

## Une faible récolte fortement valorisée

Avec une production déficitaire, des niveaux de cours exceptionnellement élevés et une crise sanitaire sans précédent, la campagne 2020-2021 s'inscrit dans les tendances extrêmes.

Dans ce contexte atypique, la mise en marché s'éloigne des clichés habituels. Ainsi, les cours demeurent plus stables et les volumes expédiés moins importants même en période de promotion. Par ailleurs, la campagne s'étire alors que la récolte limitée présageait plutôt une commercialisation écourtée. Finalement, la production baisse de 11 % par rapport à la moyenne quinquennale mais les prix augmentent de 20 % par rapport à la campagne passée et de 40 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années.

## Faits marquants

### Une récolte française en baisse

La production nationale baisse de 7 % sur un an et de 11 % sur les cinq dernières années. Cette évolution diverge selon les territoires. Ainsi, le bassin Sud-Ouest (80 % de la production française) se rétracte de 10 % par rapport à l'an dernier alors que le Sud-Est connaît une tendance opposée pour se rapprocher de sa moyenne quinquennale.

La récolte européenne augmente légèrement par rapport à 2019 mais reste sous son potentiel. La production italienne décroît à nouveau, alors que celle de la Grèce s'avère importante.

Enfin, la Nouvelle-Zélande, premier producteur mondial, accuse une chute de 4 % de ses volumes en kiwi Hayward par rapport à la campagne passée (déjà considérée comme une année de petite récolte).

### Un produit de qualité bien valorisé

La récolte 2020, peu abondante en gros calibres, affiche une bonne qualité gustative. Elle présente par ailleurs une aptitude à la conservation très satisfaisante. Avec un prix de vente supérieur de 20 % par rapport à la dernière campagne (et de 40 % par rapport à la moyenne quinquennale), le produit connaît une quatrième saison consécutive de bonne mise en marché. Par ailleurs, les niveaux de prix d'achats "bord verger" sont particulièrement élevés ce qui influence le commerce.

### Un profil de campagne atypique

Le contexte sanitaire pèse sur la campagne. Les marchés de gros sont pénalisés

par les fermetures des restaurants et le ralentissement des collectivités. Par ailleurs, plus que jamais le produit bénéficie de son image de produit sain et riche en vitamine C. Au niveau des ventes, les variations de cours sont moins marquées que les années précédentes et les volumes expédiés moins importants même en période d'opérations promotionnelles. Ainsi, malgré un volume réduit, la campagne dure aussi longtemps que les années précédentes. Enfin, la barquette de 1 kg est sollicitée par les centrales d'achats comme produit d'entrée de gamme.

### Une exportation moins présente

Les expéditions se recentrent sur le marché national en raison de la faible récolte, du manque de gros calibres et de la concurrence des produits grecs. Les volumes exportés continuent leur baisse entamée depuis trois ans. La part exportée vers le "maritime" connaît un repli important et passe de 22 % en 2019-2020 à 6 % pour cette campagne. La Belgique reste la principale destination des kiwis français devant l'Espagne et l'Allemagne.

### Procès de francisation de kiwis

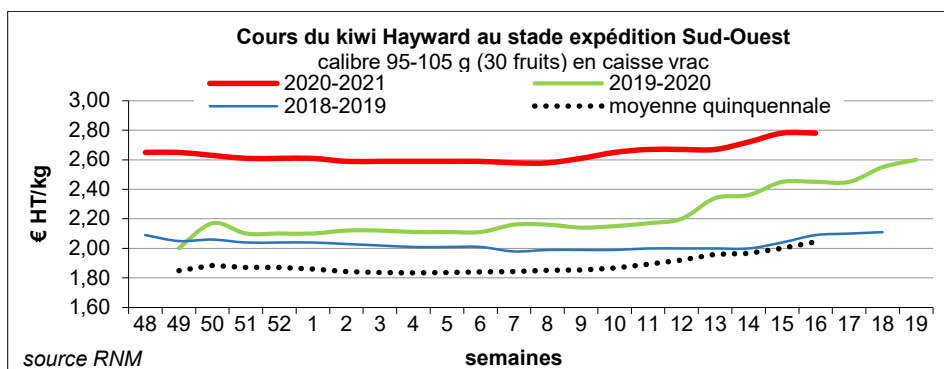
Les jugements des 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> procès en francisation du kiwi ont été rendus à Montauban en avril et mai 2021. La répression des fraudes estime à 4 000 tonnes de kiwis achetés et francisés par les prévenus, entre 2015 et 2017. Les jugements rendus condamnent pour le 4<sup>e</sup> procès l'accusé à 6 mois d'emprisonnement avec sursis et 50 000 € d'amende, et pour le 5<sup>e</sup> à 30 000 € d'amende.

