, 12 600 tonnes de kiwis sont exportés (source douanes françaises) contre 21 200 tonnes l'an passé sur la même période. Cette chute en volumes, liée au déficit général de production et aux stratégies commerciales mises en place, s'accompagne en outre d'une baisse en proportion. Ainsi, la part exportée de la production s'élève à environ 20 % pour 2017 contre 30 % en 2016.

Les destinations évoluent également par rapport à la campagne passée. L'Allemagne devient ainsi la première destination européenne (21 % des exportations) devant la Belgique (18 %) et l'Espagne (16 %). Pour l'Asie, la Chine, avec 11 % des exportations, passe devant Taiwan (8 %). La proportion entre Europe et Asie reste toutefois stable dans son ensemble avec un ratio d'environ 75/25.

Un marché bien orienté

Dès le début de la campagne, les prix sont rémunérateurs. Pour le mois de décembre, ces derniers sont de l'ordre de 2,09 €/kg au stade expédition en calibre 30, soit presque une fois et demi élevés que la moyenne quinquennale (1,45 €/kg). Le niveau des cours va progresser au fil des mois pour atteindre successivement 2,15 €/kg en janvier et 2,32 en avril. La différence observée en décembre avec la moyenne quinquennale restera constante tout au long de la campagne. Ce sont donc des prix exceptionnels qui s'affichent pour cette saison, prix dont le niveau n'a jamais été atteint au cours des 17 dernières années. Le déficit de produit permet, malgré des prix au détail supérieurs de 30 % à la moyenne quinquennale, de maintenir un écoulement globalement régulier.



La campagne débute plus précocement que les années précédentes et se termine moins tard. Les prix démarrent à un haut niveau et continuent leur progression jusqu'à la fin de la saison.

SOMMAIRE

- Déroulement de la campagne page 2
- D'une campagne à l'autre page 3
- Prix au stade détail page 3
- Chiffres indispensables page 3

Déroulement de la campagne

Novembre

Une récolte en baisse

Les récoltes se déroulent au cours de la première quinzaine de novembre et ne connaissent pas la précocité des autres productions fruitières. Les conditions climatiques sont bonnes et permettent un avancement satisfaisant des chantiers. Par ailleurs, les températures élevées de ce début d'automne permettent aux fruits d'acquiescer un bon taux de sucres.

Les rendements sont par contre décevants avec une baisse de la production (inférieure de 16 % par rapport à l'an passé).

Les premières transactions démarrent vers la mi-novembre avec du produit standard dans un contexte porteur, compte tenu d'une faible présence de produit néo-zélandais, du manque de produits italiens et de la faible récolte française. Par ailleurs, pommes, poires et agrumes sont peu présents. Les ventes ne sont pas affectées par la présence du kiwi grec sur les différents marchés européens. L'absence de produit dynamise les cours qui atteignent des niveaux records et permettent d'établir des prix d'engagement très satisfaisants pour les futurs programmes de promotions. Si les prix sont élevés, le marché est par contre globalement calme et les volumes écoulés sont moins importants que les autres années.

Décembre

Des prix prometteurs

Le basculement vers du produit français se termine et le mois est jalonné par quelques promotions. Les prix restent sur un haut niveau et demeurent fermes. En début de mois, le déstockage apparaît quelque peu en retard mais les expéditeurs restent sereins pour les semaines à venir.

L'approche des fêtes de fin d'année ralentit le marché, sachant que des demandes émergent dans le haut de gamme afin de compléter la palette des produits festifs.

Le taux de déstockage revient en fin de mois à un niveau conforme à une année normale (les volumes sortis étant, quant à eux, plus faibles en raison du déficit de récolte).

Les exportations s'effectuent vers l'Extrême-Orient et l'Europe (principalement Allemagne, Belgique et Espagne). Il est à noter que cette

dernière destination est un peu plus privilégiée par certains opérateurs, compte tenu des prix pratiqués pour cette campagne.

Janvier

Une bonne dynamique

La reprise d'activités de début d'année accélère la demande et les promotions sont présentes chez de nombreuses enseignes. Par ailleurs, la diminution de volumes de clémentines espagnoles limite la dispersion de la consommation. Le manque de produit commence à se faire sentir dans les gros calibres. Les prix, une fois et demi supérieurs à la moyenne quinquennale, restent fermes voire haussiers pour certaines marchandises.

