

DOSSIER DU MOIS : LE LITCHI

Fruits à noyau européens :
1er éléments de récolte 2010

Compétitivité et diversification
au menu du plan de soutien
de la banane ACP



Fruits du bien-être

Dole, la différence par la qualité et la fraîcheur



- > 4 000 tonnes d'importation chaque année,
- > Leader sur le marché du litchi depuis près de 15 ans,
- > Sélection des meilleurs fournisseurs à Madagascar et en Afrique du Sud,
- > Par avion et par bateau,
- > Plus de la moitié de nos fournisseurs sont certifiés Globalgap.



Dole France SAS

Cour d'Alsace - Bât. C6A - 94619 Rungis Cedex France - Tél. : 01 56 34 26 26 - Fax : 01 56 34 26 99

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite

www.dole.fr — Dole France SAS est une société du groupe



COMPAGNIE
FRUITIERE



L'accès de faiblesse de l'euro est bénéfique aux producteurs latino-américains de banane... toutes choses égales par ailleurs

Le modèle de fonctionnement du marché européen de la banane vient de s'enrichir de ce nouveau théorème, dont nous allons démontrer l'exactitude. En effet, le 15 décembre 2009 sonnaient tambours et trompettes à l'OMC à Genève pour le passage du droit de douane à l'importation de bananes latino-américaines de 176 à 148 euros/tonne, soit de 264 à 222 USD/tonne. La filière dollar venait donc de gagner 42 USD/tonne et l'euro cotait à ce moment-là environ 1.5 USD. Un peu plus de quatre mois plus tard, l'euro perdait 15 % de sa valeur pour tomber à 1.3 USD. Mécaniquement, le droit, traduit en dollar, passait à 192 USD/tonne. La compétitivité de la filière s'améliorait donc de 72 USD/tonne, soit 1.3 USD/carton. CQFD.

Reste à savoir si les commissions chargées de réviser le prix minimum au Costa Rica et en Equateur baisseront d'autant son niveau... Pour l'Equateur, il pourrait ainsi passer de 5.4 à 4.1 USD/carton ! Pourtant, à bien des points de vue, ce calcul peut paraître absurde car hors contexte et très théorique. Il est vrai que si la valeur de l'euro baisse, le revenu des exportateurs baisse aussi. Il est également vrai que depuis fin 2009 le prix moyen en Europe a perdu plus de 10 % de sa valeur et donc entamé les marges de tous les opérateurs, notamment ceux des zones de production latino-américaines. En outre, il est abusif ou en tout cas par trop généraliste de penser que toute variation du droit de douane est directement et à 100 % portée par l'aval du secteur. Tout dépend des conditions prévues dans les multiples contrats d'achat qui existent dans la filière.

Abusif, absurde, théorique, certes... mais ne nous a-t-on pas expliqué durant toute la négociation sur la suppression des contingents ou sur la baisse du droit qu'il y avait d'un côté les discussions à Genève et de l'autre le fonctionnement des marchés ? Et que ces deux hémisphères étaient parfaitement cloisonnés l'un l'autre ? Qu'il n'était pas nécessaire d'étudier les données économiques (prix, volumes, parts de marché) pour prendre des décisions politiques ? Alors, toutes choses égales par ailleurs comme aiment le dire les économistes en préambule à tout exposé, il n'est point interdit de continuer de rêver... ou plutôt de cauchemarder !

Denis Loeillet



Editeur
Cirad
TA B-26/PS4
34398 Montpellier cedex 5
France
Tél : 33 (0) 4 67 61 71 41
Fax : 33 (0) 4 67 61 59 28
Email : odm@cirad.fr
http://passionfruit.cirad.fr

Directeur de publication
Hubert de Bon

Directeurs de la rédaction
Denis Loeillet et Eric Imbert

Rédactrice en chef
Catherine Sanchez

Infographie
Martine Duportal

Iconographie
Régis Domergue

Site internet
Unité multimédia (Cirad)

Chef de publicité
Eric Imbert

Abonnements
Christian Clouet

Traducteur
Simon Barnard

Imprimeur
Pure Impression
Rue de la Mourre
Espace Com. Fréjorgues Est
34130 Maugeio, France

Deux versions
française et anglaise

ISSN
Français : 1256-544X
Anglais : 1256-5458

CPPAP
Français : 0711 E 88281
Anglais : 0711 R 88282

© Copyright Cirad

Tarif abonnement annuel
210 euros HT
11 numéros par an



Sommaire

En direct des marchés

p. 2 AVRIL 2010

- **Avocat** : Campagne d'avocat — hiver 2009-10 : premier bilan pour Israël et confirmation d'une campagne chilienne record — Nouvelle-Zélande : une puissance montante en avocat.
- **Banane** : les ACP manifestent et la Commission européenne passe — Cameroun : la menace bunchy top confirmée sur bananier — Pesticides en bananeraie : premiers éléments d'analyse.
- **Agrumes** (orange, petits agrumes et pomelo) : Jus d'orange : après la Floride, le Brésil annonce à son tour une projection de production bien sombre — Le greening (HLB) poursuit sa course en Amérique centrale — Agrumes : un doigt de nouveauté ! — Floride : détection du black spot — Pakistan : une Kinnow sans pépins bientôt à l'assaut du marché communautaire ?
- **Exotiques** : Consommation de fruits et légumes : encore un long chemin à parcourir — La papaye d'Equateur enfin autorisée aux Etats-Unis — Campagne litchi de Thaïlande — Litchi irradié : l'Inde met au point une technique.
- **Fret maritime & vie de la filière** : CyclOpe 2010 — La renaissance du Palais d'été.

Le point sur...

- p. 11
- **Fruits à noyau européens** : premiers éléments de récolte 2010. *Cécilia Céleyrette*
 - **Marché européen de la banane** : compétitivité et diversification au menu du plan de soutien aux ACP
Denis Loeillet

Dossier du mois proposé par Pierre Gerbaud

p. 15 LITCHI

- **Litchi de l'océan Indien 2009-2010** : au fil de la campagne
- **Litchi de Madagascar 2009-2010** : le meilleur et le pire
- **Campagne litchi 2009-2010** : les autres origines
- **Les variétés de litchi**
- **Panorama statistique mondial**
- **La culture du litchi**
- **Les défauts de qualité du litchi**
- **Maladies et ravageurs**
- **Post-récolte**

Prix de gros en Europe

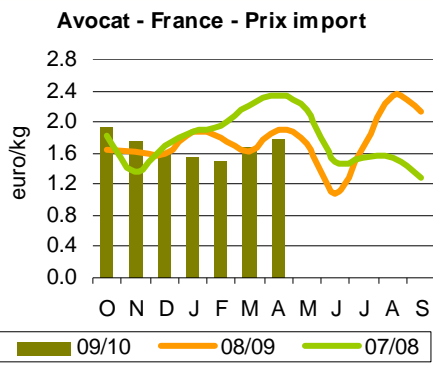
p. 39 Avril 2010

Crédit photo couverture : Clio Delanoue

Avocat

Avril 2010

Le marché s'est à nouveau dégradé après l'embellie connue en mars. D'une part, la demande a sensiblement ralenti avec la fin des promotions de Pâques. Par ailleurs, l'approvisionnement a été important. Pourtant, l'offre de variétés vertes n'a été que moyenne. Les fruits israéliens (variétés Wurtz, Nabal, Ryan) sont restés bien présents, mais les apports péruviens de Fuerte ont été normaux et les campagnes sud-africaine et kenyane de cette variété ont démarré plutôt tardivement. En revanche, les disponibilités en Hass ont été larges. Les apports d'Israël ont été lourds, quoique inférieurs aux prévisions en raison d'un marché local porteur. L'Espagne a été très présente et la saison péruvienne s'est développée rapidement. Dans ce contexte, les prix se sont érodés, mais ont conservé un bon niveau au vu des volumes commercialisés.



PRIX	Comparaison		
	Variétés	Prix moyen mensuel euros/colis	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Vertes	5.50-5.60	- 7 %
	Hass	7.50-8.00	- 24 %

VOLUMES	Comparaison		
	Variétés	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
	Vertes	↗	+ 4 %
	Hass	↘	+ 53 %

VOLUMES	Comparaison			Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
	Origines	mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Afr. du Sud	↗	- 36 %	Développement de la saison de Fuerte plus progressif que lors des deux dernières campagnes.	- 36 %
	Mexique	↘	+ 67 %	Apports déclinants et modérés, mais devenant supérieurs à la moyenne.	- 22 %
	Espagne	=	+ 22 %	Apports de Hass soutenus et sensiblement supérieurs à la moyenne, avec le rattrapage du retard pris à l'export suite aux pluies de janvier à mars.	- 10 %
	Pérou	↗	+ 32 %	Pleine campagne de Fuerte avec des volumes légèrement supérieurs à la moyenne et développement du Hass aussi rapide qu'en 2009.	+ 29 %
	Israël	↘	nd	Saison déclinante, mais volumes beaucoup plus soutenus qu'en 2008 et 2009.	+ 44 %

■ Campagne d'avocat — hiver 2009-10 : premier bilan pour Israël et confirmation d'une campagne chilienne record. Selon une première estimation, les exportations israéliennes d'avocat ont été de l'ordre de 43 000 à 44 000 tonnes en 2009-10, soit environ 11 millions de colis de 4 kg. Une belle progression par rapport aux 32 000 t de 2008-09 et aux 27 000 t de 2007-08 ! Néanmoins, contrairement aux prévisions, le chiffre record de 2006-07 (55 000 t) n'a pas été approché, le marché local ayant absorbé des volumes importants. Par ailleurs, le Comité de Palta a confirmé une campagne record pour le Chili : 194 000 t ont été exportées (contre 75 800 t en 2008-09 et 117 600 en 2007-08) et 65 000 à 70 000 t ont été commercialisées localement. Selon Reefer Trends, la récolte 2010-11 devrait être plus légère en raison de l'alternance de production.

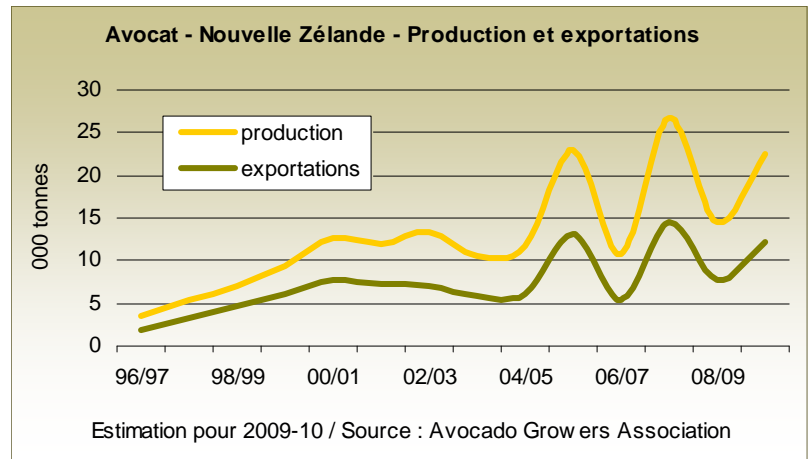
Sources : Comité de Palta, Reefer Trends, CIRAD

■ Nouvelle-Zélande : une puissance montante en avocat. Le verger, principalement localisé dans



la partie la plus septentrionale de l'île du Nord (Baie de Plenty), couvrira environ 5 000 hectares, dont 1 000 ha de plantations de moins de cinq ans encore improductives. La récolte, oscillant entre 22 000 et 27 000 t lors des deux dernières saisons d'alternance positive, devrait continuer à croître rapidement. La Nouvelle-Zélande exporte environ 50 % de sa production, principalement vers l'Australie (environ 90 %) et le Japon.

Source : Avocado Industry Council



Estimation pour 2009-10 / Source : Avocado Growers Association

Banane

Avril 2010

Le marché n'a pas échappé à son habituel mouvement de baisse saisonnière. L'approvisionnement est resté assez important avec une offre de banane dollar qui s'est maintenue à un niveau assez soutenu. Les apports du Costa Rica ont été supérieurs à ceux des deux années précédentes, compensant ainsi le léger recul de la Colombie (début d'une période de déficit de production) et de l'Equateur. Par ailleurs, si les livraisons antillaises ont continué d'être légères, la Guadeloupe étant toujours totalement absente, celles d'Afrique sont restées à un niveau très soutenu, le déficit camerounais s'amplifiant, mais toujours plus que compensé par un pic de production ivoirien et ghanéen.

La demande s'est montrée assez lente en début de mois, malgré des prix de détail plutôt attractifs tant en Europe du Nord qu'en France et en Espagne. Ainsi, un mouvement prononcé de recul des cours s'est amorcé en fin de première quinzaine, en particulier sur les marchés d'Europe de l'Est où des réexportations importantes ont eu lieu. Cependant, la répercussion au détail de la baisse des prix a permis de relancer la demande tant à l'est qu'à l'ouest du continent, le marché se rééquilibrant progressivement en fin de mois.

Le marché russe n'a pas échappé au mouvement de dégradation malgré un approvisionnement modéré. Toutefois, les cours se sont maintenus à un niveau parfois supérieur à celui pratiqué dans l'UE.

■ Banane : les ACP manifestent et la Commission européenne passe. Les producteurs ACP de banane continuent à manifester leur désaccord avec la Commission européenne sur le compromis banane de Genève, intervenu le 15 décembre 2009. Le ministre camerounais du Commerce, Luc M'Barga et l'ambassadrice de Côte d'Ivoire, Marie Gosset, ont organisé jeudi 29 avril 2010 à Bruxelles une conférence de presse sur le sujet. Ils souhaitent obtenir le soutien du Parlement européen qui, en vertu du Traité de Lisbonne censé lui conférer de nouveaux pouvoirs, doit donner au moins son avis sur les termes de l'accord. Le ministre camerounais a eu des mots très durs à l'endroit de l'Europe, se sentant « trahi » par elle. Les deux officiels ont aussi rappelé que « dans nos pays instables, le facteur stabilisateur de la société est l'économie, et particulièrement l'activité rurale ». L'ambassadrice de Côte d'Ivoire a déploré, quant à elle, que le Traité de Lisbonne ne fasse plus mention des accords de Cotonou et a dit « craindre fortement » que la banane ne soit que le premier d'une longue liste de produits à en faire les frais. La Commission européenne semble sourde à ces inquiétudes. Les mesures d'accompagnement de 190 millions d'euros sont suffisantes à ses yeux pour calmer les peurs des producteurs ACP (voir article dans ce numéro de **FruiTrop**).