## GLOSSAIRE

GMS : grandes et moyennes surfaces  
IGP : indication géographique protégée  
maritime : désigne les destinations vers lesquelles le transport est réalisé par voie maritime (principalement Asie, Afrique et Amérique)  
quinquennal(e) : se réfère aux cinq campagnes 2015-16, 2016-17, 2017-18, 2018-19, 2019-20  
SSP : service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'Agriculture



Retrouvez ce bilan sur notre site [RNM.franceagrimer.fr](http://RNM.franceagrimer.fr) en scannant ce QR code



La campagne se met en place sur des niveaux de prix élevés qui perdurent jusqu'à fin février. Une première reprise des prix s'observe par la suite début mars. Elle sera suivie d'une seconde progression en fin de campagne.

## 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 petite récolte

Dans la vallée de la Garonne, la récolte débute la dernière semaine d'octobre sous quelques précipitations qui laisseront ensuite place à un temps plus clément. Les vergers de la vallée de l'Adour commencent les premiers ramassages la semaine suivante dans de bonnes conditions. Les chantiers s'étaleront ainsi jusqu'au 20 novembre. La qualité est présente avec un taux de sucre très satisfaisant. Le calibre s'annonce moyen et les gros fruits peu nombreux. La production est peu abondante pour la troisième année consécutive (inférieure de 10 % à celle de 2019). Plusieurs facteurs expliquent cette baisse : mortalité d'arbres dans la vallée de l'Adour suite aux inondations de l'automne 2019, chutes de fleurs en juin et périodes caniculaires de l'été. Ce déficit de production génère des prix "bord verger" élevés.

La mise en marché débute après la date réglementaire du 6 novembre sur des volumes faibles. Par ailleurs, les produits néo-zélandais mais aussi les kiwis précoces sont encore présents.

Après deux semaines de mise en place progressive, les ventes s'accroissent en fin de mois avec le basculement sur l'origine France. Les programmes et opérations de centrales d'achats se concrétisent et les premières cotations s'établissent à un niveau de prix élevé.

Enfin, le Bureau Interprofessionnel du Kiwi lance un nouveau site internet ([lekiwidefrance.fr](http://lekiwidefrance.fr)) et son logo "Le kiwi des producteurs français".

### Décembre

#### Une bonne mise en place mais une consommation poussive

La mise en place du produit se poursuit selon un rythme normal pour la période. Les ouvertures de lignes sont maintenant effectives. L'ambiance commerciale apparaît calme tant en GSM que chez les grossistes. Quelques promotions en calibres 30 et 33 stimulent les sorties. A l'export, dans un marché étroit et concurrentiel, peu de départs sont opérés vers l'Asie et vers l'Europe du Nord. Ce dernier marché semble acquis à la Grèce aux tarifs inférieurs. Sur le territoire national, les cours demeurent fermes à des niveaux satisfaisants.

En milieu de mois, les ventes en GSM mettent en avant les plus petits calibres. A l'exception de ces actions, l'activité commerciale est lente. A l'approche des fêtes, un petit regain d'activité frémit chez les grossistes. Les gros calibres plus rares sortent lentement à des tarifs élevés. Par ailleurs, la gamme continue de s'élargir avec notamment la vente des kiwis sous IGP. Les cours fléchissent légèrement sous l'effet des engagements.

