



LE KIWI EN 2016-2017

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Une campagne concentrée dans le temps

Le retard de récolte de deux semaines est, au début, considéré comme une opportunité car cela permet aux fruits de gagner en maturité et de laisser du temps au kiwi néo-zélandais pour s'écouler. Mais, le report régulier, par les enseignes, du basculement d'origine jusqu'à fin décembre fait naître quelques inquiétudes. Ainsi, même si la demande est très active dès début janvier, les cours sont confrontés à des contre-offres, obligeant des concessions de prix non négligeables. Le marché s'intensifie sur le premier trimestre. La demande est très dynamique dans l'Hexagone. Cependant, une vive concurrence s'exerce au sein des opérateurs français, avec le développement de la commercialisation directe par les producteurs. De plus, les gros calibres, destinés aux marchés européens, sont concurrencés par les Italiens. Ces derniers, malgré une diminution de leur production de 10 %, sont également plus compétitifs sur les petits calibres. Les prix restent donc dans la moyenne quinquennale mais de profonds changements s'opèrent.

Faits marquants

Une récolte tardive

Comme pour la majorité des fruits cette année, la récolte de kiwi débute avec un retard d'une quinzaine de jours sur toute la France. Les conditions étant idéales, les producteurs optimisent la cueillette.

Un début de campagne lent

Bien que l'accord interprofessionnel permette la commercialisation du kiwi dès le 6 novembre, le retard de maturité impose d'attendre afin de remplir les conditions nécessaires. En outre, cette année, la présence néo-zélandaise est très forte. Le basculement des références en grandes et moyennes surfaces (GMS) ne se réalise pas sur une même semaine mais s'étale sur près d'un mois.

Une campagne concentrée

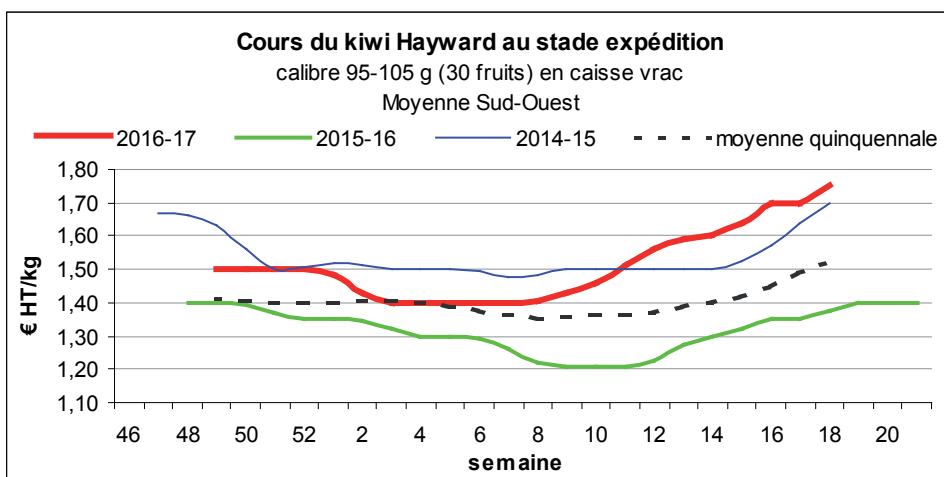
Il faut attendre début janvier pour voir le marché du kiwi s'activer. Le premier trimestre 2017 est très dynamique. Les stations d'expédition observent des changements de comportement chez leurs clients. Alors qu'auparavant l'activité s'étalait sur 6-7 mois, elle se concentre dorénavant sur 3-4 mois.

Un commerce suiveur

L'influence des productions italienne et néo-zélandaise de kiwi marque les campagnes. Faudra-t-il s'habituer à une présence néo-zélandaise de plus en plus longue et donc adapter la fenêtre de commercialisation ? Dans tous les cas, les opérateurs français sont suiveurs ou développent le statut de marque de niche.

Deux marchés cohabitent

Lorsque le marché se met enfin en place début janvier, les expéditeurs sont confrontés à des contre-offres basses. Leurs prix peuvent être 20 à 40 centimes moins élevés par kilogramme. Alors que l'air du temps veut plus de locavores, de circuits-courts, etc., des producteurs n'hésitent pas à commercialiser par eux-mêmes leurs fruits. Au vu des stocks encore importants fin décembre, ils pratiquent des prix bas afin d'assurer et de maintenir leur positionnement sur les étals conquis. Ces pratiques se développent d'autant plus que les dernières campagnes kiwi ont été globalement rémunératrices. Chacun cherche sa part du gâteau, mais cela ajoute encore un degré de complexité sur un marché déjà délicat.



