



ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET
L'AGRICULTURE

Etude des principaux marchés européens de la datte et du potentiel commercial des variétés non traditionnelles



Etude réalisée pour le Groupe des produits horticoles
Service des matières premières et des produits tropicaux et horticoles
Division des produits et du commerce international, FAO

Janvier 2000

Etude réalisée par



Pour le compte de la FAO
Janvier 2000

SOMMAIRE

Synthèse	Page 4
Remarques préliminaires	Page 8
1- Introduction	Page 12
II - Les importations	Page 14
A - Les pays fournisseurs de l'Europe des 5	Page 14
B - La France	Page 17
C - La Grande Bretagne	Page 22
D - L'Allemagne	Page 26
E - L'Italie	Page 30
F - L'Espagne	Page 32
III – La distribution et la consommation	Page 37
A - La distribution dans l'Europe des 5	Page 37
B - La consommation dans l'Europe des 5	Page 39
C - La consommation de dattes en France	Page 40
D - La consommation de dattes en Grande Bretagne	Page 40
E - La consommation de dattes en Italie	Page 40
F - La consommation de dattes en Allemagne	Page 41
G - La consommation de dattes en Espagne	Page 42
IV – Les nouvelles variétés de dattes	Page 43
A – La medjool	Page 43
B – La hayani	Page 47
C – La bahri	Page 50
V – Conclusion	Page 51

Synthèse

L'Europe représente un petit marché en quantité dans le commerce mondial de la dattes.

Sur 5 millions de tonnes produites et consommées dans le monde, l'Europe avec 50 000 tonnes représente à peine 1%.

C'est par contre un marché globalement en croissance régulière.

Les importations européennes en quantité sont en progression moyenne de 4% par an affichant ainsi un certain dynamisme qui pourrait générer l'optimisme dans toute la filière si il n'était pas masqué par la pression exercée sur les prix.

L'Espagne l'Allemagne et la France, progressent, la Grande Bretagne et l'Italie stagnent

L'Espagne, l'Allemagne et la France sont les principaux acteurs de la croissance car pour des raisons difficiles à cerner la Grande Bretagne et l'Italie voient leurs importations de dattes se stabiliser depuis quelques années autour des 10 000 tonnes pour l'une et 5000 tonnes pour l'autre.

France, Grande Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne font 83% des importations européennes

Seulement 17% des importations sont réalisés par les 11 autres pays de la communauté européenne. La seule analyse du marché des 5 pays leaders nous donne une vision suffisante pour tirer des conclusions justes sur l'ensemble du marché.

L'Europe a choisi la Tunisie et l'Algérie

C'est incontestablement la Tunisie avec 46% et l'Algérie avec 19 % qui dominent les importations européennes. A cela si on ajoute les 7 % exportés en Europe par la France qui sont aussi d'origine tunisienne et algérienne, ces deux pays représentent les ¾ des importations européennes.

La Grande Bretagne se distingue en préférant l'Iran

Seule la Grande Bretagne, parmi les cinq, délaisse la Tunisie au profit de l'Iran qui de ce fait avec 9000 tonnes arrive au troisième rang des fournisseurs de l'Europe.

L'Europe globalement préfère la deglet noir

Si on totalise les importations faites par chaque pays en deglet noir on arrive à un total d'environ 30 000 tonnes ce qui met incontestablement la deglet noir au premier rang des variétés importées. Pourtant ici également on observe des différences entre l'Europe du sud et l'Europe du Nord

L'Europe du sud a choisi la deglet noir.

Par leur culture et leur histoire la France, l'Espagne et l'Italie ont toujours eu des liens forts avec la Tunisie et l'Algérie. C'est de là que viennent 90 % des deglet noir produites dans le monde, les 10% restants venant des Etats Unis et d'Israël. Il est normal que leurs préférences aillent vers cette variété. Avec 25 000 tonnes, ils importent à eux trois 85 % de la deglet noir. L'Europe du Sud consomme notamment la quasi totalité des dattes deglet noir naturelles, car en Allemagne et en Grande Bretagne ce produit est très peu présent sur le marché.

L'Europe du Nord a choisi les dattes communes

Moins liées aux pays du Maghreb, la Grande Bretagne et l'Allemagne importent environ 10 000 tonnes de dattes communes pour 4 200 tonnes de deglet noir. Pour l'Allemagne ce choix est dicté par des impératifs économiques qui jusqu'à ces dernières années incitaient les acheteurs à rechercher davantage le prix que la qualité.

La Grande Bretagne a une forte utilisation industrielle de ce type de dattes. Elle est aussi certainement influencée dans ce choix par son passé colonial et la présence sur son territoire d'une population indienne très importante.

Les dattes communes stagnent

Si les quantités de dattes communes sont importantes avec environ 16 000 tonnes importées, on constate que ces dernières années ce chiffre évolue peu. Ce qui semble également être le signe d'une modification de la demande vers des produits de qualité.

Seule l'industrie semble soutenir la consommation de ces produits.

Globalement le conditionné se vend un peu plus que le naturel

Il n'y a pas réellement de données statistiques qui donnent la répartition des dattes en fonction de leur nature. Néanmoins, nous savons par exemple que la Tunisie exporte pratiquement autant de dattes naturelles que de conditionnées, que l'Algérie exporte plus de naturelle alors que la France exporte presque uniquement du conditionné. A partir de ces informations on a estimé que 55/60% des quantités importées sont conditionnées.

L'Europe se distingue par la variété de ses emballages mais le ravier domine le marché

Il n'y a pas, en Europe, une réelle uniformisation des emballages et des poids. Mis à part le carton de 5kg vrac commun à tous les pays qui en importent, on trouve indifféremment, des barquettes en carton, en plastique, avec ou sans fenêtre, des sachets, des boîtes, des tubs et le tout avec des poids de 150g à 2 kg en passant par le 227g typique à la Grande Bretagne.

Dans cette diversité le ravier poly fait l'unanimité bien qu'il soit de poids différents entre les pays (250g pour le sud, 200 g pour le nord).

La grande distribution préfère les petits conditionnements au vrac

Pour des raisons pratiques il y a dans toute l'Europe une préférence marquée de la grande distribution pour les petits conditionnements.

Les grossistes restent fidèles au vrac

La clientèle des grossistes est composée de détaillants en fruits et légumes habitués à la vente en vrac. Dans ce domaine les pays du sud sont les leaders.

Les prix baissent

La baisse des prix est la conséquence de plusieurs faits qui se conjuguent .

L'accroissement anormal du nombre des exportateurs tunisiens crée une surenchère à la baisse. Profitant de cette confusion les acheteurs de la grande distribution appliquent leurs méthodes de négociation pour obtenir des conditions chaque fois

plus avantageuses. Actuellement sur les ravieres les prix ont atteint des niveaux que certains importateurs estiment incompressibles.

La medjool suscite les plus vifs intérêts

En provenance d'Israël ou de Californie, la medjool avec un tonnage modeste d'environ 1800 tonnes en 1998 intrigue le marché par des taux de progression très élevés et des prix très chers. Limitée actuellement par la faiblesse de la production, mais déjà présente sur tous les marchés européens, la medjool semble avoir des perspectives de développement très intéressantes. Suivant l'exemple de la Grande Bretagne, il lui reste dans les autres pays, à franchir la porte de la grande distribution pour avoir accès à un plus grand nombre de consommateurs.

Si les USA sont actuellement présents dans cette course, ils seront handicapés, si à terme les prix baissent, par des coûts de transport élevés et 10,6 % de droits de douane.

La hayani ne fait pas l'unanimité

Israël est l'unique fournisseur de hayani. Avec 1200 tonnes d'importations elle n'est présente qu'en Espagne et en Angleterre. Vendue en vrac et en barquettes de 500 g, elle doit être décongelée pour être mise en rayon. Pour le reste des pays européens, cette spécificité est un frein à sa commercialisation car elle ne trouve pas sa place dans les magasins de fruits et légumes non équipés de congélateurs. Elle perturbe également la grande distribution qui a du mal à la positionner en tant que produit surgelé et produit frais.

La France

La France reste le premier importateur, et le premier consommateur de dattes, c'est aussi un des plus importants fournisseurs de l'Europe.

La France perd sa prédominance en tant que conditionneur, par contre si elle a perdu cette valeur ajoutée, elle continue à utiliser son savoir-faire et son fonds de commerce, pour exporter, en tant que négociant cette fois, des quantités importantes de dattes. (7500 t en 1998)

La France est également le principal importateur de deglet nour et le plus gros consommateur de dattes naturelles. C'est également le seul pays d'Europe à ne pas consommer de dattes communes.

La grande distribution et le commerce traditionnel de détail se partagent le marché de la dattes dont les prix ont atteint des niveaux très bas.

La Grande Bretagne

La Grande Bretagne est après la France le marché le plus important pour la datte. En stagnation depuis quelques années, elle a une nette préférence pour les dattes communes, la deglet nour étant principalement vendue en boîtes marseillaises de 227g pour les fêtes de Noël. La grande distribution domine le marché, réclamant des petits conditionnements avec des exigences en prix et en qualité souvent incompatibles.

L'Allemagne

L'Allemagne est le 3^{ème} importateur et consommateur de dattes en Europe. Aidée par la réunification des 2 Allemagne sa consommation progresse fortement d'environ 7% par an.

Le produit le plus demandé est le ravier 200 g en dattes communes qui est vendu par la grande distribution à des prix très bas.

L'Espagne

L'Espagne avec 5000 tonnes est le plus petit importateur des 5 pays, mais avec 8% par an elle a le plus fort taux de progression.

C'est le pays de la deglet noir qui est préférée naturelle en vrac de 5kg plutôt que conditionnée. Les dattes communes qui se consomment en ravier 250 g sont en nette régression.

Conclusion

La préférence marquée de l'Europe pour la deglet noir en fait un marché protégé et réservé aux producteurs de cette variété (principalement à la Tunisie et L'Algérie). Des perspectives commerciales existeraient pour un produit équivalent respectant un cahier des charges plus rigoureux. Quant à la medjool elle pourrait offrir de réelles opportunités pour les pays producteurs.

Remarques préliminaires

Source des données chiffrées

Les chiffres concernant les importations et les exportations de dattes nous sont fournies par :

- Eurostat pour les importations européennes
- DNSCE pour les importations françaises
- Le GID pour les exportations tunisiennes

Les chiffres sur la production de dattes nous sont fournies par la FAO

Les chiffres concernant les prix d'achat et de vente nous sont fournies :

- Par les importateurs
- Par les grossistes
- Par des relevés dans les magasins de détail et grandes surfaces
- Par le Syndicat National des Fruits Secs

Prix

Il a été choisi de conserver les usages de la filières qui affichent des prix au kilo pour le vrac (dattes naturelles) et à l'unité pour le petit conditionnement. Chaque produit ayant un marché et des caractéristiques propres, on ne peut pas comparer le ravier 250g deglet noir avec le ravier 200g ou la boîte marseillaise 227g.

Quand nous indiquons le prix Fob ou Cif pour un produit, nous nous basons sur des factures ou des offres de prix libellées en ces termes. Quand nous indiquons un prix d'achat ou un prix de revient importateur, nous reprenons des informations données par les importateurs. Soit nous présentons ces données en l'état, soit nous en faisons la moyenne ou nous les extrapolons pour en faire une fourchette de prix.

La datte : Fruit frais ou fruit sec ?

La datte est traditionnellement classée dans la catégorie des fruits secs au même titre que les amandes, pistaches, raisins secs etc. Cette classification, bien qu'admise par tous, nous semble toutefois être réductrice sur le plan marketing car elle ne correspond pas tout à fait à la réalité physique du produit. La datte se situe à la limite entre les fruits secs et les fruits frais.

Elle est fruit sec parce qu'elle a une teneur en humidité réduite par séchage naturel ou artificiel et dispose ainsi d'un potentiel de conservation assez long. Ceci est particulièrement vrai pour les dattes que l'on appelle dattes conditionnées qui sont des dattes sèches réhydratées et généralement recouvertes d'un sirop de glucose qui les rend plus brillantes et donc plus attrayantes pour le consommateur. Elle est fruit frais parce que sa conservation n'est optimum qu'en atmosphère réfrigérée afin d'éviter qu'elle ne fermente et qu'elle devienne impropre à la consommation. C'est le cas de la datte naturelle, généralement branchée, cueillie du palmier et mise en carton sans aucun traitement. C'est également le cas pour la datte Hayani, qui est surgelée aussitôt récoltée et qui, une fois décongelée est mise,

par le distributeur, en rayon réfrigéré qui peut ainsi la garder une dizaine de jours. C'est également le cas de la datte Bahri qui est récoltée avant maturation et mise sur le marché rapidement pour être consommée par des consommateurs avertis après quelques jours de conservation.

Cette distinction entre fruits secs et fruit frais est importante car ces deux catégories de produits n'obéissent pas aux mêmes règles de distribution et de marketing.

Bien que l'on retrouve souvent les deux produits dans l'univers des fruits et légumes frais, la chaîne de distribution en amont n'est pas toujours commune.

Il y a, en effet, d'un côté un circuit de distribution des fruits secs présentant un assortiment défini et qui suit un schéma commercial adapté à la nature de ses produits. Dans ce cas la datte pourra par exemple faire partie d'un référencement permanent d'une gamme de fruits secs négociée une fois par an avec une centrale d'achat.

