

---

## VI - La filière pomme



# La filière pomme

---

- Les principaux acteurs et les chiffres clés
- Organisation de la filière
- L'approvisionnement local et international
- Opportunités pour la France
- Relevés d'offres

Remarque : L'étude des niveaux de prix et des possibilités d'offres plus qualitatives est nécessaire compte tenu d'une offre notamment USA en proximité

# Définitions

- Sont étudiés dans ce chapitre les besoins du Mexique en pommes fraîches (code SH 080810).

Codes du Système Harmonisé

Code	Description
08	Fruits comestibles; agrumes; melon et pastèque
0808	Pommes, poires et coings frais
080810	Pommes
08081001	Pommes

- Toutes les données utilisées proviennent de GTA Comtrade et des douanes mexicaines

# Principaux acteurs et chiffres clés

## La production nationale

- Le Mexique est le 20<sup>ème</sup> producteur mondial de pommes. Les pommiers y représentent 4% des vergers du pays. En 2019, la superficie occupée par les vergers de pommiers était de 57 500 hectares pour une production de 761 000 tonnes, soit un rendement moyen de 13,2 tonnes/ha. La production de pommes varie d'une année à l'autre en raison des aléas climatiques. Ainsi, en 2012, la récolte n'a été que de 375 000 tonnes (gel et sécheresse) contre plus du double en 2013. Malgré ces fluctuations, la tendance à long terme est à l'augmentation de la production. Le taux de croissance annuel moyen a été de +3% de 2009 à 2019. La production a ainsi augmenté de 36% en 10 ans.
- Les variétés les plus produites sur le sol mexicain sont la Golden Delicious, la Red Delicious, la Red Beauty et, dans une moindre mesure, la Golden Dorsett. La Gala et la Granny Smith, variétés populaires parmi les consommateurs, sont très peu produites.



Golden Delicious  
Approx. ~50/55%



Red Delicious  
Approx. ~30%



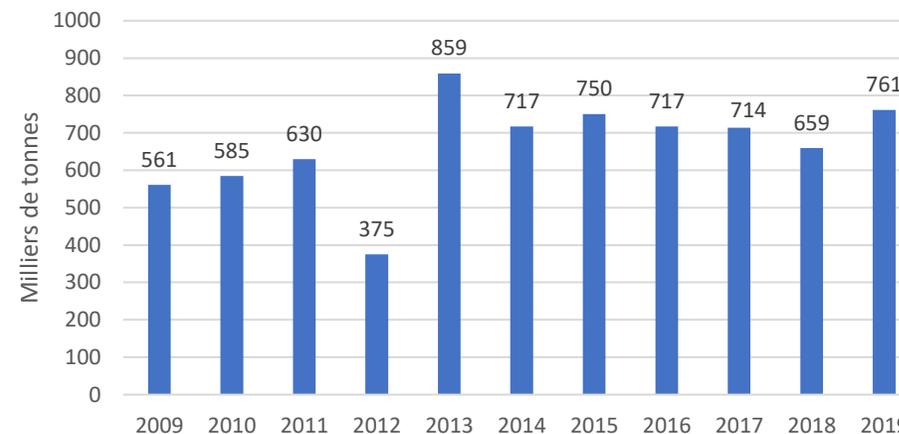
Red Beauty  
Approx. ~10%



Golden Dorsett  
Approx ~5/10%

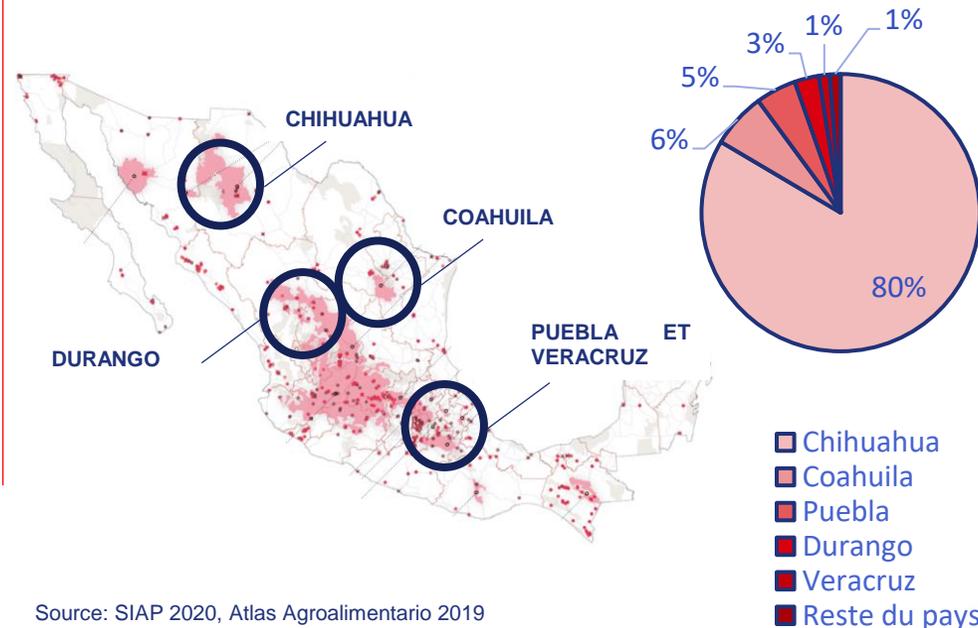
- La récolte s'étale de juin à octobre, lors de l'automne mexicain. Le pic de production a lieu en septembre où 61 % des volumes sont récoltés.
- Trois états concentrent 90% de la production mexicaine en volume. Au nord, les états de Chihuahua et de Coahuila produisent respectivement 80% et 6% des volumes. L'état de Puebla complète le podium avec 5% des volumes produits.
- Selon la SIAP (Sistema de Información Agropecuaria México), en 2019, 92% des vergers disposaient d'un système d'irrigation, 79% des exploitations étaient mécanisées et 74% avaient mis en place des systèmes de contrôle phytosanitaire. Ces statistiques cachent cependant des disparités techniques importantes d'une exploitation à l'autre.

Evolution de la production de pommes au Mexique



Source: SIAP 2020 (Sistema de Información Agropecuaria México)

Production de pommes par État (2019)



Source: SIAP 2020, Atlas Agroalimentario 2019

Le rendement moyen varie fortement d'un état à l'autre. Le Chihuahua présente les meilleurs résultats avec un rendement moyen de 21,9 tonnes par ha grâce à d'importants efforts de modernisation : augmentation de la densité de plantation, irrigation sous pression, filets anti-grêle, etc. Selon l'Union Régionale des Fruiculteurs de cet état, les vergers les plus productifs peuvent atteindre jusqu'à 30 tonnes/ha grâce à différentes techniques qui permettent de contrôler les gelées, telles que l'irrigation par aspersion ou le chauffage (des réchauds appelés Calenton sont placés de façon régulière dans le verger).