Le marché export ralentit vers l'Extrême-Orient à l'approche des fêtes du nouvel an chinois et de l'arrêt des activités portuaires qui en découle. Concernant le marché allemand, les prix paraissent bataillés par les grandes et moyennes surfaces (GMS), compte tenu de la concurrence du kiwi italien.

La mise en marché des produits issus de conservation en froid normal se termine et les stations commencent l'ouverture des chambres en atmosphère contrôlée. Le rythme de déstockage est, quant à lui, conforme voire supérieur à une année moyenne.

Février

Le produit commence à se raréfier en gros calibres

Malgré quelques épisodes de neige perturbant les transports et la période de vacances d'hiver, les expéditions conservent une bonne dynamique et les prix progressent à nouveau. Les programmes continuent de se mettre en place durant le mois. On observe toutefois quelques baisses passagères liées à des actions de promotions. Par ailleurs, le retard de production des fraises espagnoles limite la concurrence.

Le manque de gros calibres se fait ressentir de plus en plus, obligeant les expéditeurs à rediriger leur clientèle vers des calibres inférieurs.

Les exportations continuent tant sur le maritime que sur l'Union européenne. Le déstockage connaît quant à lui une avance de plus en plus marquée et certains expéditeurs arrêtent

précocement leur activité. Par ailleurs, les expéditions sont raisonnées en fonction des objectifs commerciaux de fin de campagne.

Mars

L'offre se concentre autour des calibres médians

Dans un contexte d'offre limitée mais aussi d'une demande bien présente, les prix continuent d'augmenter, malgré l'arrivée des premières fraises françaises. Les écoulements conservent leur fluidité avec des actions en magasins toujours régulières.

Par ailleurs, la pénurie en gros calibre pénalise certaines ventes qui ne peuvent être satisfaites. Les petits calibres commercialisés en barquette commencent également à faire défaut chez certains expéditeurs. Côté qualité, l'ouverture des chambres en atmosphère contrôlée réserve peu de mauvaises surprises. On se projette déjà vers la fin de campagne.

Les exportations connaissent un ralentissement habituel vers l'Asie. Les destinations européennes restent actives notamment vers l'Espagne.

Avril

Une fin de campagne anticipée

Les prix affichent une dernière hausse en début de mois et restent fermes par la suite. L'installation au cours de la dernière quinzaine du mois d'un temps estival, susceptible d'orienter le consommateur vers des produits de saison, ne pénalise pas les expéditions, compte tenu de la faiblesse de l'offre. Les promotions deviennent plus rares.

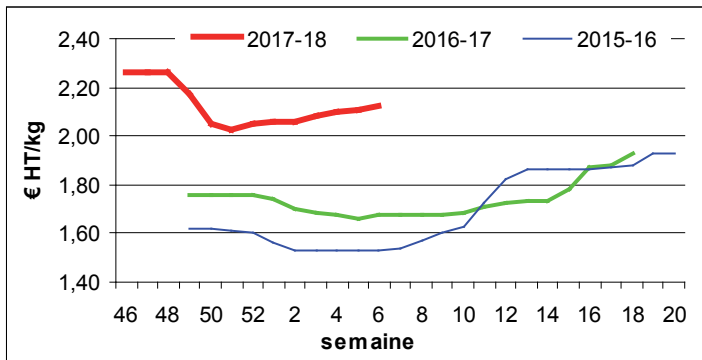
Le disponible se concentre autour d'une gamme limitée de calibres et de conditionnements (notamment barquettes en calibres 42 et 46).

Côté destinations étrangères, les expéditions sont à présent tournées vers l'Europe. La concurrence des produits italiens et grecs se fait ressentir, sans pour autant vraiment pénaliser les produits français.

Les stations arrêtent progressivement leur activité à partir de la mi-avril avec une avance de deux à trois semaines. Les premiers kiwis chiliens sont attendus à la fin du mois et laisseront place aux produits jaunes et verts néo-zélandais à partir de début mai.