Il y a d'un autre côté, le circuit de distribution des fruits frais présentant une toute autre gamme avec des habitudes d'achat très spécifiques et surtout des contraintes logistiques complètement différentes. Dans ce contexte la datte sera achetée, par exemple, chaque semaine par des grossistes en fruits et légumes sur les MIN des grandes agglomérations.

Entre fruits secs et fruits frais le packaging est également différent. Si les fruits secs peuvent se cacher dans des conditionnements fermés tels que sachets, boîtes, coffrets, les fruits frais demandent à être vus et supportent davantage la vente en vrac ou dans des emballages transparents qui montrent le produit intégralement. On retrouvera donc la datte dans les mêmes boîtes fermées que celles des amandes ou des raisins secs au rayon fruits secs ou bien en vrac dans des cartons de 5 kg à côté des autres fruits.

Comme nous l'avons vu précédemment la datte doit être conservée au froid alors que les fruits secs peuvent être conservés longtemps à température ambiante. Sans sous-estimer le comportement du consommateur, il est cependant clair que celui qui achète le même jour une boîte d'amande et une boîte de dattes et qui les met dans un placard de sa cuisine pour ne les consommer quelques mois après, risque d'avoir des surprises quand il ouvrira les dattes alors que les amandes n'auront pas bougé.

Enfin les fruits secs sont présents toute l'année dans les rayons alors que la plupart des fruits suivent des campagnes. C'est le cas de la datte que l'on trouve réellement sur les marchés d'octobre à janvier.

On voit bien que dans ces deux univers la datte s'adapte. Mais on peut se demander avec quelle efficacité et avec quel devenir. Lequel de ces deux marchés évoluera le mieux par rapport aux changements incessants de la demande qui aujourd'hui recherche un compromis entre goût, fraîcheur, équilibre nutritionnel et prix.

L'exemple des pruneaux est à cet égard assez révélateur. En France la consommation du pruneau était en régression. Le produit était ancien, d'une qualité très médiocre. Quelques fabricants se sont mobilisés et ont cherché à le sortir de l'univers du produit sec en créant un produit beaucoup plus moelleux et avec une DLV plus courte. Ils ont retrouvé le goût et la fraîcheur que le produit avait perdu et du même coup ont su reconquérir et gagner une clientèle désormais fidèle et composée d'une part importante de jeunes.

Les enfants d'aujourd'hui, qui seront les acheteurs de demain, sauront-ils trouver dans la datte les qualités qui font les bons produits ?

La datte est un produit saisonnier

Présente sur les marchés à partir de septembre, la datte se consomme principalement en fin d'année et surtout pour Noël et ceci dans tous les pays d'Europe. En dehors de cette période la consommation de dattes est très faible. La datte est donc typiquement un produit saisonnier.

Pour les importateurs ceci a des conséquences importantes. Car en fonction de la date de récolte qui peut être plus ou moins tardive, des délais de production, d'acheminement et de commercialisation, l'importateur devra choisir son origine pour répondre de manière optimum aux impératifs de livraison que lui impose le marché. Généralement, Israël arrive en premier vers le 15 septembre ensuite, fin octobre arrive la Tunisie et enfin fin novembre l'Algérie. On voit bien que dans des périodes de ventes aussi courtes chaque jour de retard coûte cher, surtout pour les derniers arrivés. Il est vrai que les stocks frigo de la campagne précédente peuvent pallier aux manques, mais il est bien connu que les produits de nouvelle campagne sont toujours préférés à ceux de l'ancienne.

Par contre cette saisonnalité joue un peu moins pour la medjool qui malgré un pic en fin d'année et selon les pays, étale ses ventes plus régulièrement tout le long de l'année.

Ce n'est également pas le cas pour la hayani, qui s'est fait sa place au rayon fruits frais et qui est consommée à peu près régulièrement toute l'année.

Le ramadan

La datte est présente dans beaucoup de pays islamiques. Elle fait partie des habitudes de consommation et de ce fait est présente dans de nombreuses fêtes et en particulier pendant le ramadan. Il est donc normal que la population islamique importante vivant en Europe influe pendant cette période sur la consommation de dattes. Cette fête est fonction du calendrier islamique elle varie donc chaque année de 10 jours par rapport au calendrier européen. Quand elle coïncide avec la saison des dattes il y a très certainement un accroissement de la demande. On remarquera que ces dix dernières années les périodes de ramadan se sont succédées entre mars et décembre.

L'infestation

Parmi les différentes attaques parasitaires et les maladies qui touchent la datte, le problème majeur pour les importateurs est l'infestation des fruits par la Pyrale de la datte. Le papillon pond des oeufs à la surface des dattes mûres. La larve pénètre à l'intérieur et laisse des traces ce qui fait perdre au fruit sa valeur commerciale. En fait il y a deux niveaux de problèmes :

- le traitement des palmiers
- la sélection des fruits.

Sur le problème du traitement des palmiers nous ne pouvons pas dire si il y a des différences de traitements entre les différents pays producteurs. Les techniques

d'épandage sont les mêmes et la protection des régimes par des sacs en plastique semble généralisée. Quant aux produits utilisés, on a connu le Décis puis des produits biologiques comme la Bactospéine. Dans la lutte biologique des recherches étaient faites pour trouver des prédateurs qui puissent détruire le papillon. Nous ne savons pas si de nouveaux produits ou de nouvelles méthodes donnent de meilleurs résultats.

Par contre sur le dépistage et la sélection des dattes il y a là des différences essentielles. Les Israéliens, comme les américains connaissent le niveau d'infestation de chaque arbre. Dès que la datte est ramassée son origine est identifiée et elle regroupée par lot de 500 kg. Elle peut être ensuite passée au bromure de méthyle pour supprimer les parasites vivants avant d'être congelée. En Tunisie le conditionneur achète la datte à des collecteurs qui mélange les lots rendant impossible une quelconque action en amont. A ce sujet une étude est actuellement en cours pour remplacer le bromure de méthyle par un autre gaz.

Nous avons déjà vu un certain nombre de cahiers des charges émanant des services vétérinaires de certains grands distributeurs européens demandant zéro % d'infestation. Il est évident que de telles demandes veulent nier le fait que toutes les dattes, toutes origines confondues subissent les attaques d'insectes et présentent un pourcentage de fruits infestés plus ou moins élevé. Aussi est il couramment admis qu'un seuil de 5 % d'infestation est acceptable au delà le produit pourrait être refusé. Il est évident que si tous les clients faisaient les contrôles nécessaires et appliquaient à la lettre cette règle, peu de dattes seraient sur les marchés. Il y a donc une réalité économique et pratique qui fait que depuis des années des quantités importantes de dattes sont commercialisées avec des taux d'infestation élevés et que paradoxalement il y a peu de réclamations. Le marché admet donc l'infestation, comme un élément intrinsèque du produit. Ceci ne veut pas dire qu'il ne faut pas remédier au problème. Il faut évidemment faire en sorte que les palmiers soient traités comme le font les israéliens ou les américains. Mais aujourd'hui malgré ce que l'on peut dire le critère de l'infestation n'est pas un élément déterminant pour la majorité des acheteurs. Il faut peut-être par contre s'attendre à ce qu'un jour cela le devienne.

Les variétés de dattes

L'Europe a fait son propre choix parmi les centaines de variétés de dattes et n'en importe qu'un nombre limité.

Nous ferons une distinction entre la deglet nour et les dattes communes. Nous reprenons ainsi la classification généralement admise qui sépare la deglet nour des autres dattes. Nous classerons indifféremment dans les dattes communes les variétés kenta, alligh, kouath alligh, sayer, zahedi, et mozafati. Nous ne mentionnerons pas les variétés moins connues et dont les volumes sont faibles. Nous classerons à part la medjool, la hayani et la bahri.

La datte naturelle et la datte conditionnée

La datte naturelle, comme son nom l'indique, ne subit aucun traitement. Elle est emballée directement, avec ou sans branches.

La conditionnée par contre, à partir d'une matière première plus sèche, subit une réhydratation par étuvage qui lui redonne une meilleure consistance et un aspect plus brillant. La deglet nour a, pour cela, des propriétés uniques car elle est la seule à contenir du saccharose, les autres variétés contenant du sucre inverti (glucose et fructose). Cette caractéristique permet d'obtenir une datte brillante par simple étuvage alors qu'il est nécessaire, pour les dattes communes, de rajouter du glucose pour obtenir le même effet. Toutefois on constate que de plus en plus les conditionneurs, pour régler le problème de fermentation, rajoute du glucose sur la deglet nour ainsi que du sorbate de potassium.

La Directive 95/2/CEE de l'Union Européenne fixe les limites maximales de 1000 mg/kg pour les conservateurs E200 (acide sorbique), E202 (sorbate de potassium) et E203 (sorbate de calcium).

I - Introduction

Les pays de la communauté européenne ont importé un peu plus de 60 000 tonnes de dattes en 1998. Si on déduit de ce chiffre les échanges intra-communautaires, on arrive à une consommation annuelle d'environ 50 000 tonnes de dattes.

Comparativement au marché mondial on est là sur un micro marché qui représente en quantité environ 1% de la consommation mondiale.

Peu homogène, les importations européennes varient par pays dans des proportions importantes en corrélation avec leur potentiel économique et humain. Il est en effet clair que ce sont les pays les plus fortement peuplés qui importent le plus de dattes. Mais elles sont également en corrélation avec l'importance, dans chacun des pays, des marchés dit *ethniques* qui regroupent des populations culturellement associées à la consommation de la datte. C'est le cas, en particulier, des populations maghrébines qui vivent en Europe.

1998	Importations brutes	Exportations brutes	Importations nettes	%cumulé
France	22870	7491	15379	30%
Royaume Uni	10747	410	10337	51%
Italie	6235	158	6077	63%
Allemagne	6160	911	5249	73%
Espagne	4936	168	4768	83%
Pays bas	2714	561	2153	87%
Benelux	2554	63	2491	92%
Danemark	1835	27	1808	96%
Suede	800	22	778	97%
Autriche	749	119	630	98%
Finlande	273		273	99%
Irlande	218		218	99%
Portugal	196		196	100%
Grèce	187	10	177	100%
Total	60474	9940	50534	Source FAO

Sur ce petit marché, dans lequel les habitudes d'achat sont figées par des années de pratique les changements et les innovations sont rares.

On observe toutefois depuis quelques années un certain nombre de changements qui touchent à la fois à la nature des produits importés, à leurs variétés, à leurs types d'emballages ainsi qu'à leur provenance.

La datte étant un produit qui nécessite de la main d'œuvre, il y a de moins en moins d'intérêts économiques à acheter de la datte à l'état de matière première et à la reconditionner en Europe à des coûts forcément supérieurs. Le mouvement initié il y a plus d'une dizaine d'années s'est amplifié et aujourd'hui la grande partie du conditionnement se fait dans les pays producteurs réduisant de ce fait la part produite par les conditionneurs, en particulier français, qui avaient la plus grosse activité dans ce domaine. Il y a donc de moins de vrac mais plus de produits finis importés.

Par ailleurs, en réaction à la baisse de qualité enregistrée depuis des années, conséquence de la lutte acharnée que se livre les importateurs, on constate que la demande de produits de qualité se fait plus pressante. La deglet noir affirme plus

que jamais sa prédominance. Des variétés nouvelles comme la medjool progressent en part de marché chaque année alors qu'elles affichent des prix trois fois supérieurs aux prix des dattes les plus chères.

Ces changements modifient sensiblement les données et ouvrent des perspectives à des origines nouvelles comme l'Algérie dont on connaît le potentiel en deglet nour ou bien Israël et les Etats Unis qui maîtrisent les problèmes d'infestation et qui surtout produisent la medjool.

II - Les 5 premiers pays importateurs de dattes en Europe

La France, la Grande Bretagne, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne, représentent ensemble plus de 83 % des volumes de dattes importées en Europe, en progression régulière d'environ 4% par an depuis 1990. C'est donc sur ces 5 pays que nous allons focaliser notre attention et étudier dans le détail l'évolution, l'origine et la nature de leurs importations.

A - Les pays fournisseurs de l'Europe des 5

La Tunisie, l'Algérie et la France combinent leurs efforts pour maintenir la prédominance de la deglet nour malgré la poussée de nouvelles variétés et de nouvelles origines.

La Tunisie

Exportations en 1998 en	France	Grande Bretagne	Allemagne	Italie	Espagne	Total
Tonnes métriques	11 500	1 700	2 300	5 000	3 000	27 300

La Tunisie produit 95 000 tonnes de dattes ce qui représente un peu moins de 2 % de la production mondiale. Malgré cette place très modeste, elle a néanmoins un atout considérable puisqu'elle possède plus de 50 % de l'effectif mondial des palmiers produisant la variété deglet nour. Les autres 50% étant partagés entre l'Algérie (1 million de palmiers), les USA (250 000 palmiers) et Israël (50 000 palmiers). Ce potentiel naturel la place au premier rang des fournisseur de l'Europe avec 23 500 tonnes de dattes importées en 1998 soit 46 % des importations totales. Avec deux zones de production qui sont le Djerid (Nefta et Tozeur) et Kebili elle produit également, en plus de la deglet nour, des variétés communes dont les plus connues sont la kenta, l'alligh, la khouat alligh.