La campagne débute plus tardivement que les années passées.

La revalorisation des cours s'active plus rapidement qu'à l'accoutumée.

Au plus fort de la campagne (janvier, février), les cours sont dans la moyenne quinquennale.

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 - décembre

Un marché qui tarde à se mettre en place

Les quinze premiers jours de novembre concentrent la cueillette. La récolte est en décalage de 15 jours par rapport à 2015 et se termine autour du 20 novembre. Elle se déroule dans de bonnes conditions climatiques et les producteurs profitent du temps doux pour laisser le taux de sucre augmenter dans les baies. Les calibres sont plus gros que l'an passé. Ils sont centrés sur 27-30-33 fruits aux trois kilogrammes, ce qui correspond à la demande. En termes de volume, la production est dans la moyenne des cinq dernières années.

La mise en place du kiwi français est donc plus tardive qu'à l'accoutumée et surtout très lente. Les causes sont multiples : la récolte française est décalée de 15 jours, la progression du taux de sucre est donc différée et surtout la forte présence du fruit néo-zélandais sur toutes les places européennes empêche tout démarrage. A cela s'ajoute la concurrence des agrumes, aux prix attractifs pour les consommateurs. En novembre, les transactions sont donc peu volumineuses et les opérateurs sont principalement en discussion avec leurs clients. Les prix se cherchent.

Concernant la concurrence italienne, la production connaît une baisse de 10 % par rapport à la campagne passée (source : ISMEA.it). Cependant elle reste dans la moyenne quinquennale. Quant aux produits grecs, leurs prix, 30 à 50 % moins élevés, sont des concurrents sur les places nationales, européennes et pour le grand export.

Il faut attendre la semaine de Noël pour voir le marché français enfin demandeur en kiwi tricolore. Or, ce n'est pas à cette période que les acheteurs s'approvisionnent massivement. Les étals doivent laisser la place aux fruits exotiques.

Les sorties de stations sont donc en deçà des références quinquennales, surtout que les marchés européens et du grand export sont calmes.

Cependant, les perspectives pour janvier sont plus sereines car de nombreuses mises en avant sont programmées.

Les prix se situent dans la moyenne quinquennale, mais ils se cherchent encore et sont assez bataillés.

Janvier

Des actions promotionnelles actives mais des prix revus à la baisse

Le marché français démarre enfin. Le kiwi est mis en avant dans toutes les enseignes et les volumes sortis sont conséquents. De plus, les consommateurs privilégient ce produit à un moment où les légumes sont chers suite à la vague de froid qui touche toute l'Europe et où peu de fruits sont disponibles. Les clémentines en particulier sont en nombre limité (fin des variétés corses et -30 % pour la production espagnole). Ce dynamisme est soutenu par une campagne publicitaire via des spots radio démarrant le 12 janvier et qui se prolongent jusqu'au 5 mars.

Cependant, les prix sont discutés et il faut rapidement réaliser des concessions à la baisse. C'est la cohabitation d'un double barème tarifaire qui caractérise la campagne kiwi 2016-2017. En effet, des

producteurs ou des stations n'ayant pas de chambre froide sous atmosphère contrôlée pour stocker le fruit, concurrencent le marché. Leurs prix peuvent être 20 à 40 centimes moins élevés par kilogramme. Cette coexistence entraîne un petit flottement ayant pour conséquence une perte de repères chez les acheteurs et des glissements de prix non négligeables. S'ajoute à cela la concurrence des autres pays producteurs européens, notamment sur les petits calibres. Alors que leurs volumes sont faibles en France, les cours de la barquette sont sous pression. Les opérateurs du Sud-Ouest préfèrent jouer la montre afin d'attendre une remontée des cours.

Concernant le marché européen, la mise en place est plus délicate. La concurrence transalpine est féroce. Les kiwis de gros calibre, privilégiés par les consommateurs nordistes, sont en nombre. L'offre étant supérieure à la demande, les critères de démarcations sont plus compliqués à trouver.

