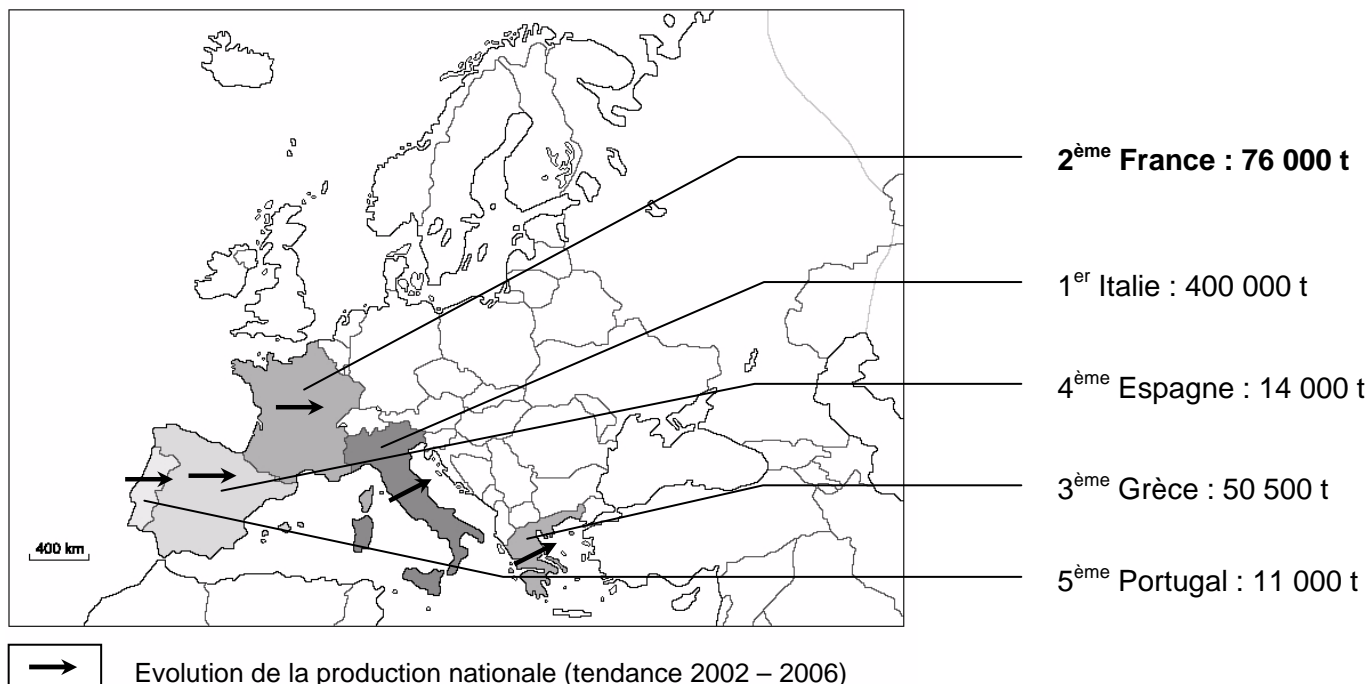


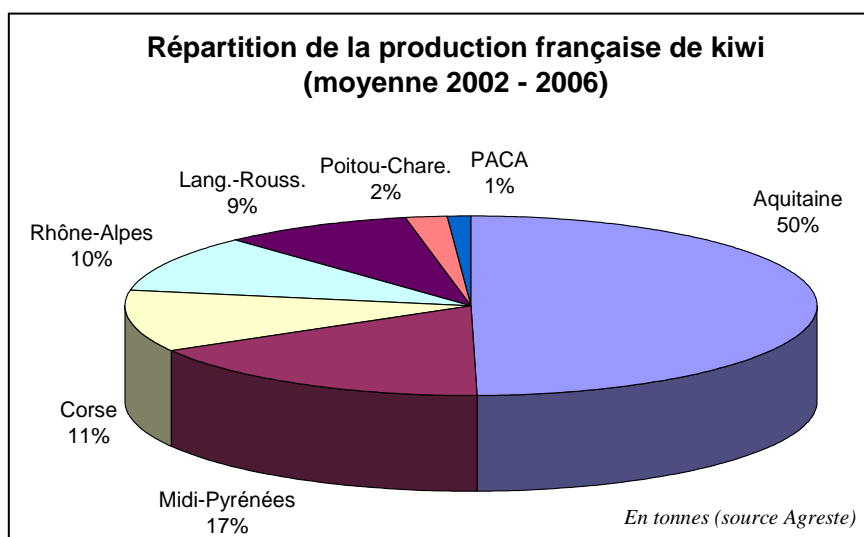
Zoom sur la filière Kiwi (élaboré en collaboration avec le service Economie d'Interfel)