La commercialisation de la datte en Tunisie est dans les mains de sociétés privées dont le nombre n'a fait que s'accroître créant par une auto-concurrence des surenchères à la baisse. La Tunisie souffre actuellement d'un malaise structurel qui conduit, du fait de l'atomisation de l'offre, à une inévitable baisse de prix et ceci indépendamment de la qualité et de l'importance des récoltes. Même quand une récolte pourrait justifier des prix élevés, cette concurrence interne maintient la pression sur les prix. Pour maintenir leurs marges les importateurs rognent les prix de revient, souvent au détriment de la qualité.

L'Algérie

Exportation en 1998 en	France	Grande Bretagne	Allemagne	Italie	Espagne	Total
Tonnes métriques	9 300	-	-	-	500	10 000

L'Algérie, avec 390 000 tonnes est un gros producteur de dattes. C'est également le deuxième producteur mondial de deglet noir. En Europe avec 9800 tonnes elle est au deuxième rang des fournisseurs. Elle doit cependant cette place à la France qui importe la quasi totalité de ces quantités. Peu prisée par les importateurs européens, et mis à part l'Espagne avec qui elle maintient un petit courant d'affaires, le reste des pays européens l'ignore.

Depuis la disparition de l'OND l'économie de la datte s'est libérée. Les palmeraies ont été privatisées et on assiste depuis à une lente réhabilitation de l'ensemble de la filière.

L'Algérie exporte toujours en majorité de la datte naturelle car seulement deux usines (la Socodat et la Sid) sont capables de faire du conditionné. Elle dispose pourtant dans ce domaine d'une matière première de choix car de l'avis unanime des professionnels conditionneurs la datte algérienne se prête parfaitement à l'étuvage. C'est une datte solide dont l'aspect brillant s'obtient naturellement sans rajout de glucose. Par contre, elle souffre d'une récolte plus tardive que la récolte tunisienne puisque ses produits n'arrivent sur le marché que fin novembre. Elle est également limitée par l'absence de moyen pour disposer de stocks frigo qui lui permettraient de faire la jonction entre deux campagnes.

Du fait qu'il y ait peu d'intervenants et que les conditionneurs algériens sont très attachés à un système de relations commerciales très personnalisées, le couple conditionneur/importateur est fondamental. Depuis quelques années il y a quelques importateurs français qui croient aux chances de l'Algérie et font un effort de promotion important sur cette origine. Toutefois les lois du commerce étant inflexibles cette alliance fonctionnera tant que les conditions économiques permettront à chacun de conserver leurs marges. La datte d'Algérie aujourd'hui s'achète un peu moins cher que celle de Tunisie. C'est et cela restera encore une condition essentielle à son développement.

L'Iran

Exportation en 1998 en	France	Grande Bretagne	Allemagne	Italie	Espagne	Total
Tonnes métriques	300	5 900	800	-	-	100 000

L'Iran est le premier producteur mondial de dattes avec une production de 900 000 tonnes par an. Ce n'est pourtant que le troisième fournisseur de l'Europe avec 7000 tonnes et 14 % du total. Bien que ne produisant pas la deglet noir, elle est cependant en nette progression aidée en cela par la Grande Bretagne qui importe 85 % de ces quantités ; aidée également par la disparition de l'Iraq sur un marché demandeur de dattes communes.

Dés le début du mois de septembre elle exporte la mozafati ensuite viennent à partir d'octobre/novembre la sayer et Zahedi.

La France

Exportation en 1998 en	Grande Bretagne	Allemagne	Italie	Espagne	Total
Tonnes métriques	900	1 800	200	600	7 500

La France, avec 3 500 t exportées vers les autres pays européens étudiés, baisse régulièrement de part de marché, passant de 11% en 1985 à moins de 7% en 1998. Les liens historiques qu'à la France avec l'Algérie et la Tunisie, l'importance des négociants et des industriels conditionneurs de la datte font qu'elle dispose encore aujourd'hui d'un savoir-faire et d'un fonds de commerce qui lui permettent d'être présente sur ce marché, au plus haut niveau. Cependant elle perd de plus en plus la valeur ajoutée que lui donnait son activité de conditionneur. Durant ces dernières années la pression exercée sur les prix par les acheteurs de la grande distribution a fait perdre aux conditionneurs les produits à forte main-d'œuvre au profit des pays producteurs. Ce phénomène a été la cause d'une concentration importante dans la profession entraînant la disparition ou l'absorption d'entreprises de renom. Aujourd'hui parmi les conditionneurs il ne reste plus que le groupe VG fruits et le groupe Saman.. Parallèlement les pays producteurs, riches d'un nouveau savoir-faire, partaient avec succès à la conquête de l'Europe prenant du même coup des parts de marché à la France.

Israël

Exportation en 1998 en t	France	Grande Bretagne	Allemagne	Italie	Espagne	Total
Toutes variétés	900	1 450	120	860	1 670	5000
Dont Hayani	0	250	150	100	700	1200

Israël est incontestablement le pays dont les ventes ont le plus progressé passant de 300 tonnes en 1985 à 2500 tonnes en 1989 et 5000 tonnes en 1998. Israël est un petit pays producteur, par contre avec un faible marché local, l'essentiel de sa production est exportée. Cinq conditionneurs se partagent le marché. Leurs installations sont directement dans les palmeraies tenues par les kiboutzines. Ceux-ci pratiquent des méthodes rigoureuses permettant de réduire l'infestation et de garantir la traçabilité des produits. Si la deglet nour israélienne est plus sèche, par contre le fait de tailler les régimes permet d'avoir des fruits plus gros et plus réguliers. Elle bénéficie d'une récolte précoce qui lui permet d'être présente sur le marché dès le mois de septembre. Israël est d'autre part le seul fournisseur de hayani fraîche, et est, avec les Etats Unis, le seul fournisseur de medjool.

Les autres fournisseurs

Nous citerons pour mémoire :

Les Etats Unis avec 1200 tonnes, principal producteur de medjool.

Le Pakistan avec 1200 tonnes.

B - La France

La France est le premier importateur européen avec 23 000 tonnes de dattes importées en 1998. Sur la période 1990-1997, les statistiques du commerce extérieur de la France montrent que les importations ont oscillé entre 17.000 t et 20.000 t sans tendance nette à la hausse. Les importations ont atteint un niveau très élevé en 1998.

Evolution des importations françaises (en tonnes)

90	91	92	93	94	95	96	97	98
18 351	18 569	19 047	20 445	17 782	16 986	20 210	18 793	22 975

Pour ses importations, son passé colonial a conduit la France à s'approvisionner auprès de la Tunisie et de l'Algérie.

Les pays fournisseurs de la France

Tunisie : avec 11 000 tonnes en 1998 la Tunisie est le premier fournisseur de la France. C'est également son plus gros client européen puisqu'elle fait seule le même volume que le total des 4 autres pays étudiés.

Algérie : avec 9 000 tonnes en 1998, l'Algérie se positionne en concurrent très sérieux de la Tunisie. La qualité de ses produits, surtout en conditionné, s'améliore chaque année et ses prix sont compétitifs. A partir de 1992, l'Algérie avait rattrapé la Tunisie l'obligeant à revoir ses prix pour maintenir son leadership. Ceux-ci ont baissé de 15% depuis cette date.

Israël : avec 890 tonnes en 1998 elle maintient son tonnage grâce à la medjool qui se développe.

USA : avec 200 tonnes les Etats Unis ne sont pratiquement plus présents en France alors qu'à peine 5 ans auparavant les volumes importés oscillaient entre 1500 et 2000 tonnes. Ils étaient, en effet les seuls capables de produire une datte avec moins de 5% d'infestation. Cette condition était essentielle aux conditionneurs pour pouvoir vendre les boites marseillaises en Grande Bretagne.

La baisse des volumes de boites marseillaises, remplacées progressivement par la tub et le ravier, le transfert d'une partie de ces fabrications en Tunisie ont fait perdre aux Usa la quasi totalité de ce marché.

Les exportations françaises

Si chacun des pays européens peut afficher des chiffres d'exportations de dattes, la France dans ce domaine se singularise fortement puisqu'elle réexporte 7500 tonnes de dattes soit plus de 30% du volume importé : l'Allemagne, la Grande Bretagne, l'Espagne et l'Italie étant clients de la France pour environ la moitié de ce tonnage.

Les variétés importées par la France

La deglet nour est la variété reine pour les français qui l'achètent d'abord pour leur propre marché mais qu'ils imposent également sur les marchés européens. Les variétés commune, kenta et khouat alligh sont destinées principalement à l'exportation. D'après des sources professionnelles, les importations se répartissent à 50% en dattes naturelles et 50% en dattes conditionnées.

La deglet nour

La France est le plus gros importateur de deglet nour avec environ 18 000 tonnes. Elle la décline en naturelle et en conditionnée dans des emballages strictement réglementés en poids car en France la législation ne permet que les emballages de 50g, 125g, 250g, 500g, 1kg, 1.5 kg, 2 kg, 5 kg, 7,5 kg, 10 kg.

La deglet nour naturelle branchée est surtout vendue en carton vrac de 5 kg aux clients grossistes des MIN. Elle est également vendue en carton de 2 kg, 1 kg et en bouquet de 500g : ces deux derniers conditionnements étant plus particulièrement destinés à la grande distribution.

Les prix de la deglet nour naturelle

	Prix Fob	Prix revient importateur	Prix vente importateur
5 kg branchée	14.00F le kilo = 2.1 €	15.00F le kilo = 2.28 €	16.50F le kilo = 2.51 €
Bouquet 500 g	16.00F le kilo = 2.43 €	17.00F le kilo = 2.59 €	19.00F le kilo = 2.89 €

La deglet nour conditionnée

Les cartons vrac de 5 kg représentent une faible part des volumes importés. Ils sont vendus à certains grossistes, spécialistes de fruits secs.

La deglet nour conditionnée est importé en ravier poly 250 et 500 g .

Les conditionneurs, au nombre de 2, achètent de la naturelle marchande en carton vrac de 10 kg. Cette marchandise bon marché (8F le kilo) est ensuite étuvée et reconditionnée en barquette 250g, 500g et 1 kg pour le marché français et principalement en 200g pour l'exportation.

Les prix de la deglet nour conditionnée

	Prix Fob	Prix revient importateur	Prix vente importateur
Ravier 250 g	2.10F = 0.32 €	2.30F = 0.35 €	2.50F = 0.38 €
Ravier 500 g	3.75F = 0.57 €	4.15F = 0.63 €	4.15F = 0.63 €

Le ravier 500g reste un produit de référence, pour lequel tout le monde se bagarre réduisant ainsi les marges à zéro.

Les dattes communes

4300 tonnes de dattes kenta, alligh et khouat allig sont importées par la France en 1998. La totalité de ces quantités est re-exportée, vers les pays européens principalement en raviers et barquettes 200 et 250g.

La pâte de dattes

C'est un petit article qui vient en complément de gamme et qui est destiné à la confection de pâtisseries orientales dont le plus connu est le makrouf.

Les emballages

Nous ne présentons ici que les emballages destinés au marché français, les emballages concernant l'exportation figurent dans le chapitre réservé à chacun des pays étudiés.

Emballages pour la deglet noir naturelles branchées



5 kg



2 kg



1 kg

Emballages pour la deglet noir conditionnée



5 g



1 kg



barquette 250g / 500 g



Ravier 500g



Ravier 250g

La medjool

La France est après l'Angleterre le plus gros importateur de medjool avec environ 400 tonnes par an en provenance d'Israël pour 300 tonnes et des Usa pour 100 tonnes environ. C'est un marché en constante progression depuis 3 ans. Le frein à son développement actuel reste son prix et son absence en grande distribution où

les acheteurs un peu frileux attendent que la démonstration de son potentiel commercial soit faite.

Pour les petits conditionnements, les essais de commercialisation en GMS qui ont été réalisés n'ont pas abouti. C'est le cas notamment de la société France Prune obligée de retirer de la vente une barquette de medjool 250 g dont les ventes étaient insuffisantes. Seule la société Brousse Vergez a réussi à démarrer la commercialisation d'une barquette de 250 g dont les ventes progressent timidement. Plus récemment elle a créé un étui de 150 g avec un prix attractif destiné aux clients désireux de connaître le produit.

D'une manière générale la medjool est essentiellement importée en carton vrac de 5 kg dans les trois calibres jumbo, large et médium (ou fancy) et s'adresse presque uniquement aux grossistes en fruits et légumes. Vendu maintenant depuis quelques années ce produit a fait sa place et en particulier pour la medjool d'Israël le *carton noir* est devenu une référence.

Les prix moyen de la medjool

	Prix moyen Fob/Usa	Prix moyen Cif	Prix vente importateur
Medjool 5kg vrac Usa	35F le kilo = 5.33 €	45F le kilo = 6.86 €	52F le kilo = 7.92 €

Les prix indiqués sont des prix moyens. Il y a en effet une différence de prix importante entre les trois calibres jumbo, large et médium. A titre d'exemple, pour la medjool d'Israël, le prix Cif Marseille est de 47 F pour la jumbo, 43 F pour la large et 35 F pour la médium, soit un écart de 34% entre la jumbo et la médium.

Les emballages pour la medjool



5kg mejool Israël



5kg Usa Bard Valley



5 kg Usa Coachella valley

Medjool 250 g



La hayani

Après l'échec d'une campagne de commercialisation réalisée en 1996 par Hadiklaim et dont nous parlerons dans le chapitre consacré à la hayani, on peut dire qu'aujourd'hui la vente en France de ce produit est très faible, voir inexistante.

