



## EXECUTIVE SUMMARY

Agriculture is still the main income source for millions of small farmers around the world. But markets continue to be fragile. This study aims to provide information to farmers and exporters about global markets for organic fruit and vegetables, especially for the markets in the EU27 (+UK where data are available) and the USA, allowing them to make more informed decisions. It covers a wide range of topics, including pricing, certification, consumption trends and other influencing factors, global trade, and production data and trends. It identifies opportunities and threats, and offers links to further information, tips for exporters, and detailed recommendations.

The report also provides an introduction to organic agriculture and the different certification standards used in key markets, as well as other non-organic sustainability standards and labels.

A global overview of organic production focuses on the African-Caribbean-Pacific (ACP) regions. In 2020, 74.9 million ha were certified organic or in conversion, representing 1.6% of global agricultural land. The African continent has the second highest number of organic producers worldwide, after Asia, due to the high number of MSMEs and SMEs. Ethiopia, Sierra Leone and Tanzania had the highest proportion of organic agricultural land in Africa in 2020, while the Dominican Republic dominates the ACP-Caribbean region in terms of organic area. In the ACP-Pacific, Papua New Guinea, Samoa and Fiji have the largest organic area, with a high percentage of organic farmland.

The EU and USA organic fruit and vegetable markets are very dynamic and also very competitive. This study gives a global overview of the trade in organic fruit and vegetables, and a deeper look into the main markets. Worldwide organic retail sales grew consistently at 10.4% per year between 2000 and 2020, although during 2022 (a year not included in the scope of this research) the growth of EU organic sales slowed, leading to a market correction after strong growth in 2020 and 2021 at the height of the COVID-19 crisis. The main markets are the USA and the EU27+UK, accounting for 81% of worldwide organic retail sales in 2020. The emerging organic Asian markets, mainly China, have been growing in recent years. The main national markets in EU27+UK are Germany and France. In the organic fruit and vegetables sector, bananas are the leading imported organic fruit.



The report analyses global factors influencing organic markets, including:

- Competition on global markets, which requires ACP exporters to define clear advantages over other exporting countries, and to know their production and export capacities.
- Impact of global factors: the COVID-19 pandemic; Brexit; politicisation of organic agriculture; global policies such as the UN Sustainable Development Goals, the European Green Deal and the Farm-to-Fork Strategy; and political changes in the USA towards organic products.
- Food consumption trends: increased interest in farmers' social conditions; impacts on climate; sustainable use of resources; impact of food on health; growth of specialised diets; changes in distribution channels; curiosity about exotic flavours.

Details are provided on the main exporting and importing countries, market shares and trends over recent years for 11 selected key crops. These are divided into fruit and nuts – avocados, bananas, cashew nuts, coconuts, mangoes and pineapples; and vegetables and spices – ginger, onions, pulses, tomatoes and sweet potatoes. Possibilities for ACP producers and exporters regarding these crops are highlighted, and the potential of these products for the EU27 and US markets is summarised. For example, organic ginger showed promising growth in the EU27 market between 2018 and 2021: large quantities are imported, and organic ginger represents a high share of total ginger imports. Organic avocado from ACP suppliers also presents a growing opportunity for both EU27 and US markets. More examples can be found in the relevant sections.

Detailed analyses of these products are followed by a SWOT analysis that assesses the strengths and weaknesses of the sector, and the opportunities and threats. Opportunities for ACP suppliers to export organic fruit and vegetables include:

- Growing global demand for organic food during the period studied, with strong growth in the USA and EU, as well as in the emerging Chinese market.
- Food consumption trends driving increased demand for organic food in general, and particularly fruit and vegetables, boosted by the COVID-19 pandemic and the EU Green Deal.
- Increasing supply of organic products in ACP countries, and an incentive to convert to organic farming due to the already low use of agrochemicals in some of these countries..
- Limited or no production in European countries or the USA for a number of products covered by this study.

However, there is strong competition from non-ACP suppliers, so exporters in ACP countries need to define their competitive advantages and unique selling proposition. There are some indications of slower growth in organic consumption in the EU market in 2022 compared to 2021, as a consequence of global crises and reduced purchasing power in 2022, but the growth appears to be continuous compared to 2019.

The report invites producers and exporters in ACP countries to ask themselves: “Where and how can I find markets for my organic fruit and vegetables? Am I ‘fit for market’, and if not, what can I do to achieve that?” The final section offers recommendations grouped into three key areas for attention.

1. Identify markets and marketing approaches. This requires producers and exporters to: (i) match products to the most appropriate market, (ii) determine whether organic certification is needed and feasible, (iii) build a unique selling proposition, and (iv) develop a sales and marketing strategy.

2. Develop and maintain successful trade relationships. The key requirements for producers and exporters are to: (i) ensure a high and consistent level of product quality, (ii) be proactive, honest and clear with potential buyers, and (iii) build trusting business relationships with existing buyers.
3. Look for local and international cooperation. Building and expanding markets needs improved linkages, and producers and exporters must: (i) engage with local stakeholders, (ii) collaborate with international organisations to facilitate market access, (iii) cooperate with other exporters to reach scale, and (iv) find a lasting logistics partner.