Source : Agence Europe

■ Cameroun : la menace bunchy top confirmée sur bananier. Une étude menée récemment par une équipe de l'IITA a confirmé la présence de foyers de la grave maladie virale du bunchy top dans plusieurs régions du Cameroun. Causée par le banana bunchy top babuvirus ou BBTV, elle s'attaque aussi bien aux bananiers dessert que plantain.

Elle est présente depuis longtemps dans plusieurs pays africains situés aux frontières sud du Cameroun : Gabon, République centrafricaine, République démocratique du Congo, etc. La maladie a un impact négatif important sur les productions locales. Les plants présentent un aspect nanissant fortement marqué, avec une concentration des feuilles en haut du plant en forme de rosette. Les feuilles étroites, érigées et cassantes, montrent de fortes chloroses marginales. Le symptôme caractéristique reste l'apparition de traits discontinus vert foncé le long du pseudo-tronc, de la nervure principale et des nervures secondaires. Lorsque le pied-mère est atteint, tous les rejets sont infectés. Le vecteur le plus efficace est le puceron *Pentalonia nigronervosa*, inféodé au bananier et largement répandu dans la plupart des pays africains. L'extension de la maladie se fait également par échange de matériel végétal contaminé. Cette confirmation au Cameroun est inquiétante pour les productions locales, mais aussi pour les productions intensives d'exportation de Cavendish.

Source : CIRAD



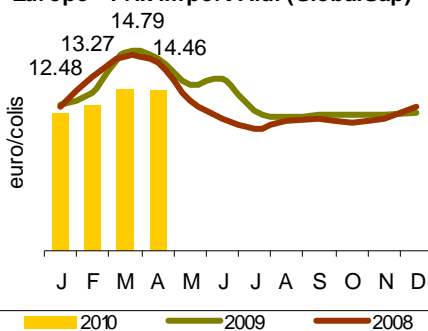
© Thierry Lescot

Bunchy top

EUROPE — PRIX IMPORT ALDI

Avril 2010 euro/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
14.46	- 2 %	- 16 %

Europe - Prix import Aldi (GlobalGap)



EUROPE — PRIX DETAIL

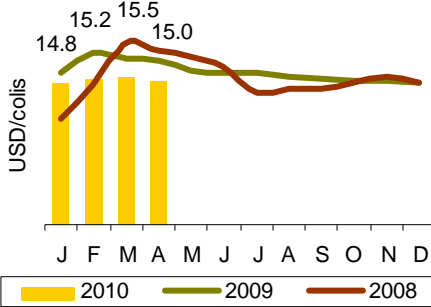
Pays	type	Comparaison		
		Avril 2010 euro/kg	Avril 2009	moyenne des 3 dernières années
France	normal	1.47	- 10 %	- 6 %
	promotion	1.32	- 11 %	- 6 %
Allemagne	normal	1.24	+ 4 %	- 9 %
	discount	1.10	+ 7 %	- 9 %
UK (en £/kg)	conditionné	1.24	- 1 %	+ 11 %
	vrac	0.97	- 4 %	+ 19 %
Espagne	plátano	1.66	+ 1 %	- 9 %
	banano	1.39	+ 4 %	- 6 %

Photos © Régis Domergue

Banane

ETATS UNIS

Etats-Unis - Prix vert (spot)

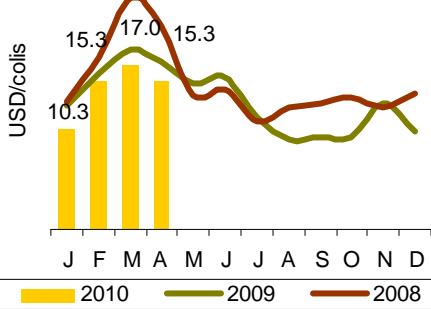


USA — PRIX IMPORT

Avril 2010 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
15.05	- 3 %	- 15 %

RUSSIE

Russie - Prix vert

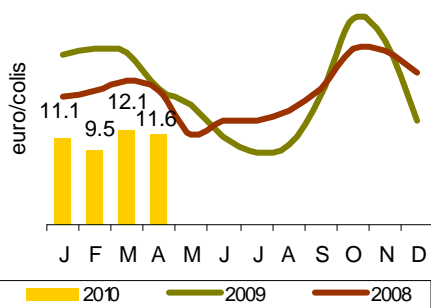


RUSSIE — PRIX IMPORT

Avril 2010 USD/colis	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
15.34	- 10 %	- 20 %

CANARIES

Espagne - Prix vert platano*



CANARIES — PRIX IMPORT*

Avril 2010 euros/cois	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
11.60	- 4 %	- 33 %

* équivalent colis 18.5 kg

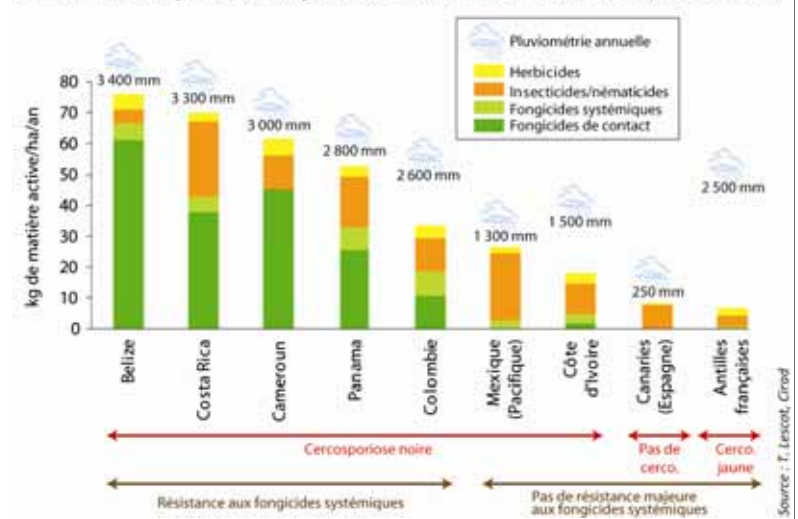
■ Pesticides en bananeraie : premiers éléments d'analyse. Le réseau d'excellence européen Endure vient de faire paraître une fiche (*From Science to Field*) faisant le point sur les stratégies de réduction de l'utilisation des pesticides à court et moyen termes dans le secteur de la banane. Elle apporte un complément aux données parues dans le dernier numéro de **FruiTrop** (n°177, page 23). Les résultats montrent de grandes différences entre zones de production. Ces différences ont plusieurs origines :

- la variabilité des conditions pédo-climatiques plus ou moins favorables au développement des pathogènes. Ainsi, l'utilisation des fongicides pour lutter contre la cercosporiose noire (*Mycosphaerella fijiensis*) est d'autant plus importante dans les zones à forte pluviométrie ;
- la présence ou non de pathogènes. Par exemple, la cercosporiose noire est pour l'instant encore absente des Antilles françaises ;
- l'historique des modes de traitement, car l'utilisation des fongicides est plus importante dans les zones où sont apparues des résistances du champignon aux produits utilisés ;
- les réglementations plus ou moins exigeantes sur l'usage des pesticides. Antilles et Canaries sont ainsi soumises aux réglementations de l'UE ;
- les démarches de progrès mises en place par les producteurs (production raisonnée et intégrée).

Cette étude livre une donnée brute : la quantité de matière active. Les prochaines études devront être complétées par d'autres analyses, comme la prise en compte de la toxicité des produits utilisés. Les données ont été recueillies par enquête pour les années 2006-2007 et leur actualisation est donc nécessaire. On note ainsi en 2009 et 2010 des évolutions notables pour certaines zones de production comme le Cameroun ou la Côte d'Ivoire, allant dans le sens d'une réduction des nématicides et des insecticides. Il n'en reste pas moins que, mêmes perfectibles, de telles études présentent un intérêt majeur dans la connaissance des pratiques agricoles, première étape indispensable à une amélioration des pratiques pour plus de durabilité environnementale.

Source : CIRAD

Estimation des quantités de pesticides utilisées en bananeraie (2006-2007)



Source : F. Lescoat, Cirad

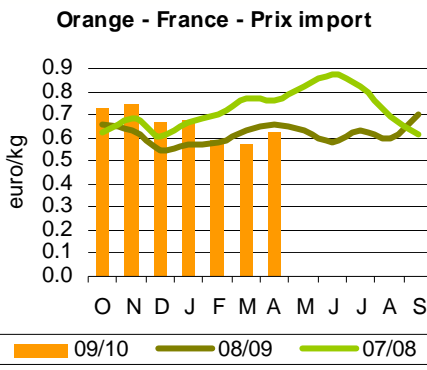
EUROPE — VOLUMES IMPORTES — AVRIL 2010

Origine	Comparaison		
	mars 2010	avril 2009	cumul 2010 par rapport à 2009
Antilles	↘	0 %	+ 14 %
Cameroun/Ghana	↘	- 14 %	+ 2 %
Surinam	=	+ 17 %	+ 41 %
Canaries	=	+ 9 %	+ 15 %
Dollar :		nd	nd
Equateur	↗	- 4 %	- 8 %
Colombie	=↗	- 7 %	0 %
Costa Rica		nd	nd

Orange

Avril 2010

Le marché s'est tendu. La demande a été d'un niveau normal pour la saison. Cependant, l'offre s'est allégée. La campagne de Navelate a amorcé un déclin précoce durant la deuxième quinzaine pour certains opérateurs (production déficitaire). De plus, l'offre d'orange à jus a été très légère. Les arrivages de Maroc Late dans l'UE ont été extrêmement limités, en raison d'importantes pertes de production dues aux pluies du premier trimestre et à une concentration des envois vers la Russie. L'Espagne n'a pu compenser le manque de fruits marocains, malgré des apports en progression par rapport aux saisons passées. Les prix des Navelate se sont plutôt raffermis et ceux des Valencia sont restés très soutenus. Quelques lots de Maltaise de Tunisie ont continué de compléter l'offre en France, mais la fragilité d'une partie des lots n'a pas permis aux cours de décoller du bas niveau atteint en mars.



PRIX	Type	Prix moyen mensuel euros/colis 15 kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
	Orange de table	11.00	- 1 %
Orange à jus	11.10	+ 20 %	

VOLUMES	Type	Comparaison	
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Orange de table	↘	- 4 %	
Orange à jus	↗	- 40 %	

VOLUMES	Variétés par origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
		mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
	Navelate d'Espagne	⇒↘	- 4 %	Campagne continuant de battre son plein. Volumes légèrement inférieurs à la moyenne.	- 12 %
	Maltaise de Tunisie	↘	+ 11 %	Campagne déclinante, mais volumes demeurant supérieurs à la moyenne.	- 14 %
	Valencia late d'Espagne	↗	+ 19 %	Apports demeurant supérieurs à la moyenne, malgré une production plus limitée.	+ 39 %
	Maroc late du Maroc	↗	- 94 %	Apports très limités dans l'UE en raison de la faiblesse du potentiel export et de la priorité donnée au marché russe.	- 90 %

■ Jus d'orange : après la Floride, le Brésil annonce à son tour une projection de production bien sombre. L'Association des Consultants Agrumicoles Brésiliens (GCONCI) a lancé un signal fort, laissant penser que les cours du jus d'orange devraient se maintenir à un niveau soutenu dans les années à venir. Selon ces experts, l'analyse sur le long terme des facteurs productifs, économiques et phytosanitaires montre que la production de la région de Sao Paulo devrait décliner d'environ 3 % par an durant les dix prochaines années. Ainsi, le potentiel devrait passer d'un niveau actuel estimé à 340 millions de colis de 40.8 kg à 250 millions de colis à l'horizon 2020. L'explosion du greening semble être un des principaux facteurs expliquant ce recul. Selon le directeur de Fundecitrus, le nombre de blocs présentant au moins un arbre porteur de la maladie serait passé d'environ 3.4 % en 2004 à un très inquiétant 24 % ! Il serait même compris entre 33 et 36 % dans les vergers du centre et du sud de l'état où la contamination est la plus forte.

D'autres nouvelles vont dans le sens d'une grande fermeté des prix à court terme. Toujours selon GCONCI, la production 2010-11 n'atteindrait que 290 millions de colis dans l'état de Sao Paulo (330 millions de colis en



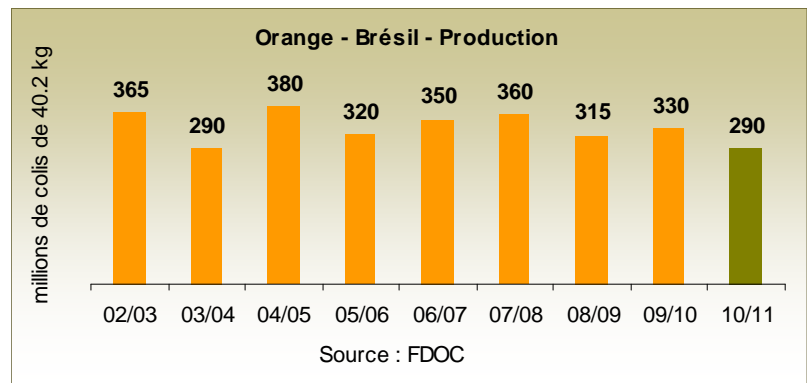
Eradication d'un foyer de HLB en bordure d'un verger d'orangers

2009-10 et 340 millions de colis en moyenne ces 4 dernières années), en raison d'importantes chutes physiologiques. Les cours du concentré 65°Brix affichaient un niveau d'environ 2 000 à 2 100 USD la tonne rendu Rotterdam fin avril.

Source : FoodNews

■ Le greening (HLB) poursuit sa course en Amérique centrale. Le Service Phytosanitaire du Costa Rica a annoncé le 19 avril la présence du greening au Honduras et au Nicaragua voisin (région de Puerto Cabenas, dans le nord-est du pays). Le Honduras produit environ 300 000 t d'agrumes et le Nicaragua environ 85 000 t selon la FAO. La maladie se rapproche dangereusement du nord du Costa Rica, où se concentre la majeure partie des orangeries du pays (production d'environ 300 000 t).