**Prix des pommes nationales sur les marchés de gros mexicains entre 2009 et 2019 (toutes variété confondues)**



Source: SIAP 2020



\*Calenton (chauffage de vergers à Chihuahua)

Le prix est le facteur clé pour réussir sur le marché mexicain de la pomme. En 2019, le prix moyen des pommes mexicaines sur les marchés de gros était de 11 033 MXN par tonne. La période pré-récolte de mai à juillet est cruciale : c'est à ce moment que la production de l'année est estimée et que les prix sont calculés. Ces prix dépendent à la fois de la production nationale mais aussi des importations qui représentent 30 % des volumes. Le plus gros fournisseur étranger étant de très loin les États-Unis, les prix dépendent significativement des exportations de pommes ce pays. A titre d'illustration, entre mai et juillet 2013, les producteurs étatsuniens ont écoulé leur surplus de stock de la campagne précédente à prix cassé. En parallèle, la récolte de 2013 a été exceptionnelle au Mexique en raison des conditions climatiques. Ce surplus d'offre a entraîné l'effondrement des prix et la vente à perte pour les producteurs. Le Ministère mexicain de l'économie a dénoncé ces pratiques de dumping des États-Unis mais le Mexique étant un pays très libéral, aucune mesure de protectionnisme n'a été prise à la suite de cet événement. Autre exemple, les prix moyens annuels des pommes en 2017, 2018 et 2019 ont été nettement supérieurs à la moyenne. Cela s'explique par l'augmentation des droits de douane des pommes américaines en mesure de représailles à la guerre commerciale initiée par l'administration de Donald Trump.

# La consommation nationale

## Une consommation autour de 8kg/hab./an

- La pomme est considérée comme un des aliments de base du régime alimentaire mexicain et, à ce titre, le prix est le facteur le plus important pour les consommateurs. En 2018, la consommation annuelle moyenne était de 8,1 kg par personne, ce qui représente un marché total de 1,04 million de tonnes. Cette popularité fait de la pomme le 6<sup>ème</sup> fruit le plus consommé du pays après l'orange, le citron, la banane, la mangue et l'avocat alors qu'elle ne représente que 2,9% des fruits produits dans le pays en volume. Les variétés les plus consommées sont la Golden Delicious, la Gala et la Red Delicious.
- Entre 70 % et 75 % de la production mexicaine est destinée à la consommation en frais, principalement entière et crue. Le reste est destiné à la transformation.
- Les femmes consomment plus de pommes que les hommes pour des raisons de santé mais aussi pour sa praticité : la pomme est un produit nomade, prêt à consommer et facile à cuisiner.



- Les Mexicains en consomment principalement lors du petit déjeuner, en snack entre les repas ou comme dessert. Une tendance rendue populaire par les régimes est de consommer une pomme coupée en morceaux dans le porridge. Les pommes peuvent également servir d'ingrédient dans les salades de légumes ou de fruits.
- Une façon typiquement mexicaine de consommer les pommes fraîches est de les napper avec de la sauce Chamoy, une sauce salée, aigre-douce et pimentée, ou de rajouter du piment ou encore de la pâte de tamarin (fruit tropical acidulé).
- La consommation n'est pas soumise à la saisonnalité : la pomme est consommée en quantités similaires toute l'année. Les prix ne varient pas significativement en fonction des saisons, même pendant la contre saison.

Pommes cuisinées avec du Chamoy

## Un fruit consommé majoritairement dans les villes

- La pomme reste un fruit plus onéreux que les fruits tropicaux comme les bananes et les oranges. La consommation de ce fruit est ainsi plus courante dans les milieux urbains que dans les zones rurales, moins aisées.
- Dans le sud et le sud-est du Mexique, où la production de fruits tropicaux est forte et diversifiée, la pomme est très peu consommée. Les états du nord (Chihuahua, Coahuila et Durango) consomment beaucoup de pommes car c'est là que se concentre la production nationale, mais les importations restent assez limitées. Le centre et l'ouest du pays sont les zones où les importations de pommes sont les plus importantes car la production est limitée et la consommation est importante.
- Les principaux distributeurs de pommes fraîches sont les détaillants. Selon les dernières statistiques disponibles, on dénombrait en 2017 plus de 87 319 points de vente au détail au Mexique, parmi lesquels 15,8% dans l'État de Mexique, 15% dans la Ville de Mexico, 9,3% à Puebla\*. La vente de produits frais se fait à 46,8% en GMS, à 52,8% par les détaillants traditionnels (« tienditas ») et à 0,4% via le e-commerce (Euromonitor 2019).
- Les pommes sont principalement vendues en vrac et parfois à l'unité. Le prix est fixé par le distributeur. La vente à l'unité est plus répandue dans les supérettes telles que Oxxo ou Farmacias Guadalajara dans les zones urbaines.

\* Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, de la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco)



Présentation de pommes dans les grandes surfaces



Pommes vendues à l'unité dans les supérettes Oxxo

## Relevé de prix des pommes fraîches en vrac chez les détaillants au cours de la 1ère quinzaine de novembre (en pesos par kilo)

Prix / Ville	Red Delicious 			Granny Smith 			Gala 			Perón Golden 		
	Min	Max	Moyen	Min	Max	Moyen	Min	Max	Moyen	Min	Max	Moyen
1 - Ville de Mexico	\$29.80	\$60.00	\$60.00	\$45.00	\$65.70	\$56.22	\$32.80	\$65.70	\$48.67	\$29,50	\$29.50	\$40.00
2- Monterrey	\$41.90	\$46.95	\$44.43	NC	NC	NC	\$39.90	\$49.90	\$44.90	\$28.90	\$28.90	\$28.92
3 - Guadalajara	\$32.90	\$45.00	\$37.57	\$44.90	\$57.80	\$52.57	\$39.80	\$45.00	\$43.23	\$34.80	\$50.00	\$50.00
4 - Mérida	\$39.80	\$39.80	\$39.80	NC	NC	NC	\$54.80	\$54.80	\$54.80	\$39.90	\$43.23	\$39.90
5 -Tijuana	\$36.90	\$39.00	\$37.95	\$39.90	\$50.00	\$44.95	\$39.90	\$46.00	\$42.95	\$34.90	\$46.00	\$40.45

Prix au consommateur. Tableau élaboré par Business France à partir du site et information de PROFECO - Taux d'échange MXN - USD ≈ 21,71 MXN / USD (moyenne de l'année 2020)

Ce tableau présente le prix de différentes variétés de pommes dans les principales aires urbaines du Mexique. Dans ce tableau, les villes de Mexico, Monterrey et Guadalajara incluent leur agglomération.

Les prix varient significativement en fonction de la variété et de la zone de vente. Le classement des variétés par prix n'est pas identique dans toutes les localités. La différence de prix peut s'expliquer par la distance aux zones de production, les difficultés logistiques, les préférences des consommateurs et le pouvoir d'achat des consommateurs de chaque zone.

Les variations peuvent également être importantes au sein d'une même agglomération et notamment dans la ville de Mexico, en raison de la concentration et de la diversité des acteurs : importateurs, distributeurs, GMS, RHD... Les prix à Mexico sont élevés car le pouvoir d'achat y est plus fort. Au contraire, à Tijuana, les prix varient peu car cette ville frontalière avec les États-Unis est un lieu de passage des camions d'importation de pommes étatsuniennes. Dans la ville de Mérida, au sud-est mexicain, les prix varient peu mais restent élevés car la demande est faible et la ville loin des zones de production.



## Modes d'achat et présentation du produit

L'apparence est un facteur important du processus de vente, les pommes doivent plaire visuellement aux consommateurs. Selon les critères mexicains, une pomme doit d'abord être brillante. Au toucher, elle doit être dure et montrer une certaine résistance à la pression des doigts.



Vente au supermarché  
« La Comer »



Vente directe au consommateur au marché de gros à Mexico

Les pommes ont une apparence brillante grâce à un enrobage de cire qui est autorisé pour la consommation humaine au Mexique. Pour les pommes importées, la cire utilisée est la morpholine. Au Mexique, ce sont les cires de carnauba (palmier mexicain) et plus rarement, pour les produits haut de gamme, la cire d'abeille, plus onéreuse.