La Bahri

Avec 150 tonnes vendues par an de septembre à octobre, la bahri représente en France un tout petit marché. Provenant d'Israël, elle est vendue par des spécialistes (Fetaya) à des grossistes en produits exotiques et pour des consommateurs en majorité Israélites qui connaissent le produit et savent l'apprécier. Elle est conditionnée en carton de 5 kg et présentée sur branchette.

Les prix de la bahri

	Prix cif Marseille
Bahri carton de 5 kg	80 F le carton = 12.20 €

Les importateurs (voir détail en annexe)

Importateurs conditionneurs : Saman VG fruits

Importateurs : Sacim Brousse-Vergez Soria Avon Fabre Crosier
Fetaya Laparre Lenoble Agrusud Saisof Arbona

C - Grande Bretagne

Avec 11 000 tonnes en 1998, la Grande Bretagne est le deuxième importateur européen de dattes. Ces volumes sont toutefois en stagnation . Ils étaient de 11 000 tonnes en 1985 et de 10 500 tonnes en 1990.

Les fournisseurs de la Grande Bretagne

Iran : avec 6 000 tonnes l'Iran est le premier fournisseur de la Grande Bretagne. En progression constante depuis 15 ans au rythme moyen de 7% par an, elle a pris la place vacante de l'Iraq dont on connaît les problèmes depuis la guerre du Golfe.

Tunisie et France : avec 1700 tonnes la Tunisie occupe la deuxième place.

Egalement en forte progression, elle prend peu à peu la part de marché de la France qui avec 900 tonnes diminue chaque année. Les exportations françaises étant composées en majorité de dattes tunisiennes on peut dire que la Tunisie directement et indirectement représente le quart des volumes importés.

Etats Unis : avec 900 tonnes en 1998 c'est le quatrième fournisseur de la Grande Bretagne. Bénéficiant des très étroites relations qui existe entre les deux pays, les exportateurs américains ont pris des positions fortes sur le marché anglais et sont en progression régulière chaque année, poussés par la medjool dont les ventes progressent et conservant le volume des traditionnelles tubs.

Pakistan : avec 900 tonnes en 1998 c'est un fournisseur ancien de la Grande Bretagne présentant toutefois, en fonction des années, des fluctuations importantes de quantités que nous ne savons pas expliquer.

Israël : avec 220 tonnes réalisées en 1998 Israël est un petit fournisseur de la Grande Bretagne que nous citons pour mémoire car c'est un acteur important pour la datte Medjool.

Les variétés de dattes importés

L'Angleterre est le pays de la diversité où l'on trouve dans des proportions variables un nombre important de variétés surtout dans les dattes communes.

Les variétés communes

La Grande Bretagne est le pays européen où les dattes communes représentent la grosse part des quantités importées puisqu'avec plus de 7000 tonnes en 1998 elles représentent les deux tiers des importations britanniques. Venant principalement d'Iran la Sayer, la Saadi (Zahedi), la Mozafati composent ce que l'on appelle les *cooking dates* qui servent à faire des préparations culinaires.

Une partie importante sert également d'ingrédients pour l'industrie. Ce sont des dattes très peu chères qui se négocient environ 0.65 \$ le kilo. L'industrie anglaise utilise la datte dans des domaines très variés et souvent inattendus comme par exemple la Worchester Sauce. Comme il s'agit d'un ingrédient, le développement de la datte industrielle dépend du potentiel commercial des produit dans lesquels elle est incorporée.

Les variétés tunisiennes, kenta et khouat alligh représentent une part minime d'environ 800 tonnes principalement conditionnées en ravier poly 200 g que les

anglais appelle le *cheap ravier* ce qui marque bien son positionnement sur le marché.

Les prix des variétés communes conditionnées

	Prix Fob	Prix revient importateur	Prix vente importateur
Ravier Khouat alligh 200g	0.26 €	0.29 €	0.30 €

La deglet noir

Elle vient de Tunisie, de France ainsi que des Etats Unis.

Elle représente avec environ 2 400 tonnes en 1998 un peu moins du quart des importations britanniques.

Elle est importée presque uniquement en dattes conditionnées.

La *glove boxes* ou boîte marseillaise de 227g est un emballage typiquement anglais. C'est un emballage soigné dans lequel on ne met que de la catégorie Extra.

L'emballage en bois recouvert de papier dentelé et de cello est remplacé aujourd'hui par un emballage plastique de même forme et qui s'est récemment doté d'un système de fermeture inviolable. Ce changement obéit à des impératifs économiques qui font perdre au produit une partie de sa spécificité. Si c'est les marseillais qui l'ont inventé, aujourd'hui la presque totalité des importations vient de Tunisie et dans une moindre part d'Israël. C'est un produit qui présente également la particularité de ne se vendre que pendant la période de Noël.

On trouve également sur le marché la *Tub* qui est une boîte ronde en plastique avec un couvercle imprimé et qui contient 227 g ou 250 g de dattes deglet noir importées à l'origine des USA.

Les prix de la deglet noir

	Prix fob	Prix Cif	Prix vente importateur
Boîte marseillaise 227 g	0.83 €	0.99 €	1.14 €

Trois éléments expliquent la différence de prix entre un ravier 250g et une boîte marseillaise 227 g :

- le coût de l'emballage : il est d'environ de 0.04€ pour le ravier 0.18€ pour la boîte marseillaise
- la qualité des dattes : dans la boîte marseillaise sont emballées des dattes grasses de grosse taille, dans le ravier se sont des petites dattes sèches
- La boîte marseillaise est un produit spécifique sans concurrence

Les emballages



Boites
marseillaise



Tub



Barquette 200g

La medjool

Comme dans le reste des pays européens , la medjool est en constante progression depuis quelques années et on estime aujourd'hui 800 tonnes les quantités importées en 1998.

Elle vient principalement de Californie pour plus des 2/3 du tonnage le reste venant d'Israël.

Elle est importée en vrac et est reconditionnée par les importateurs avec une DLV courte en barquettes de 200 ou 227g généralement à la marque du distributeur. Ils évitent ainsi de payer les 10,6 % de droits de douane appliqués sur le vrac si celui-ci est revendu en l'état.

Les prix de la medjool

La plus grosse partie des importations de medjool venant des USA, il est difficile de faire une moyenne de prix d'achat car il y a, comme nous l'avons vu, des différences très importantes en fonction des calibres mais également en fonction des exportateurs.

Il peut en effet y avoir pour le même calibre plus d'un euro de différence entre les différents producteurs. Si on ajoute à cela les écarts de prix entre calibre, il peut y avoir des différence de plus de 3 euros entre une jumbo Bard Valley et une extrafancy Coachella.

Néanmoins compte tenu des indications que nous avons recueillies, nous pensons que le prix de revient de la medjool en Grande Bretagne est inférieur de 7% à celui de la France.

	Prix moyen Cif/kg
Medjool vrac Usa	6.37 €

Les emballages



Medjool 5 kg
Bard Valley
USA



Medjool 5kg
Coachella
USA



Medjool 5 kg
Israël

La hayani

La société Hadiklaim qui est le principal exportateur de hayani annonce un chiffre de 250 tonnes en 1998. Autant dire que le produit n'est pas présent sur le marché d'autant plus qu'il ne progresse pas.

Les prix de la hayani

	Prix FOB/kg	Prix CIF/kg	Prix de vente importateur/kg
Hayani 5 kg	1.67 € / 1.82 €	1.83 € / 1.98 €	2.28 €

La Bahri

Selon les mêmes sources, la bahri représenterait en 1998 en Grande Bretagne moins de 200 tonnes.

Les principaux importateurs (voir détail en annexe)

Saphire Geest Hart and Friedmann Compagnie Fruitiere Jo Sims

D - L'Allemagne

L'Allemagne se dispute avec l'Italie la troisième place des importateurs de dattes. En constante augmentation depuis dix ans passant de 3 300 tonnes en 89, 4 800 tonnes en 1994 pour atteindre plus de 6 000 tonnes en 98 : soit une progression moyenne de plus de 7% par an.

Les pays fournisseurs de l'Allemagne

Tunisie/France : depuis 1992 la Tunisie est devenue le premier fournisseur de dattes de l'Allemagne doublant son tonnage pendant cette période, pour atteindre 2 000 tonnes en 1998.

Si on considère que la majorité des exportations de la France vers l'Allemagne sont constituées de dattes tunisiennes, et si on ajoute les 1800 tonnes réalisées par la France on peut estimer que 65 % des dattes consommées en Allemagne viennent de Tunisie.

Iran et Pakistan : faisant respectivement 800 et 400 tonnes ils alimentent en dattes communes l'industrie agro-alimentaire allemande qui les utilise comme ingrédients dans des préparations.

Israël et USA : parmi les fournisseurs de l'Allemagne figurent également l'Israël et les USA qui avec respectivement 126 et 72 tonnes se distinguent par la faiblesse de leurs volumes.

Les variétés de dattes importées en Allemagne

Traditionnellement l'Allemagne importait en majorité des dattes communes. Sur un marché de prix dirigé par la grande distribution et pour des consommateurs ne faisant pas de différences entre les variétés, la kenta et la khouat alligh se taillaient la part du lion. Depuis deux à trois ans un net courant s'inverse, qui tend à donner la préférence à des produits de qualité.

Les variétés communes

Avec 3 400 tonnes, les variétés communes représentent la plus grosse part des importations allemandes. Toutefois il faut distinguer les variétés, comme la saadi d'Iran, qui sont utilisées en industrie, et les autres variétés plus chères, comme la kenta, qui sont destinées au commerce de détail.

Comme il a été dit précédemment l'industrie alimentaire allemande consomme entre 1000 et 1200 tonnes de dattes déshydratées qui entrent dans la composition d'autres produits : le plus connu étant le musli. Comme ingrédient c'est un produit peu cher dont le prix moyen au kilo est de 1.5 DM. Pour ces dattes bien particulières l'Iran et le Pakistan sont les principaux fournisseurs.

Les 2200 tonnes de dattes communes restantes proviennent en majorité de Tunisie et sont principalement conditionnées en barquettes et raviers poly 200 g.

Les prix des dattes communes en Allemagne

	Prix d'achat importateur
Khouat alligh 200 g	Entre 0.57 et 0.60 DM = 0.29 et 0.30 €
Saadi barquette de 200 g	Entre 0.55 et 0.59 DM = 0.28 et 0.30 €

La deglet noir

Avec 2 000 tonnes en 1998, la deglet noir vient de France et de Tunisie.

La deglet noir naturelle, soit branchée, soit standard ne représente qu'un faible volume des échanges. Elle est achetée en majorité par le petit commerce traditionnel et voit ses ventes augmenter surtout en période de ramadan. On la trouve dans ses deux conditionnements classiques 5 kg vrac et 1kg. En deglet noir, comme pour la datte commune, la majorité du tonnage est réalisée en barquette de 200g, ravier poly 200g et ravier bois 200g. On observe depuis quelques années un accroissement des ventes en ravier poly 250g, certains importateurs interrogés affirmant que les quantités en 250g auraient dépassé le 200g.

Environ 150 et 200 tonnes de dattes deglet noir dénoyautées sont importées chaque année pour le compte des sociétés Seeberger et Herbert kluth qui proposent ce produit toute l'année en sachet sous vide de 200 g présenté avec un ensemble d'autres fruits secs.

L'Allemagne étant le pays où l'alimentation biologique connaît un essor important, un importateur a fait récemment avec la Tunisie un essai de dattes bio.

Les prix de la deglet noir en Allemagne

	Prix d'achat importateur
Ravier bois 200 g	Entre 0.78 et 0.80 DM = 0.39 et 0.41 €
Ravier poly 200g	Entre 0.65 et 0.70 DM = 0.33 et 0.36 €

Les emballages



Deglet noir 1 kg
Naturelle standard



Ravier poly
et bois 200 g



Sachet 200 g
Seeberger

La medjool

En Allemagne les importations de medjool sont, elles aussi, en progression rapide. Elles passeraient de 200 tonnes en 1998 à 300 tonnes en 1999. En provenance d'Israël mais aussi des Etats Unis elle est vendue en carton vrac de 5 kg et dans les trois calibres jumbo, large et médium.

Peu de ventes se font en petits conditionnements. On trouve dans les Cash and carry et notamment chez Fegro des conditionnements 500 g, mais dont la présentation peu alléchante est en décalage avec un prix de vente très cher. Concernant les petits conditionnement, Agrexco a fait fabriquer des sachets de 150 g qui ont été envoyés à l'importateur par fret aérien . Nous n'avons pas encore eu d'échos sur les résultats de cet essai.

Le prix de la medjool en Allemagne (prix/kg)

Medjool 5 kg vrac	
Prix d'achat moyen des importateurs	Prix de vente des importateurs
12.10 DM = 6.18 €	13/14 DM = 6.65/7.16 €

Les emballages



5 kg USA



5 kg Israël



150 g Agrexco



500 g Fegro

La Hayani

Après des essais prometteurs, il semblerait aujourd'hui que l'expérience ait tourné court et que les quantités présentes sur le marché ne soient pas supérieures à la centaine de tonnes. La raison de cet échec tiendrait à la structure même de la distribution allemande peu adaptée à la vente en vrac.

Le créneau pour ce type de produit reste le petit commerce alimentaire de détail où le concept de dattes fraîches est déjà connu. On trouve en effet dans les armoires réfrigérées de certains détaillants des conditionnements de 700 g de dattes iraniennes vendues aux consommateurs entre 5 et 6 DM.



La bahri

La bahri n'est pas présente sur le marché allemand.