This report is an output from the Fit For Market Plus (FFM+) programme, implemented by COLEAD and financed by the European Commission and the Organisation of African, Caribbean and Pacific States (OACPS). This forms part of European support for policies and actions that strengthen productive capacities, stimulate innovation, and improve the sustainability and competitiveness of the private sector in ACP countries. The goal is to contribute to poverty reduction and improved food security and nutrition, by supporting the building of a fairer, safer and sustainable agri-food sector in member countries of the OACPS. Fit For Market Plus aims to support smallholders, farmer groups and MSMEs to maintain and improve access to national, regional and international horticultural markets while adapting to changes in the operating environment due to the COVID-19 pandemic; and to enable them to seize new market opportunities through the development and adoption of safe and sustainable practices, skills and technologies. There is an emphasis on the opportunities brought by the digital transition, and on the inclusion of youth and women.



---

**COLEAD**

Paris, France / Brussels, Belgium / Nairobi, Kenya / Lome; Togo



## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'agriculture reste la principale source de revenus pour des millions de petits agriculteurs dans le monde. Mais les marchés restent fragiles. Cette étude vise à fournir des informations aux agriculteurs et aux exportateurs sur les marchés mondiaux des fruits et légumes biologiques, en particulier pour les marchés de l'UE27 (+ Royaume-Uni lorsque les données sont disponibles) et des États-Unis, leur permettant ainsi de prendre des décisions plus éclairées. Elle couvre un large éventail de sujets, notamment les prix, la certification, les tendances de la consommation et autres facteurs d'influence, le commerce mondial, ainsi que les données et tendances de la production. Elle identifie les opportunités et les menaces, et propose des liens vers des informations complémentaires, des conseils pour les exportateurs et des recommandations détaillées.

Le rapport fournit également une introduction à l'agriculture biologique et aux différentes normes de certification utilisées sur les principaux marchés, ainsi que d'autres normes et labels de durabilité non biologiques.

Un aperçu global de la production biologique se concentre sur les régions Afrique-Caraïbes-Pacifique (ACP). En 2020, 74,9 millions d'hectares étaient certifiés biologiques ou en conversion, représentant 1,6 % des terres agricoles mondiales. Le continent africain compte le deuxième plus grand nombre de producteurs biologiques au monde, après l'Asie, en raison du nombre élevé de MPME et de PME. L'Éthiopie, la Sierra Leone et la Tanzanie avaient la plus grande proportion de terres agricoles biologiques en Afrique en 2020, tandis que la République dominicaine domine la région ACP-Caraïbes en termes de superficie biologique. Dans la région ACP-Pacifique, la Papouasie-Nouvelle-Guinée, Samoa et Fidji ont la plus grande superficie biologique, avec un pourcentage élevé de terres agricoles biologiques.

Les marchés des fruits et légumes biologiques de l'UE et des États-Unis sont très dynamiques et aussi très compétitifs. Cette étude donne un aperçu global du commerce des fruits et légumes biologiques, et un regard plus approfondi sur les principaux marchés. Les ventes au détail de produits biologiques dans le monde ont connu une croissance constante de 10,4 % par an entre 2000 et 2020, bien qu'en 2022 (année non incluse dans le champ de cette recherche), la croissance des ventes de produits biologiques dans l'UE ait ralenti, entraînant une correction du marché



après une forte croissance en 2020 et 2021, au plus fort de la crise du COVID-19. Les principaux marchés sont les États-Unis et l'UE27+Royaume-Uni, qui représentent 81 % des ventes au détail biologiques mondiales en 2020. Les marchés asiatiques biologiques émergents, principalement la Chine, ont connu une croissance ces dernières années. Les principaux marchés nationaux de l'UE27+UK sont l'Allemagne et la France. Dans le secteur des fruits et légumes biologiques, la banane est le principal fruit biologique importé.

Le rapport analyse les facteurs mondiaux qui influencent les marchés biologiques, notamment :

- La concurrence sur les marchés mondiaux, qui exige des exportateurs ACP qu'ils définissent des avantages clairs par rapport aux autres pays exportateurs et qu'ils connaissent leurs capacités de production et d'exportation.
- Impact des facteurs mondiaux : la pandémie de Covid-19 ; le Brexit ; la politisation de l'agriculture biologique ; les politiques mondiales telles que les objectifs de développement durable des Nations unies, le Green Deal européen et la stratégie Farm-to-Fork ; et les changements politiques aux États-Unis en faveur des produits biologiques.
- Tendances de la consommation alimentaire : intérêt accru pour les conditions sociales des agriculteurs ; impacts sur le climat ; utilisation durable des ressources ; impact de l'alimentation sur la santé ; croissance des régimes alimentaires spécialisés ; évolution des canaux de distribution ; curiosité pour les saveurs exotiques.