Source : International Society for Infectious Disease



Source : FDOC

Pomelo

Avril 2010

Le marché est resté morose en raison d'une demande toujours trop lente. Ainsi, malgré des apports déclinant précocement et demeurant inférieurs à la moyenne, le rythme des ventes est resté trop lent pour remonter les cours du pomelo floridien. La situation a continué d'être très difficile sur le segment de marché du pomelo méditerranéen. L'approvisionnement s'est allégé avec le déclin des campagnes pour toutes les origines, mais est resté sensiblement supérieur à la moyenne. Par ailleurs, les ventes ont continué d'être atones et les prix se sont légèrement érodés. Les premiers fruits argentins et turcs ont été livrés assez précocement en fin de mois.



gnardia citricarpa se manifeste par l'apparition de taches nécrotiques sur feuille et sur fruit. Elle provoque des pertes de rendement, limite la part de fruits commercialisables en frais et augmente les coûts de production (traitements fongicides). Un autre coup dur pour la Floride, déjà confrontée au greening depuis 2005.

Source : USDA

■ Agrumes : un doigt de nouveauté ! Le fingerlime, ou *Citrus Australasica*, a commencé sa conquête du marché communautaire. Originaire des forêts subtropicales de l'est australien (nord du New South Wales et sud-est du Queensland), ce fruit de la famille des agrumes, pesant de 30 à 45 g, se caractérise par



sa forme de doigt d'une dizaine de centimètres et par une pulpe composée de petites billes éclatant sous le palais. Autre originalité : la diversité génétique de l'espèce induit une grande variabilité de la couleur de l'épiderme (du vert au pourpre) et de la pulpe (« billes » allant du vert au magenta, en passant par le jaune, le rose et le rouge).

Sources : fingerlime.com, FLD hebdo

■ Pakistan : une Kinnow sans pépins bientôt à l'assaut du marché communautaire ? Le Pakistan Horticultural Development Board a annoncé le lancement d'une nouvelle variété de Kinnow, développée grâce à un partenariat entre le Citrus Research Institute du Penjab et d'autres entités publiques et privées. Cette sélection présente l'avantage d'avoir un nombre limité de pépins (2 à 3 contre une vingtaine). Les exportateurs pakistanais espèrent pouvoir développer leurs exportations vers l'UE grâce à cette nouvelle variété, qui devrait entrer en production à partir de 2011. Les envois, qui ont atteint environ 230 000 t en 2009-10, sont actuellement principalement dirigés vers l'Iran, la Russie, la Péninsule arabique et l'Asie mineure. La Kinnow est produite de mi-novembre à avril dans les vallées du Penjab.

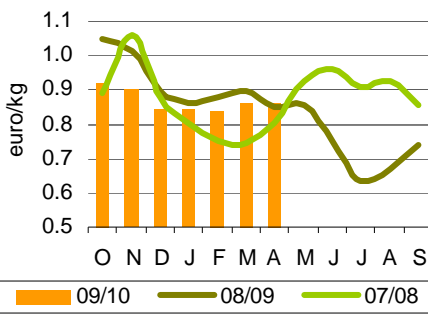
Source : PHDEB

■ Floride : détection du black spot. L'USDA a officiellement confirmé début avril la présence en Floride de la « maladie des taches noires » ou citrus black spot. Un oranger positif a été identifié par le Florida Department of Agriculture lors d'un contrôle de routine dans une orangerie du comté de Collier (sud-ouest de l'état, près de la ville de Naples). Cette maladie fongique due à *Gui-*



© Régis Domergue

Pomelo - France - Prix import



PRIX

Type	Prix moyen mensuel euros/colis eq. 17 kg	Par rapport à moyenne des 2 dernières années
Type tropical	16.25-16.75	+ 14 %
Type méditerranéen	10.00-10.50	- 11 %

VOLUMES

Type	Comparaison	
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années
Type tropical	↘	- 25 %
Type méditerranéen	↘	+ 14 %

VOLUMES

Origines	Comparaison		Observations	Cumul / moyenne cumul des 2 dernières années
	mois précédent	moyenne des 2 dernières années		
Floride	↘	- 26 %	Déclin précoce des apports à partir du milieu du mois.	- 29 %
Israël	↘	=	Volumes déclinant sensiblement, mais demeurant aussi importants qu'en 2008-09.	+ 6 %
Turquie	↘	+ 84 %	Volumes déclinant, mais demeurant nettement supérieurs à la moyenne notamment vers l'Allemagne et les Pays-Bas.	+ 43 %



maerskline.com

Creating **opportunities** in **Global** commerce

We believe that creating opportunities is the key to success
- in your business and in ours.

With our complete range of cold chain solutions, our dedicated reefer
specialists take care of your perishables from pick-up to delivery.

And with our truly global reach, we ensure your products arrive in the best
possible condition – anywhere in the world.



Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD – Toute reproduction interdite



**MAERSK
LINE**

Ananas

Avril 2010

Le mois d'avril a été dans l'ensemble assez tendu et difficile pour les opérateurs du marché de l'ananas. En effet, les ventes n'ont pas été aussi dynamiques que prévu. La demande a fortement chuté, principalement à cause des congés de Pâques un peu partout en Europe, mais également parce que les supermarchés, qui avaient encore des stocks importants, ne se sont pas réapprovisionnés. L'offre en Sweet du Costa Rica, jusque-là limitée, a alors connu une forte progression. On a assisté un peu partout à la constitution de lots de resserre, vendus à très bas prix dans le but d'éviter un engorgement du marché.

La situation n'a guère été meilleure pour les ventes de Cayenne lisse. En effet, la disponibilité de Sweet à bas prix n'a pas facilité l'écoulement des quelques lots disponibles.

Bon mois dans l'ensemble sur le marché de l'ananas avion, car l'offre globale en fruit était limitée. La baisse de la demande qui a suivi Pâques a également affecté les ventes. On a ainsi assisté à une augmentation des ventes en PAV (prix après vente) dont le but était de fluidifier les stocks. Toutefois, à la suite de l'interruption du trafic aérien en Europe pendant une dizaine de jours, la situation s'est améliorée, permettant ainsi aux opérateurs de repartir sur de meilleures bases. Bonnes ventes également pour les lots de Pains de sucre du Bénin, vendus sur l'ensemble du mois entre 1.80 et 2.00 euros/kg.

Au début du mois, l'augmentation de l'offre en ananas Victoria a affecté les cours qui se sont légèrement tassés. Les ventes et les prix sont repartis à la hausse à la suite de l'interruption du trafic aérien due au nuage de cendres du volcan islandais et de la réduction des approvisionnements.

■ Consommation de fruits et légumes : encore un long chemin à parcourir. Seulement 50 % des habitants de l'UE consomment suffisamment de fruits et légumes, soit 600 g par jour. La moyenne de consommation est de 166 g/jour pour les fruits et 220 g/jour pour les légumes. L'OMS certifie qu'une augmentation de la consommation contribuerait à la réduction des effets des maladies non contagieuses, qui sont responsables de 86 % des décès et 77 % des maladies en Europe. L'OMS a calculé que 2.7 millions de vies humaines et 26.7 millions d'équivalent DALY (Disability-Adjusted Life Year ou AVCI en français : Année de Vie Corrigée du facteur d'Invalidité) pourraient être sauvés chaque année. Cette ode aux fruits et légumes a été présentée aux députés européens début mai par différentes parties prenantes des filières fruits et légumes aussi bien européennes que d'importation (Aprifel, Freshfel, EPHA, AREFLH). Les rapporteurs ont salué le programme de distribution de fruits à l'école, action mise en oeuvre par 25 états membres européens, et ont demandé que les initiatives visant à promouvoir la consommation de fruits et légumes s'intensifient.



Photos © Guy Brehnier

■ La papaye d'Equateur enfin autorisée aux Etats-Unis. Après sept ans de réflexion, les Etats-Unis viennent de rendre leur verdict. La papaye équatorienne est autorisée à l'importation sur le sol américain. C'est le premier marché mondial. Il est en outre en très forte croissance : + 35 % en volume entre 2005 et 2009. Les importations ont dépassé les 150 000 tonnes en 2009, pour un chiffre d'affaires à l'importation de l'ordre de 90 millions de USD. Le Mexique, avec 80 % de parts de marché, est le principal fournisseur des Etats-Unis, loin devant Belize (15 %). L'Equateur exporte pour l'instant vers l'Europe, où il s'est hissé à la deuxième place des fournisseurs derrière le géant brésilien.

Sources : Reefer Trends, CIRAD



Diverses sources

Papaye - Importations des Etats-Unis					
En tonnes	2005	2006	2007	2008	2009
Total, dont	116 068	132 170	138 109	124 355	156 430
Mexique	80 182	91 158	92 628	84 901	124 761
Belize	27 716	33 889	33 489	28 170	23 747
Brésil	4 597	3 662	4 165	3 793	2 923
Guatemala	1 243	1 020	1 540	3 721	2 112
Rép. dominicaine	1 089	987	5 138	2 142	1 808
Panama	22	0	99	507	265
Jamaïque	1 033	1 319	992	1 096	785

Source : douanes

ANANAS — PRIX IMPORT EN FRANCE — PRINCIPALES ORIGINES

Semaines 2010		13	14	15	16	17
Par avion (euro/kg)						
Cayenne lisse	Bénin	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90	1.80-1.90
	Cameroun	1.80-1.90	1.80-1.90	1.65-1.90	1.65-1.90	1.70-1.90
	Ghana	1.75-1.85	1.75-1.85	1.75-1.85	1.75-1.85	1.75-1.85
Victoria	Réunion	4.00-4.50	3.50-4.00	3.40-4.00	-	3.50-4.00
	Maurice	4.00-4.50	3.50	3.10-3.40	3.50-4.00	3.00-3.50
Par bateau (euro/colis)						
Cayenne lisse	Côte d'Ivoire	5.50-7.50	6.00-7.50	5.00-8.00	5.00-6.50	5.00-6.50
	Sweet	Côte d'Ivoire	7.00-10.00	7.00-10.00	7.00-9.00	6.00-8.50
Sweet	Cameroun	7.00-10.00	7.00-10.00	7.00-9.00	6.00-8.50	6.00-8.50
	Ghana	7.00-10.00	7.00-10.00	7.00-9.00	6.00-8.50	6.00-8.50
	Costa Rica	7.50-9.00	7.50-9.00	6.50-8.00	6.00-7.50	5.00-7.50

Photos © Régis Domergue

ANANAS — PRIX IMPORT

Semaines 13 à 17	Min	Max
Par avion (euro/kg)		
Cayenne lisse	1.65	1.90
Victoria	3.00	4.50
Par bateau (euro/colis)		
Cayenne lisse	5.00	8.00
Sweet	5.00	10.00

EUROPE

Mangue

Avril 2010

En avril, les Kent du Pérou terminaient progressivement leur campagne, avec des prix assez fermes pour des fruits de bonne qualité et des prix nettement moins élevés pour ceux de qualité plus aléatoire. Parallèlement, l'offre du Brésil progressait, provoquant une accumulation de produits dans un contexte de fléchissement de la demande. Il en résultait une chute des prix accélérée par une grande diversité de qualité. Manque de tenue des Tommy Atkins et développement d'attaques fongiques détournant une grande partie de la clientèle, celle-là même qui en mars avait trouvé dans ces fruits une alternative aux arrivages du Pérou qui s'amenuisaient. L'accumulation de mangues d'origines, de qualité et de variétés diverses accentuait la pression commerciale et orientait le marché à la baisse. Les livraisons d'Afrique de l'Ouest, alors en progression, voyaient ainsi leur prix s'effriter. Les envois d'Amélie de Côte d'Ivoire, organisés pour pallier la baisse des volumes péruviens, s'avéraient de plus en plus difficiles à écouler avec l'arrivée des premières Kent en milieu de mois. Globalement de bonne qualité, les Amélie se vendaient à la baisse jusqu'en fin de mois, alors que le marché européen ne disposait que d'un approvisionnement limité de Kent.

Le marché avion est resté complexe en avril. Les derniers lots du Pérou se sont vendus à prix soutenus pour la bonne qualité. Toutefois, les fourchettes de prix se sont élargies en raison de lots de qualité plus aléatoire. Les origines ouest-africaines prenaient progressivement le relais. Les fruits de Côte d'Ivoire se sont vendus à la baisse sous la pression des arrivages. Ceux du Mali et du Burkina Faso trouvaient plus difficilement preneur du fait de la multiplicité des variétés, de coloration et de maturité souvent insuffisantes. L'offre d'origines comme le Costa Rica ne faisait qu'amplifier le déséquilibre entre offre et demande. La suspension des arrivages en semaine 16, en raison du nuage de cendres du volcan islandais, favorisait l'écoulement d'une partie des stocks. Mais la reprise rapide des arrivages maintenait un état de surapprovisionnement et de tendance baissière.

■ Campagne litchi de Thaïlande. Peu de temps se sera écoulé entre la fin de la campagne litchi de l'océan Indien et le démarrage de celle de Thaïlande. La vente des derniers lots d'Afrique du Sud en mars, avec la variété tardive Red MacLean, a considérablement réduit la période d'absence du litchi sur le marché européen, même si les volumes de cette origine ont été limités en fin de campagne. En effet, les premiers litchis par avion de Thaïlande ont été réceptionnés aux Pays-Bas dès la semaine 13. Ils se sont vendus autour de 10.75 euros/kg, en légère baisse la semaine suivante à 10.50 euros/kg pour des quantités marginales. En semaine 15, plusieurs exportateurs thaïlandais suspendaient leurs expéditions en raison de mauvaises conditions météorologiques (fortes précipitations) qui ne permettaient pas d'assurer un approvisionnement de qualité correspondant aux exigences des marchés européens. La commercialisation reprenait en semaine 16 avec des quantités plus importantes disponibles sur les marchés hollandais et belge, à des cours en forte baisse mais encore d'un

niveau élevé (7.00-7.50 euros/kg). En fin de mois, les ventes de litchi thaïlandais se stabilisaient entre 7.00 et 8.00 euros/kg.

Source : Pierre Gerbaud



■ Litchi irradié : l'Inde met au point une technique. Le litchi a une durée de vie post-récolte très longue comparé à la plupart des autres fruits. On peut le conserver pendant des semaines à une température très basse de 1°C (± 0.5°C) après un traitement à l'anhydride sulfureux. Le soufre a une action fongicide, anti-oxydante et conserve à la coque sa souplesse. Il entraîne par contre la décoloration de la coque qui vire au jaune. Après la mangue, une équipe de recherche indienne pourrait avoir trouvé une technique permettant de se passer du traitement au soufre. Elle a irradié un lot de litchi qu'elle a pu conserver 28 jours à 4°C dans des sacs en polyéthylène. Cette technique d'irradiation est autorisée pour d'autres produits alimentaires dans des pays comme les Etats-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande ou le Japon. Elle

est totalement interdite dans l'Union européenne pour les fruits frais, mais autorisée sous certaines conditions pour certains produits comme les herbes aromatiques, les épices, les condiments, les fruits secs, la viande de poulet, etc.