Juste avant les fêtes de fin d'année, le commerce se poursuit sur un petit rythme de vente et des commandes au fil de l'eau chez les grossistes.

### Janvier

#### Un marché peu animé mais régulier

Suite aux fêtes, par tradition peu actives, la reprise se réalise progressivement. Le commerce est soutenu par les GSM sur

des volumes limités mais réguliers. L'activité des grossistes est plus contrastée. Les gros calibres, en offre réduite, s'écoulent doucement à des tarifs élevés. La montée en puissance des actions promotionnelles nationales et régionales dynamisent les affaires en calibres 30, 33 et 36. En dehors de ces mises en avant, le commerce ruisselle doucement. Néanmoins, en l'absence d'offre suffisante, les opérateurs temporisent parfois les ventes.

A la mi-janvier, le commerce demeure sans entrain, face à une demande faible et des promotions en GSM réduites. Le couvre-feu à partir du 16 janvier modifie les habitudes des consommateurs. De plus, les soldes d'hiver et l'approche de la fin du mois ne favorisent pas la consommation de kiwi. Ainsi, les petits calibres en barquettes 1 kg sont recherchés pour leur tarif. Toutefois, l'écoulement reste porté sur des petites quantités par de nombreux expéditeurs.

En fin de mois, le marché demeure calme. Si les sorties restent assez régulières, les volumes sont restreints. Les kiwis issus des chambres en atmosphère contrôlée succèdent petit à petit aux fruits conservés en froid classique. Le déstockage est conforme au prévisionnel pour une majorité d'opérateurs. Néanmoins, les velléités de hausse ne se réalisent guère sur un marché aux cours déjà élevés. La qualité reste d'un bon niveau avec des taux de sucres très satisfaisants.

Les prix (calibre 30 vrac) sont supérieurs de 23 % par rapport à la campagne précédente et de 41 % par rapport à la moyenne quinquennale.

### Février

#### Un commerce freiné par les vacances d'hiver

En début de mois, les sorties sont correctes sur des volumes toutefois limités. Les rechargements de début de semaine sont souvent plus timides. Quelques actions nationales en calibres 36 et en barquettes 42 soutiennent toutefois des écoulements chez certains opérateurs. En dehors des actions, les lignes régulières maintiennent un certain courant d'affaires tourné vers le marché national. Côté grossistes, le marché reste toujours irrégulier. Les gros calibres parfois plus bataillés voient leurs cours fléchir.

Cette fluidité perdure jusqu'à mi-février avec des prix à un niveau élevé. L'écoulement des gros calibres s'améliore. Le taux de déstockage est normal sachant qu'il porte sur une récolte plus faible que celle de la campagne précédente.

Les congés scolaires dans la seconde quinzaine du mois perturbent le marché de gros déjà pénalisé par la pandémie. Les départs en direction des GSM assurent principalement le commerce pour cette période. Malgré des actions (notamment en barquette calibre 46), le marché paraît calme pour la majorité des expéditeurs et les ventes irrégulières avec des achats prudents.

### Mars

#### Des prix en hausse

Les ventes se dynamisent à la rentrée des vacances d'hiver suite à de nombreuses

opérations engagées par les centrales d'achats. Les petits calibres commencent à manquer chez certains opérateurs. Des velléités de hausse se dessinent.

Ce courant d'affaires se prolonge et une hausse des prix se concrétise sur la plupart des calibres. Les volumes expédiés, portés par les engagements, sont satisfaisants.

Les promotions moins nombreuses limitent le flux de ventes au cours de la seconde quinzaine de mars. Le manque de certains calibres commence à s'observer annonçant des arrêts de station, confirmés en fin de mois. Avec maintenant près de cinq mois de conservation, les produits affichent toujours une qualité très satisfaisante en matière de tenue comme de goût.

Les cours mensuels sont supérieurs à ceux de février. Le calibre 30 en colis dépasse le record de mai 2020, avec un niveau historique de 2,65 €/kg. Ce prix demeure supérieur de 40 % à la moyenne quinquennale.