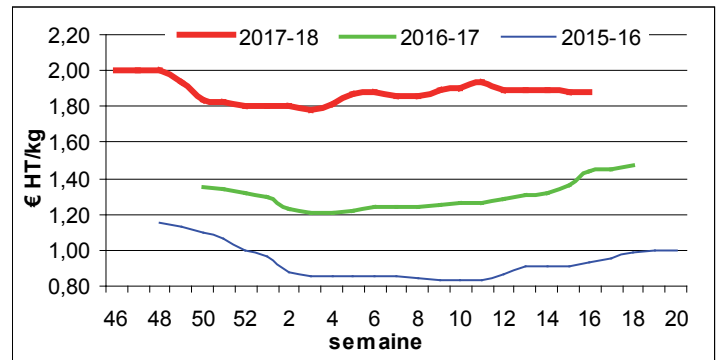
D'une campagne à l'autre

Cours expédition du kiwi Hayward en plateau de 3 kg
catégorie I – calibre 105-115 g (27 fruits)
moyenne Sud-Ouest



Le manque de produit limite la durée de la campagne des gros calibres. Les prix restent en moyenne supérieurs de 20 % à une année normale.

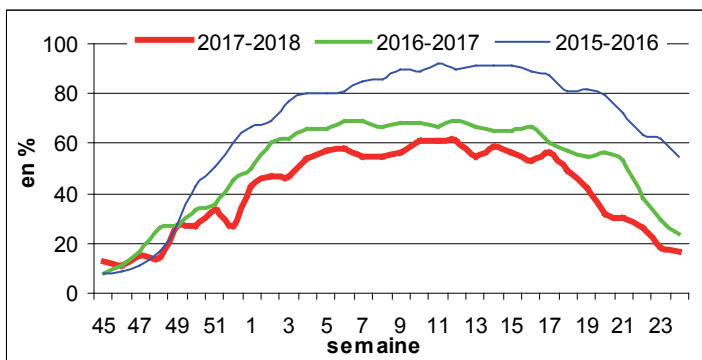
Cours expédition du kiwi Hayward en barquette de 1 kg
catégorie I - calibre 70-75 g (42 fruits)
moyenne Sud-Ouest



La mise en marché est plus précoce et se termine deux à trois semaines plus tôt que les années antérieures. Le niveau de prix est en moyenne une fois et demi plus élevé que la moyenne quinquennale.

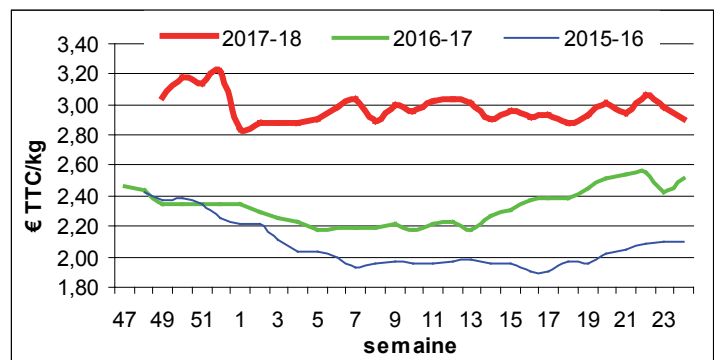
Prix au stade détail

Taux de présence de la barquette 1 kg
origine France en grandes et moyennes surfaces



Le taux de présence des barquettes "origine France" est inférieur à celui de la campagne passée pour laquelle le référencement était exceptionnellement élevé. Il est par ailleurs inférieur à la moyenne des cinq dernières années, ce qui peut être expliqué par le déficit en petits calibres de cette saison.

Prix de la barquette 1 kg
origine France en grandes et moyennes surfaces

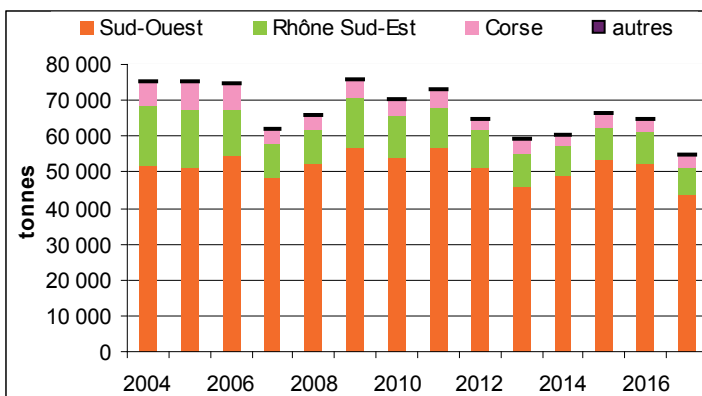


Les prix observés en magasins sont supérieurs à ceux de l'an passé et à la moyenne quinquennale de 30 %.