Le plus souvent, les pommes sont vendues en vrac au kilo chez les détaillants (GMS, supérettes, épiceries ou marchés). Les pommes sont présentées par variété avec un affichage du prix au kilo. Les consommateurs sélectionnent les pommes et les mettent dans un sac en plastique pesé au moment du passage en caisse.

La vente de pommes déjà emballées est également courante. Les sachets sont en plastique et contiennent 12-14 pièces pour un poids net moyen de 1,3kg. Ces formats contiennent plus d'informations imprimées sur l'emballage comme les apports et la valeur nutritionnelle, l'origine, le lieu d'emballage ainsi que des informations sur l'importateur (le cas échéant). Le conditionnement est réalisé par l'importateur. La qualité de ces pommes est généralement inférieure à celle des pommes en vrac.

Habituellement, le sachet contient un petit sac de piment ou de sauce piquante de type Chamoy pour accompagner la consommation de la pomme comme snack. Les pommes pré-emballées sont achetées en majorité par les familles avec enfants, les fruits étant de petite taille et bien calibrés. Enfin, la société productrice mexicaine « La Norteñita » utilise ce format pour ses pommes « biologiques ».



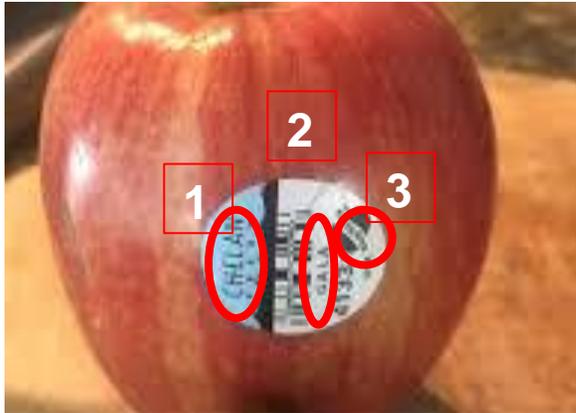
Pomme origine USA en vente en grande surface



Vente de pommes pré-emballées en sac plastique et son sachet de sauce piquante

## L'importance des stickers

Des stickers indiquant la marque, l'origine du produit et éventuellement la variété (cf. étiquette de la pomme de Washington) sont apposés sur les pommes d'importation vendues en vrac et sur toutes les pommes vendues en sachet. Les pommes locales de qualité supérieure présentent simplement la marque nationale *Mexico Calidad Suprema*, rattachée à un cahier des charges validé par le Ministère de l'agriculture. Certaines marques locales sont aussi indiquées sur l'étiquette.



### Étiquette de la pomme Washington, variété GALA

1. Producteur
2. Variété
3. Marque « Washington »



Étiquette d'une pomme mexicaine

« MEXICO Calidad Suprema »

### Verbatim

Juan Carlos López

*... Le sticker sert à créer une image et une réputation de marque, c'est ce qu'a fait « la pomme de Washington » mais aussi la pomme nationale.*

Société DUBACANO

### Verbatim

Monsieur Carlos Barragán

*Les pommes américaine et mexicaine sont préférées par les consommateurs mexicains et c'est en grande mesure grâce aux autocollants qui permettent d'identifier l'origine du produit.*

Société Produce Import Solutions

### Un sticker pour identifier la marque, l'origine et la variété du produit

Rompant avec la tradition, la société Produce Import Solutions a tenté de remplacer ces informations par l'image d'un personnage de dessin animé, « El chavo del ocho », en partenariat avec le média de masse mexicain Televisa. L'idée était de répliquer le marketing utilisé aux États-Unis avec les pommes Disney destinées aux enfants. Une étude de marché préalable au lancement du produit a mis en avant le fait que les consommateurs mexicains n'étaient pas prêts à dépenser davantage (environ 20% de plus) pour un sticker « El Chavo » sur ces pommes en provenance des États-Unis.



Le sticker sert essentiellement à identifier l'origine et la variété.

## Autres formats de vente

- Comme indiqué précédemment, les pommes sont parfois vendues à l'unité dans les supérettes des zones urbaines comme les chaînes OXXO, Seven Eleven, Circulo K et Farmacias Guadalajara. Il s'agit généralement des pommes importées des États-Unis, principalement des Red Delicious et des Golden Delicious. Grupo Tarahumara est l'un des acteurs mexicains qui importent des pommes emballées à l'unité, principalement pour le distributeur Farmacias Guadalajara. Il est important de noter que Grupo Tarahumara est basé à Guadalajara et que ses principaux clients sont dans la région.
- Les pommes vendues individuellement sont consommées comme un snack sain, à emporter, mais ne sont pas achetées lors des courses importantes. En toute logique, le prix des pommes vendues à l'unité -entre \$7 et \$13 MXN en fonction du point de vente- est supérieur à celui de la vente en vrac, rapporté au kilo.
- L'emballage individuel est de 2 types : une maille amortit les chocs au moment de la manipulation et un film plastique recouvre le fruit. Dans les 2 cas, la pomme est étiquetée avec un sticker de la marque et un autre précisant la mention « lavada y desinfectada » (lavée et désinfectée). C'est l'importateur qui se charge de cette étape de lavage à l'eau sous pression et de désinfection au chlore pendant 15 min.



Pomme vendue à l'unité chez OXXO



Exemples de barquette plastique

- Bien que les pommes issues de l'agriculture conventionnelle soient largement majoritaires au Mexique, il existe des opportunités de niche pour les pommes bio dans les points de vente haut de gamme comme City Market du groupe La Comer et Superama du groupe Walmart ou dans les clubs de vente comme Costco ou Sams club (distributeur dont les magasins sont uniquement accessibles aux clients abonnés). Les ventes restent cependant limitées, ces produits étant destinés à une frange aisée de la population.
- Dans ces points de vente, les pommes sont emballées par 8 dans des barquettes en plastique rigides et transparentes, qui permettent de montrer l'état des fruits et de rendre le produit attrayant. Ce type d'emballage concerne surtout les pommes bio (origine États-Unis en général) et plus rarement des pommes conventionnelles haut de gamme provenant également des États-Unis. Le prix de vente des pommes en barquette est supérieur au prix de la vente en vrac. A Sam's Club, en novembre 2020, le prix de vente des pommes conventionnelles était de \$12,24 MXN/unité pour la pomme Golden (soit 97,92\$ la barquette), de \$11,41 MXN/unité pour la Red Delicious et de 15,23\$ MXN pour les pommes Gala (marque ENVY).