Sources : Reefe Trends, CIRAD



© Christian Didier

MANGUE — ESTIMATIONS DES ARRIVAGES — en tonnes					
Semaines 2010		14	15	16	17
Par avion					
EUROPE	Brésil	10	15	10	10
	Pérou	90	30	10	-
	Mali	50	50	20	20
	Burkina Faso	20	20	10	20
	Côte d'Ivoire	50	100	60	80
	Par bateau				
Brésil	2 800	2 800	2 000	1 740	
Pérou	1 160	-	-	-	
Mali	40	22	130	130	
Burkina Faso	130	90	90	240	
Côte d'Ivoire	170	700	1 340	1 560	

MANGUE — PRIX IMPORT SUR LE MARCHE FRANCAIS — en euros							
Semaines 2010		14	15	16	17	Moyenne avril 2010	Moyenne avril 2009
Par avion (kg)							
Pérou	Kent	3.50-4.50	4.00-4.30	4.00-4.50	-	3.80-4.40	4.20-4.60
Mali	Amélie	2.50-2.80	2.30-2.50	2.30-2.40	2.30-2.40	2.35-2.50	2.45-2.65
Mali	Valencia	3.00-3.50	2.80-3.00	2.50-3.00	2.50-3.50	2.70-3.25	2.75-3.15
Mali	Kent	-	4.00	3.50	3.00-3.50	3.50-3.65	3.80-4.00
Burkina Faso	Amélie	2.30-2.40	2.30-2.50	2.10-2.20	2.10-2.20	2.25-2.30	2.20-2.35
Côte d'Ivoire	Kent	-	4.00-4.30	3.80-4.30	3.50-4.00	3.75-4.20	3.90-4.30
Par bateau (colis)							
Pérou	Kent	5.00-6.50	5.00-6.00	5.00-6.00	-	5.00-6.15	4.80-5.50
Brésil	Tommy Atkins	3.50-4.50	3.00-3.50	2.00-3.00	2.00-3.50	2.60-3.60	3.80-5.20
Côte d'Ivoire	Amélie	4.50-5.00	4.00-4.50	3.00-4.00	3.00-3.50	3.60-4.25	3.40-4.70
Côte d'Ivoire	Kent	-	6.00	4.50-5.50	4.00-4.50	4.80-5.30	4.75-6.75

Fret

Avril 2010

La période suivant la « haute saison » s'est déroulée plus ou moins comme prévu, avec une baisse des TCE hebdomadaires pendant tout le mois d'avril aussi rapide qu'avait été l'augmentation. Au fond, rien n'est venu consolider le petit bonus des armateurs et opérateurs lors de la recherche frénétique de capacité après le séisme du mois de mars. Si le rendement TCE d'avril a été le pire de la décennie en 2009, le chiffre de 2010 le talonne de près !

Le commerce USA-Russie n'a pas repris, la prise de calamars a été quasiment nulle et les opérateurs ont donc dû se rendre à St Cristobal à la recherche de chargements spot. Néanmoins, même un prix moyen de sortie bas en Équateur n'a pas suffi à encourager les opérateurs méditerranéens à spéculer au-delà du minimum, en partie en raison des surplus de fruits d'Amérique centrale disponibles chez leurs grands concurrents sur les mêmes marchés.

Le mois d'avril a connu l'événement le plus significatif du monde des reefers depuis le naufrage d'Eastwind l'année dernière. Il s'agit de la création du Hamburg Reefer Chartering Pool, rapprochant tous les navires Seatrade et Frigoship dans la gamme 140'cbft - 356'cbft. Cette association résulte surtout d'un besoin de rendre le segment plus rentable, rendant de surcroît la concurrence plus rationnelle.

Le secteur des navires plus petits souffre manifestement davantage que celui des plus grands. De ce point de vue, et étant

donné que Seatrade possède 25 % de Green Reefers et vu le profil de la flottille de l'armateur/opérateur norvégien, certains vont sûrement trouver bizarre que Green Reefers ne soit pas considéré comme partenaire dans la nouvelle opération ou ait refusé l'invitation.

La prolongation par Del Monte des navires Lombok & Luzon Strait pour une période de trois ans a donné une lueur d'espoir aux opérateurs dans une ambiance de déprime générale — d'une certaine façon elle constitue un indicateur pour les autres affrètements à temps. Il est même possible que ce contrat marque la fin de la descente aux enfers du secteur des reefers après deux années de mauvaises nouvelles non-stop.

On sait que la demande pour des navires de qualité n'ira probablement pas plus loin. L'offre et la demande sont à peu près équilibrés. Si les grandes sociétés avaient voulu utiliser des navires conteneurs, elles auraient sûrement saisi l'opportunité donnée par un marché de l'affrètement faible pendant ces deux dernières années. Il est vrai que deux questions subsistent au sujet des intentions de Nobo and de JFC, mais ni l'un ni l'autre n'ont manifesté auparavant le désir de disposer de services de ligne de tiers pour leurs occupations principales – USA et transatlantique – alors que l'alternative est de garder le contrôle de leurs chaînes d'approvisionnement. En attendant, il y a peu de chances qu'un autre rapprochement (partage de navires) dans le commerce de la banane ait lieu.



■ **CyclOpe 2010** — La renaissance du Palais d'été. CyclOpe 2010, la bible des marchés mondiaux des matières premières, vient de paraître. C'est sous le signe de la Chine que le directeur de l'ouvrage collectif, Philippe Chalmin, a placé ce 24^e opus. La raison en est simple : depuis le rebond de l'activité au printemps 2009, la Chine est partout. Elle est devenue centrale dans tous les segments des matières premières, qu'il s'agisse des produits agricoles, de l'énergie ou des minerais. Au-delà de cette trame chinoise, CyclOpe offre toujours, sur quelques pages, analyses et données économiques pour comprendre plus d'une centaine de marchés aussi différents que ceux des céréales, du tantale, de la banane, des produits de la mer ou encore des textiles.

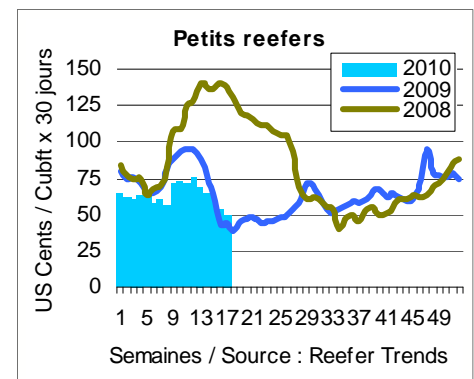
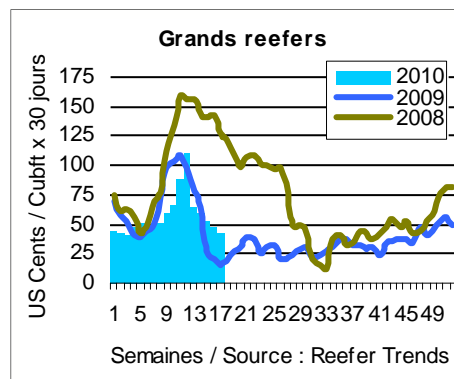
CyclOpe 2010 – La renaissance du Palais d'été ; Ed. Economica, 784 p., 115 euros. Disponible pour la première fois en chinois en sept. 2010.

Web : www.reefer trends.com
 Tel : +44 (0) 1494 875550
 Email : info@reefer trends.com

reefer trends

Une information indépendante sur le secteur du transport maritime reefer

MARCHES SPOT		
Moyennes mensuelles		
US\$/cents/cubic foot x 30 jours	Grands reefers	Petits reefers
Avril 2010	48	53
Avril 2009	30	44
Avril 2008	133	139



Fruits à noyau européens

Premiers éléments de récolte 2010

Pêche & nectarine
Un déficit marqué en début et fin de saison

Les prévisions de récolte révélées lors du salon du MED-FEL, organisé à Perpignan les 4, 5 et 6 mai derniers, ont confirmé le déficit de production attendu cette année en début de campagne. Que ce soit en pêche, en nectarine ou en abricot, cette baisse est consécutive aux très mauvaises conditions météorologiques de l'hiver qui ont sérieusement affecté les zones de production précoce. En conséquence, le potentiel européen devrait revenir à un niveau moyen de 2.7 millions de tonnes en pêche & nectarine (- 4 % par rapport à 2009) et d'un peu moins de 540 000 tonnes en abricot (- 1 %), avec toutefois un potentiel proche de la normale en saison.



Le potentiel de production a été sévèrement réduit cette année dans le sud de l'Espagne, suite aux conditions météorologiques exceptionnelles de l'hiver (inondations, gelées et froid persistant) qui ont affecté la production en Andalousie (55 200 t, soit une baisse de 45 % par rapport 2009), dans la zone de Valence (24 500 t, soit - 30 %) et dans une moindre mesure dans celle de Murcie (68 000 t, soit -11 %). Toutefois, le potentiel pourrait ensuite revenir à un niveau proche de la normale du fait d'un déficit limité dans le sud de la France (135 500 t, soit - 2 % par rapport à 2009 dans le Languedoc-Roussillon et 98 000 t en PACA, soit - 1 %), d'un potentiel stable dans le sud de l'Italie (627 500 t), du retour de la Grèce (281 400 t, soit + 4 %) et d'un développement encore marqué de l'offre en Catalogne (261 000 t, soit + 6 %). Les volumes pourraient être un peu plus allégés en dernière partie de campagne compte tenu de la baisse de production attendue en Rhône-Alpes (69 400 t, soit une baisse de 21 %) et dans le Piémont/Lombardie/Ligurie (155 600 tonnes, soit en baisse de 10 %).

Abricot
Un déficit à relativiser

La production d'abricot devrait être surtout déficitaire en début de saison, avec une baisse dans la zone précoce de Murcie, principal bassin de production espagnol (- 26 % par rapport à 2009 et - 16 % sur la moyenne des 3 dernières années). Par la suite, le déficit devrait être un peu moins marqué avec l'entrée en production des autres zones de production espagnoles dont le potentiel se développe (18 900 t, soit - 5 % sur 2009 et + 3 % sur la moyenne triennale). Il devrait néanmoins perdurer jusqu'au mois de juin à cause des pertes enregistrées dans le sud de la France : 51 000 t dans le Languedoc-Roussillon (- 4 %) et 24 250 t en PACA (- 4 %). Mais ces niveaux de production sont quand même respectivement supérieurs de 33 % et 12 % à la moyenne des trois dernières années. En outre, la production devrait parallèlement être d'un très



bon niveau en Italie, quelle que soit la zone de production (227 960 t, soit + 5 % sur 2009 et + 7 % sur la moyenne des 3 ans), et surtout en Grèce (70 400 t) où elle devrait retrouver un niveau proche de la normale après le déficit enregistré en 2009 (+ 35 % sur 2009 et + 5 % sur la moyenne triennale). Tout comme en pêche & nectarine, la dernière partie de campagne pourrait être un peu plus allégée compte tenu de la baisse de potentiel attendue en Rhône-Alpes après la très grosse récolte de 2009 (94 700 t, soit - 14 % sur 2009), bien que le niveau de la récolte 2010 soit quand même supérieur de 33 % à la moyenne des 3 dernières années ■

Cécilia Céleyrette, consultante
c.celeyrette@infofruit.fr

Pêche & nectarine — Union européenne Evolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2010	Comparaison	
		2009	moyenne des 3 dernières années
Espagne	666 620	- 8 %	- 1 %
France	318 451	- 7 %	- 8 %
Grèce	281 400	- 3 %	- 3 %
Italie	1 433 420	+ 4 %	- 12 %
Total	2 699 891	- 4 %	- 4 %

Source : Europech

Abricot — Union européenne Evolution de la production des principaux pays producteurs

en tonnes	2010	Comparaison	
		2009	moyenne des 3 dernières années
Espagne	69 670	- 20 %	- 10 %
France	170 003	- 10 %	+ 29 %
Grèce	70 400	+ 35 %	+ 5 %
Italie	227 960	+ 5 %	+ 7 %
Total	538 033	- 1 %	+ 10 %

Source : Europech, élaboration INFOFRUIT

Marché européen de la banane

Compétitivité et diversification au menu du plan de soutien aux ACP

Dix pays ACP, fournisseurs de banane du marché européen, devraient bénéficier du troisième plan de soutien mis en place par l'UE depuis 1994. Trois sont situés en Afrique et sept dans les Caraïbes. Le programme BAM (Mesures d'accompagnement dans le secteur de la banane) couvre la période 2010-2013 et sera doté de 190 millions d'euros. Il prend le relais du CSA (cadre spécial d'assistance) arrivé à son terme fin 2008. Quel que soit le plan, les objectifs n'ont pas varié : compétitivité du secteur de la banane d'exportation et diversification.

Depuis 1994, les Etats ACP producteurs-exportateurs de banane vers l'UE ont reçu le soutien de fonds européens afin d'assurer la continuité de leur activité sur un marché européen où leur place est de moins en moins privilégiée. Le SSA, Système Spécial d'Assistance, couvrait la période 1994-1999 et était doté de 78 millions d'euros. Le cadre spécial d'assistance (CSA), dont l'enveloppe était de 376 millions d'euros, a pris le relais jusqu'en 2008. Il concernait alors douze pays fournisseurs traditionnels de banane. La République dominicaine, qui n'était pas ACP à l'époque, et le Ghana, qui n'avait pas le statut de fournisseur traditionnel, ne bénéficiaient pas du plan.