Quant au grand export, il reprend la deuxième semaine de janvier. Cela permet à la marchandise d'arriver après le nouvel an chinois, lui évitant ainsi d'être bloquée dans les ports asiatiques. Globalement, le marché maritime est de moins en moins dynamique. Même si de nouvelles places comme le Vietnam s'ouvrent, les volumes sont en diminution vers l'Asie depuis plusieurs années.

Février

Le marché est toujours très porteur compte tenu de la faible concurrence des autres fruits

Le marché est un peu plus calme après l'euphorie de janvier. Les mises en avant en GMS sont moins nombreuses. Chez les grossistes, la demande est moins dynamique au vu des congés scolaires et de la météo venteuse des premiers week-ends de février. Cependant les opérateurs restent sereins car l'écoulement demeure très correct. La concurrence des agrumes est faible (les clémentines sont en fin de campagne) et les fraises espagnoles, en retard de production, sont peu présentes. De plus, les kiwis conservés en froid normal touchent à leur fin en Rhône-Alpes et dans le Sud-Ouest. Cela permet d'estomper les prix bas et donc de supprimer le double barème qui existait jusqu'à présent. De surcroît, des négociations d'engagement pour fin avril-début mai sont déjà en cours. Les perspectives à venir sont encourageantes.

Ce petit creux d'activité permet aux stations d'en profiter pour calibrer et recharger en baies de calibres 30 et 33. Ces derniers, très demandés, sont à des niveaux de stocks inférieurs à la normale. Concernant le marché européen, plutôt consommateur de gros fruits, l'ambiance est plus concurrentielle, notamment avec les kiwis italiens qui sont à des prix plus faibles.

L'activité maritime se poursuit jusqu'à début mars.

Mars

Le marché est serein

Malgré les congés scolaires, l'écoulement est correct au cours de la première semaine de mars, compte tenu d'une météo propice à la consommation et d'une faible concurrence en agrumes et fraises

espagnoles. La mise en marché est par contre plus difficile sur les gros calibres. Les prix bas observés le mois précédent sur les fruits conservés en froid normal s'estompent, les produits étant à présent issus d'atmosphère contrôlée.

Les deux premières semaines de mars, le marché reste dans la même dynamique que février. La demande est forte et les volumes expédiés supérieurs à la demande. Les cours sont en hausse sauf en gros calibres où l'ambiance est moins porteuse. Le niveau global de déstockage est en avance pour les calibres petits et moyens.

L'activité ralentit quelque peu à partir de mi-mars, tout en restant correcte. L'augmentation des niveaux de prix et la présence d'autres produits concurrentiels (melon du Maroc, fraises) peuvent expliquer ce ralentissement. L'Italie annonce une date de fin de campagne conforme à la normale. Les fruits commencent à manquer en calibres 30 et 33, voire à ne plus être disponibles dans certaines stations en calibres plus petits. Les opérateurs demeurent sereins : la qualité est au rendez-vous, le déstockage est bon et le ralentissement va permettre de faire la soudure avec les premiers kiwis de l'hémisphère Sud.

Côté sanitaire dans les vergers, l'attention se porte sur le *Pseudomonas syringae* pv. *Actinidiae* (PSA) car des écoulements d'exsudats sont observés trop fréquemment pour la saison.

Avril

Des cours en hausse malgré une demande moins active qu'au premier trimestre

Lors de la première quinzaine d'avril, nombre d'opérateurs prévoient une fin de campagne rapide. Or la demande est moins soutenue. Les raisons sont multiples : les vacances scolaires ralentissent les achats, la météo plus clémente limite la consommation et les fraises et asperges occupent les étals avant Pâques. Certaines stations sont également déséquilibrées en calibres, notamment pour les gros fruits qui sont un peu en sur-stock. Le marché revient dans un rythme plus traditionnel, comparativement aux trois premiers mois très actifs de l'année.