## Transformation industrielle des pommes

- Un peu moins de 30% de la production nationale de pommes est destinée à la transformation. Ces fruits sont souvent de moindre qualité. Les pommes importées ne sont pas destinées à la transformation.
- Il existe un nombre important de produits dérivés de la pomme, qu'il s'agisse de produits finaux ou de produits de base à d'autres industries. Il convient de noter que les consommateurs mexicains préfèrent acheter des produits déjà transformés (compotes, confitures, ...) que les cuisiner eux-mêmes. Nous pouvons nommer :
  - La production de jus concentrés ou surgelés pour l'élaboration de boissons non-alcoolisées naturelles.
  - La fabrication d'acide malique, utilisé dans les industries pharmaceutiques et alimentaires comme substitut de l'acide citrique.
  - L'élaboration de pâtes et purées de pommes pour la production de compotes, confitures ou autres produits sucrés transformés.
  - La transformation en cidre et autres produits fermentés.
- Parmi ces produits dérivés, l'industrie des boissons non alcoolisées, comme le soda ou les jus, prédomine.
- Les entreprises de transformation peuvent-être divisées en 3 groupes selon leur taille :
  1. Les grands industriels du jus (« jugueras ») : de manière générale, ces entreprises produisent des concentrés de pommes qui sont vendus aux industriels du secteur des boissons non-alcoolisées (fabricants de soda et de jus).
  2. Les industriels de taille intermédiaire spécialisés dans la production de jus, confitures et produits déshydratés : il s'agit généralement d'anciens producteurs, qui se sont orientés vers la transformation en raison des revenus plus élevés générés par cette activité. Ces industriels de taille intermédiaire rémunèrent mieux les producteurs que les grands industriels. Ces groupes restent cependant limités par leur capacité de transformation modérée.
  3. Les petits producteurs de jus, confitures et produits déshydratés : ces producteurs se positionnent sur des segments à forte valeur ajoutée comme les jus et confitures bio, les pommes déshydratées (snacks). Ils achètent la matière première aux autres producteurs.



# Organisation de la filière

- En 2019, 82 sociétés mexicaines ont importé des pommes fraîches. Parmi ces sociétés, on compte à la fois des acteurs spécialisés dans l'import/export et des enseignes de la grande distribution.
- La plupart des détaillants préfèrent acheter les pommes fraîches auprès d'importateurs spécialisés, qu'elles soient d'origine américaine, chilienne ou sudafricaine. En effet, les services de ces opérateurs sont jugés compétitifs, tant pour les solutions logistiques que pour les charges administratives. Le Mexique compte plusieurs de ces entreprises spécialisées dans l'importation, l'exportation et la commercialisation de fruits et légumes appelées « *Comercializadoras de frutas finas* » (*Frutas finas* étant un terme générique qui signifie « fruits importés », soit l'ensemble des fruits peu ou pas produits au Mexique). Par ailleurs, ces sociétés exportent des fruits et légumes produits au Mexique, tels que l'avocat, la tomate et les fruits tropicaux. Les bureaux des *Comercializadoras* sont situés à proximité des marchés de gros appelés « *Central de Abasto* », leur principal lieu d'échange et de vente. Ces marchés sont répartis dans les plus grandes villes du Mexique : le *Central de Abasto* de la Ville de Mexico, le *Estrella* à Monterrey, le *Central de Abasto* de Guadalajara, le *Central de Abasto* de Veracruz et le *Central de Abasto* de Chihuahua. Les importateurs disposent d'un réseau de clients étendu qui regroupe l'ensemble des canaux de distribution : leurs propres points de vente, les grossistes, la GMS et les chaînes de supérettes, les épicerie de quartier/ marchés de quartier et le canal HORECA.
- Certaines chaînes comme Walmart, Soriana, HEB et Chedraui importent des pommes en direct. Elles font néanmoins parfois appel aux services d'importateurs spécialisés, à l'instar de Soriana qui achète 15% des pommes importées auprès de l'importateur Produce Solutions. L'enseigne Grupo La Comer n'importe pas en direct et se fournit en pommes auprès d'importateurs exclusivement.
- Le processus d'importation et de commercialisation du lieu de production jusqu'aux consommateurs finaux peut durer plusieurs semaines. Ce long trajet explique pourquoi la qualité est primordiale aux yeux des importateurs mexicains. Les pommes doivent supporter de longues périodes de stockage dans les chambres froides. La marque et la qualité de l'emballage sont également importants mais le facteur déterminant reste le prix, la pomme étant un produit de base.



**DUBACANO** (point de vente au marché de gros de Guadalajara)



**Grupo MLA** (point de vente Frutas Mayra au marché de gros de la Ville de Mexico)



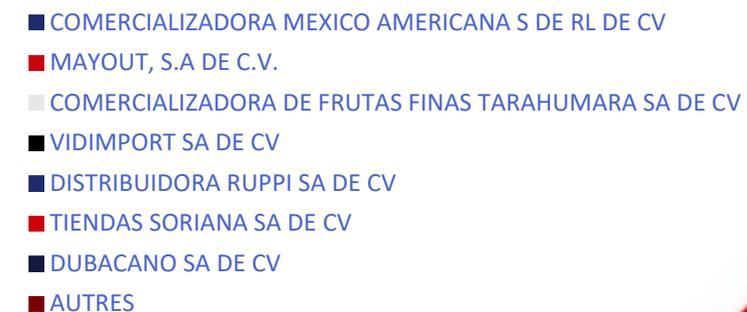
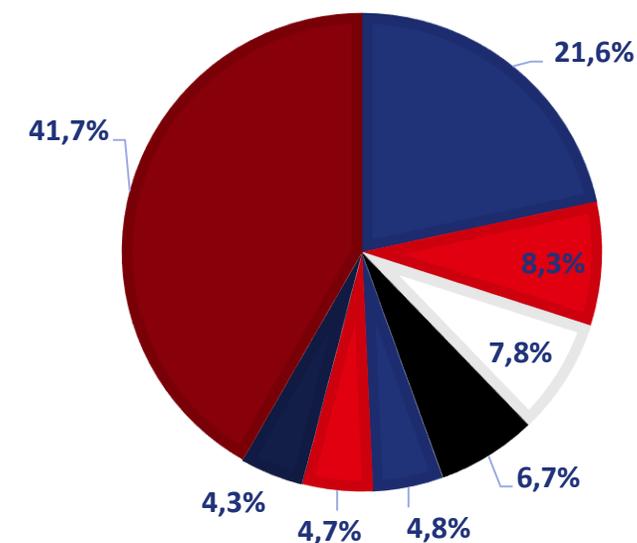
**VIDIMPORT** (point de vente au marché de gros de la Ville de Mexico)

## Caractéristiques des importateurs mexicains

- Sur les 82 sociétés enregistrées comme importatrices de pommes fraîches en 2019, 7 ont réalisées 58% du total des importations en valeur.
- En 2019, les douanes mexicaines ont comptabilisé 26 114 opérations d'importation de pommes fraîches, pour un montant FOB de 284 M USD et un volume de 252 900 tonnes, soit 1 123 USD par tonne. Les entreprises de la grande distribution ont réalisé moins de la moitié des importations mais leur part reste significative : Walmart, Soriana, HEB et Chedraui représentent 28 % de la valeur totale des importations de pommes fraîches dont 21% réalisées par Comercializadora de México Americana S de RL de CV, la raison sociale de Walmart au Mexique.
- Pour ce qui est de la logistique, 97 % des importations sont effectuées par route, en provenance des États-Unis. Le reste est effectué par voie maritime. Les douanes de Nogales, San Luis Rio Colorado (Sonora) et Tijuana (frontière nord) ont enregistré respectivement 55 %, 19% et 12 % des cargaisons de pommes importées. Les autres ports d'entrée sont Manzanillo (pommes chiliennes) et Veracruz (pomme sudafricaines).