Des détails sont fournis sur les principaux pays exportateurs et importateurs, les parts de marché et les tendances de ces dernières années pour 11 cultures clés sélectionnées. Celles-ci sont divisées en fruits et noix - avocats, bananes, noix de cajou, noix de coco, mangues et ananas ; et légumes et épices - gingembre, oignons, légumineuses, tomates et patates douces. Les possibilités pour les producteurs et exportateurs ACP concernant ces cultures sont soulignées, et le potentiel de ces produits pour les marchés de l'UE27 et des États-Unis est résumé. Par exemple, le gingembre biologique a montré une croissance prometteuse sur le marché de l'UE27 entre 2018 et 2021 : de grandes quantités sont importées et le gingembre biologique représente une part élevée des importations totales de gingembre. L'avocat biologique provenant de fournisseurs ACP présente également une opportunité croissante pour les marchés de l'UE27 et des États-Unis. Vous trouverez d'autres exemples dans les sections correspondantes.

Les analyses détaillées de ces produits sont suivies d'une analyse SWOT qui évalue les forces et les faiblesses du secteur, ainsi que les opportunités et les menaces. Les opportunités pour les fournisseurs ACP d'exporter des fruits et légumes biologiques comprennent :

Une demande mondiale croissante d'aliments biologiques au cours de la période étudiée, avec une forte croissance aux États-Unis et dans l'UE, ainsi que sur le marché chinois émergent.

- Les tendances de la consommation alimentaire entraînent une augmentation de la demande d'aliments biologiques en général, et de fruits et légumes en particulier, stimulée par la pandémie de Covid-19 et le Green Deal de l'UE.
- Une offre croissante de produits biologiques dans les pays ACP, et une incitation à la conversion à l'agriculture biologique en raison de l'utilisation déjà faible de produits agrochimiques dans certains de ces pays...
- Une production limitée ou inexistante dans les pays européens ou aux États-Unis pour un certain nombre de produits couverts par cette étude.

Cependant, il y a une forte concurrence de la part des fournisseurs non-ACP, donc les exportateurs des pays ACP doivent définir leurs avantages compétitifs et leur proposition de vente unique. Il y a

quelques indications d'une croissance plus lente de la consommation de produits biologiques sur le marché de l'UE en 2022 par rapport à 2021, en raison des crises mondiales et de la réduction du pouvoir d'achat en 2022, mais la croissance semble être continue par rapport à 2019.

Le rapport invite les producteurs et les exportateurs des pays ACP à s'interroger : « Où et comment puis-je trouver des marchés pour mes fruits et légumes biologiques ? Suis-je « adapté au marché », et si non, que puis-je faire pour y parvenir ? ». La dernière section propose des recommandations regroupées en trois domaines clés auxquels il convient de prêter attention.

1. Identifier les marchés et les approches marketing. Pour cela, les producteurs et les exportateurs doivent : (i) faire correspondre les produits au marché le plus approprié, (ii) déterminer si la certification biologique est nécessaire et réalisable, (iii) élaborer une proposition de vente unique et (iv) développer une stratégie de vente et de marketing.
2. Développer et entretenir des relations commerciales fructueuses. Les principales exigences pour les producteurs et les exportateurs sont de : (i) garantir un niveau élevé et constant de qualité des produits, (ii) être proactifs, honnêtes et clairs avec les acheteurs potentiels et (iii) établir des relations commerciales de confiance avec les acheteurs existants.
3. Rechercher la coopération locale et internationale. La création et l'expansion des marchés nécessitent l'amélioration des liens, et les producteurs et exportateurs doivent : (i) s'engager avec les parties prenantes locales, (ii) collaborer avec les organisations internationales pour faciliter l'accès au marché, (iii) coopérer avec d'autres exportateurs pour atteindre une échelle et (iv) trouver un partenaire logistique durable.

Ce rapport est un produit du programme Fit For Market Plus (FFM+), mis en œuvre par COLEAD et financé par la Commission européenne et l'Organisation des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP). Ce programme fait partie du soutien européen aux politiques et actions qui renforcent les capacités productives, stimulent l'innovation et améliorent la durabilité et la compétitivité du secteur privé dans les pays ACP. L'objectif est de contribuer à la réduction de la pauvreté et à l'amélioration de la sécurité alimentaire et de la nutrition, en soutenant la construction d'un secteur agroalimentaire plus équitable, plus sûr et durable dans les pays membres de l'OEACP. Fit For Market Plus vise à aider les petits exploitants, les groupes d'agriculteurs et les MPME à maintenir et à améliorer l'accès aux marchés horticoles nationaux, régionaux et internationaux tout en s'adaptant aux changements de l'environnement opérationnel dus à la pandémie de Covid-19 et à leur permettre de saisir de nouvelles opportunités de marché par le développement et l'adoption de pratiques, de compétences et de technologies sûres et durables. L'accent est mis sur les opportunités offertes par la transition numérique et sur l'inclusion des jeunes et des femmes.



---

**COLEAD**

Paris, France / Bruxelles, Belgique / Nairobi, Kenya / Lome; Togo