Chiffres indispensables

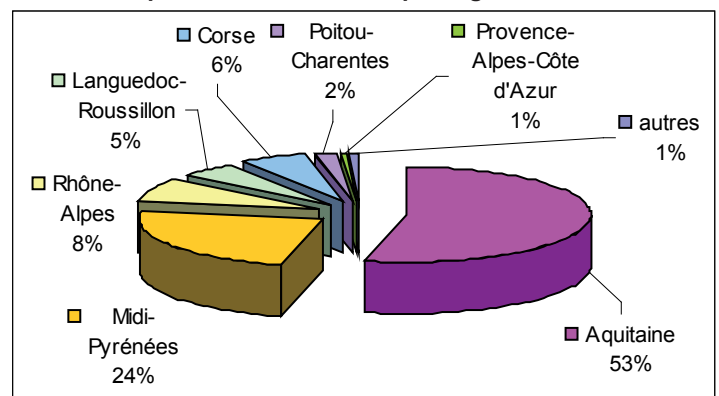
La production française (source SSP)

Evolution de la production française
entre 2004 et 2017



Les gelées tardives d'avril et les dégâts de PSA limitent la production 2017. Celle-ci est inférieure de 16 % à celle de la campagne passée.

Répartition des volumes par région en 2017



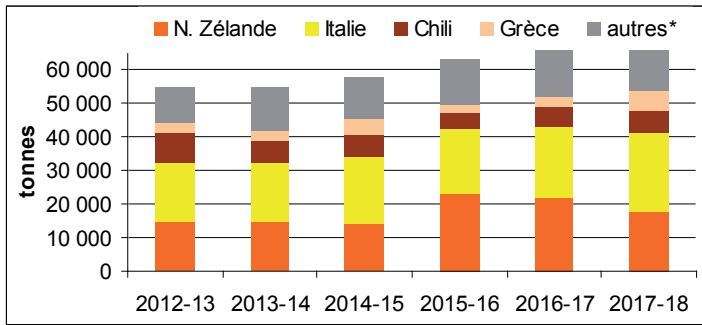
La répartition de la production change peu. Le Sud-Ouest reste leader avec près de 80 % des volumes produits. Les surfaces françaises sont stables.

Chiffres indispensables (suite)

Evolution des importations et exportations françaises de kiwi entre les campagnes 2012-2013 et 2017-2018

source Douanes

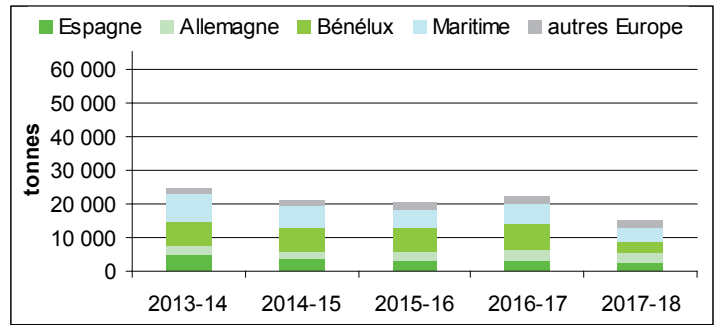
Importations



Les volumes importés évoluent peu dans l'ensemble par rapport à la campagne passée. Ils demeurent supérieurs de 15 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Les entrées italiennes progressent malgré une récolte déficitaire. L'Italie devient pour cette saison le premier pays fournisseur et passe devant la Nouvelle-Zélande. Les importations de cette dernière origine baissent de près de 20 % par rapport à la saison passée. Elles demeurent toutefois proches de la moyenne des cinq dernières années. Enfin, les apports d'origine grecque doublent.