En mars 2010, la Commission européenne a rendu public un bilan de cette décennie de soutien. Il apparaît que les Etats de la Caraïbe ont tiré le plus grand bénéfice du CSA. Ils ont capté 73 % de l'enveloppe contre 23 % aux Etats africains. Les trois îles du Vent (Sainte Lucie, la Dominique et Saint Vincent) se sont partagé 175 millions d'euros. En termes d'intensité de l'aide (ratio aide sur volume exporté vers l'UE pendant la période 1999-2008), les écarts sont abyssaux. En effet, alors que la Dominique ressort avec une intensité de 339 euros/tonne, celle de la Côte d'Ivoire est seulement de 17. En moyenne, la Caraïbe a obtenu un soutien de 128 euros/tonne, alors que l'Afrique plafonnait

dans le même temps à seulement 33. Faut-il pour autant s'étonner de ces différences ? Non, car le règlement de juillet 1999 qui fixait les modalités d'application du CSA était relativement clair sur la clé de répartition. Elle tenait compte des écarts de compétitivité et de l'importance de la production de banane du pays considéré. A ce jeu, les Etats des Caraïbes ont été doublement gagnants. En effet, leur compétitivité est réputée comme très en deçà des standards mondiaux et la banane est souvent une des seules recettes à l'exportation. Le déséquilibre dans les sommes versées fait dire aux ACP les plus vertueux qu'il faut être en quasi-menace de disparition pour que le soutien européen vienne vous empêcher de disparaître corps et biens.

ACP Caraïbes, gros consommateurs de fonds CSA

Effets directs ou indirects des aides, sur la période 1999 à 2008, les exportations de la Côte d'Ivoire et du Cameroun vers l'UE sont passées de

353 000 à 497 000 tonnes. Dans le même temps, celles des Etats de la Caraïbe sont passées de 283 000 à 206 000 tonnes. Plus étrange encore, la Somalie qui, compte tenu de sa situation particulière (dixit l'article 4 du règlement d'application), a obtenu 4 % des fonds (14 millions d'euros), n'a plus exporté un kilogramme de banane depuis des décennies. D'évidence, les fonds n'ont donc pas été versés au seul bénéficiaire du secteur de la banane. Pour les îles du Vent ou encore la Jamaïque, la diversification de l'agriculture est devenue, au fil des ans, plus importante que l'amélioration de la compétitivité du secteur bananier. Au final, les aides à la compétitivité du secteur banane ont représenté 48 % du total des dotations du CSA et sont tombées à 42 % en 2007 et 37 % en 2008. Comme le soulignent les rapporteurs, « les quatre pays continuant de soutenir cet objectif (Belize, Cameroun, Côte d'Ivoire et Surinam) ont maintenu ou augmenté les quantités exportées à destination de l'UE au cours de la période 2006-2008 ». Le rapport souligne également un succès mitigé de la diversification : « ces programmes au-



Bananeraies à Belize

Photos © Luc de Lapeyre

Banane — Bilan du Cadre spécial d'assistance aux fournisseurs ACP — Période 1999-2008

	Allocations (000 euros)	Volume exporté cumulé vers l'UE (000 tonnes)	Allocations (%)	Volume exporté vers l'UE (%)	Intensité du soutien (euros/tonne)
Sainte Lucie	71 623	433	19	7	165
Dominique	52 503	155	14	2	339
Saint Vincent	51 093	245	14	4	209
Cameroun	47 277	2 376	13	36	20
Jamaïque	42 625	310	11	5	138
Côte d'Ivoire	34 546	2 046	9	31	17
Belize	27 719	659	7	10	42
Surinam	21 767	333	6	5	65
Somalie	13 698	0	4	0	0
Grenade	5 500	4	1	0	1 375
Cap-Vert	4 100	0	1	0	0
Madagascar	3 500	1	1	0	3 500
Total dont	375 951	6 561	100	100	57
Afrique	103 121	4 423	27	67	23
Caraiïbes	272 830	2 138	73	33	128

Source : Commission européenne

raient eu avantage à être dotés d'orientations plus claires ».

Au final, le programme CSA a-t-il été efficace ? Les auteurs ne se prononcent pas clairement. Les indicateurs ne semblent pas avoir été mis au point. Dans tous les cas, la moitié seulement des fonds avait effectivement été versée à la fin 2008 et des investissements très lourds (infrastructures routières, bâtiments, etc.) sont toujours en cours de réalisation. Difficile en outre de conclure sur la durabilité des exportations de banane de ces pays car, comme le mettent en avant les auteurs : « les perspectives d'une compétitivité durable dépendent largement (1) du résultat des négociations commerciales en cours sur le plan international et (2) de la capacité des pays à réaliser de nouveaux gains de productivité et des économies sur le plan des coûts ». Pour le premier point, la situation semble mal engagée. Les accords bilatéraux UE-MCCA, UE-Pacte andin voire UE-Mercosur sont quasi bouclés et fixent un droit de douane de 75 euros/tonne pour les importations de banane dollar à l'horizon 2020 (cf. **Fruitrop** n° 177 page 20). Pour le volet compétitivité, c'est un

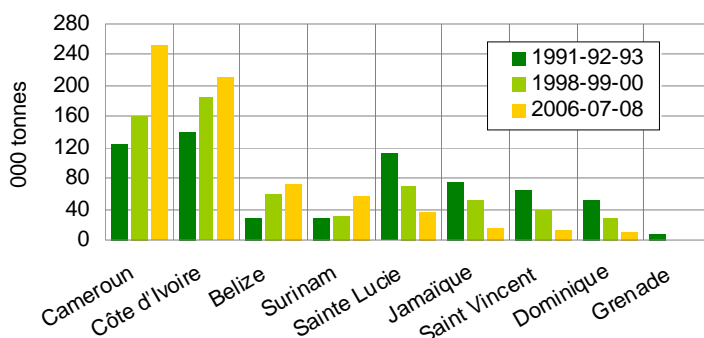


bénéficieront du BAM : Cameroun, Côte d'Ivoire, Ghana, Belize, Dominique, République dominicaine, Jamaïque, Sainte Lucie, Saint Vincent et les Grenadines et Surinam. L'allocation des aides sera basée sur trois critères principaux : le volume de banane mis en marché dans l'UE, l'importance des exportations de banane vers l'UE dans l'économie du pays et le niveau de développement mesuré par l'Indice de Développement Humain (IDH) des Nations Unies. Il faudra attendre le règlement d'application pour un peu plus de précisions. Les programmes nationaux sont en cours de rédaction dans chacun des dix pays éligibles. On peut juste faire remarquer que la notion de compétitivité n'est plus abordée au travers des valeurs unitaires à l'importation calculées à partir des données d'Eurostat (cas du programme CSA). Ce principe était très controversé car on ne savait pas très bien si déclarer une tonne de banane au-dessus du prix européen était le signe d'un bon positionnement commercial (par exemple en banane bio ou équitable) ou était symptomatique d'une impossibilité économique à se caler sur le prix de marché le plus bas.

Les principes sont à peu près définis, l'enveloppe est décidée, les bénéficiaires choisis, reste à donner une perspective de financement post-2013, mais aussi à décider du lancement officiel de ce plan. La Commission semble vouloir le lier à un autre dossier comme elle l'a fait depuis le début : pas de BAM sans ratification des Accords de Genève du 15 décembre 2009, au cas où un grain de sable viendrait bloquer la complexe machine à ratifier. Les ACP et les producteurs communautaires auraient bien voulu que la Commission adopte cette légitime prudence qui veut que l'on négocie en paquet. L'UE aurait ainsi évité de baisser par deux fois en l'espace de six mois son droit de douane : une fois au niveau multilatéral, une seconde fois au niveau bilatéral ■

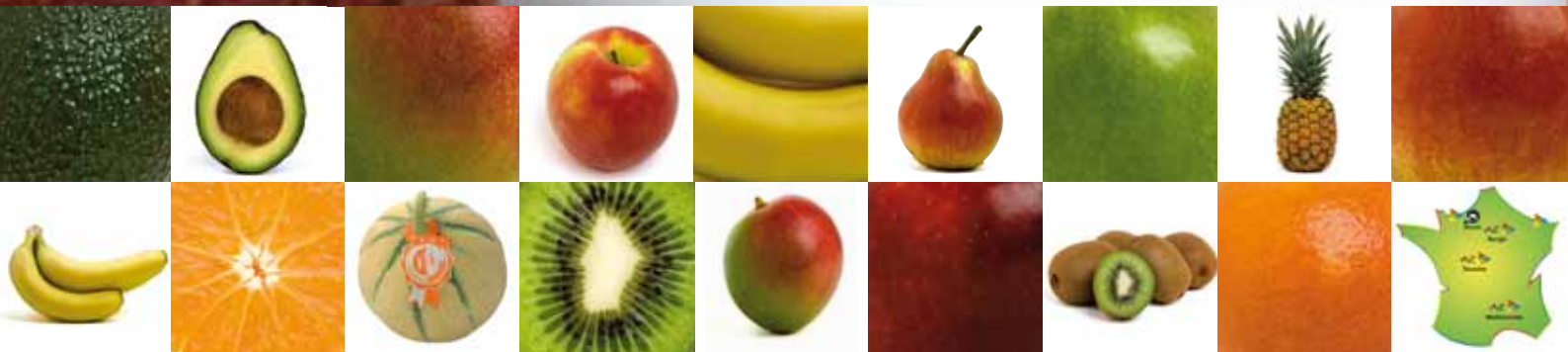
Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

Banane - Exportations vers l'UE - Quelques origines ACP



GROUPE AZ FRANCE

La filière qualité sur mesure



AZ MED - CAVAILLON

AZ FRANCE - RUNGIS

AZ TOURAINE

MIA - ROUEN

AZ GRAND EST

Contenu publié par l'Observatoire des Marchés du CIRAD - Toute reproduction interdite

Tel : 04 90 06 66 00

Tel : 01 41 80 33 33

Tel : 02 47 49 30 30

Tel : 02 32 10 52 52

Tel : 03 87 57 56 50

Fax : 04 90 96 66 16

Fax : 01 46 86 23 16

Fax : 02 47 29 01 84

Fax : 02 35 70 96 03

Fax : 03 87 57 56 51

E-mail : azmed@azmed.fr

E-mail : commercial@azfrance.fr

E-mail : p.raguin@aztouraine.fr

E-mail : commercial@mia-rouen.fr

E-mail : azgrandest@azgroupe.com

Le litchi

Un dossier proposé par
Pierre Gerbaud

La campagne 2009-10 s'inscrit dans la continuité de la précédente si on l'étudie de façon globale. Le marché européen du litchi semble, en effet, se ralentir en termes de volumes. La grande période d'explosion des importations des dernières années retombe progressivement et l'époque où toutes les origines susceptibles de produire et d'exporter des litchis se manifestaient plus fortement paraît révolue. Le profil de l'approvisionnement du marché européen se stabilise et s'ancre sur un schéma qui tend à se confirmer depuis maintenant plusieurs années. Les velléités de développer la commercialisation des litchis en dehors de la période des fêtes de fin d'année s'amenuisent et se fixent de plus en plus sur des origines pérennes telles que la Thaïlande et Israël. Les envois en provenance du Mexique, d'Australie, de Chine, du Vietnam ou d'Inde se tarissent ou s'immiscent sur les marchés en utilisant des circuits de distribution plus informels. Les tendances lourdes restent, d'une part, les exportations de la zone de l'océan Indien en fin d'année et, d'autre part, un approvisionnement plus exotique d'avril à septembre. Les quantités disponibles à certaines périodes de l'année, les prix et le contexte plus général du secteur des fruits et légumes expliquent vraisemblablement ce recentrage.

Sommaire

p. 16	Litchi de l'océan Indien 2009-2010 : au fil de la campagne
p. 19	Litchi de Madagascar 2009-2010 : le meilleur et le pire
p. 24	Campagne litchi 2009-2010 : les autres origines
p. 31	Les variétés de litchi
p. 32	Panorama statistique mondial
p. 34	La culture du litchi
p. 36	Les défauts de qualité du litchi
p. 38	Maladies et ravageurs et post-récolte

Photos © Régis Domergue





Litchi de l'océan Indien 2009-2010

Au fil de la campagne



© Christian Lavigne



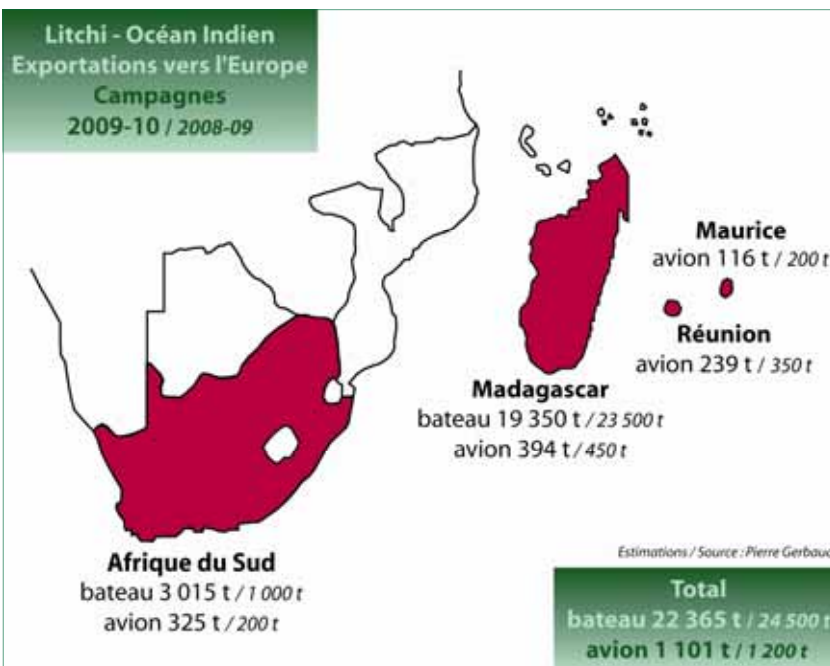
Avion

Un lent démarrage

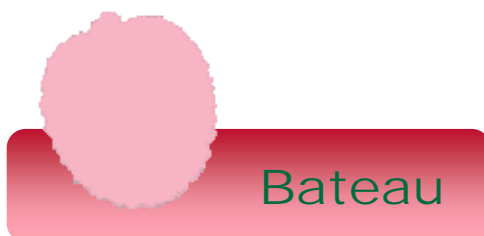
La durée et l'intensité de l'hiver austral ont retardé sensiblement le démarrage de la campagne litchi de l'océan Indien. Les températures basses et le manque de précipitations ont ralenti la croissance des fruits. Ce n'est qu'en **semaine 46** que parvenaient sur les marchés européens les premiers lots de litchi par avion de Madagascar puis de l'île Maurice, en quantité encore limitée à quelques tonnes. L'île Maurice a été particulièrement affectée par les mauvaises conditions de production qui ont obéré l'aspect « primeur » de sa campagne, les premiers lots de Madagascar ayant été réceptionnés une semaine avant les siens. En semaine 46, les volumes restreints disponibles s'écoulaient rapidement à des prix élevés, tant pour les fruits frais que traités. En semaine 47, toutes les origines de l'océan Indien (Afrique du Sud, Madagascar, île Maurice et Réunion) se manifestaient sur le marché européen avec des quantités en rapide progression. La demande peu dynamique en ce début de campagne, pour un approvisionnement déjà conséquent, entraînait les cours à la baisse jusqu'à la semaine suivante. Les ventes s'opéraient alors essentiellement en direction des marchés de gros et du commerce de détail traditionnel.