IMPORTATEUR	#ENREGISTREMENTS	PDM US \$	TOTAL US \$ FOB	VOLUME (TONNES)	US\$ / KG
COMERCIALIZADORA MEXICO AMERICANA S DE RL DE CV	8 593	21,6 %	61 419 953	53 728	\$ 1,143
MAYOUT, S.A DE C.V.	2 253	8,4 %	23 705 153	19 166	\$ 1,237
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS FINAS TARAHUMARA SA DE CV	1 810	7,9 %	22 290 846	18 954	\$ 1,176
VIDIMPORT SA DE CV	817	6,7 %	18 980 487	16 484	\$ 1,151
DISTRIBUIDORA RUPPI SA DE CV	651	4,8 %	13 581 252	13 015	\$ 1,044
TIENDAS SORIANA SA DE CV	540	4,7 %	13 398 886	10 644	\$ 1,259
DUBACANO SA DE CV	658	4,3 %	12 078 707	9 937	\$ 1,216

Poids des principaux acteurs à l'importation de pommes (% valeur) en 2019





## Récapitulatif des interviews d'importateur de pommes fraîches

IMPORTATEUR (classé par niveau d'importation USA)	Localisation du siège	Activité principale	Clients	Produits importés	Variétés importées	Recommandations	Intérêt pour l'offre française
<b>MAYOUT S.A DE C.V.</b>	Ville de Mexico	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre, occident et sud-est)</li> <li>• Magasins en propre</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (63%)</li> <li>2. Poires (30%)</li> <li>3. Melons (4%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Granny Smith et Gala</li> <li>• Calibre 100-120</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagne publicitaire</li> <li>• Visite annuelle des fournisseurs</li> </ul>	OUI. Besoin d'informations sur les prix et les variétés françaises.
<b>COMERCIALIZADORA DE FRUTAS FINAS TARAHUMARA SA DE CV</b>	Guadalajara	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre et occident)</li> <li>• Magasins en propre</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (56%)</li> <li>2. Poires (12%)</li> <li>3. Abricots (7%)</li> <li>4. Kiwis (6%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Golden et Granny Smith</li> <li>• Calibre 88-125</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix moyen par caisse * de 16 USD.</li> </ul>	OUI. Propose un achat échelonné: 3 conteneurs la 1 <sup>ère</sup> année, 8 la 2 <sup>ème</sup> , etc.
<b>VIDIMPORT SA DE CV</b>	Ville de Mexico	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GMS et détaillant</li> <li>• HORECA</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (62%)</li> <li>2. Poires (17%)</li> <li>3. Kiwis (5%)</li> <li>4. Abricots (3%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Golden, Gala et Granny Smith</li> <li>• Calibre 100-125</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix compétitif</li> <li>• Campagne publicitaire</li> </ul>	NA
<b>DUBACANO SA DE CV</b>	Guadalajara	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre et occident)</li> <li>• Magasins en propre</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (56%)</li> <li>2. Poires (32%)</li> <li>3. Kiwis &amp; Abricots (3%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gala</li> <li>• Calibre 100-120. (Intérêt pour d'autres calibres.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomme premium</li> <li>• Pommes "Honeycrisp" 40 USD/caisse</li> </ul>	OUI. Besoin de connaître les fournisseurs
<b>AUSTRAL TRADING MEXICO SA DE CV</b>	Ville de Mexico	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre et occident)</li> <li>• GMS</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (63%)</li> <li>2. Poires (14%)</li> <li>3. Prunes (4%)</li> <li>4. Kiwi (4%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Golden, Red, Granny et Gala</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomme bio et conventionnelle</li> <li>• Variétés classiques</li> <li>• Conditionnement : sac, barquette, blister, boîte.</li> </ul>	OUI. Besoin du protocole SENASICA (office sanitaire mexicain officiel) et de connaître les fournisseurs.
<b>PRODUCE IMPORT SOLUTIONS S.A. DE C.V.</b>	Culiacán	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grossistes</li> <li>• GMS</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (83%)</li> <li>2. Poires (11%)</li> <li>3. Melons (3%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gala et Granny Smith</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présenter les variétés françaises et les prix</li> <li>• Communication publicitaire sur l'origine France et la qualité</li> </ul>	OUI. Peuvent aider le dossier SENASICA et faire la vente en Amérique centrale
<b>GRUPO YAXCHE, S.A. DE C.V.</b>	Ville de Mexico	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (63%)</li> <li>2. Poires (37%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Golden et Gala</li> <li>• Calibre de 50 à 120</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix de vente</li> </ul>	OUI. Ouverts à faire le test d'importation
<b>MEXIFRESH SA DE CV</b>	Ville de Mexico	Importation et Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché de gros (centre)</li> <li>• Magasins en propre</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pommes (85%)</li> <li>2. Poires (15%)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gala et Golden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix très important</li> <li>• Communiquer sur l'offre française peu connue</li> </ul>	OUI. Besoin de Prix, logistique, temps de transit et connaître les fournisseurs
<b>COMERCIAL MEXICANA</b>	Ville de Mexico	Distribution (GMS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 71 points de vente (Ville de Mexico, région nord et région centrale)</li> </ul>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calibre 80-88 (premium)</li> <li>• Calibre 80 (moyen)</li> <li>• Calibre 50-55 (en sac)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser des dégustations</li> <li>• Budget marketing</li> </ul>	OUI si le produit arrive avec du budget marketing

\* Caisse : boîte en carton qui contient 20 kg de pommes (remarque : il existe également des caisses de 18 kg).

# Barrières tarifaires et non tarifaires

## Barrières non tarifaires

Les autorisations d'importation des fruits et légumes frais sont délivrées par la Direction Générale de la Santé Végétale qui est sous la dépendance du Service National de Santé, Sécurité et Qualité Agroalimentaire, le SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria). Le SENASICA est un organisme administratif décentralisé qui dépend du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (SADER pour ses sigles en espagnol). Il a pour activité la prévention et la maîtrise de l'introduction de ravageurs et de maladies qui affectent le secteur agroalimentaire mexicain, à travers la mise en place de contrôles sanitaires sur les importations, exportations, réexportations et transit de marchandises d'origine végétale et animale. Les agréments sanitaires nécessaires à l'exportation de produits animaux et végétaux sont délivrés par cet organisme. Toutes les informations nécessaires à l'importation de ces produits sont disponibles en libre accès sur le site internet du SENASICA : <https://sistemasssl.senasica.gob.mx/mcrfi/>. Pour accéder au marché mexicain, les produits doivent être, au minimum, étiquetés avec le nom du produit, le pays d'origine et le pays de provenance. Le SENASICA demande également que tous les produits soient dans un emballage intègre avec une étiquette en espagnol sur l'emballage et une description du produit (pas nécessairement en espagnol) et un tampon de l'autorité sanitaire. La France ne dispose pas pour le moment de certificat phytosanitaire pour exporter des pommes au Mexique. Le dossier, en discussion depuis la fin 2018, est actuellement en *stand by* en raison de la crise sanitaire. Il reste bloqué en raison des conditions sanitaires que le Mexique impose et que les pays européens ne pratiquent plus comme le traitement avec le bromure de méthyle ou encore le traitement thermique à 0°C pendant 42 jours (utilisé par le Chili).

## Barrières tarifaires

La pomme étant un produit de commodité, le marché est très sensible aux prix et donc aux droits de douane. La France bénéficie au même titre que les autres pays de l'UE de l'absence de droit de douane pour la pomme grâce à l'Accord de Libre Échange UE-Mexique. Cependant, cela ne confère pas d'avantage par rapport aux États-Unis qui bénéficient du même privilège. Les autres pays fournisseurs doivent s'acquitter de droits de douane de 20% à l'exception du Chili dont le taux est 15,3%.