Exportations

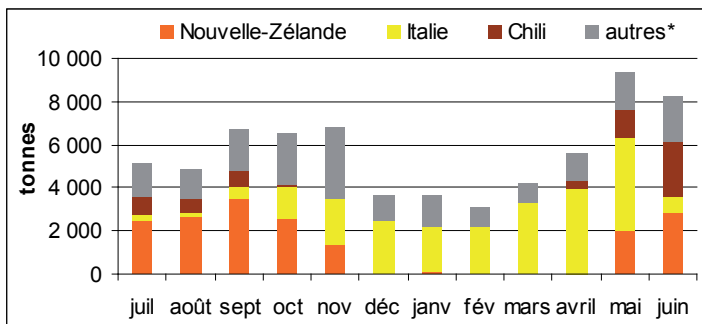


Les exportations françaises marquent le pas avec une baisse d'environ un tiers des volumes par rapport à l'an passé et à la moyenne quinquennale.

La répartition Europe / Maritime évolue peu, avec respectivement 75 % des exportations à destination de l'Europe et 25 % à destination du maritime (principalement l'Asie). Les trois principales destinations restent l'Espagne, le Benelux et l'Allemagne, avec environ 60 % des volumes exportés.

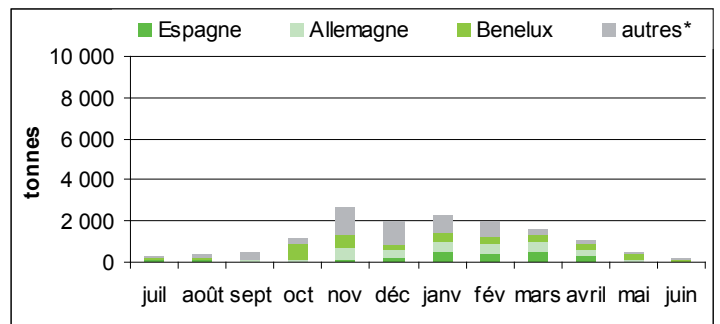
Structure mensuelle des importations et exportations en 2017-2018

Importations



Les produits néo-zélandais sont moins présents en novembre que lors de la campagne passée. Le déficit de production conduit à des importations plus précoces de kiwis chiliens.

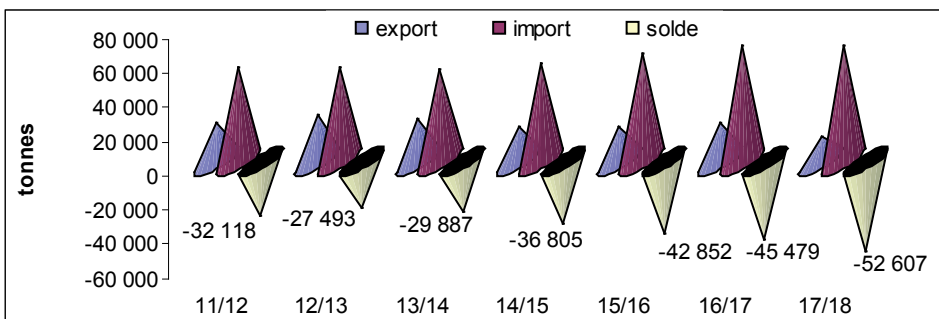
Exportations



Les exportations de début de campagne sont plus marquées en proportion que celles de l'an passé. Les mois de janvier et février demeurent encore des mois actifs.

*autres : dans cette catégorie figurent les volumes de l'hémisphère Sud dédouanés dans des pays voisins puis introduits en France.

Solde du commerce extérieur



Le déficit du commerce extérieur s'accroît par rapport à l'an passé compte tenu d'une baisse d'un tiers des exportations liée à une faible récolte.

Pour en savoir plus sur le kiwi :

Directeur de la publication : **Christine Avelin**

Composition : **RNM Bordeaux (Nina Riaux)**

Date de parution : novembre 2018

Rédacteur : **Christian Mourra**

Centre d'Agén : 05.53.77.29.30

Centre de Lyon : 04.78.63.13.16

notre site : <https://RNM.franceagrimer.fr>

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.