Une dynamisation des ventes

En semaine 49, sous l'effet d'arrivages plus importants et surtout d'un intérêt plus marqué de la grande distribution, les ventes se fluidifiaient avec des cours moins élevés, situés entre 4.00 et 4.50 euros/kg pour les fruits traités et



entre 5.00 et 8.00 euros/kg pour les fruits frais branchés. En semaine 50, l'offre s'équilibrait par rapport à la demande, permettant un raffermissement des cours de 4.20 à 5.00 euros/kg. L'arrivée du premier navire en provenance de Madagascar en début de semaine 51 compliquait pour les importateurs l'organisation des commandes pour assurer la liaison entre litchi avion et litchi bateau. Cette période charnière s'effectuait de façon satisfaisante par une régulation des arrivages par avion alors que la demande progressait encore avant la livraison des premiers litchis par bateau en milieu de semaine 51. Au cours de cette période délicate, jusqu'en semaine 52, les exportateurs mauriciens privilégiaient leur offre en litchi frais afin d'éviter la dévalorisation de leurs expéditions par avion face aux premiers arrivages par bateau. Ceux de la Réunion étaient encore disponibles jusqu'à la mi-janvier, à des prix fermes autour de 10.00 à 12.00 euros/kg compte tenu de la faiblesse des quantités livrées.



Une première phase sous pression

L'aspect tardif de la campagne provoquait une forte compression des délais de commercialisation de la phase la plus importante de la saison. Avec une arrivée à la mi-décembre (**semaine 51**), les importateurs ne disposaient que d'un week-end de vente avant les fêtes de Noël. La cargaison du premier navire en provenance de Madagascar était rapidement vendue, essentiellement en direction de la grande distribution, avec des prix entre 2.20 et 2.40 euros/kg pour la première semaine de commercialisation. L'écoulement fluide des marchandises du premier bateau créait un léger creux d'approvisionnement sur le marché européen, accru par les délais de déchargement et de post-acheminement du second navire arrivé le 18 décembre en Italie, en pleine tourmente météorologique. De ce fait, les prix de vente bien que fléchissants restaient d'un niveau élevé (2.00-2.30 euros/kg). L'intérêt des distributeurs et des consommateurs baissait en dernière semaine de l'année, entraînant un nouveau tassement des prix autour de 1.60 à 1.90 euro/kg. L'offre sud-africaine se développait plus lentement à partir de la semaine 52. Les fruits de cette origine, mieux calibrés, obtenaient des cours supérieurs mais également orientés à la baisse sous l'effet de l'offre massive et concentrée de Madagascar.



A.M.S. EUROPEAN
FRESH PRODUCE SPECIALTIES



Spécialiste du litchi branché par avion

A.M.S. EUROPEAN S.A.S.
**earth
exotics**

AUSTRALIE

REUNION



ILE MAURICE

THAILANDE



15 rue de la Réunion - BP 70104
94538 Rungis Cedex - France

Tel + 33 1 41 80 03 03

Fax + 33 1 41 80 03 10

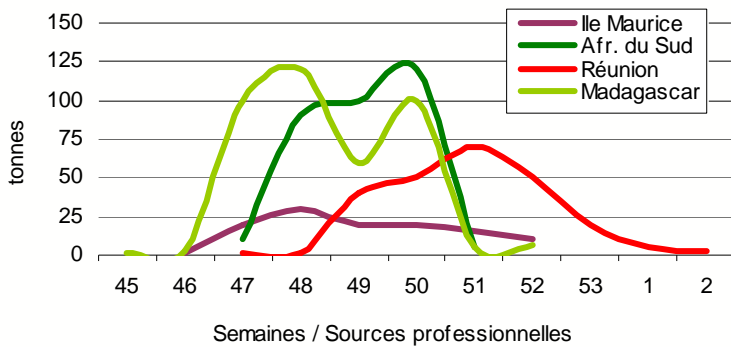
office@ams-european.com

WWW.AMS-EUROPEAN.COM

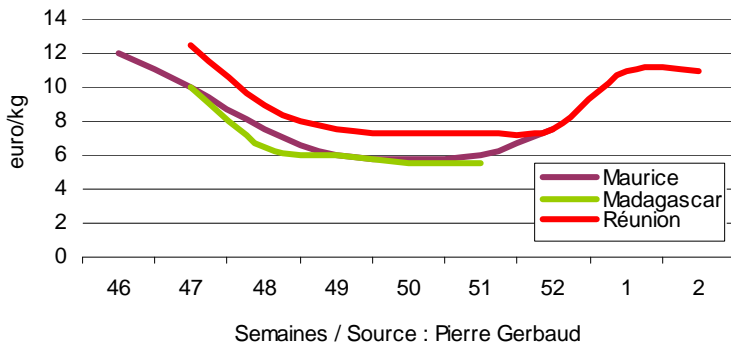


© Philippe Cao Van

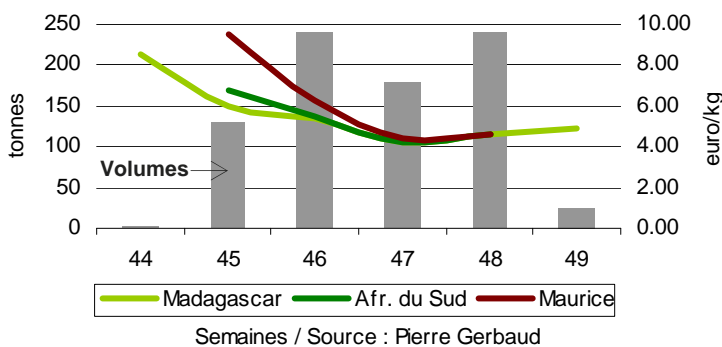
Litchi par avion - Campagne 2009-10
Arrivages hebdomadaires sur le marché européen



Litchi frais par avion - Campagne 2009-10
Prix import moyen sur le marché français



Litchi souffré par avion - Campagne 2009-10
Volumes et prix moyen import sur le marché français



Une dégradation soudaine et profonde

Alors que la première phase de la campagne bateau s'était déroulée sous de bons auspices, la dernière phase semblait dans une évolution sans issue. En dépit d'une réduction des quantités globales livrées par conteneurs maritimes depuis Madagascar, les conditions de marché s'enlisaient rapidement. Les prix soutenus pratiqués en décembre ont semble-t-il provoqué un arrêt brutal de la demande. Les distributeurs ne voyaient sans doute plus le même intérêt à commercialiser de façon aussi importante les litchis, alors que leur clientèle elle-même boudait le produit. Sous l'effet de l'entraînement des ventes de fin d'année, les prix des litchis de Madagascar restaient encore supérieurs à 1.00 euro/kg en début de mois. Ils s'engageaient ensuite dans une spirale baissière jusqu'en fin de campagne fin février-début mars.

Les opérateurs pensaient qu'une reprise des ventes serait possible après les deux premières semaines de janvier, traditionnellement moins actives en termes de consommation. Il n'en fut malheureusement rien, la demande fléchissant avec le temps. Le chronomètre jouait alors contre le litchi malgache, dont la qualité qui se dégradait entraînait la baisse des prix de vente et par là même la réduction des commandes. Parallèlement, les exportations sud-africaines atteignaient leur apogée en première quinzaine de janvier, ajoutant une concurrence aux difficultés de vente des produits malgaches. Ces fruits mieux calibrés parvenaient à s'écouler à des prix nettement plus élevés en s'orientant davantage vers les circuits traditionnels de distribution. L'offre sud-africaine se réduisait par la suite mais s'étendait dans le temps, permettant des ventes jusqu'au milieu du mois de mars.

Le profil de la campagne 2009-10 apparaît donc très contrasté entre les ventes de décembre et celles de janvier et février. Ce mouvement confirme, s'il en était besoin, la concentration de la consommation des litchis au moment des fêtes de fin d'année. Cette tendance marquée sur le marché français a été encore plus nette sur la plupart des autres grands marchés européens ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



© Christian Didier



Litchi de Madagascar 2009-2010

Le meilleur et le pire



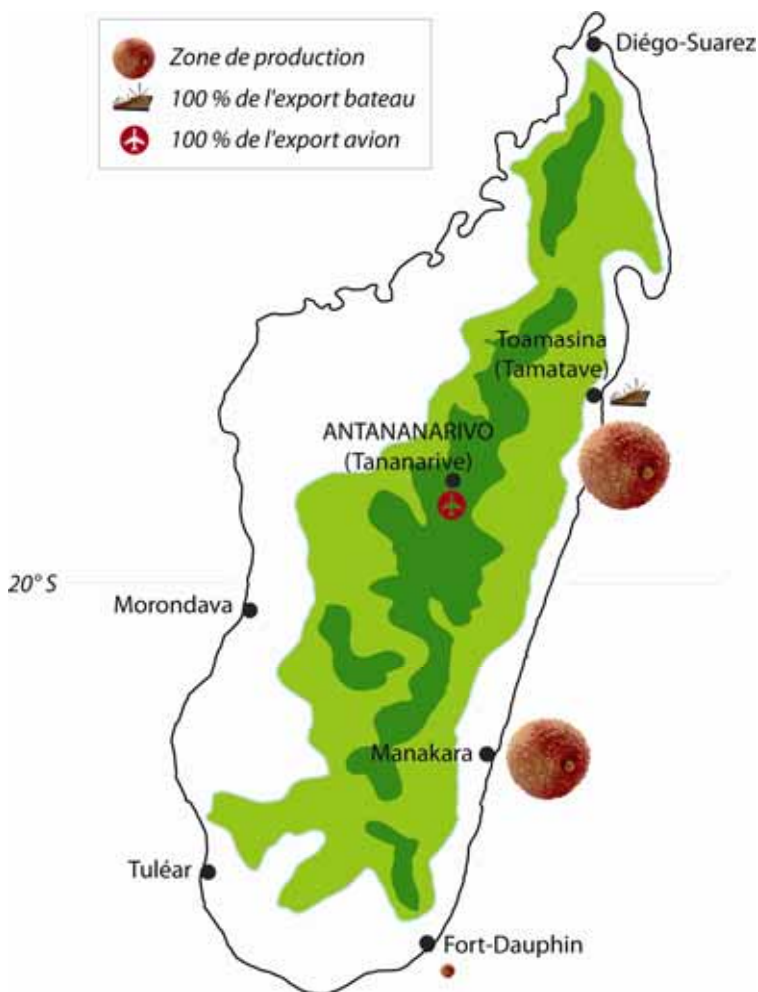
Les campagnes de commercialisation du litchi de Madagascar ont cela de captivant qu'aucune ne ressemble à une autre. Mieux, les paramètres posés à l'aube d'une nouvelle campagne sont presque toujours différents, voire contredits par la réalité de son déroulement. La saison 2009-10 n'a pas échappé à ce schéma qui semble s'ancre dans le temps.

Au titre des facteurs exogènes et perturbateurs de la mise en marché du litchi, le retard de production sur l'ensemble de la zone de l'océan Indien a sans doute été fondamental dans le déroulement de la campagne 2009-10. La durée et l'intensité de l'hiver austral, qui correspond à la période de floraison et de fructification des litchis, n'ont pas réellement affecté le potentiel de production de Madagascar, mais reporté de deux à trois semaines la disponibilité des fruits destinés à l'exportation par rapport à la campagne antérieure. Cet écart a été d'autant plus important que la campagne 2008-09 avait été particulièrement précoce. On connaît l'importance des dates de démarrage de campagne et leur incidence sur l'organisation de la commercialisation. On soulignera ici la réactivité des professionnels qui ont dû faire face à d'importantes contraintes logistiques pour assurer l'exportation et la mise en vente des litchis. Plus que d'autres, cette campagne a nécessité de multiples modifications et adaptations pour permettre l'écoulement des fruits malgaches.

Les exportations de Madagascar accusent une baisse sensible par rapport à l'année dernière. Elles totalisent environ 19 750 tonnes, contre près de 24 000 tonnes en 2008-09. Ce résultat en régression n'est nullement dû à une réduction de la production malgache, mais à une volonté des opérateurs de restreindre l'offre sur les marchés européens pour tenter de revaloriser le fruit après les résultats très médiocres de la saison précédente, en tenant compte du contexte économique général.

Une campagne avion satisfaisante

La campagne par voie aérienne a débuté avec des volumes marginaux en semaine 46, qui se



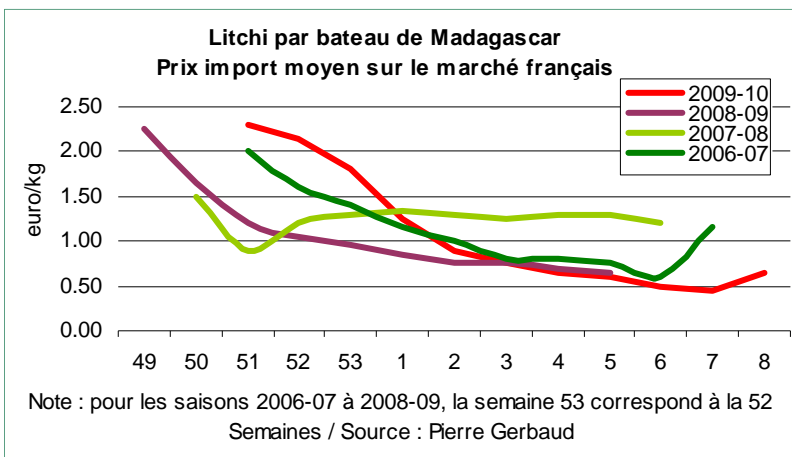
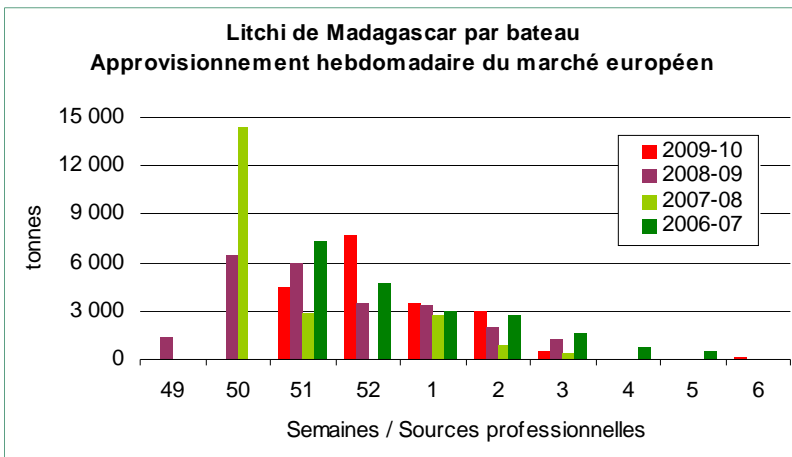


sont vendus à prix élevés mais peu significatifs. Ce n'est qu'en fin de semaine 47 que les volumes se développaient fortement, entraînant une baisse logique des prix autour de 6.00 euros/kg, niveau soutenu compte tenu de l'arrivée simultanée des productions des différents pays de l'océan Indien. La baisse s'accroissait la semaine suivante avec des prix de 4.80 à 6.00 euros/kg selon le type de clientèle. L'ambiance du marché en ce début de campagne restait morose, la clientèle hésitant à se positionner sur ce produit dont les prix encore très élevés s'accordaient mal avec le contexte économique peu dynamique. La consommation s'orientait effectivement davantage vers des produits plus basiques et moins onéreux.