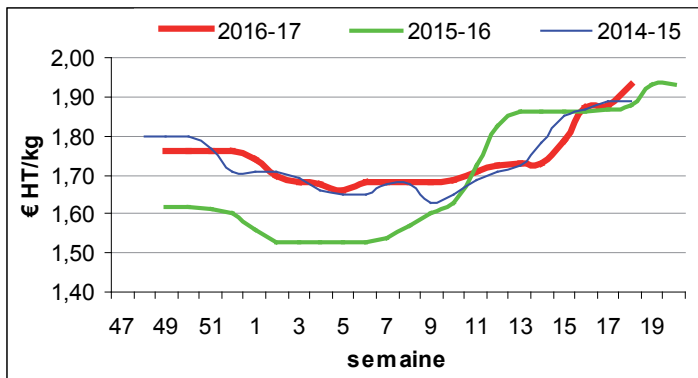
Malgré une demande à la baisse, les cours sont soutenus et encouragés par des stocks français faibles notamment dans les calibres privilégiés sur l'Hexagone (27-30-33), l'absence de problème sanitaire, peu de concurrence transalpine et un retard annoncé de l'arrivée du kiwi néo-zélandais.

Le retard de l'hémisphère Sud oriente la demande des marchés du nord de l'Europe sur nos fruits de plus gros calibre. Dès lors, tous les voyants passent au vert pour cette fin de campagne qui se profile pour début mai. Ainsi, cet écoulement régulier n'est pas une contrainte, d'autant plus que des opérations de mise en avant sont toujours présentes pour la fin du mois ; les lignes habituelles en GMS sont maintenues et il n'y a pas d'arrêt de référence. Le commerce s'autorégule et les mises en place pour mai et début juin se négocient déjà.

La majorité des opérateurs termine début mai sereinement et les kiwis chiliens et néo-zélandais arrivent progressivement.

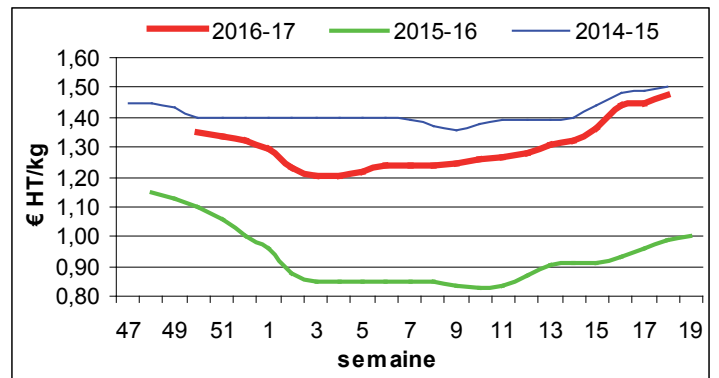
D'une campagne à l'autre

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



Même si les cours sont supérieurs à l'an passé, ils tardent à se redresser. Il faut attendre la mi-avril, lors de la confirmation du retard du kiwi néo-zélandais pour activer la demande sur ce calibre.

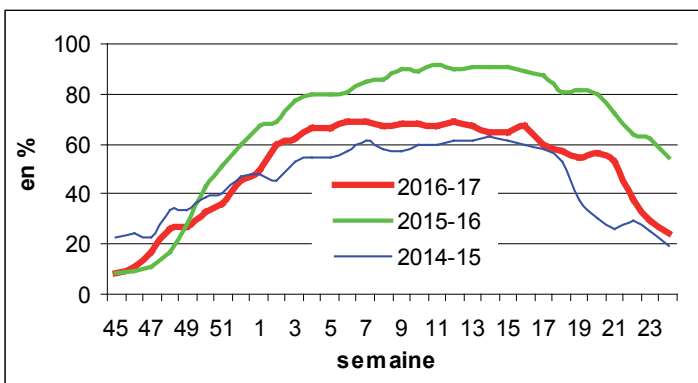
Cours expédition du kiwi en barquette de 1 kg
catégorie I - calibre 70-75 g (42 fruits)
moyenne Sud-Ouest



Les cours sont 40 % supérieurs à la campagne précédente. Cependant, les opérateurs auraient souhaité égaler ceux de 2014-2015 compte tenu du faible disponible en petit calibre.