Les États-Unis ont vu leur tarif douanier ramené à 20% pendant 2 mois de 2018. Cependant, ils n'ont pas perdu de part de marché étant donné que les pays concurrents sont tous soumis à 20% de droits de douanes, à l'exception du Chili dont le taux reste élevé et des pays de l'Union Européenne qui ne peuvent pas exporter en l'absence d'agrément sanitaire. Seuls les producteurs mexicains en ont profité, en augmentant leurs prix de vente.

### LISTE DES PAYS PARTENAIRES ACTUELS ET POTENTIELS POUR L'APPROVISIONNEMENT DE POMMES EN FRAIS (code SH 08.08.10)

PAYS	ACCORD DE LIBRE ÉCHANGE	DROITS DE DOUANE
Chine	OMC	20 %
États – Unis	ALENA (sauf 2 mois de 2018 pendant la guerre commerciale)	0 %
Chile	ALE Chile-Mexique – Alliance du Pacifique	15,3 %
Afrique du Sud	OMC	20 %
Nouvelle-Zélande	OMC	20 %
Pays de l'UE	Accord Libre Échange UE-Mex	0 %



Caisse de pommes Gala - origine États-Unis - et étiquettes avec description



Caisse de pommes origine Chili

## Les importations de pommes

### Un pays structurellement importateur

En 2019, le Mexique était le 7<sup>ème</sup> importateur mondial de pommes en valeur (284 M USD) et le 6<sup>ème</sup> en volume (253 000 tonnes).

La production mexicaine couvre entre 70 et 75% de la demande nationale. Les importations dont la valeur est comprise entre 200 et 350 Mio USD selon les années permettent de combler ce manque (cf. graphique ci-contre). La tendance générale est à l'augmentation même s'il existe d'importantes variations selon les années. Entre 2009 et 2019, les importations mexicaines de pommes ont augmenté de près de 44 %. Cette hausse est le résultat de l'ouverture commerciale du Mexique qui s'est traduite par une réduction des droits de douane sur les pommes fraîches en provenance des États-Unis.

### Les perspectives de l'offre et de la demande mexicaine 2016 - 2030

Bien que la production oscille selon les aléas climatiques, la tendance de long terme est à l'augmentation de la production (+34 % en volume entre 2009 et 2019, soit un taux de croissance annuel moyen de 3%). Les variations de production sont très corrélées aux variations de rendement, ce qui signifie que la surface plantée est relativement stable sur les 10 dernières années. Les prévisions de croissance sont de + 2,5 % en moyenne / an sur la période 2016 - 2030.

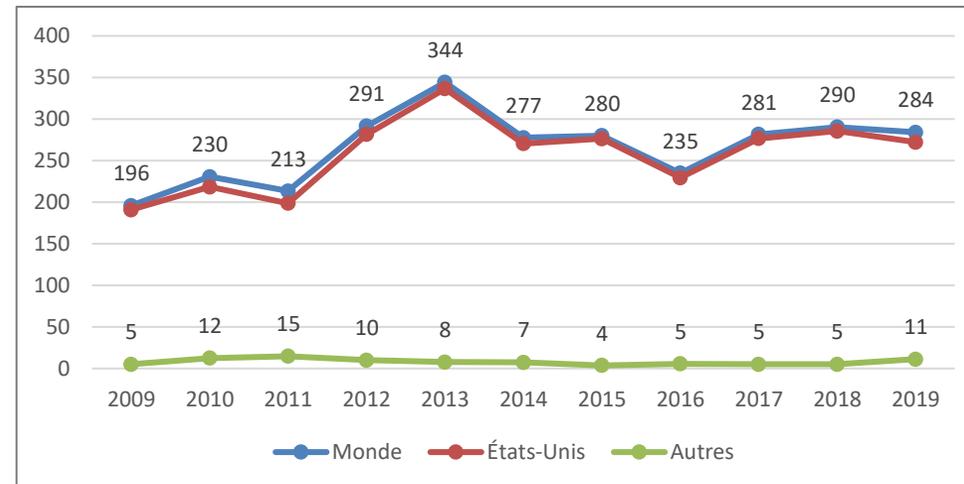
La consommation nationale augmente également d'environ 1,2 % par an et devrait atteindre 1,1 Mio de tonnes en 2030. Cette hausse est moins forte que celle de la production. **Les besoins mexicains en pommes importées devraient donc progressivement se réduire, passant de 191 Mio en 2018 à 89 Mio de tonnes en 2030.**

### Les États-Unis, 1<sup>er</sup> fournisseur

Sur les 10 dernières années, Les importations mexicaines de pommes proviennent à 97 % en moyenne des États-Unis. Les producteurs nord-américains ne voient pas le Mexique comme un simple marché pour placer leurs excédents mais comme un marché stratégique féroce conservé à l'aide d'importantes campagnes de communication et du soutien du gouvernement. Il faut également ajouter une proximité géographique qui limite les coûts logistiques. **20% des exportations nettes de pomme des États-Unis ont comme destination le Mexique.** Les principales marques américaines présentes sur le marché mexicain et bien connues des consommateurs sont *Washington, Independence et Nordic*.

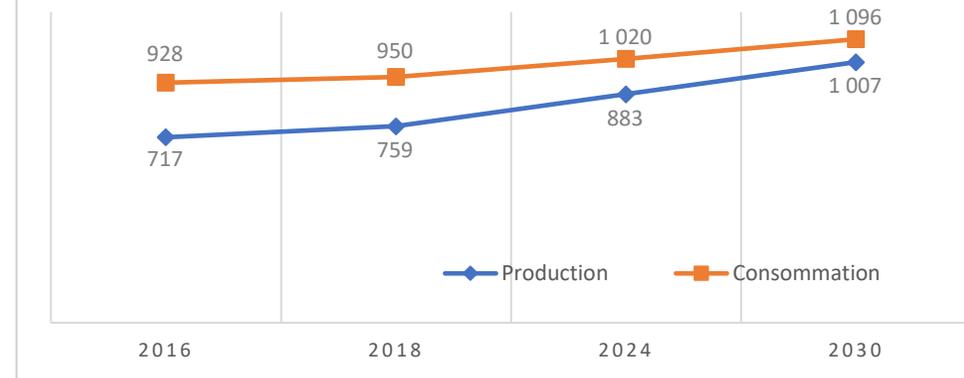
**L'augmentation de la consommation de pommes au Mexique a été stimulée par les opérateurs américains qui ont déployé des campagnes marketing de grande envergure.**

Evolution des importations mexicaines de pommes (millions US \$)



Source: GTA et douanes mexicaines pour l'année 2019

Estimation 2016-2030: Production et consommation de pommes au Mexique (milliers de tonnes)



## Les autres fournisseurs

Ces 10 dernières années, 6 pays ont exporté des pommes fraîches vers le Mexique en plus des États-Unis. Ces exportations ont eu une valeur comprise entre 3,5 et 7 M USD, ce qui représente en moyenne 3% de la valeur totale. Il est à noter que parmi ces pays, le Chili a réalisé 74% des exportations et la Canada 14% en 2019. L'Argentine, la Nouvelle-Zélande, la Chine et l'Afrique du Sud se partagent les 10 % restants. Le Mexique n'importe plus de pomme en provenance de Chine depuis 2019 en raison d'une qualité non satisfaisante.