En semaine 49, alors que les volumes disponibles atteignaient leur niveau le plus haut, la demande s'accélérait et les ventes se fluidifiaient. Les acheteurs de la distribution commençaient à mettre en avant le produit dans leurs magasins et s'ajoutaient à la demande jusque-là plus limitée du commerce de détail traditionnel. Certes les cours fléchissaient une nouvelle fois pour s'établir aux alentours de 4.00 à 5.00 euros/kg. Par rapport à la campagne 2008-09, ils demeuraient cependant à un niveau plus ferme pour des quantités globales identiques. L'arrivée des premiers lots transportés par bateau étant prévue en début de semaine 51, avec mise à disposition au mieux en milieu de semaine, la fin de la semaine 50 et le début de la semaine 51 constituaient la charnière entre les deux premières phases de la campagne de commercialisation. Elle s'avérait particulièrement délicate pour assurer un approvisionnement ininterrompu entre litchis avion et bateau. La réduction des arrivages créait un léger creux d'approvisionnement favorable à une plus grande fermeté des cours. Le calcul des livraisons pour cette période devenait complexe pour satisfaire d'un côté le commerce de détail dont l'intérêt pour le produit croissait et de l'autre les distributeurs qui attendaient de pouvoir se fournir en litchi bateau à prix plus attractifs. Dans la pratique, le sous-approvisionnement ponctuel a permis d'achever la campagne avion sur une note positive.

Une campagne bateau des plus contrastées

Préalablement à la campagne et d'un commun accord, les expéditeurs et réceptionnaires des litchis de Madagascar, regroupés dans une logistique commune, avaient arrêté une stratégie sur les volumes souhaitables pour la commercialisation de fin d'année sur les marchés européens. Il s'agissait de réduire les quantités globales et de mieux les répartir dans le temps afin d'éviter les écueils passés. Pour mettre en place cette stratégie, deux navires exclusivement dédiés aux litchis étaient affrétés pour un tonnage prévu de 10 000 à 11 000 tonnes et un nombre de conteneurs (de 40 pieds, soit environ 20 tonnes/conteneur) fixé à 350, soit environ 7 000 tonnes pour la dernière partie de campagne. Bien que légèrement dépassés, ces engagements ont été tenus.



La saga haletante de fin d'année

L'aspect tardif de la production à Madagascar entraîna un chronométrage serré des opérations pour livrer en temps et en heure les fruits auprès de la distribution européenne. La campagne de récolte a été officiellement ouverte le 27 novembre pour la zone de production de Tamatave (le 14 novembre en 2008-09), la plus importante de Madagascar qui fournit la quasi-totalité des fruits commercialisés en Europe. Sachant qu'il faut trois à quatre jours de chargement et un délai de transport de 13 à 15 jours pour rejoindre l'un des ports européens de Méditerranée, le compte à rebours s'avérait des plus tendus pour diffuser les litchis sur les différents marchés européens avant les fêtes de Noël. La gageure était d'autant plus importante que ces délais permettaient au mieux de ne bénéficier que d'un week-end de commercialisation avant les fêtes, moment privilégié pour les ventes de litchi.

L'*Ipanema*, premier navire affrété et exclusivement réservé au litchi, a été cette année un porte-conteneur et non un navire polytherme conventionnel comme les années précédentes. Ce choix s'explique par les conditions du transport maritime international. La baisse du trafic sous l'effet de la crise économique a amené les compagnies maritimes à plus d'agressivité commerciale au cours des derniers mois. Profitant de cette opportunité, les premiers litchis bateau ont été chargés dans environ 210 conteneurs, pour un volume global de 4 300 tonnes. Ce mode de transport inusité en début de campagne a nécessité une adaptation des opérateurs pour charger les conteneurs dans un délai réduit et groupé. Le transport par conteneurs permettait de scinder la marchandise en unités de petite taille, d'assurer la qualité des fruits et une commodité de post-acheminement en Europe. En revanche, il compliquait les conditions de chargement qui étaient ainsi plus atomisées.

Ce premier navire partait de Tamatave le 30 novembre et accostait dans le port de Fos-Marseille le 14 décembre. Les premiers fruits étaient disponibles le mardi 15 décembre pour les marchés les plus proches (France, Espagne, Italie, etc.) et le mercredi 16 pour les autres (Allemagne, Royaume-Uni, etc.). La cargaison de ce navire avait été quasiment pré-vendue à la grande distribution, le solde étant réparti sur les marchés de gros. En raison des faibles délais de commercialisation avant Noël et des volumes limités à l'échelle européenne, les fruits disponibles étaient écoulés rapidement à des cours soutenus

(2.20 à 2.40 euros/kg). Ainsi la fin de la semaine 51 connaissait un creux d'approvisionnement ponctuel, aggravé par la perte d'une vingtaine de conteneurs arrivés en avarie et retirés du circuit. Par ailleurs, la qualité des produits s'avérait satisfaisante, avec un degré de coloration attractif mais des fruits d'assez petite taille.



Dans ce contexte de forte demande et de bonnes conditions de vente, il convenait de maintenir le rythme d'approvisionnement avec le second navire. Bateau conventionnel chargé dans la continuité du précédent, le *Hansa Bremen* quittait Tamatave le 2 décembre pour une arrivée le 18 décembre en Italie, avec une importante cargaison d'environ 6 500 tonnes. Le port de Vado initialement prévu pour recevoir ce navire annonçait son incapacité à le décharger dans de bonnes conditions. Encore flottant, le bateau n'avait soudain plus de port de destination, alors qu'il approchait des côtes européennes et que le marché restait demandeur. Plusieurs destinations furent évoquées, augmentant fortement l'ambiance anxieuse du moment, avant que ne soit fixé le port de déchargement : Gênes. Cet épisode de tension ne fut malheureusement que le premier d'une série. Le navire se présentait au port convenu le 18 décembre au matin. Les conteneurs disposés en pontée en complément des cales étaient déchargés. C'est alors que débutait un épisode neigeux, d'autant plus important que rare dans cette région italienne de Ligurie. Rapidement les opérations de déchargement cessaient, remettant en cause les délais de post-acheminement. Les chutes de neige sur la France avaient déjà gêné les opérateurs pour se rendre sur les lieux du déchargement, mais également les camions mandatés pour diffuser les fruits sur les différents marchés européens. On annonçait plus tard le blocage de la frontière franco-italienne, puis l'arrêt de la circulation des poids lourds. Et le marché attendait...

Le 19 décembre, le quai de déchargement se révélait impraticable, avec une couche de dix centimètres de neige que la température nocturne avait transformée en glace. Les chutes de neige s'étant interrompues, les responsables du port tentaient de dégager le quai. Les opérations de déchargement reprenaient à la mi-journée. Les opérateurs pressés par leur clientèle adaptaient



© Cléo Delanoue



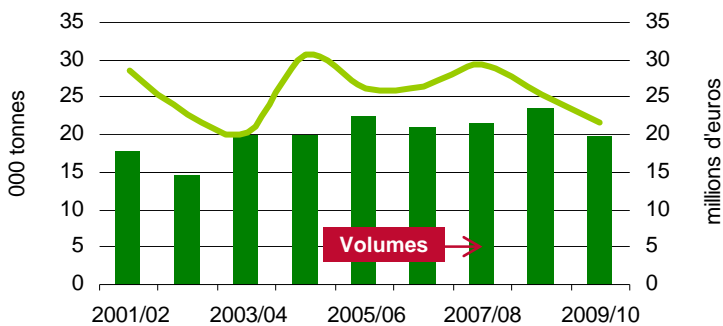
en permanence leur plan de distribution en fonction des quantités de fruits disponibles. Le 20 décembre, la situation s'améliorait, les litchis étaient débarqués et les quelques camions disponibles étaient aussitôt chargés et expédiés. Le déchargement de ce navire s'achevait le 21 décembre. Les 24 à 48 heures de délai supplémentaire provoqué par ces conditions exceptionnelles ont considérablement perturbé la commercialisation des litchis. Le seul côté positif de cette accumulation de problèmes extérieurs a vraisemblablement été la poursuite de la raréfaction de l'offre, qui permettait de maintenir des prix de vente fermes supérieurs à 2.00 euros/kg, événement peu fréquent à cette période de l'année pour le litchi malgache. L'accumulation des quantités retardataires du second navire entraînait en semaine 53 un net fléchissement des cours (entre 1.60 et 1.90 euro/kg). A partir de la semaine 53, la tension commerciale s'inversait. Il ne s'agissait pas de fournir un produit indisponible momentanément, mais bien de tenter d'écouler les fruits présents. En fin d'année, les opérateurs ne cachaient pas leur satisfaction vis-à-vis des conditions de vente de cette phase de commercialisation et arboraient un certain optimisme pour la suite de la campagne.

Une campagne conteneurs abyssale

L'optimisme de fin d'année des opérateurs, qui les encourageait à envisager sereinement la dernière phase conteneurs de la campagne, allait progressivement se transformer en cauchemar. Pourtant, au virage de l'année quelques conteneurs supplémentaires, au-delà des 350 prévus, étaient encore chargés à Madagascar. La première quinzaine de janvier est connue pour sa moindre activité dans le secteur des fruits et légumes. Aussi s'accompagne-t-elle souvent d'un fléchissement des cours. La demande se restreint généralement après les fêtes de fin d'année et pèse sur les prix. En première semaine de janvier, le prix du litchi accusait une baisse sensible, à 1.20 à 1.30 euro/kg, mais les quantités écoulées s'amenuisaient plus fortement encore. Restait disponible le solde du second navire auquel venaient s'ajouter les litchis transportés par conteneurs maritimes qui commençaient à être réceptionnés, la majorité l'étant au cours de la première quinzaine de janvier.

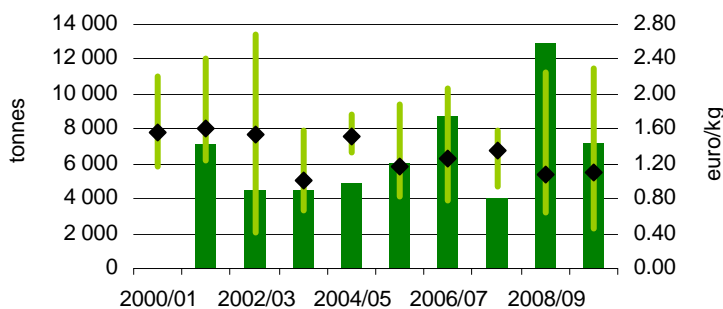
Rapidement, la mévente de début janvier, qu'on supposait ponctuelle, s'est transformée en tendance profonde. Le cours des litchis malgaches passait en deçà du seuil de 1.00 euro/kg et se situait en fin de mois entre 0.50 et 0.80 euro/kg. Le problème n'était plus alors une question de prix, mais d'écouler les stocks importants disponibles, vraisemblablement plusieurs centaines de palettes, alors que la concurrence sud-africaine atteignait son point culminant. Dans de pareilles circonstances, un cercle vicieux se met en mouvement et ne peut guère être enrayeré. Mévente, stockage prolongé, dégradation qualitative, baisse des prix ; la litanie souvent entendue reprend le pas. Malgré la réduction des tonnages prévus par

Litchi - Madagascar - Volume et chiffre d'affaires



Source : Pierre Gerbaud

Litchi - Madagascar - Prix et volume par conteneurs



Source : Pierre Gerbaud

conteneurs par rapport aux années précédentes, les quantités s'avéraient beaucoup trop importantes au regard de la demande, en panne depuis le début d'année. La commercialisation des litchis de Madagascar s'est poursuivie jusqu'à la mi-mars à des cours bas (0.40 à 0.60 euro/kg), peu représentatifs de la valeur du produit compte tenu des quantités écartées pour des raisons de qualité.

Un bilan positif sur le fil du rasoir

Le déroulement très contrasté et mouvementé de la campagne devrait apporter des résultats moyens, la première partie compensant la seconde si l'on se réfère aux quantités concernées, 12 000 tonnes d'une part et 7 200 tonnes de l'autre. Mais au-delà des résultats économiques, la campagne 2009-10 fait apparaître de nouveaux éléments, propres à constituer de nouvelles bases pour les prochaines saisons. L'adoption d'une stratégie commune entre opérateurs semble bénéfique. En effet, qu'aurait donné la dernière campagne sans une restriction des quantités ? Si l'on tient compte des conteneurs du premier bateau non commercialisés pour des raisons de qualité et des fruits écartés dans la dernière phase de la campagne, quelle a été réellement la capacité d'absorption du marché européen ? 15 000, 16 000, 17 000 tonnes ? Il semble évident que la réduction des volumes exportés ne peut être que favorable à la filière litchi dans le contexte économique actuel. La stratégie mise en place cette année a été payante, il conviendrait de l'adopter et de l'adapter dans le futur.