Les importateurs Allemands

Rewe
Dankat

Frupa

Internut

Tilouche

Stolzenberg

E – L'Italie

L'Italie a importé 6300 tonnes de dattes en 1998. Bien que ce chiffre soit le plus important de ces dix dernières années, les importations italiennes stagnent entre 5 et 6000 tonnes par an.

Les pays fournisseurs de l'Italie

Tunisie : le profil des importations italiennes n'a guère changé depuis 15 ans. Elle reste fidèle à la Tunisie qui avec 5000 tonnes en 1998 fait 80% de son tonnage.

Israël : Le seul changement notable dans l'approvisionnement en dattes de l'Italie concerne Israël qui depuis 1993 renforce ses positions. Elle importe en 1998 un peu moins de 900 tonnes.

Les variétés de dattes importées par l'Italie

Les importations italiennes présentent un profil assez similaire à la France. Ici aussi la deglet noir prédomine et le naturel tient une place importante donnant aux dattes commune la portion congrue.

La deglet noir

Selon les informations communiquées par le GID, la deglet noir représente l'essentiel des importations italiennes.

La deglet noir naturelle se vend donc en vrac de 5 kg mais également en bouquets de 500g.

Comme dans le reste de l'Europe le conditionné est principalement vendu en ravier 250g et 500g.

Les prix de la deglet noir:

1- naturelle (prix/kg)

	Prix Fob	Prix revient importateur
5 kg branchée	2.1 €	2.30/2.35 €
Bouquet 500 g	2.43 €	2.60/2.65 €

2- conditionnée

	Prix Fob	Prix revient importateur
Ravier 250 g	0.32 €	0.38/0.40 €
Ravier 500 g	0.57 €	0.65/0.70 €

Les dattes communes

Les italiens ont une préférence pour les dattes claires. C'est pourquoi ils achètent en début de récolte des kenta qui, à cette époque de l'année présente cette caractéristique.

Pour 1999 nous avons estimé les importations de cette variété à environ 500 tonnes. Quant au prix de la kenta, il varie entre 1.05€ et 1.20€ fob Tunis.

Les emballages



Vrac 5 kg



bouquet 500 g



ravier 250g

La medjool

On estime à 300 tonnes les importations de medjool faites en 1998, venant d'Israël. En calibre medium, elles sont conditionnées en carton vrac de 5 kg.

La hayani

L'exportateur Israélien Hadiklaim estime à 100 tonnes les quantités de hayani importées. Nous doutons de l'exactitude de ce chiffre car nous n'avons pas d'informations sur la consommation de ce produit en Italie.

La bahri

Elle n'est pas importée en Italie.

Les importateurs italiens

Ventura

Noberasco

Murano

F - L'Espagne

Avec 5 000 tonnes par an auxquelles il faut ajouter environ 700 tonnes de hayani, l'Espagne arrive en 5^{ème} position des pays importateurs européens. En constante augmentation, les importations de dattes ont pratiquement doublé depuis 1993.

Les pays fournisseurs de l'Espagne

Tunisie : avec plus de 3 000 tonnes par an la Tunisie fait plus de 50 % du tonnage importé. Il existe, en effet, des relations très anciennes entre les deux pays qui facilitent les échanges. Un importateur espagnol a d'ailleurs investi dans une usine du sud tunisien dont il maîtrise entièrement la production.

Israël : avec 900 tonnes de dattes et 800 tonnes de hayani Israël devient en moins de 10 ans un partenaire de poids pour l'Espagne.

France : avec 600 tonnes par an la France maintient un volume d'affaires régulier, traitant directement avec les gros importateurs comme Importaco, Meneu, ou Bernabe Biosca, mais aussi par l'intermédiaire d'agents bien introduits auprès d'importateurs ou de distributeurs plus modestes. La France, en tant que premier client de la Tunisie bénéficie de la très bonne image qu'à la datte tunisienne auprès des acheteurs espagnols.

Algérie : avec 450 tonnes l'Algérie est le dernier partenaire de l'Espagne. C'est un rôle modeste qui n'est pas en rapport avec le potentiel dont elle dispose. Dans l'esprit des acheteurs elle a l'image d'un pays centralisé, manquant de souplesse et difficile d'accès.

Les variétés de dattes importées par l'Espagne

Si la deglet nour domine largement les importations, on trouve sur le marché la khouat allig et la kenta d'origine tunisienne ainsi que la medjool, la hayani et la bahri en provenance d'Israël.

La Deglet Nour

Elle représente plus de 65 % du tonnage avec environ 3 300 tonnes.

La datte deglet nour naturelle branchée reste le produit leader. Elle est principalement vendue en carton vrac de 5 kg et on la trouve sur tous les marchés de gros à partir du mois de novembre.

En moindre quantité elle est également présentée en carton de 1 et 2 kg qui intéressent surtout les magasins de Cash and Carry.

Les prix de la deglet nour en Espagne (par kg)

Dattes Deglet Nour 5 kg naturelles branchées	
Prix moyen d'achat des importateurs	Prix moyen de vente aux grossistes
366 pesetas = 2.2 €	398 pesetas = 2.4 €

La datte deglet nour conditionnée est plus spécialement demandée par la grande distribution surtout en ravier poly 250 g. Elle est également proposée en ravier 500 g et barquette 500g. On la trouve également dans des boîtes fermées de 150 et 250 g

(entières ou dénoyautées) présentées généralement dans une gamme homogène avec les autres fruits secs. La société Borges est particulièrement présente en grande distribution avec des présentoirs de fruits secs attractifs, mais qui ne nous semblent pas très adaptés pour la datte. La tendance va aujourd'hui vers des emballages qui montrent le produit pour le rapprocher de l'univers des fruits frais. Les cartons de 5 kg sont principalement destinés aux quelques industriels équipés pour reconditionner le produit en emballage consommateur.

Les prix de la deglet nour conditionnée

Datte Deglet Nour conditionnée ravier 250 g	
Prix moyen d'achat des importateurs	Prix moyen de vente des importateurs
70/78 pesetas = 0.42/ 0.47 €	85 pesetas = 0.52 €

Comme dans les autres pays de la CEE le ravier reste un produit de bataille et le gain de quelques centimes se fait souvent au détriment de la qualité.

Les variétés communes

Que ce soit en khouat alligh ou en kenta, on importe en Espagne environ 1300 tonnes de dattes communes. C'est un volume important mais qui de l'avis unanime des importateurs est en nette régression depuis les dernières campagnes. Elles sont principalement vendues en ravier poly 250 g. On trouve, dans le sud de l'Espagne un peu de khouat alligh branchées mais qui n'offre aucun intérêt commercial.

Les prix des variétés communes

Ravier khouat alligh 250 g	
Prix moyen Fob	Prix moyen Cif
53 pesetas = 0.32 €	60 pesetas = 0.37 €

Les emballages

Naturelles branchées



5 kg



2 kg



1 kg

Conditionnées



La medjool

Elle vient pour la totalité d'Israël, car les Etats Unis ne sont pas présents sur le marché espagnol.

Bien que présente sur la plupart des marchés de gros, la medjool est dans sa phase de développement commercial. Importée par petites quantités elle est panachée avec d'autres produits en provenance d'Israël. On estime à 80/100 tonnes les quantités importées en 1998.

Elle est vendue en carton vrac de 5 kg (carton noir, doré ou rouge) et quelques essais ont été fait par Agrexco, pour la grande distribution, en panier d'environ 500 g. Une présentation très médiocre, des fruits avec des peaux apparentes (loose skin), un prix élevé, nous font douter de la réussite commerciale du produit.

Les prix de la medjool en Espagne

Medjool vrac 5 kg medium	
Prix moyen cif	Prix moyens de vente des importateurs
900 pesetas le kilo = 5.42 €	1000/1100 pesetas = 6.02/6.60 €

Les emballages



5 kg vrac



500 g Agrexco

La hayani

L'Espagne a démarré très tôt la commercialisation de la datte hayani et on estime à 700 tonnes les quantités de dattes importées en 1998 (en totalité d'Israël). La société Meneu Distribution qui est le principal importateur de ce produit estime à 1000 tonnes les importations faites en 1999. Cette réussite commerciale est due à la grande distribution qui a cru au produit. Elle est aujourd'hui vendue en carton vrac de 5 kg, dans des présentoirs réfrigérés, au rayon fruits et légumes.

Des essais sont actuellement en cours pour proposer le produit en barquettes de 500 g avec une DLV de 10 jours. Compte tenu de la bonne notoriété du produit et si on arrive à résoudre tous les problèmes de logistique, on peut penser que ce type de conditionnement prendra une part de marché significative. Il sera dans un premier temps indissociable du vrac à côté duquel il doit figurer sur le même présentoir.

Les prix de la hayani en Espagne

Hayani vrac 5 kg
Prix moyen d'achat des importateurs/kg
290 pesetas = 1.75 €

Au début de la campagne 1999 les prix Cif pour le standard étaient de 1.98 € le kilo chez Hadiklaim et 1,82 € chez Agrexco. Quand nous sommes allés en Espagne les importateurs nous ont indiqué que les prix étaient à la baisse sans toutefois nous préciser leurs prix d'achat. Par contre au niveau grossiste nous avons noté que le 5 kg se vendait à 1850 pesetas le carton soit 2.22 € le kilo. Ce qui, en faisant le calcul arrière, nous permettait d'estimer le prix cif à environ 1.75 €.

Pour calculer le prix de revient d'un kilo de hayani il faut ajouter 0.04 € de frais de transit et d'assurance, 0.04 € de frais de stockage. Si on devait calculer une fourchette de prix on aurait un prix de revient des importateurs espagnols qui se situerait entre 1.83 € et 2.06 €.

Le prix de vente public étant d'environ 650 pesetas soit 3.91 €

Comparativement à la medjool, le prix relativement bas de la hayani est un atout pour son développement commercial.

Les emballages



Vrac 5 kg



Barquette 500 g

La bahri

La bahri vient également d'Israël à partir de la fin août et jusqu'à la mi octobre. Elle est réservée à quelques distributeurs spécialistes qui la vendent surtout dans le sud de l'Espagne à des consommateurs initiés. En l'absence de données statistiques précises, en tenant compte de l'avis des importateurs interrogés nous estimons entre 100 tonnes et 150 tonnes les volumes de dattes bahri réalisés pendant cette courte période.

Elle est vendue branchée en carton vrac de 5 kg.

Prix de la Bahri en Espagne

Bahri vrac de 5 kg	
Prix cif des importateurs	Prix moyens de vente des importateurs
400 pesetas le kilo = 2.40 €	470 pesetas le kilo = 2.83 €

Les importateurs espagnols

Les principaux importateurs espagnols de dattes sont :

Bernabe Biosca Importaco Borges Meneu Distribution Frit
Ravitch Frumesa Grupo Fernandez.

La production espagnole de dattes ?

Quelques documents de statistiques font état d'une production espagnole qui varierait entre 8000 et 9000 tonnes par an. Si il est exacte que dans le sud de l'Espagne et dans la région d'Alicante il y a un certain nombre de palmeraies, nous n'avons pas d' informations permettant de dire qu'elles sont exploitées et que leurs produits sont commercialisés, même au niveau local. La production de dattes pour la consommation humaine ne dépasserait pas quelques centaines de tonnes.

III – La distribution et la consommation de la datte en Europe

Autant il est possible d'avoir une image relativement précise de la filière de la datte en amont, à partir du niveau des importateurs, parce que nous avons un nombre d'intervenants relativement réduit, autant il devient difficile, voir impossible d'avoir des informations fiables dès qu'on dépasse ce niveau. A partir du stade grossiste on se trouve déjà en face de quelques milliers d'entreprises, de quelques centaines de milliers de détaillants et de millions de consommateurs. On voit bien que l'information se dilue au fur et à mesure qu'on descend dans les strates de la distribution et qu'il devient rapidement impossible de savoir ce que vend l'un ou l'autre et qui consomme quoi.

On pourrait, toutefois, rester au stade de l'importateur et étudier avec lui le profil de sa clientèle. On pourrait consolider les informations et connaître ainsi la proportion de grossistes, de GMS et d'industriels et calculer les parts de marché de chacun. Or malheureusement il y a de nombreux éléments qui viennent fausser cette statistique et qui la rendent inexploitable. On sait notamment qu'une part des échanges ne passent pas par les importateurs, on sait également que les circuits ne sont pas cloisonnés et qu'il y a des courants d'affaires très importants entre les grossistes et la GMS. En d'autres termes, un produit vendu par un importateur à un grossiste, peut très bien être revendu par ce dernier à un hypermarché ou à une centrale régionale. Avec la datte, on se trouve en plus, en présence d'un article de faible volume et saisonnier, dont les mouvements se perdent dans les statistiques de chacun au milieu d'une gamme de produits plus importants.

Pour ces raisons nous n'essaierons pas de donner la part de marché en dattes de chacun des intervenants de la chaîne de distribution.

De même, nous nous garderons bien de tracer le profil du consommateur de dattes, dont la recherche demanderait des moyens qui dépasseraient très largement le cadre de cette étude. Tout au plus nous indiquerons que tout le monde s'accorde pour dire que les marchés ethniques et en particulier musulmans pourraient avoir une propension plus importante à consommer de la datte et que la période du ramadan reste très favorable aux ventes de ce produit.