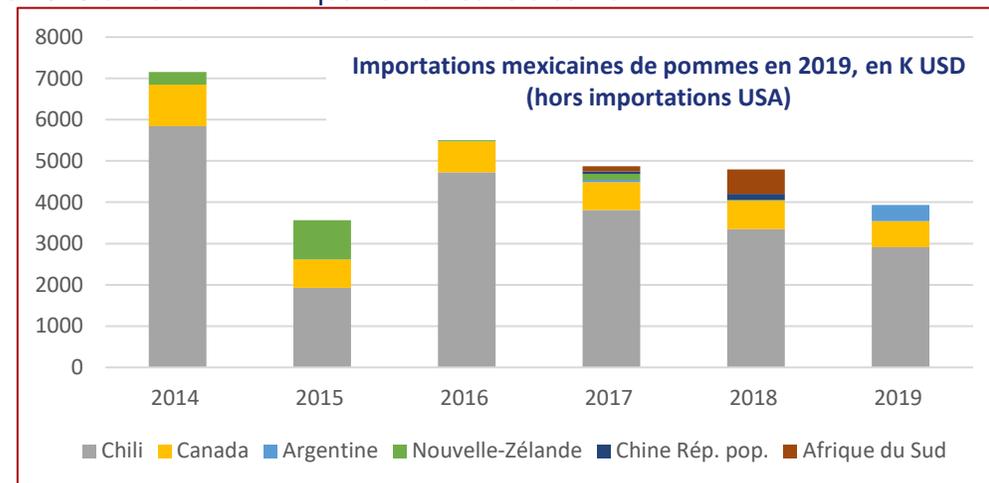
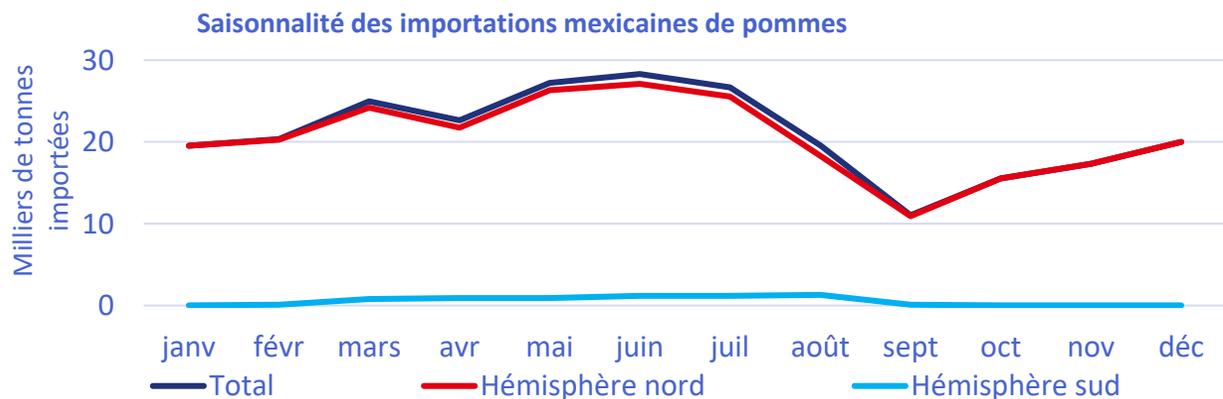
### La pomme chilienne

La pomme du Chili a commencé à pénétrer le territoire mexicain en 2012, avec le protocole sanitaire mieux connu comme le « Plan de Travail pour l'Exportation de pommaces (pommes et poires) et de fruits avec des noyaux (pêches, nectarines, prunes, cerises et abricot) depuis le Chili vers le Mexique avec vérification d'origine sous une approche de systèmes ». Ce plan de travail implique l'intégration de toute la chaîne de valeur : producteurs, sociétés en charge de l'emballage, exportateurs, importateurs et autorités sanitaires des deux pays. Le point clé en est la section liée aux *Traitements de fumigation autorisés par les autorités mexicaines* (fumigation avec bromure de méthyle, fumigation avec phosphine). Aujourd'hui, les opérateurs chiliens utilisent plus fréquemment le traitement au froid (consistant à soumettre le produit à une température de 0°C pendant 42 jours en continu).

### Saisonnalité des importations

Si la consommation reste stable tout au long de l'année, les importations mexicaines de pommes **sont soumises à la saisonnalité**. La principale fenêtre d'importation s'étend de la **fin de la récolte en novembre/décembre jusqu'à la reprise en juillet**.

Les pommes issues de l'hémisphère nord (États-Unis, Canada et Chine) sont majoritairement importées entre décembre et septembre, alors que les pommes issues de l'hémisphère sud (Chili, Afrique du Sud, Nouvelle-Zélande et Argentine) sont surtout importées d'avril à août, période pendant laquelle la production locale et les exportations américaines ne suffisent pas à satisfaire la demande.



Source: GTA et douanes mexicaines

Origine	Prix moyen FOB (USD/ KG)	Prix minimum FOB (USD/ KG)	Prix maximum FOB (USD/ KG)
Afrique du Sud	1,11 USD/ KG	0,843 USD/ KG	1,304 USD/ KG
Argentine	1,52 USD/ KG	0,794 USD/ KG	1,734 USD/ KG
Canada	1,14 USD/ KG	0,678 USD/ KG	2,006 USD/ KG
Chile	1,31 USD/ KG	0,89 USD/ KG	1,739 USD/ KG
Chine	1,19 USD/ KG	0,48 USD/ KG	1,44 USD/ KG
États-Unis	1,16 USD/ KG	0,25 USD/ KG	5,936 USD/ KG
Nouvelle-Zélande	1,108 USD/ KG	0,388 USD/ KG	1,819 USD/ KG

Source: Veritrade - Douanes mexicaines pour l'année 2019

# Opportunités pour la France

## ■ Attentes des importateurs mexicains

### La relation commerciale France – Mexique :

- De par sa taille et sa dépendance aux importations, le marché mexicain de la pomme est attractif pour tous les pays exportateurs de pommes. De plus, l'économie mexicaine est ouverte sur l'extérieur : depuis la signature de l'ancien Accord de Libre Échange UE-Mexique en 2000, la pomme est intégrée dans la liste de produits à droit de douane nul. La modernisation de l'accord renouvelle l'absence de droits de douane pour les pommes fraîches. Cependant, la France ne pourra pas exporter de pommes vers le Mexique tant que l'agrément sanitaire ne sera pas validé par le Mexique.
- Le gouvernement mexicain est conscient de la dépendance du pays aux importations américaines et souhaite la réduire. Dans ce contexte, le Mexique souhaite renforcer ses relations commerciales avec de nouveaux pays fournisseurs, dont la France.

### Répondre aux besoins des importateurs et distributeurs :

- L'apparence des pommes est primordiale : elles doivent briller (grâce à un enrobage de cire) et être agréable à l'œil (Juan Carlos LÓPEZ, DUBACANO; Eugenio ROMERCO, LA COMER). Au toucher, le fruit doit être ferme (DUBACANO).
- La cire utilisée doit être d'origine végétale et doit être autorisée par l'autorité sanitaire (cf. cires utilisées dans la section « consommation »). Les brosses d'application de la cire doivent être bien calibrées, propres afin de pouvoir enrober correctement le produit et de manière hygiénique.
  - La cire utilisée devra compter avec les exigences techniques et de sécurité.
- Le conditionnement est également un paramètre important afin d'éviter les pertes liées au transport. Dubacano, Mexifresh, MLA, Yaxche et Produce Import Solutions ont indiqué que les caisses en carton sont à privilégier.
- Pour La Comer, il est important qu'un sticker soit apposé sur chaque pomme importée (indiquant a minima l'origine, la variété et la marque le cas échéant)
- Le premier facteur de sélection à l'importation des pommes est le prix. Si la France souhaite pénétrer le marché mexicain, elle devra aligner ses prix sur ceux des concurrents.