Les zooms précédents sont toujours disponibles sur le site internet : www.fnpfruits.com

La production de Kiwi en Europe (Données Eurostat – moy. 2002-2006)



La production française de kiwi



Avec 76 000 tonnes produites en moyenne sur la période 2002 – 2006, il s'agit de la 7^{ème} espèce de fruits produite en France. La production française de kiwi est très concentrée géographiquement, avec les 2/3 des volumes dans le Sud-Ouest et 20 % dans le Sud-Est. Le kiwi bénéficie du label Rouge « Kiwi de l'Adour », pour sa production du sud des Landes, pour un volume de production d'environ 4 000 tonnes.

Le kiwi français est présent sur les étals de novembre à mai. La principale variété commercialisée est le kiwi nommé Hayward, fruit assez clair, brun vert aplati aux extrémités. D'autres variétés approvisionnent également le marché, en moindre quantité, et notamment le Zespri Gold à la chair dorée et sucrée.

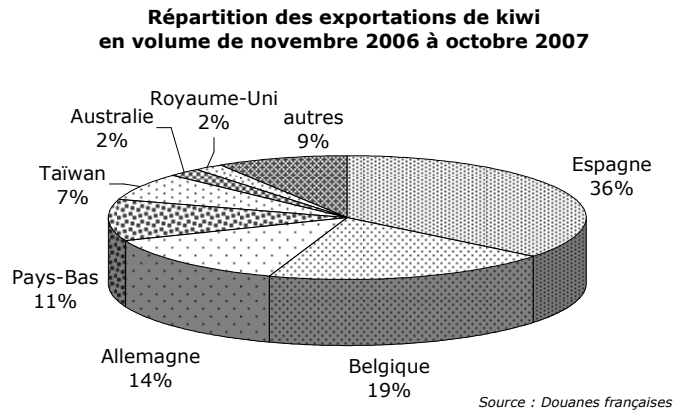
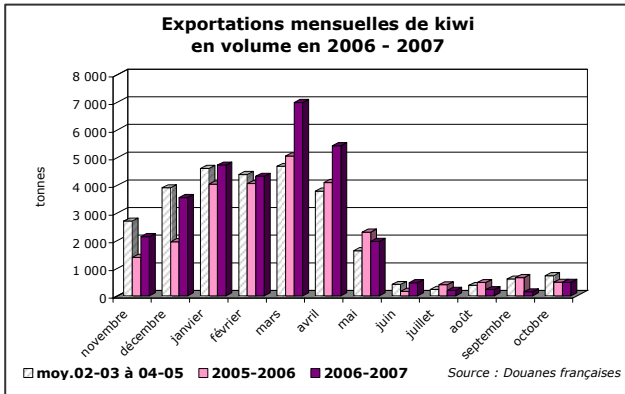
Le kiwi pousse sur une plante grimpante originaire de Chine, l'Actinidia. Le kiwi aurait été découvert par les européens au 18^{ème} siècle mais n'aurait été acclimaté en Europe qu'à la fin du 19^{ème} siècle. Le kiwi fut véritablement cultivé en France pour la commercialisation « professionnelle » dans les années 70 et les surfaces en production se sont fortement développées dans les années 80 et 90.

Une station expérimentale, la SEFRA, développe la maîtrise technique des nouvelles variétés (vertes et jaunes).