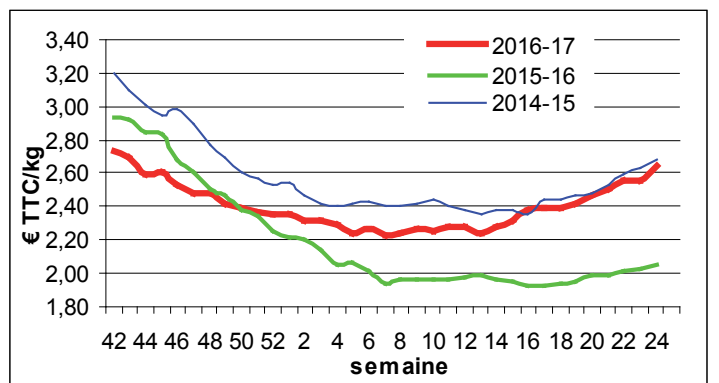
Prix au stade détail

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



Le taux de présence en GMS est de 10 points inférieur à la moyenne des cinq dernières années. Dès le début de campagne, la production informe que l'offre sera réduite. Ainsi, plusieurs acheteurs assurent leurs approvisionnements "premiers prix" en kiwis transalpins.

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

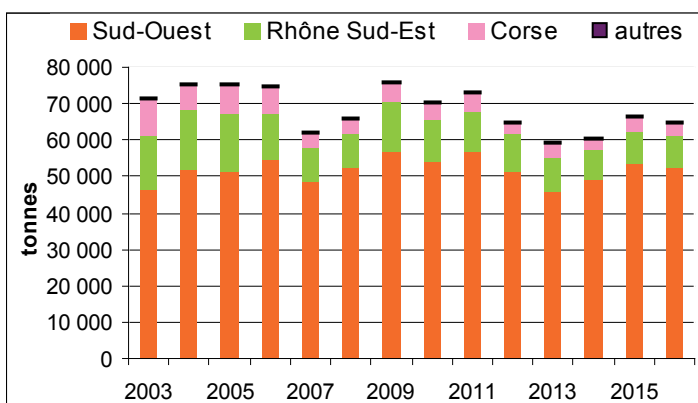


Les prix observés en magasins sont pourtant 10 % supérieurs à l'an passé et à la moyenne quinquennale. L'augmentation au stade détail est donc moins importante qu'au stade expédition.

Chiffres indispensables

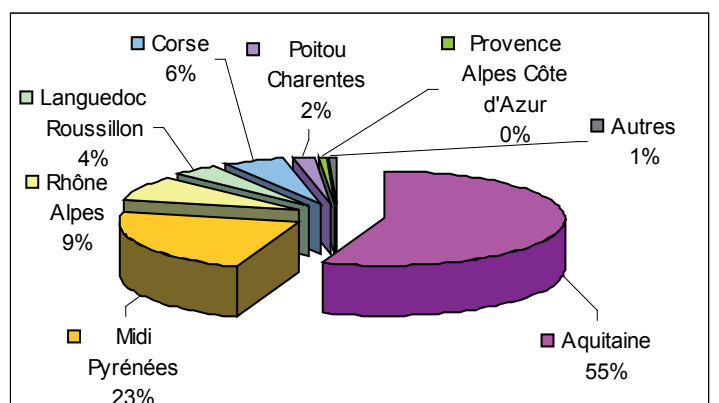
La production française (source SSP)

Evolution de la production française
entre 2003 et 2016



La production est dans la moyenne quinquennale. La lutte contre le PSA et les bonnes conditions climatiques permettent aux vergers de revenir à leur potentiel.

Répartition des volumes par région en 2016



Le Sud-Ouest représente 80 % de la production hexagonale de kiwi. Les surfaces françaises sont stables.

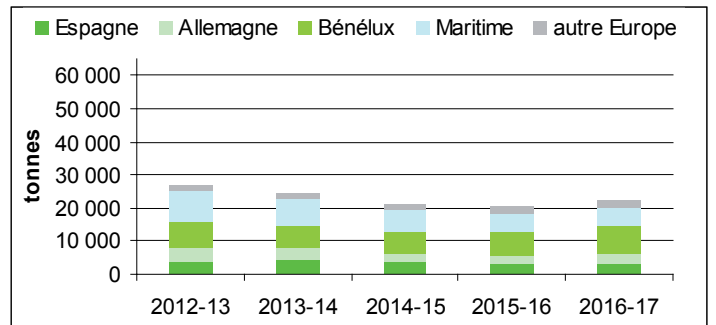
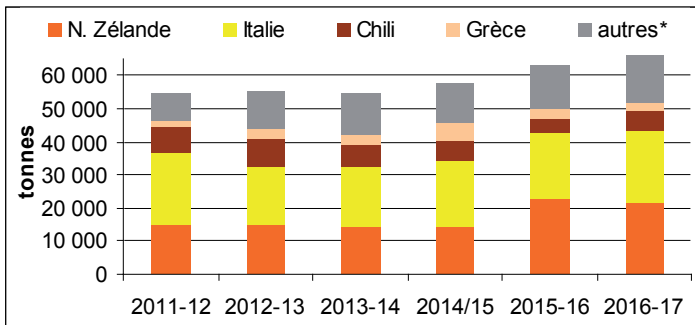
Chiffres indispensables (suite)