### Avril

#### Une fin de campagne satisfaisante

La première quinzaine du mois active les ventes avec une demande sur des gros calibres. Malgré l'arrêt progressif de programmes des centrales d'achats, les expéditions restent fluides. Les prix sont fermes voire haussiers.

Le niveau d'activité semble plus hétérogène au cours des semaines suivantes. Les prix connaissent une nouvelle progression sur la plupart des calibres.

La dernière semaine du mois affiche un commerce actif compte tenu d'une offre en diminution conjuguée à une semaine où les achats de consommation se concentrent sur cinq jours. Le disponible à la vente se resserre autour des calibres 30, 33 et 36 et les ventes ne concernent à présent qu'un nombre restreint d'expéditeurs.

Le prix du calibre 30 en colis atteint un nouveau record en affichant une moyenne mensuelle de 2,76 €/kg. La campagne de cotation du RNM se termine, sachant que la mise en marché est quasi achevée dans le Sud-Est et va se prolonger encore sur une quinzaine de jours dans le Sud-Ouest.

La production d'hémisphère nord laisse sa place aux kiwis verts chiliens et néo-zélandais à partir de la mi-mai, renforçant le kiwi jaune néo-zélandais arrivé en fin de mois.

Sur un plan climatique, avril 2021 connaît un épisode gélif exceptionnel qui laissera des traces sur la future récolte 2021.

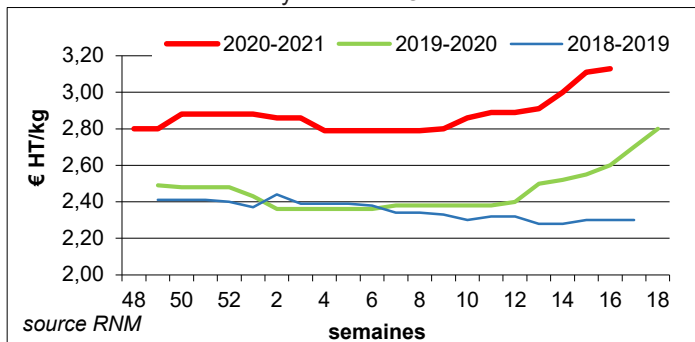
#### Enquête test Sud-Ouest kiwi bio

Une enquête test concernant la cotation du kiwi bio au stade expédition a été mise en place dans le bassin du Sud-Ouest.

Chaque semaine, un échantillon de huit opérateurs est enquêté. Cette sélection équivaut à un volume annuel commercialisé de 4 300 tonnes soit 85 % du volume du bassin du Sud-Ouest. Cette première tentative semble encourageante et devrait être reconduite.

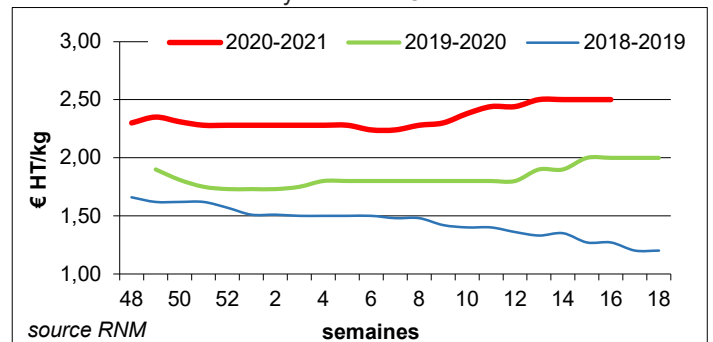
## D'une campagne à l'autre

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



Le profil des cours est proche de celui observé en calibre 30 avec toutefois des augmentations de prix plus marquées au cours de la seconde partie de campagne.