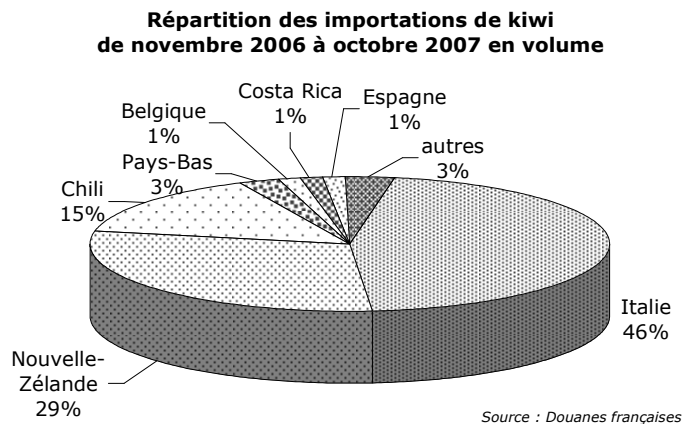
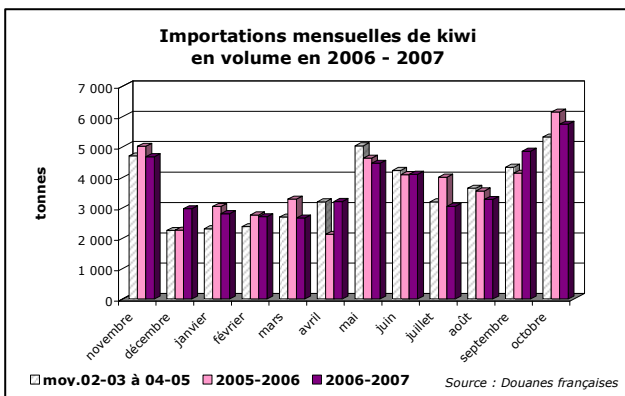
Commerce extérieur

Le marché mondial concerne peu de pays producteurs dans un marché dominé par l'Italie et la Nouvelle Zélande qui se partagent plus de 70 % du marché. Les exportations de kiwi jouent un rôle important dans le déroulement de la campagne kiwi, puisqu'elles représentent un bon tiers de la production française.

L'activité d'exportation est saisonnière, calée en grande majorité sur le calendrier de commercialisation français, c'est-à-dire entre novembre et mai. Au niveau des destinations, les clients européens représentent la grande majorité des débouchés. L'Espagne est traditionnellement la première destination du kiwi français, suivie du Benelux et de l'Allemagne. En terme de valorisation, le Benelux reste, avec le marché français, la destination la plus intéressante.



Les importations sont traditionnellement majoritairement concentrées sur la période de contre-saison (entre mai et novembre). De façon logique, les fournisseurs ne sont pas les mêmes pendant ces deux grandes périodes qui rythment l'année en kiwi : pendant la période de contre-saison, la Nouvelle-Zélande est le premier fournisseur français, suivie par le Chili. Le tiers restant est importé pendant la campagne européenne avec l'Italie comme fournisseur très majoritaire du marché français.



Les importations de kiwi sont majoritairement concentrées pendant la période de contre-saison (entre mai et novembre) : 30 800 tonnes en 2006-2007, soit environ les 2/3 du total. Le tiers restant (15 300 tonnes en 2006-2007) a été importé pendant la saison européenne, entre décembre et avril.

Les pays fournisseurs n'ont logiquement pas été les mêmes pendant ces deux grandes périodes qui rythment l'année en kiwi. Pendant la période de contre-saison, la Nouvelle-Zélande est restée le premier fournisseur en volume, suivie du Chili. Pour la saison européenne, l'Italie reste de loin le premier fournisseur du marché français.

Commercialisation - Consommation

D'une manière générale, le kiwi est en progression constante dans le panier de la ménagère depuis plusieurs années. Cette part reste toutefois assez réduite : le kiwi a représenté 2,8 % des ventes de fruits en volume en 2007 (contre 2,7 % en 2006 et 2,4 % sur la moyenne 03-05). Cette légère progression a permis au kiwi de gagner une place dans le panier de la ménagère : en 2007, il était situé au 6^{ème} rang des fruits métropolitains et 10^{ème} tous fruits confondus. En valeur, les ventes de kiwi ont représenté en 2007 3,6 % des ventes en rayon. En 2007, le kiwi a séduit davantage de ménages (58,9 % de ménages acheteurs, soit 1,7 point de plus qu'en 2006). Ces ménages ont également augmenté leur fréquence d'achat : 5,7 actes d'achat en 2007 contre 5,5 actes en 2006.

Au niveau des circuits de commercialisation, le kiwi est très majoritairement vendu en grandes surfaces, dans une proportion plus importante que pour l'ensemble des fruits : 64,3 % des ventes en hyper et supermarché (contre 60,7 % pour le total fruit en 2006). De même, le kiwi est bien représenté en hard discount avec une progression des volumes (14,6 % en 2006) et une proportion supérieure à celle de l'ensemble des fruits. La présence du kiwi dans le commerce spécialisé a désormais rejoint la moyenne des fruits ; il reste en revanche sous-représenté sur les marchés.