- Les sociétés Austral Trading et Mexifresh ont indiqué qu'une fois obtenus le protocole sanitaire et la liste des exportateurs agréés, elles seraient prêtes à rentrer en contact avec les fournisseurs potentiels et commencer à échanger sur les produits disponibles, les formats et l'évaluation des prix.
- Pour La Comer, Vidimport, Dubacano et groupe MLA, la promotion marketing est essentielle pour rivaliser avec l'offre américaine.
- Cependant, pour Grupo Tarahumara et Produce Import Solutions, développer des actions de promotion de l'envergure de la campagne de la pomme « Washington » (origine USA), n'est pas nécessaire dans un premier temps. Cette campagne, à réaliser une fois le produit sur le marché mexicain, devra porter sur l'origine de la pomme.
- La société Produce Import Solutions se porte volontaire pour entrer en contact avec les sociétés exportatrices françaises et les aider auprès des autorités sanitaires mexicaines (SENASICA) à faire avancer le dossier de la pomme française. Cette même société indique qu'une fois la pomme autorisée sur le territoire national, elle pourrait échanger avec ses partenaires commerciaux pour pouvoir la commercialiser en Amérique centrale.
- L'emballage devra dépendre du marché ciblé : si le produit est par exemple destiné aux supérettes, la vente s'effectue à l'unité avec un positionnement haut de gamme. Les acteurs locaux sont sensibles aux innovations sur les emballages. Généralement, les pommes vendues à l'unité sont protégées par un film plastique et une maille pour amortir les chocs. Par contre, si le fruit est destiné à la vente en GMS, il sera vendu en vrac ou déjà emballé en sac plastique (prix au kg).
- Il convient de fournir aux importateurs tout le matériel promotionnel (ex. displays pour leurs points de vente)



Matériel promotionnel fourni par « Washington » (pomme origine USA)

### Rivaliser face au concurrent américain

- Le Mexique est un marché naturel pour les États-Unis. Leur proximité géographique rend les produits américains plus compétitifs par rapport à l'offre française. Pour pénétrer le marché mexicain, les entreprises françaises devront impérativement s'aligner sur les prix déjà pratiqués, surtout pour un produit de commodité tel que la pomme.
- D'autre part, les marques fruiticoles américaines investissent massivement au Mexique dans des campagnes marketing très agressives (publicité multicanal, dégustations, supports marketing, formation technique, etc.) afin d'installer leur marque dans l'esprit des consommateurs mexicains, mais également dans celui des importateurs. Pour entrer sur ce marché, la France devra investir de la même façon pour faire connaître la pomme française et ses différentes marques.

# Perspectives pour l'offre française

## Forces

- La qualité des produits alimentaires français est reconnue par les Mexicains. Même si les variétés de pommes françaises ne sont pas connues, les importateurs font confiance à l'origine France.
- La production française de pommes Gala est importante, or c'est une pomme recherchée par les importateurs, tout comme la pomme Golden (production en baisse aux États-Unis)

## Faiblesses

- Proximité géographique des États-Unis : logistique plus rapide et moins coûteuse que l'Europe.
- Le marché est très sensible au prix : l'offre française devra être compétitive pour se faire de la place parmi les autres origines présentes (Chili, Argentine, Afrique du Sud).
- La pomme française n'est pas connue par le consommateur mexicain et un investissement important en marketing sera nécessaire.

## Opportunités

- Une certaine frange de la population recherche des produits avec une forte valeur ajoutée (bio, prédécoupées, à l'unité) et pas simplement des commodités, ce qui ouvre des niches de marché pour l'offre française.
- Depuis 2017 avec la « Planification Agricole Nationale 2017-2030 », le gouvernement mexicain identifie la France comme un fournisseur potentiel.
- Contrairement à la chilienne ou la sudafricaine, la pomme française bénéficie de droit de douane nul.
- Des importateurs se portent volontaires pour soutenir le dossier pour l'obtention du protocole permettant d'exporter les pommes françaises sur le marché mexicain. Une société propose même de commercialiser la pomme française en Amérique centrale

## Menaces

- Si les exportateurs français ne sont pas prêts à accepter les conditions sanitaires des autorités mexicaines, le dossier restera bloqué et sortira des priorités.
- Si l'UE obtient un certificat sanitaire, d'autres pays producteurs de pommes visés comme potentiels fournisseurs du Mexique, comme la Belgique, pourraient représenter une concurrence.
- Les exportateurs américains utilisent des pratiques de dumping, qui affectent la production nationale comme le commerce international.

SWOT

# Annexe : actions marketing de la pomme de Washington

En 2020, la Commission de Pommes de l'État de Washington a lancé la campagne « *La vida es mas fácil con manzanas* » (« La vie est plus simple avec des pommes »), campagne présente dans les principales villes : Ville de Mexico, Guadalajara, Puebla, Querétaro et Tijuana, avec l'objectif d'inviter le consommateur mexicain à réfléchir sur l'importance et les bénéfices de la consommation de pommes, ainsi que sur le bien-être et les liens sociaux construits autour de la pomme.

La campagne fait référence aux traditions locales, mais aussi aux situations quotidiennes de la vie où il y a une relation directe avec la pomme, comme l'apprentissage des mathématiques à l'école, la loi de la gravité, jusqu'à Adam et Eve.

Avant la crise sanitaire, les importateurs interviewés sur le marché de gros de la Ville de Mexico ont indiqué que le bureau de la « Washington Apple Commission » au Mexique, organisait une formation aux États-Unis pour transmettre des informations sur les nouvelles variétés de produits et les aspects de commercialisation. La commission invitait un représentant de chaque importateur en prenant en charge les frais de déplacement.

**¿Sabías que...?**

Las manzanas contienen **antioxidantes**.

Proporcionan el **8%** de la **vitamina C** que necesitas al día.

Tienen el **7%** del **potasio** recomendado al día.

Red Delicious

**Sonríe la vida te dio manzanas.**  
#DiadelAlegria

**Cuida el planeta, es el único lugar donde crecen las Manzanas Washington.**

La campagne « *La vida es más fácil con manzanas* » a été accompagnée d'actions de dégustation, de bannières avec la légende « *Sonríe, la vida te da manzanas* » distribuées dans les commerces et transports publics



Vidéo promotionnelle de la campagne « *La vida es más fácil con manzanas* » diffusée sur les réseaux sociaux

Pendant la période de quarantaine, l'Association a réalisé des programmes de cuisine à travers son canal Facebook, en utilisant comme ingrédient principal la pomme de Washington

**ME LO DIJO LOLA**  
Preparamos un postre francés "Galleta de Manzana"  
30 junio 17:00hrs

**APRENDE A PREPARAR VOLTEADO DE MANZANA PARA FESTEJAR A MAMÁ!**

Con la Chef ERICKA FONSECA

**JUEVES 7 DE MAYO 04:30 PM**

**VERBATIM**

« La pomme française a besoin de faire une campagne de promotion et principalement une action large de dégustation pour pénétrer le marché mexicain où elle n'est pas connue »

**Témoignage de VIDIMPORT, importateur-distributeur de fruits et légumes**