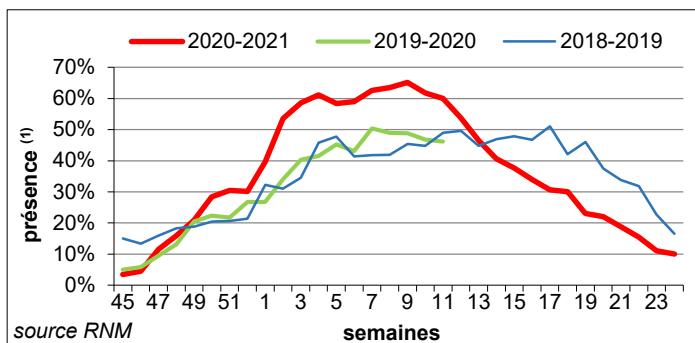
**Cours expédition du kiwi Hayward en barquette de 1 kg**  
catégorie I - calibre 70-75 g (42 fruits)  
moyenne Sud-Ouest



Le marché se met en place sur des niveaux de prix élevés et assez peu évolutifs jusqu'à fin février. Les cours progressent ensuite jusqu'à début avril pour terminer la campagne sur des niveaux records.

## Prix au stade détail

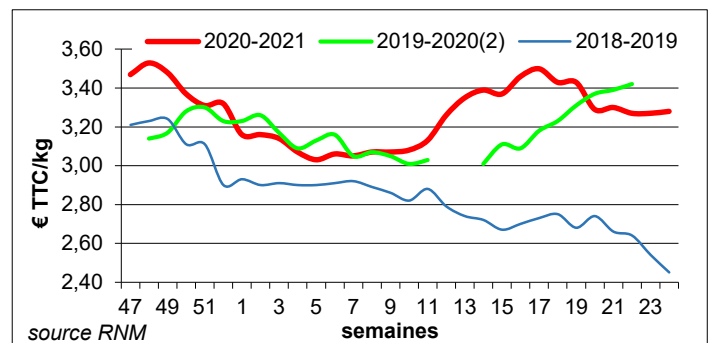
**Présence<sup>(1)</sup> de la barquette 1 kg d'origine France en GMS**



Jusqu'à début avril, la présence<sup>(1)</sup> des barquettes "origine France" est supérieure à celle des campagnes passées. Dans un contexte de prix élevés, ce type de produit constitue une entrée de gamme intéressante pour les enseignes. La chute rapide de fin de campagne est liée à la faiblesse de la récolte 2020. L'arrêt précoce de la courbe 2019-2020 est consécutif à l'absence d'enquête détail en magasin pendant la période de confinement 2020.

(1) présence dans un panel de 150 magasins enquêtés

**Prix de la barquette 1 kg d'origine France en GMS**



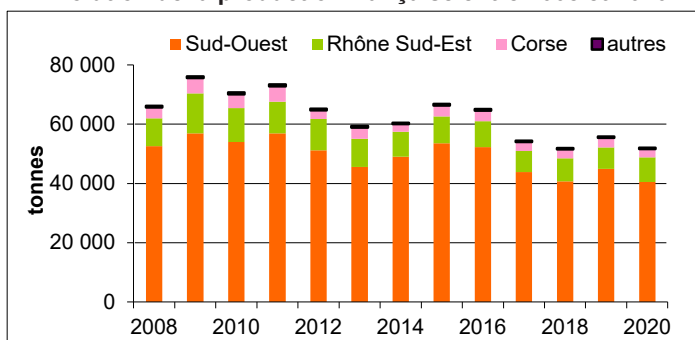
Les prix sont élevés en début de campagne. Ils baissent rapidement jusqu'en janvier, un peu en dessous de ceux de la campagne passée. Après une période de stabilité au cours des mois de février et mars, ils augmentent fortement pour retrouver des niveaux proches de ceux de la période de confinement 2020.

(2) Pour les semaines 14 à 22 de 2020, les prix détail sont issus d'une enquête réalisée dans un contexte particulier de crise sanitaire, sur un échantillon de sites de vente "drive" pouvant être rattachés à des magasins GMS.