Nous resterons donc sur des données générales de la distribution en Europe. Nous évaluerons, par pays la consommation de dattes par tête d'habitant et en indiquerons les tendances. Enfin nous présenterons, pour les produits de forte consommation, des fourchettes de prix évaluées au stade grossiste et consommateur, en rappelant qu'il peut y avoir des différences très importantes qui se répercutent à chaque niveau jusqu'au consommateur final.

A - La distribution dans l'Europe des 5

En amont du commerce de détail, et pour être schématique, on constate que les importateurs de dattes sont soit des spécialistes fruits frais soit des spécialistes de fruits secs. Les premiers ont depuis toujours développé leur fonds de commerce auprès du circuit traditionnel des grossistes et se sont tournés vers la grande distribution un peu poussés par les événements. Quant au second parmi lesquels figurent les conditionneurs, ils ont développé très tôt un concept de gamme de fruits

sec et de petits conditionnements adapté aux contraintes de vente et aux exigences de la GMS.

Dans les cinq pays étudiés le commerce de détail alimentaire est dans les mains d'environ 500 000 entreprises dont le chiffre d'affaires cumulé dépasse les 530 milliards d'euro. Elles regroupent aussi bien les grandes surfaces, les supermarchés ainsi que les petits magasins de détail. Ce nombre important ne doit pas masquer la forte concentration du secteur dans les mains de la GMS qui fait le plus gros du chiffre d'affaires. Ce phénomène est particulièrement évident quand on analyse la part du commerce alimentaire dit spécialisé. Si celui-ci est largement majoritaire en nombre avec 60% des entreprises, par contre il ne représente que 13% du chiffre d'affaires total cumulé.

Les principaux groupes de distribution européens			
CA TTC en milliards d'euro en 1998			
Metro	46,9	Tesco	24,3
Intermarché	34,1	Auchan	23,6
Rewe	33,7	Leclerc	21,34
Promodes	32,6	Sainsbury	22,08
Carrefour	31,2	Karstadt	16,9
Tengelmann	27,5	Casino	16,7
Edeka	26,6	Delhaize	12,9
Ahold	26,5	Marks Spencer	12,01
Aldi	26,1	Migros	9,53
Total du CA TTC		444,56	

C'est un secteur en forte mutation. La tendance à la concentration devrait continuer à s'intensifier dans les dix années à venir. Ce qui ne veut pas dire que les petits détaillants vont disparaître. Car tandis que, à la faveur de fusions et acquisitions, les géants du secteur vont se concentrer davantage, les petits détaillants rejoindront certaines coopératives ou deviendront des franchisés de ces nouvelles grosses organisations mais ne disparaîtront pas. On peut même penser que le déclin du petit commerce va se terminer et que l'hémorragie constatée depuis 20 ans sera stoppée, aidée en particulier par une réglementation visant à limiter l'expansion en nombre des grandes et moyennes surfaces.

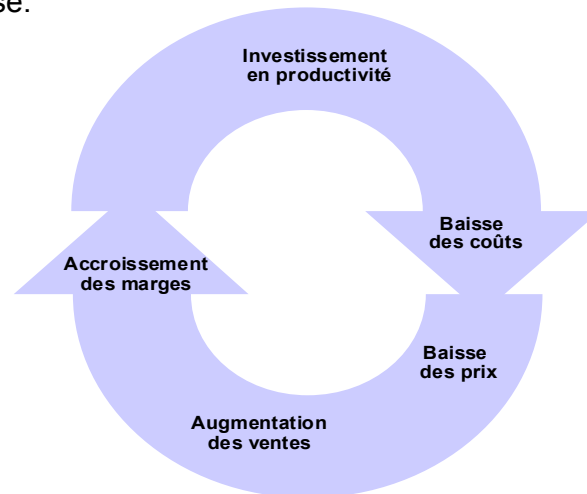
En fait la concentration à l'intérieur des marchés nationaux est déjà bien avancée, spécialement en Europe du Nord. Elle prend aujourd'hui toute son ampleur en Europe du Sud : la bataille Promodes Casino en est la parfaite illustration. Elle déborde aujourd'hui les frontières comme le montre l'exemple du français Auchan avec l'Italien Rinascente et de Metro avec Makro.

Conséquence à moyen terme de ce phénomène : dans 10 ans le nombre des grands groupes de distribution sera divisé par deux.

Si ces considérations peuvent paraître loin de notre sujet principal, elles peuvent avoir cependant des répercussions importantes à terme sur la distribution de la datte. La première conséquence de cette concentration concerne les prix, qui, suivant la trop fameuse courbe de la productivité, devraient encore baisser.

On peut toutefois se demander si les niveaux atteints aujourd'hui dans la datte sont encore compressibles. On a dans tous les cas peu de chance de les revoir

s'orienter à la hausse.



Inévitablement la concentration de la GMS entraîne une concentration en amont : le nombre des grossistes est en diminution. Ils devront s'adapter pour survivre. Peut-être se regrouperont-ils comme on le voit dans d'autres secteurs. Dans tous les cas ils devront pouvoir assurer de plus en plus un service complet (prix, gamme, logistique) à l'instar des grossistes qui ont une couverture nationale et qui sont déjà présents sur les marchés.

Egalement en amont , les importateurs dont la survie est menacée et qui voient le nombre de leurs clients se réduire, sont entrés de plein pied dans la bataille des prix au grand profit de la GMS. Celle-ci, avec les petits produits comme la datte, refait les marges qu'elle perd sur les produits de bataille. Le cas du ravier 250 g est très révélateur de ce principe. Si le prix d'achat de l'ensemble de la chaîne a baissé de plus de 40% en quelques années, le prix de vente de la GMS, pour cet article n'a pratiquement pas bougé.

Les questions qui restent en suspens sont primordiales :

- Jusqu'à quand et jusqu'à quel niveau acceptera-t-on le transfert de marge de l'amont vers l'aval au profit de la seule grande distribution ?
- Jusqu'à quel niveau de baisse de qualité pourra-t-on aller, sans décourager complètement les consommateurs ?
- Comment organiser la commercialisation de la production jusqu'au stade intermédiaire afin d'éviter une concurrence stérile ?

Nous avons parlé précédemment de l'économie de marché et de l'offre et de la demande qui se régulent par le prix. Pour la datte ce n'est pas le consommateur qui arbitre. Ce n'est pas lui qui influe sur le niveau de prix du marché, pour la simple et bonne raison que la datte est un produit très marginal et que dans ce cas on ne peut pas parler d'élasticité de la consommation par rapport au prix. On n'est pas dans un marché où il y a une abondance de produit à offrir, mais une abondance d'offres. La concentration se fera. Il est salutaire qu'elle se fasse et il faut l'encourager.

B - La consommation dans l'Europe des 5

La consommation des cinq premiers pays importateurs était en 1998 d'environ 42 000 tonnes en progression régulière de 4% par an. Ce qui représente environ 140 g de dattes consommées par an par tête d'habitant qui comparés au 83 kg de fruits consommés par an par chaque européen met la datte parmi les petits produits de la gamme.

Dans ce contexte même si sa place est modeste, sa position reste intéressante à plusieurs égards. Elle est dans toute l'Europe définitivement intégrée dans le rayon des fruits frais qui d'un point de vue stratégique est d'une très grande importance pour les distributeur.

C'est un rayon qui fait partie des 3 premières sources de profits au m². En outre il est le plus porteur d'image pour le magasin (fraîcheur, agrément, propreté), image qui rejaillit sur tous les autres rayons du magasin. Par ailleurs le distributeur est conduit à rechercher des axes de différenciation pour se dégager de la pression concurrentielle et augmenter ses marges. Malgré leurs faibles quantités, les petits produits restent une source de profits très importantes.

C- La consommation de dattes en France

1998	Consommation en tonne	Population	Conso/habitant
France	15379	60 millions	0,25 kg

La France est le premier consommateur de dattes d'Europe, essentiellement dans la variété deglet nour naturelle et conditionnée. Sa consommation a toujours été soutenue par une clientèle issue des anciennes colonies et par une forte population maghrébine.

FRANCE		
Prix de vente en francs	Pv grossiste	PV détail
5 kg branché deglet nour	2.90/3.20 le kg	3.65/5.35 le kg
Bouquet deglet nour	3.35/3.65 le kg	4.60/6.00 le kg
Ravier 250g deglet nour	0.45/0.55 le ravier	0.90/1.20 le ravier
Ravier 500g deglet nour	0.75/0.80 le ravier	1.05/1.60 le ravier
Medjool	8.40/9.90 le kg	11.40/16.80 le kg

D - La consommation de dattes en Grande Bretagne

1998	Consommation en tonne	Tendance	Population	Conso/habitant
Grande Bretagne	10337	Stagnation	57 millions	0,18 kg

Malgré une consommation élevée, qui est la deuxième d'Europe, le marché de la datte en Angleterre reste très stable. La présence d'une forte population d'immigrés venant surtout des pays asiatiques, en particulier des anciennes nations du

Commonwealth, a très certainement une influence sur la consommation des dattes communes qui figurent en première place dans les importations britanniques. Les grands distributeurs tels Tesco, Sainsbury, Marks and Spencer ont toujours cherché à se différencier ce qui favorise l'innovation et le développement de nouveaux produits. C'est ce qui s'est passé avec la medjool qui s'impose petit à petit.

Grande Bretagne		
Prix de vente en euro	Pv grossiste	PV détail
Boite marseillaise 227g	1,30/1,50	1,70/2,40
Ravier Khouat Alligh 200 g	0,35/0,40	0,45/0,70
Medjool	8,00/9,00	10,50/15,00

E- La consommation de dattes en Italie

1998	Consommation en tonne	Tendance	Population	Conso/habitant
Italie	6077	Stagnation	58 millions	0,10 kg

L'Italie est certainement le pays le plus traditionnel pour la consommation de la datte. C'est et cela restera encore longtemps un produit de fin d'année dont la consommation s'arrête pratiquement dès les premières semaines de janvier. Ce type de consommation est un frein à son développement. C'est en partie pour cela que le marché stagne entre 5 000 et 6 000 tonnes, avec un taux de consommation par tête d'habitant très faible.

Par contre l'Italie reste un pays de connaisseurs et on y consomme principalement de la deglet nour. En particulier, la consommation de naturelle est favorisée par le réseau très dense de magasins de fruits et légumes dont elle dispose. Avec plus de 22 000 points de vente spécialisés dans ce domaine, elle dépasse de loin la France et la Grande Bretagne qui en compte chacune environ 6000. Ceci montre également que l'Italie est le pays où le poids de la GMS pèse le moins sur la distribution. Ce qui explique d'ailleurs qu'on y pratique des prix qui pour l'ensemble de la chaîne on encore une certaine signification économique.

Italie		
Prix de vente en euro	Pv grossiste	PV détail
Deglet Nour naturelle 5 kg	3,00/3,20	5,00/6,00
Bouquet 500 g	3,25/3,60	5,50/6,50
Ravier DN 250 g	0,45/0,50	0,60/0,90
Medjool	8,50/9,50	11,00/15,00

F- La consommation de la datte en Allemagne

1998	Consommation en tonne	Tendance	Population	Conso/habitant
Allemagne	5249	+ 7% par an	81 millions	0,06 kg

Malgré un taux de croissance flatteur très certainement lié à sa réunification avec la RDA, l'Allemagne ne nous paraît pas disposer de conditions favorables pour être un des marchés phares de la datte en Europe. Son mode de distribution très concentré, dominé par le hard discount a favorisé la mise sur le marché de produits d'une qualité très moyenne et au faible pouvoir attractif. Bien que l'on assiste à un changement de la demande pour des produits de meilleurs goût et d'aspect, la tâche reste ardue pour imposer la datte auprès d'une clientèle qui la connaît mal.

Allemagne		
Prix de vente en euro	Pv grossiste	PV détail
Ravier Khouat alligh 200 g	0,38/0,41	0,50/0,70
Barquette saadi 200 g	0,35/0,40	0,45/0,65
Ravier bois 200 g	0,51/0,55	0,7/1,2
ravier poly 200	0,45/0,50	0,60/1,00
Sachet 200 g	1,4	1,8
Mejool	9,00/9,50	17,00/19,00

G - La consommation de la datte en Espagne

1998	Consommation en tonne	Tendance	Population	Conso/habitant
Espagne	5500	+ 8% par an	39 millions	0,14 kg
Incluant la hayani	700			

Avec un chiffre modeste de 140 g par habitant et par an, la consommation espagnole se distingue par le taux de croissance le plus élevé d'Europe. Nous savons que depuis son adhésion au marché commun en 1986, l'Espagne a subi une transformation économique profonde entraînant notamment une augmentation du pouvoir d'achat. Ceci pourrait expliquer la progression de la consommation de dattes qui suivrait la tendance générale et qui en plus a très certainement profité de l'augmentation de la population d'immigrés attirés par une demande de main d'œuvre bon marché.

Dans ce mouvement, la grande distribution (en particulier française) a marqué son territoire et pris des parts de marché nouvelles mettant en avant les petits emballages de dattes conditionnées et poussant la consommation de la hayani qui avec environ 700 tonnes par an a des performance qu'elle n'a pas ailleurs.