Evolution des exportations et importations françaises de kiwi entre les campagnes 2011-2012 et 2016-2017

Importations en hausse

source Douanes

Exportations en hausse

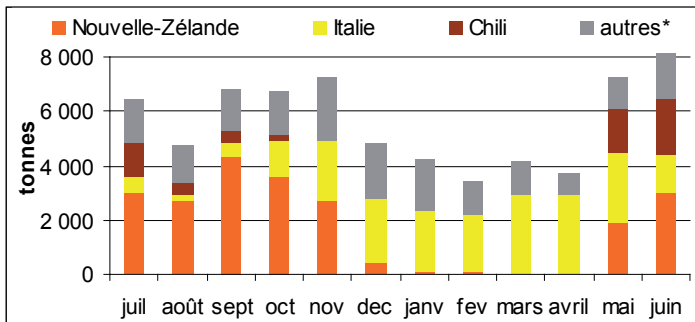


Les importations sont en constante augmentation. Elles représentent dorénavant la totalité des volumes produits dans l'Hexagone. La Nouvelle-Zélande, après son augmentation en 2015-2016, maintient son hégémonie et demeure le principal fournisseur. L'Italie et la Nouvelle-Zélande représentent les deux tiers des importations.

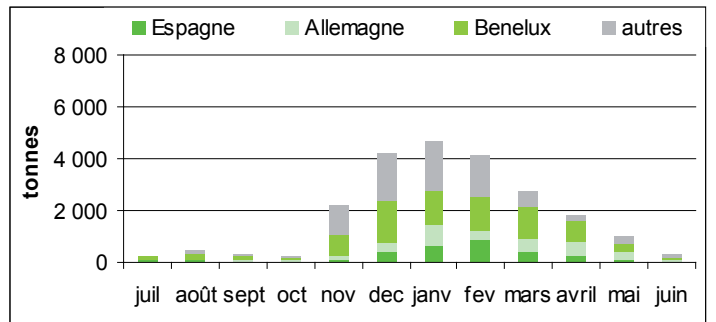
Même si les volumes exportés sont en augmentation par rapport à 2015-2016, ils restent dans la moyenne quinquennale. L'Europe représente les trois quarts du marché à l'export. Un maintien timide du maritime est observé. A noter l'ouverture du Vietnam sur lequel les opérateurs du Sud-Ouest répondent présent.

Structure mensuelle des importations et exportations en 2016-2017

Importations



Exportations



L'Italie, malgré sa baisse de production, augmente ses exports vers la France de 8 % par rapport à la dernière campagne. Elle tente d'être présente de plus en plus tôt sur le marché français. En fin de campagne française, l'hémisphère Sud arrive progressivement. L'origine chilienne compense le manque de produit néo-zélandais, même si elle s'oriente dorénavant davantage sur le nord de l'Amérique.

La campagne se concentre sur les mois de janvier et février avec notamment 2 200 tonnes supplémentaires, par comparaison à 2016 (équivalent à une augmentation de 35 % des volumes). Le Benelux, l'Allemagne et l'Espagne restent les principaux destinataires pour le kiwi français (deux tiers des volumes).

*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 solde négatif est en nette augmentation depuis plusieurs années. Plus de 11 000 tonnes supplémentaires sont importées en 5 ans.

Pour en savoir plus sur le kiwi :

Directeur de la publication : **Christine Avelin**

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

Date de parution : septembre 2017

Rédacteur : **Anne-Claude Tusseau**

Centre d'Agen : 05.53.77.29.30

Centre de Lyon : 04.78.63.13.16

notre site : <https://www.rnm.franceagrimer.fr>

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.