## Chiffres indispensables

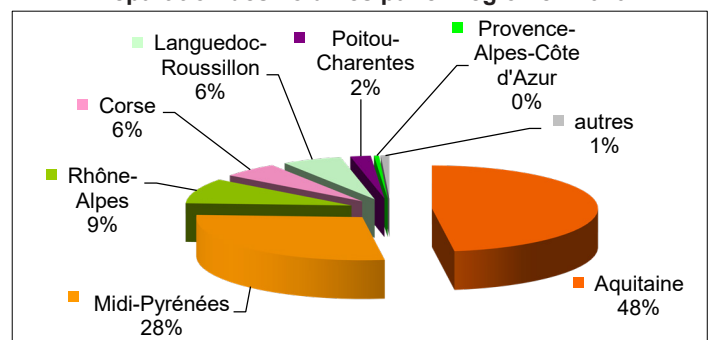
**La production française (source SSP Agreste)**

**Evolution de la production française entre 2008 et 2020**



La production est inférieure de 7 % à celle de la campagne passée et de 11 % à la moyenne quinquennale. Des disparités sont marquées selon les bassins par rapport à leur potentiel : baisse dans le Sud-Ouest et légère augmentation dans le Sud-Est.

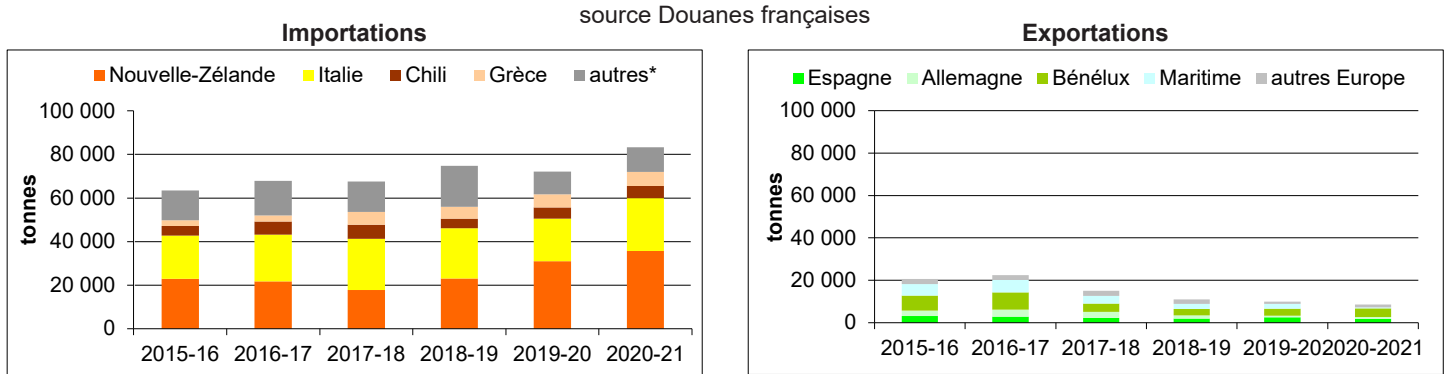
**Répartition des volumes par ex-région en 2020**



La répartition de la production change peu. Le Sud-Ouest (Aquitaine, Midi-Pyrénées) reste leader avec près de 80 % des volumes produits.

# Chiffres indispensables (suite)

## Evolution des importations et exportations françaises entre les campagnes 2015-2016 et 2020-2021



Les volumes importés entre juillet 2020 et juin 2021 progressent par rapport à la campagne passée (+15 %) et sont supérieurs de 20 % par rapport à la moyenne quinquennale.