Espagne		
Prix de vente en euro	Pv grossiste	PV détail
Deglet nour 5 kg branchée	2,75/3,00	3,6/5,00
Deglet nour ravier 250 g	0,60/0,65	1,30/1,60
Ravier Khouat alligh 250 g	0,47/0,55	0,95/1,1
Medjool	7,00/8,00	10,00/13,00
Hayani	2,00/2,20	3,00/4,00

V – Les nouvelles variétés de dattes

A - La medjool

L'histoire raconte que ce sont les américains qui, à partir d'un plan découvert au Maroc, ont implanté et amélioré la variété chez eux, en Californie, pour en faire le produit que l'on connaît aujourd'hui. En Europe, c'est réellement depuis le début des années 90 que la datte medjool est connue et ce n'est que depuis trois à quatre ans qu'elle a pris son essor. Elle est présente sur le marché des principaux pays européens :

Importations de Medjool en Europe (1999)

Grande Bretagne	800 tonnes
France	400 tonnes
Allemagne	200 tonnes
Espagne	100 tonnes
Italie	300 tonnes
Total	1800 tonnes

Avec environ 1 800 tonnes par an et surtout une croissance exponentielle, elle suscite beaucoup d'intérêt et d'espoirs chez les importateurs. Sur un marché qui connaît peu l'innovation, les débuts prometteurs de la medjool laissent penser à certains qu'elle sera dans les années à venir un produit majeur dans la gamme de dattes.

Les pays producteurs de medjool

Les Etats Unis et Israël se partagent aujourd'hui le marché européen. Les Usa sont les premiers producteurs. Situées en Californie, les palmeraies sont essentiellement localisées dans les deux zones de Bard Valley qui produit à elle seule 70 % de la medjool, la deuxième zone étant Coachella Valley. Leurs exportations se sont élevées à environ 800 tonnes en 1999.

Israël joue efficacement le rôle de challenger. De l'avis même des opérateurs américains, Israël offre une alternative intéressante aux acheteurs. Cette origine a amélioré sa qualité, elle garantit la traçabilité des produits et continue à être moins chère grâce, en particulier à des coûts de transports inférieurs. Elle développe sa production (2000 tonnes) principalement dans les régions d'Eilat et de la Mer Morte. Comme pour les autres variétés de dattes la commercialisation de la medjool a été confiée aux deux sociétés, Agrexco et Hadiklaim. D'après ces opérateurs, les exportations vers l'Europe ont dépassé les 1000 tonnes en 1999.

La période de production

Elle va de la fin du mois d'août jusqu'à la fin novembre pour les deux origines, ce qui permet d'approvisionner les marchés de septembre à mai en tenant compte des possibilités de conservation au froid.

La logistique

D'Israël les importations se font en container frigo de 20 ' contenant 1440 cartons palettisés. Elles se font également en groupage par camion frigo. Le délai d'acheminement est de 2 semaines environ.

Des USA, les importations, pour les envois complets, se font également en container frigo de 20' ou de 40' contenant 3600 cartons palettisés. Par bateau les délais d'acheminement sont de 3 à 4 semaines. Les expéditions en groupage se font principalement par fret aérien ce qui évidemment renchérit le produit mais permet une plus grande souplesse d'approvisionnement pour un produit qui démarre et surtout qui vaut plus de 7 € le kilo.

Les calibres

Que ce soit d'Israël ou des Etats Unis, il est proposé trois calibre : jumbo, large, médium (fancy).

Pour les USA le calibre jumbo représente environ 40 % des quantités récoltées, les deux autres calibres représentant environ 30 % chacun. Quant à Israël le problème du calibre est un peu plus difficile à cerner.

Calibre de la medjool	Nombre de fruits par lb	Nombre de fruits par kilo
Jumbo	16/21	35/47
Large	22/26	48/57
Medium	27/30	59/66

Les qualités

Pour la medjool, il n'y a pas réellement de standard de qualité. Elle a normalement sont meilleur degré de maturité et toute sa saveur quand elle devient d'un brun foncé presque noir et moelleuse au touché. Il y d'ailleurs un marché pour une qualité de datte très mûre et très fraîche. Elle est par contre assez délicate à conditionner. En France quelques palettes de ce produit ont été vendues et ont été très appréciées. D'une manière générale, la medjool a sur la surface de la peau un léger aspect poussiéreux qui est en fait le sucre de la datte qui ressort. Les anglais la préfère ainsi. Les français, habitués à la deglet nour auraient tendance à la vouloir plus claire et plus brillante d'aspect.

Par contre elle peut présenter des décollements de peau qui la rendent peu attrayante. Pour un produit de qualité, la présence de ce type de fruits doit être très faible.

Dans des conditions de stockage à l'air libre, au fur et à mesure que la datte s'assèche elle a également tendance à sucrer peut-être plus rapidement que la deglet nour.

Les conditions de stockage

La medjool stockée en froid positif conserve toutes ses qualités pendant 6 mois. Elle peut être également congelée ce qui rallonge sa conservation et permet surtout de faire le lien entre les campagnes.

Les droits de douane

Les dattes en provenance des Etats Unis subissent une taxation de 10,6 %. Il y a exonération de cette taxe si le produit est importé pour être reconditionné. C'est ce que font les anglais pour y échapper. Ils importent la datte medjool en carton vrac de 15 lb et la reconditionnent à la marque de leurs clients.

Les emballages vrac

Les emballages destinés aux conditionneurs sont généralement de 5 kg ou de 15 lb. Ceux destinés à la vente en vrac sont en 5 kg . Ce sont généralement des emballages très soignés, fabriqués avec des kraft de qualité et d'épaisseur suffisante pour éviter l'affaissement. Le carton est généralement télescopique avec un couvercle imprimé qui peut comme celui de Bard Valley servir de présentoir. Le fond est dans la même qualité que le couvercle. Il est recouvert d'un film qui protège la datte et dispose d'un séparateur en carton qui évite le tassement des fruits lors des manipulations.



Les emballages individuels

Seule la Grande Bretagne, avec l'aide de la grande distribution, a réussi à ce jour à imposer un petit conditionnement.

En Allemagne des essais de sachet 150 g sont en cours.

En France une barquette de 250 g se vend timidement. Par contre la société Brousse Vergez vient de créer un emballage de 150 g qu'elle appelle emballage Cristal qui a le double avantage d'être qualitativement à la hauteur d'un produit de ce prix tout en étant peu cher à l'unité du fait de son faible poids.



France
Medjool 250 g



Allemagne
Medjool 150 g



France
Medjool 150 g

Les prix de la medjool

Les prix varient en fonction de l'origine, du fabricant, du calibre, et du moyen de transport.

Prix d'achat par kg

Medjool USA Bard valley	Jumbo	Large	Fancy
Prix Cif	7 €	6.2 €	5.5 €
Prix revient	7.9 €	7.2 €	6.4 €

Medjool Israël	Jumbo	Large	Medium
Prix cif au kilo	7.2 €	6.55 €	5.05 €
Prix de revient	7.3 €	6.7 €	5.44 €

La promotion de la medjool

Pour les medjool venant des Etas Unis, la Californian Date Commission est normalement habilité à recevoir des fonds du gouvernement américain dans le cadre du Market Access Program, pour promouvoir les exportations de dattes en Europe. Ces sommes sont destinées à rembourser une partie des coûts de promotion engagés pour la datte de Californie. A notre connaissance les demandes faites par les importateurs européens n'ont pas eu d'échos. Il semblerait que la priorité soit donnée au marché américain plutôt qu'à l'exportation.

Les limites actuelles au développement de la medjool

La première limite du développement de la medjool tient aux faibles quantités actuellement produites. La conséquence directe de cette faiblesse de l'offre est le prix élevé du produit qui après avoir subi la cascade de marges du système de distribution, à laquelle se rajoute les taxes, arrive au consommateur à 13 ou 15 € le kilo. L'économie de marché fonctionne là avec toute sa précision : le prix régulant l'offre et la demande.

Paradoxalement le prix élevé est un des moteurs actuels du développement de la medjool car si le consommateur est quelque part perdant, les gagnants par contre sont les fabricants, importateurs et distributeurs, qui font de copieus profits sur son

dos. Ils poussent le produit car aujourd'hui un container de medjool rapporte plus que 15 camions de raviers de deglet nour et est relativement plus facile à vendre.

La deuxième limite au développement de la medjool tient à la capacité ou à la volonté de la grande distribution à investir dans le produit. Car pour que la medjool puisse avoir accès à l'ensemble des consommateurs, il est indispensable qu'elle soit présente dans les rayons des grands hyper et supermarchés. Si il semble que cela soit fait en Grande Bretagne, ce n'est pas le cas pour les autres pays.

L'Allemagne bute sur le prix élevé du produit qui heurte les acheteurs marqués par l'esprit discount et qui ne voit pas l'intérêt d'un produit aussi cher.

La France et L'Espagne doivent subir la centralisation des systèmes de décisions des grands distributeurs pour imposer un produit nouveau à des gens dont le métier est de faire ce qui marche et non pas ce qui peut marcher. En d'autres termes le produit sera présent chez eux quand le commerce de détail traditionnel aura fait son travail de promotion auprès du plus grand nombre de consommateurs.

Comment un exportateur de medjool peut-il franchir l'obstacle de la grande distribution ?

Dans l'état actuel de la consommation il nous semble impossible pour un exportateur d'aborder seul le marché européen. Il lui faut une base logistique et commerciale pour pouvoir vendre, livrer et facturer les différentes plate formes et centrales. Le rôle de l'importateur, est incontournable.

La question qui se pose est donc : qu'elle est le meilleur importateur pour pouvoir vendre en grande distribution ?

Aujourd'hui nous avons tendance à penser que les spécialistes en fruits frais sont mieux armés pour introduire le produit en grande distribution. D'une manière générale les fruits secs suivent un circuit le référencement classique qui part de la centrale nationale et qui redescend jusqu'au magasin. Les fruits frais peuvent suivre un schéma plus court. Il est possible d'avoir accès plus facilement aux plate formes régionales et même, dans certain cas directement aux magasins.

Par contre il reste à trouver le conditionnement idéal adapté au rayon fruit frais.

B - La hayani

Par sa forme, sa texture, son goût et son type de conservation, la hayani se distingue radicalement des autres dattes. C'est un fruit frais à part entière.

Connue en Israël où elle se vend pratiquement toute l'année, la société Hadiklaim a entrepris depuis une dizaine d'années la commercialisation de ce produit en Europe avec une réussite mitigée puisqu'en dehors de l'Espagne qui fait 700 tonnes le reste des pays européens ne fait que 500 tonnes par an. Nous émettons d'ailleurs quelques réserves sur ces chiffres communiqués par l'exportateur. Car si nous sommes d'accord sur un total importé de 1200 tonnes, nous pensons que le tonnage estimé pour la France et L'Italie est très surévalué, par contre l'Espagne pourrait faire plus que les 700 tonnes annoncées.

La période de production

Septembre/ Octobre

La conservation de la datte hayani

Les israéliens appellent les hayani les Fresh All Year Round Dates. Elles sont congelées avec ou sans noyaux immédiatement après la récolte. La texture fibreuse du fruit et son taux de sucre élevé, lui permettent de supporter parfaitement ce traitement et de rester en parfaites conditions d'aspect et de goût. Une fois décongelée elle se présente réellement comme si elle venait d'être récoltée.

La logistique

La datte hayani est exportée en container réfrigéré de 20' contenant 9 palettes.

Les calibres

Il existe deux calibres jumbo et standard mais qui ne sont pas toujours respectés.

Les emballages

Elles sont importées principalement en cartons vrac de 5 kg. Les conditionnements consommateurs sont fait directement par les importateurs généralement en barquettes de 500 g en plastique transparent.

Les prix de la hayani

Les israéliens proposent toujours des prix CIF. Selon nos dernières informations le prix à l'origine de la hayani serait à la baisse.

Hayani carton de 5 kg	Prix moyen CIF/kg
Jumbo	1.98 €
Standard	2.38 €

Les contraintes logistiques de la datte hayani

En vrac: le produit est livré, au magasin directement surgelé. Il est ensuite décongelé et mis en rayon réfrigéré en fonction de la demande. Il conserve ainsi une durée de consommation de 10 jours environ. Légalement le magasin sera tenu d'indiquer que le produit a été décongelé.

En barquette: la législation prévoit que les produits emballés doivent comporter une date limite de vente. Si le magasin est livré en surgelé et si il le décongéle pour le mettre en rayon, comme il le ferait pour le vrac, il est obligé d'indiquer sur chaque emballage la date limite de vente. Cette opération est matériellement impossible. Il ne peut donc accepter que des produits déjà marqués et donc des produits déjà décongelés prêts à être mis en rayon.

On voit bien que le conditionnement en barquette fait perdre tout l'avantage que procure le surgelé.

Il devient très contraignant car il oblige l'importateur à faire lui-même cette opération de marquage. Et surtout il réduit considérablement les quantités livrées. Pour les produits frais, les magasins ne peuvent commander que les quantités nécessaires à quelques jours de ventes. Il limite de ce fait le type des importateurs qui doivent pouvoir assurer la logistique de la filière fruit frais. C'est à dire être capables de livrer rapidement les magasins sur un territoire important à des conditions économiques rentables.

La commercialisation de la hayani en Europe

Elle est dépendante du couple exportateur/importateur. Le système israélien repose sur deux principes : une centralisation des exportations et le choix d'un petit nombre d'importateurs par pays. Pour la société Hadiklaim qui commercialise la hayani mais

aussi toutes les autres dattes d'Israël, le type de partenaires avec qui ils travaillent déjà dans chaque pays est déterminant.

