

LilotFruits

RÉSERVE NATURELLE DE GOÛT

— BY CAPEXO —

L'IMPACT DU COVID SUR LA CONSOMMATION D'EXOTIQUES EN FRANCE



**Avions cloués au sol, pays confinés,
frontières fermées...**

**Dans un contexte totalement
inédit des relations commerciales
internationales
dû à la pandémie de COVID19
depuis début 2020, Capexo
établit un premier bilan de la
consommation des exotiques en
France durant cette période.
Avec une belle surprise à la clé.**





Lilofruits
RÉSERVE NATURELLE DE GOÛT

— CAPEXO —

2

INTERVIEW

GORETE PINTO, Achat et Prospection

FRANÇOIS BELLIVIER, Directeur du développement de Capexo

Comment se comporte la consommation d'exotiques depuis le début de la crise sanitaire en France ?

Malgré les prix plus élevés, la demande en exotiques s'est maintenue en mars, avril et tout le mois de mai. Maintenant les prix commencent à baisser ce qui est normal avec l'arrivée de l'été et le succès des fruits de saison locaux.

Malgré des coûts de transport aérien qui ont doublé, voire triplé sur certains produits comme, par exemple, le fruit de la passion du Vietnam, la patate douce, la lime, l'avocat ou encore la mangue. Même le gingembre en provenance de Chine, que nous pensions boycotté par les consommateurs, a connu une explosion de la demande et, par conséquent, une augmentation record de son prix. La conclusion que l'on peut en tirer c'est que les principaux produits exotiques sont rentrés dans la consommation courante des Français. Il n'y a plus à en douter.

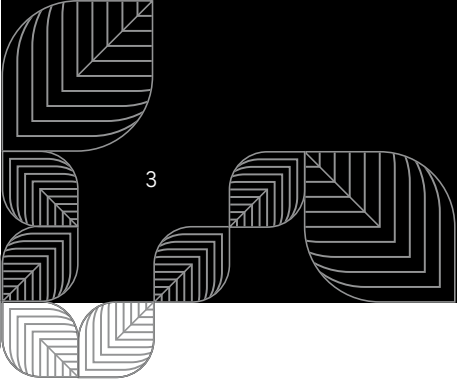
À quand le retour à la normale ?

Cela dépend des produits. Nous avons dû arrêter des tout petits produits exotiques, comme le combava ou encore la carambole, en raison de mesures de confinement spécifiques à chaque pays

d'origine, de l'augmentation des coûts de transport aérien ou encore d'une demande quasi nulle de nos clients. Pour les autres, comme la mangue, le fruit de la passion ou la lime, la consommation redevient classique, avec une perte de vitesse à l'approche de la saison estivale. Sauf pour l'avocat qui jouit d'un fort plébiscite en été.

Justement, comment s'annonce la campagne avocat origines Pérou, Afrique du Sud, Kenya et Tanzanie ?

En ce début juin, « mois mondial de l'avocat », une opération lancée en 2018 par la World Avocado Organization (WAO), la campagne démarre très fort, avec de très beaux volumes. L'avocat s'est très bien vendu pendant le confinement, alors que son prix était pourtant élevé. Aujourd'hui, la promotion doit battre son plein, car c'est maintenant qu'il est au top. Salade, smoothie, guacamole, c'est le produit des apéros de l'été 2020 !



LilotFruits
RÉSERVE NATURELLE DE GOÛT
— CAPEXO —

PRÉSENTATION DE CAPEXO

Créée en 1996, la société CAPEXO importe et commercialise en France des fruits et légumes exotiques sous la marque Lilot Fruits. Acteur incontournable de ses saveurs au MIN de Rungis, CAPEXO assure un approvisionnement constant en produits de très haute qualité gustative et nutritionnelle aux grossistes et marchés de gros ainsi qu'aux grandes surfaces alimentaires spécialisées (Grand Frais, Métro...) et généralistes (Carrefour, Casino, Monoprix...).

Très proche de ses fournisseurs, par un lien d'exigence commun, CAPEXO sélectionne des origines qui révèlent toute l'excellence des produits. La société entretient une étroite collaboration avec l'une des plus importantes coopératives de La Réunion. Ainsi, 60 % du fret aérien important les fruits de l'île est réalisé par Lilot Fruits.

Ananas Victoria, avocat, mangue, fruits de la passion, lime... font partis des produits phares de CAPEXO.

PANORAMA CHIFFRÉ

**55 millions d'euros
de chiffre d'affaires en 2019**

50 personnes salariées

2 actionnaires

Plus de 300 clients actifs

Plus de 150 références de produits

**5300 m² d'entrepôts de production
et logistique**

8 chambres de mûrisserie

40 produits disponibles tous les jours

2012, certifié FeL'Partenariat

CONTACT PRESSE

FRANÇOIS BELLIVIER
F.BELLIVIER@CAPEXO.FR
01 41 73 23 00
06 75 03 76 54
WWW.CAPEXO.FR