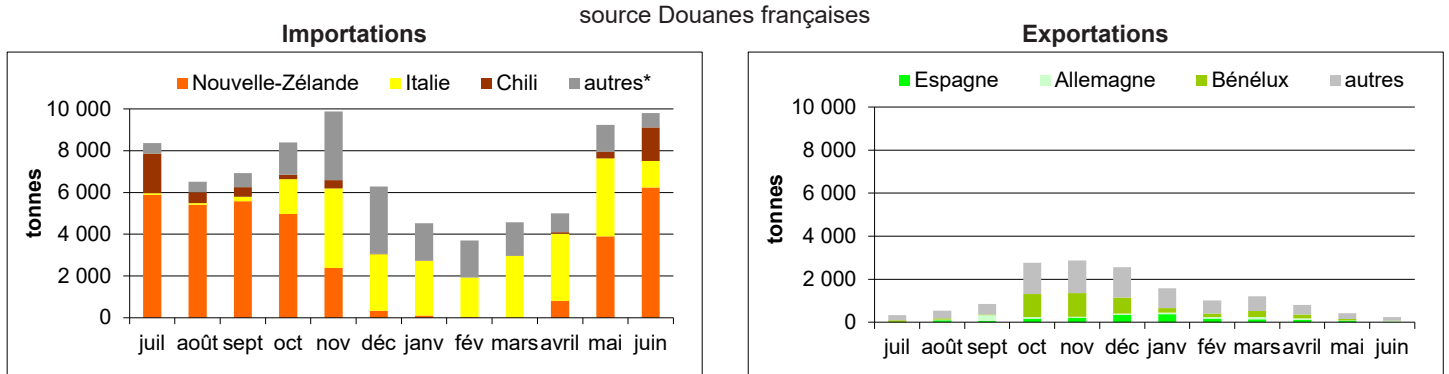
Les productions importées de Nouvelle-Zélande augmentent à nouveau. L'Italie revient à des niveaux supérieurs à la moyenne quinquennale.

Les données enregistrées par les Douanes françaises concernent les kiwis verts et jaunes.

Les exportations françaises continuent à marquer le pas avec une baisse de 13 % des volumes par rapport à l'an passé et de près de 50 % par rapport à la moyenne quinquennale.

La part exportée vers le "maritime" s'effondre et passe de 22 % en 2019-2020 à 6 % en 2020-2021. La proportion destinée à l'Europe évolue quant à elle et atteint 94 % des volumes exportés. Avec 78 % des volumes expédiés, les trois principales destinations restent l'Espagne, le Bénélux et l'Allemagne. La Belgique conforte sa place de premier importateur de kiwi français.

## Structure mensuelle des importations et exportations en 2020-2021

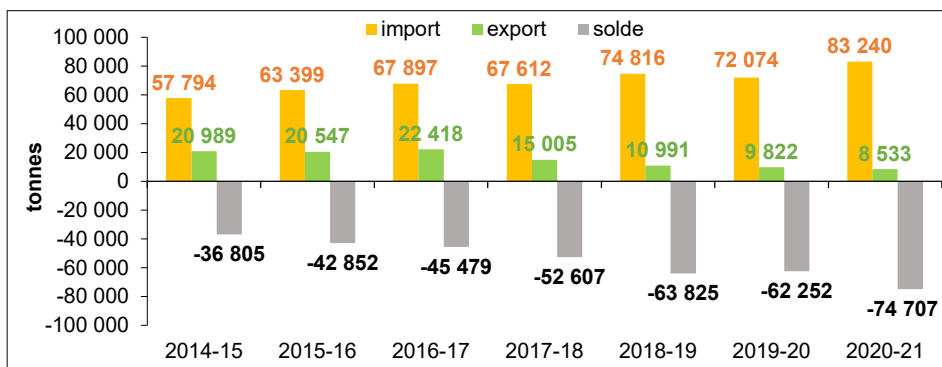


Les importations néo-zélandaises sont supérieures d'environ 15 % par rapport à la campagne passée. L'Italie est également beaucoup plus présente. Les données enregistrées par les Douanes françaises concernent les kiwis verts et jaunes.

Hormis les mois de décembre et mai, les volumes mensuels exportés sont inférieurs à ceux de la campagne passée. Les mois d'octobre à décembre sont les plus dynamiques pour cette saison et représentent 44 % des volumes exportés.

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

## Solde du commerce extérieur (source Douanes françaises)



Avec des exportations en baisse et des importations en hausse, le déficit du commerce extérieur s'accroît. Il atteint le niveau le plus élevé enregistré depuis 10 ans et dépasse de près de 40 % la moyenne quinquennale.

Les données enregistrées par les Douanes françaises concernent les kiwis verts et jaunes.