L'importateur idéal doit donc pouvoir vendre les deux produits à la fois. Il doit être à la fois vendeur de fruits secs et à la fois vendeur de fruits frais et en plus il doit disposer d'installations en froid négatif et des moyens suffisants pour reconditionner le produit quand cela est nécessaire. Il est évident que les candidats idéaux sont rares. En Espagne par exemple la société Meneu vend très bien la hayani par contre elle ne fait que quelques palettes de medjool.

Les limites au développement commercial de la hayani en Europe

A ce titre l'expérience réalisée en France en 1996 par la société Hadiklaim et son importateur est assez révélatrice.

L'opération devait promouvoir la datte hayani auprès de la grande distribution française. Les produits étaient proposés en deux calibres, standard et jumbo et étaient conditionnés en barquettes de 500 g et en vrac de 5kg.

Les clients contactés étaient les chefs de rayon des hypermarchés de plus de 8000 m². L'opération consistait à mettre à la disposition du magasin une palette de 100 cartons ainsi qu'une animatrice qui pendant deux jours, était chargée d'animer les ventes. Chaque animatrice disposait d'un argumentaire ainsi que des affiches. En cas d'inventus l'importateur s'engageait également à reprendre les produits restants. Le prix de vente publique était de 19.90 F le kilo pour un prix d'achat franco magasin de 13 f le kilo ce qui laissait une marge confortable d'un peu plus de 30 %.

Sur plus de 50 animations, les quantités moyennes vendues ont été de 63 cartons par animation soit environ 7 000 francs de chiffre d'affaires réalisés en deux jours par magasin.

Ces résultats permettaient d'estimer le potentiel de ventes à 5 000 francs par semaine dans des conditions normales ; c'est à dire sans animatrice.

Malgré ces résultats prometteurs l'importateur n'a jamais réussi à dépasser le stade des opérations d'animation et à faire que le produit soit acheté et référencé par la grande distribution.

Les raisons de cet échec commercial sont multiples.

Il tient, en premier lieu, à la centralisation des décisions d'achats dans la grande distribution. Implanter un nouveau produit, demande un effort commercial intense pour convaincre du sommet à la base les différents décisionnaires.

Le caractère hybride du produit, qui est à la fois surgelé et frais, inquiète les acheteurs car il est à la frontière entre deux types de réglementations et de règles sanitaires.

Il s'insère mal dans l'organisation merchandising du rayon fruits et légumes car il doit être vendu en vrac là où on préférerait le voir en préemballé et doit être mis dans des vitrines réfrigérées généralement dédiées aux salades et produit préparés.

Enfin il perturbe l'organisation des achats, groupée par famille de produits : le surgelé étant généralement séparé des fruits et légumes.

C – La Bahri

La bahri est une datte qui entre complètement dans l'univers des fruits frais. Il s'importe en Europe environ 500 tonnes par an, essentiellement en France, en Grande Bretagne et en Espagne qui se répartissent ce tonnage dans des proportions égales.

Pays producteur

La bahri est importée d'Israël et commercialisée par Agrexco et Hadiklaim.

Période de production

Août/Septembre

Conditionnement

La bahri est conditionnée en carton de 5kg. Les fruits sont sur des branchettes de trente centimètres environ.

Stockage

Comme tous les fruits frais la bahri est stockée en froid positif

Le prix de la bahri

Bahri vrac de 5 kg	
Prix revient des importateurs/kg	Prix moyens de vente des importateurs/kg
2.40 €	2.83 €

Le potentiel commercial de la bahri

La datte bahri reste un produit de spécialistes et est réservée à une clientèle réduite de consommateurs qui connaissent le produit.

Sa saveur particulière, l'âpreté des fruits, ne jouent pas en sa faveur pour celui qui la goûte pour la première fois.

Conclusion

Pour conclure cette étude, et afin d'y apporter un éclairage sous un angle un peu différent, nous avons pensé qu'il était intéressant de se mettre dans la position d'un producteur de dattes désireux de prendre une part du marché européen. Cette approche particulière, nous permettra de mettre en évidence les forces et les faiblesses de la filière actuelle.

Forts des différentes constatations que nous avons faites, et si nous devons élaborer notre stratégie de commercialisation, trois choix nous semblent possibles.

1) Se positionner sur le segment le plus important occupé par la deglet nour.

Toutefois, tout pays désireux de développer ses exportations de deglet nour rentrera en concurrence avec des origines déjà solidement implantées en Europe, notamment la Tunisie qui, comme on l'a vu, a la plus grosse part du marché. Leader incontestable et aujourd'hui incontesté, la Tunisie, sous une apparence forte, cache néanmoins des faiblesses structurelles. Nous avons parlé de la désorganisation de son système commercial, nous pourrions également y ajouter une qualité de fabrication inconstante, des conditions d'emballages et de mise sur palette très approximatives, auxquelles il faut ajouter un taux d'infestation relativement élevé.

Si, comme on le voit, il y a des faiblesses dans le secteur des dattes tunisien, il semble que seule l'Algérie ait actuellement le pouvoir d'accroître sa part de marché en Europe. C'est, en effet le seul pays capable actuellement de disposer d'une production de deglet nour suffisante et indispensable pour répondre au marché européen demandeur en priorité de cette variété.

Nous excluons de notre choix Israël dont la qualité de deglet nour reste inférieure, ainsi que les USA dont le prix de revient est trop élevé. Enfin nous excluons tous les autres pays non producteurs de deglet nour et pour lesquels le temps nécessaire à la mise en place d'une telle production serait beaucoup trop long.

2) Se positionner sur le segment occupé par les dattes communes.

Les dattes communes ont pris une part de marché grâce à leur prix bas.

Une stratégie basée sur ce seul critère me semble vouée à l'échec.

Les acheteurs, aujourd'hui, sont sensibles aux trois arguments du Prix, de la Qualité et du Service. La grande distribution, qui domine le marché du conditionné, pourrait faire le portrait type d'une datte a qui elle pourrait donner sa préférence et qui ne serait pas de la deglet nour.

Ce serait :

- Une datte claire de bon calibre avec un goût et une texture approchant la deglet nour
- Avec un taux d'infestation inférieur à 5%
- Avec une garantie de traçabilité totale
- Conditionnée en barquette (window box) de 200 g à la marque du distributeur
- Dans des cartons de regroupage avec code barre et sur des palettes irréprochables

- Avec un prix franco ne dépassant pas les 0.35 € facturé dans la devise du pays importateur ou en euro
- Et des conditions de paiement d'au moins 30 jours.

Un tel produit existe-t-il ? Indépendamment de cela, les acteurs actuellement présents, devraient méditer sur certains de ces critères pour améliorer leur offre.

3) Se positionner sur le segment des nouvelles variétés

Nous écarterons de notre choix la hayani et la barhi dont le marché nous semble très faible . Seul à notre avis, la medjool mérite qu'on s'y intéresse bien qu'il soit encore un peu tôt pour savoir si elle prendra la place qu'elle a l'air de vouloir se faire. Néanmoins il est peut-être intéressant de prendre le risque et de se préparer suffisamment tôt pour être prêt le moment venu.

Avantages et inconvénients des dattes de contre-saison

Nous n'avons pas interrogé les importateurs sur ce sujet. Mais nous sommes catégorique quand nous affirmons que le caractère saisonnier de la datte, ancré dans les habitudes des acheteurs et des consommateurs, ne permet pas détendre les ventes d'une manière conséquente, au delà d'une période allant de octobre à février. Plus de 80% du volume se fait pendant cette période.

Par contre dans cinq à six ans et pendant les 20 années qui suivront on devrait observer, en dehors de cette période, un pic de consommation correspondant au ramadan. Cette demande a toujours été absorbée par le stock frigo.

En ce qui concerne la medjool, seul la Grande Bretagne a su aujourd'hui a l'imposer toute l'année. Une medjool de contre saison compétitive pourrait avoir sa place. Nous croyons savoir que les exportateurs israéliens labellisent déjà une petite quantité de medjool d'Afrique du Sud qu'ils expédient en Grande Bretagne.

On voit bien que le marché européen de la datte a des spécificités bien particulières ancrées par des années de pratiques et d'habitudes de consommation. Il n'est pas aisé de s'y faire une place si l'on ne dispose pas d'atouts majeurs.

Avant de s'y lancer, on pourra légitimement se demander si, malgré un taux de croissance intéressant, la relative faiblesse des quantités consommées n'est pas un handicap par rapport à des marchés peut-être plus porteurs.

Annexe – Importateurs européens de dattes

ESPAGNE		Adresse	Adresse	Code	Ville	Telephone	Fax
BERNABE BIOSCA		Ctra Alicante-Valencia Km 120		3560	El Campello-Alicante	96 56 36 000	96 56 36 400
PRODUCTORS FRIT RAVICH SL		POLIGONO INDUSTRIAL MACANET SN		17412	Macanet de la Selva	972 85 80 08	972 85 92 38
FRUMESA SL		CRA DE GANDIA S/N	PARTIDA REBOLLET	46780	Oliva	96 28 51 269	962 85 17 05
IMPORTACO SA		POLIGONO INDUSTRIAL NORTE	BARRANCO SN	46469	Beniparrel	96 12 11 650	961 21 17 71
MENEU DISTRIBUCION SA		AVDA DEL MAR 11	POL IND MEDITERRANEO	46550	Albuixech	96 14 01 406	96 14 01 403
BORGES		C/Notari Rull 41		43205	Reus	977 30 90 53	93 262 22 90
GRUPO FERNANDEZ		Mercabana	Longitudinal 5,19 A	08040	Barcelona	93 262 89 20	93 262 22 90
ROYAUME UNI		Adresse	Adresse	Code	Ville	Telephone	Fax
HART & FRIDMANN LIMITED		Unit B Western Trading Estate Off	Park Royal Road	NW10 7LY	London	20 89 61 51 71	20 89 61 61 33
J O SIMS HOLDINGS LIMITED J		Pudding Lane, Pinchbeck	Lincolnshire	PE11 3TJ	Spalding	17 75 84 21 30	17 75 84 21 01
Fesa		Hawthorn bank	Lincolnshire	PE11 3TJ	Spalding	17 75 71 47 00	17 75 71 47 20
Geest Bananas		White House Chambers, Albion Street	Lincolnshire	PE11 2AL	Spalding	17 75 76 31 54	17 75 76 04 78
Saphir Produce ltd		Eurocentre Whistable Rd		ME13 8BG	Faversham	17 95 56 23 45	
ALLEMAGNE		Adresse	Adresse	Code	Ville	Telephone	Fax
STOLTZENBERG NUSS GMBH		GROSSMARKT STAND 382/384		20097	Hamburg	40 32 81 120	40 32 34 90
ERNEST LEUDERS		GROSSMARKT		20097	Hamburg	40 32 55 500	40 32 55 50 40
Frupa Fruchtpack und Nuss		Grosser Schippsee 38		21073	Hamburg	40 76 60 020	40 76 65 500
Internut Handels		Lippeltstr 1		20097	Hamburg	40 30 80 40	40 30 804 201
Vertrieb Marketing		Bunger Ingredient	Im Hegen 7	22113	Osteinbek	40 71 488 725	
Tilouche Fruchimport GmbH		Thalkirchner 81		81371	Munich	777180/938266	
REWE							
DANKAT							

FRANCE	Adresse	Adresse	Code	Ville	Telephone	Fax
V.G.Fruit (Color)	16 rue Gaston Castel	ZAC Saumaty-Séon	13016	Marseilles	04 91 46 64 70	04 91 03 82 84
A. Fetaya	38 rue d'Agen	Fruileg 720	94584	Rungis cedex	04 45 12 24 60	01 46 87 47 59
S.A. Laparre	Castelnaud de Gatecambe		47290	Cançon	05 53 01 67 32	05 53 01 74 30
Sagime	1 rue des Tropiques E 132		94538	Rungis	01 45 60 44 73	01 49 79 10 10
Saisof	29/31 rue des Investisseurs		91560	Crosne	01 69 83 89 10	01 69 83 88 18
Sté Edouard Saman	N. 36 2ème Avenue	B.P. 97	13743	Vitrolles Cedex	04 42 15 15 15	04 42 79 28 46
Brousse Vergez	2 Quai de la Joliette	B.P. 33	13471	Marseilles Cedex	04 91 14 08 80	04 91 91 25 60
Arbona et Cie	8 rue des Fabres	B.P.2026	13201	Marseilles Cedex	04 91 91 64 99	04 91 91 64 74
Avon S.A.	MIN Bât O		84000	Avignon	04 90 88 40 67	04 90 88 75 04
Crozier S.A./Lenoble	Min de Lyon Bât C2	Mag. 6 à 9.	69297	Lyon Cedex	04 72 77 80 20	04 78 37 43 56
Soria & Cie	MIN des Arnavaux Bât B	Box 206/207/306/307	13323	Marseilles cedex 3	04 91 98 04 48	04 91 63 27 02
Fabre	94/98 Av du Merlan	Bp 3	13344	Marseilles Cedex 15	04 91 60 32 06	04 91 60 30 72
Agrusud	Centre fruitier international	Box 18	13344	Marseilles	04 91 09 41 10	04 91 60 21 67
ITALIE	Adresse	Adresse	Code	Ville	Telephone	Fax
Noberasco	Regione Bagnoli 5 CP 86		17031	Albenga	18752201	01 87 54 06 70
Murano	Via delle Puglie 187	Pomigliano d'Arco	80038	Naples	818423022	08 15 22 19 30
Ventura	Via Santuario della Guardia 88		16142	Genoa	10711856	0 10 71 20 84