Le litchi apparaît de plus en plus comme un fruit festif consommé en fin d'année. Plus les années passent et plus cette concentration autour des fêtes se renforce. Elle contribue à redessiner le profil d'approvisionnement en focalisant les volumes massifs à ces occasions. Mais si les stratégies liées aux quantités exportées sont nécessaires, elles doivent aussi être sans faille. Or elles montrent une grande fragilité car elles sont souvent perturbées par des expéditions aux marges de la campagne, qu'il s'agisse de quelques conteneurs supplémentaires chargés dans l'euphorie de la fin d'année ou de près de 1 350 tonnes en provenance de la région de Manakara, exportées sur porte-conteneurs avant l'ouverture de la campagne de Tamatave. Le pouvoir de nuisance de quantités non planifiées reste réel. Ainsi, l'expédition de fruits par bateau en provenance de Manakara, dénommés « primeurs », a



© Christian Lavigne

perturbé la commercialisation des tonnages majoritaires. De plus, si la notion de primeur en matière de litchi s'entend aisément pour des marchandises avion de début de campagne, elle semble plus sujette à caution pour des fruits bateau.

Si la réduction des exportations de litchi de Madagascar montre le souci des opérateurs de s'adapter aux marchés destinataires, elle porte en elle un autre élément essentiel à la valorisation du fruit. En diminuant les volumes, il est possible conjointement d'améliorer la qualité des produits exportés, qui apparaît comme le second volet qui devrait faire l'objet de l'attention des professionnels. La qualité reste le plus souvent correcte mais standard. Or, si le commerce se satisfait de ce niveau qualitatif à la période des fêtes, il devient plus exigeant par la suite, notamment par comparaison avec la concurrence sud-africaine qui livre des fruits calibrés. Le calibrage ne résume pas à lui seul la qualité du fruit, mais il y contribue et constitue un facteur aisément applicable.

L'enseignement majeur de la campagne 2009-10 sur le plan commercial est vraisemblablement le positionnement de la grande distribution. Informés de l'aspect tardif de la campagne et de la limitation des expéditions, les distributeurs ont poursuivi la mise en avant des litchis de Madagascar durant la période des fêtes. S'ils ont accepté de payer des prix nettement plus élevés que ceux de l'année antérieure, en revanche ils ne trouvaient pas justifié de les maintenir en janvier, période de dépression de la demande. En quelque sorte, le secteur de la distribution s'est retourné en janvier contre les prix d'achat conséquents pratiqués en décembre. Le rapport de force approvisionnement/capacité d'écoulement s'était inversé entre décembre et janvier. Les consommateurs ont suivi ce mouvement, boudant les fruits proposés à des prix de détail eux aussi plus élevés. Cette tenaille commerciale mérite également réflexion. Est-il préférable de vendre des volumes massifs à des prix peu élevés ou de valoriser le produit pour des quantités et une période plus limitée ? La réponse ne viendra que dans l'avenir...

Les résultats économiques devraient cette année satisfaire l'essentiel des opérateurs de la filière, à l'exception de ceux qui n'auraient exporté des litchis que durant la dernière phase de campagne. Le déroulement de la campagne et la stratégie mise en place cette année ouvrent de nouveaux horizons pour la filière litchi. Ils sont indubitablement source de réflexion pour l'organisation des campagnes futures. Mais certaines incertitudes demeurent. Le manque de visibilité dans la stabilisation politique de Madagascar obère les possibilités de drainer des sources de financement de la part des bailleurs de fonds, pourtant indispensables à l'accompagnement des filières horticoles du pays. De même, la régulation des exportations de litchi, oeuvre conjointe des pouvoirs publics et des opérateurs, ne peut s'entrevoir que dans un contexte plus établi ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



Campagne litchi 2009-2010

Les autres origines



Ile Maurice Petite campagne

Coincée entre le début de la campagne de l'océan Indien avec une offre de litchi « primeur » et la concurrence des autres origines de la zone, l'île Maurice peine à trouver sa place sur le marché international. L'intensité de l'hiver austral a particulièrement affecté cette origine qui n'a pas pu profiter d'une précampagne d'une à deux semaines sans compétiteurs. Les premières expéditions par avion ont été réalisées en semaine 46, alors que les premiers litchis malgaches étaient déjà présents sur le marché. Pour éviter la concurrence frontale de Madagascar et de l'Afrique du Sud pour les litchis souffrés, les exportateurs mauriciens ont entamé leur campagne avec des fruits frais et branchés, la Réunion n'ayant pas débuté ses envois. Mais, dès la deuxième semaine de campagne, l'offre mauricienne se diversifiait avec fruits frais d'une part et fruits souffrés d'autre part. Le cours des litchis mauriciens suivait l'évolution globale du marché, avec une baisse marquée parallèlement au développement de l'offre. Les fruits de qualité globalement satisfaisante se sont vendus sur les mêmes bases de prix que leurs concurrents, tant les traités que les non-traités.

Jouant toujours avec les tendances du marché, les expéditeurs se sont adaptés à la demande afin de valoriser au mieux leurs envois. Les livraisons de fruits traités cessaient en semaine 50, avant l'arrivée des premiers fruits acheminés par bateau. En revanche, les exportations de fruits frais se poursuivaient jusqu'en semaine 52. A l'instar des opérateurs réunionnais, ceux de l'île Maurice ont également adopté la présentation en bouquet pour quelques lots de litchis frais conditionnés en cartons plateau de 5 à 6 kg. Quant aux litchis souffrés, leur présentation était la même que lors des campagnes antérieures, avec un colisage de 2 kg dans des cartons à rabats.

Les conditions météorologiques peu favorables cette année, la réduction d'activité des entreprises dans le contexte économique international et les difficultés logistiques ont influé sur les quantités exportées par l'île Maurice. Les disponibilités de fret aérien ont été limitées et très concurrentielles en période de fêtes où elles doivent être réparties



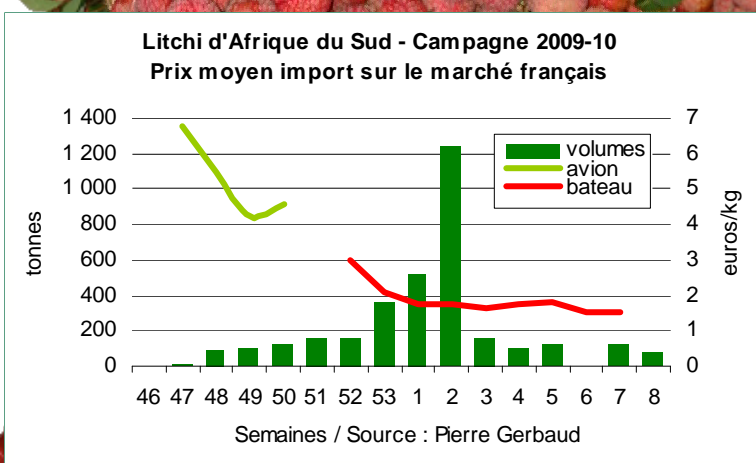
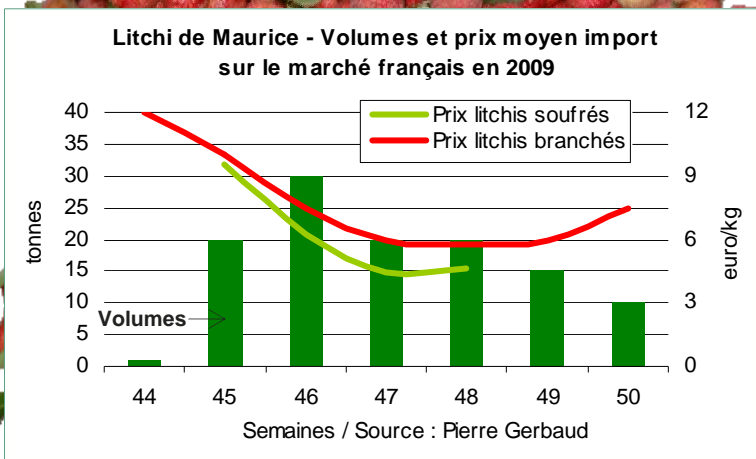
entre différents produits périssables (litchi, ananas Victoria, fleurs) et où les tarifs sont plus élevés. Les exportations accusent un retrait, avec 120 à 150 tonnes contre plus de 200 tonnes l'année dernière. Pour autant, la baisse des volumes inhérente aux conditions de production n'implique pas de mauvais résultats commerciaux. Si l'on en juge par l'examen des courbes de prix moyens au cours des deux dernières campagnes, ceux de 2009-10 s'avèrent globalement plus élevés que ceux de 2008-09, ce qui tend à prouver que l'offre a été plus adaptée à la demande des marchés cette année. Le principal débouché a été une nouvelle fois le marché français. Compte tenu de la réduction globale des expéditions, il semble que les autres marchés européens n'aient reçu que des quantités limitées.

Afrique du Sud Retour dans la course

La campagne litchi 2008-09 d'Afrique du Sud marquant un net recul de la seconde origine fournissant le marché européen. De mauvaises conditions météorologiques pendant la période de fructification avaient compromis le potentiel traditionnel de production et d'exportation, ramenant les résultats du pays à 1 200 tonnes contre près de 4 000 tonnes expédiées en 2007-08. Malgré un démarrage tardif de la production de l'océan Indien, l'Afrique du Sud, sans atteindre ses meilleurs scores, a exporté environ 3 000 tonnes au cours de cette dernière campagne, dont environ 10 % par avion.

Comme les autres origines de l'océan Indien, l'Afrique du Sud a subi l'intense hiver austral de 2009, qui a provoqué un retard de production des litchis dans toutes les zones productrices du pays. Ainsi, les premières expéditions ont coïncidé avec celles des autres pays producteurs de la région. Elles sont en effet arrivées simultanément sur le marché européen, après la mise en marché des premiers lots de l'île Maurice et de Madagascar qui ne constituaient qu'une amorce dans la commercialisation du fruit. Dès la deuxième semaine de campagne, les volumes progressaient fortement pour atteindre 80 à 100 tonnes par semaine. Ils atteignaient leur maximum en semaines 49 et 50 pour la fin de la campagne avion et la liaison avec la campagne bateau. La concurrence avec les autres origines présentes sur le marché provoquait une rapide baisse des cours. Après la vente des premiers lots entre 6.00 et 7.00 euros/kg pour des quantités limitées, les litchis sud-africains voyaient leur cours fléchir nettement les semaines suivantes, passant à 5.00-6.00 euros/kg puis 4.00-5.00 euros/kg au gré de la progression de leurs envois mais également de ceux des autres origines.

Si les prix se dégradent suivant le même profil que la campagne précédente, leur niveau restait toutefois supérieur. Les conditions tarifaires du transport aérien semblent avoir été meilleures pour l'Afrique du Sud cette année par rapport aux





© Christian Didier

pays voisins, favorisant une plus grande compétitivité vis-à-vis du géant malgache. A conditions plus avantageuses, les litchis sud-africains ont décuplé leur attractivité auprès de la clientèle dans la mesure où, bien que diversement colorés, ils présentaient un calibrage effectif (classifiés en L, XL et XXL). Leur qualité gustative jugée satisfaisante renforçait également leur bonne image de marque. L'essentiel des envois par avion a été écoulé à travers des circuits de distribution traditionnels, via les marchés de gros. Leur qualité généralement supérieure (calibrage) correspondait davantage à celle requise par les commerces de détail. De plus, les litchis de Madagascar étant plutôt orientés vers la grande distribution, cette répartition de créneaux commerciaux évitait d'exacerber la concurrence entre les deux origines. On notera toutefois qu'en fin de campagne avion la qualité des produits d'Afrique du Sud connaissait une dégradation marquée, avec l'apparition de points de moisissures ponctuels qui dépréciaient un certain nombre de lots. Ces marchandises retirées de la commercialisation ou vendues à bas prix réduisaient d'autant l'offre globale et participaient à la revalorisation des cours.

La campagne d'exportation par bateau d'Afrique du Sud démarrait à la suite de la campagne avion. Les premiers conteneurs étaient en effet réceptionnés dans les ports nord-européens belges, hollandais et britanniques en semaine 51. Les volumes restaient mesurés jusqu'en fin d'année. En première quinzaine de janvier, les livraisons atteignaient leur pic de campagne et se répartissaient sur les différentes places européennes. Dès le milieu du mois, les arrivages se réduisaient fortement à cinq ou six conteneurs par semaine jusqu'à la mi-février. Les plus gros tonnages ont donc été réceptionnés alors que s'achevait la commercialisation des navires dédiés en provenance de Madagascar arrivés avant Noël et que

parvenaient les premiers conteneurs de cette même origine. La plus grande fraîcheur des produits sud-africains et leur moindre poids sur le marché permettaient de maintenir des cours plus élevés. Mais les importants volumes malgaches entraînaient rapidement l'ensemble du marché dans un mouvement de baisse, dans un contexte de forte réduction de la demande. Néanmoins, le cours des litchis sud-africains résistait mieux à cette pression, sans doute en raison de volumes moins importants, d'une qualité plus régulière et d'une diffusion plutôt orientée vers les marchés de gros. Les prix de vente se maintenaient au moins 1.00 euro/kg au dessus des cours des litchis malgaches.

En seconde quinzaine de février, les prix des litchis d'Afrique du Sud fléchissaient de nouveau. Les conditions de marché étaient certes plus difficiles à cette période, mais la qualité des produits souvent issus de stockage exigeait un écoulement rapide et par voie de conséquence des concessions sur les prix. La campagne sud-africaine se poursuivait presque jusqu'à la mi-mars, avec l'exportation de la variété Red MacLean plus tardive. Les quantités mises en marché demeuraient faibles, mais permettaient de maintenir un flux commercial. Ces produits, généralement moins appréciés en raison d'une qualité gustative médiocre, se sont vendus de façon très irrégulière selon les marchés destinataires, entre 0.65 et 2.00 euros/kg.

En tout état de cause, la campagne sud-africaine 2009-10 a été d'une amplitude nettement plus large que la précédente et les résultats commerciaux devaient être satisfaisants. Pour la campagne avion, les prix moyens durant les trois premières semaines de commercialisation ont été supérieurs d'environ 1.00 euro/kg à ceux de l'année dernière pour des volumes plus conséquents. Les résultats apparaissent plus mitigés pour les envois par bateau, avec une première partie de campagne s'accompagnant de prix légèrement supérieurs à ceux de la saison 2008-09. En revanche, les cours moyens de la dernière partie (à partir de fin janvier) affichent un niveau légèrement inférieur. Si l'on tient compte de l'évolution des tonnages entre les deux campagnes, la dernière a certainement été plus positive. Les campagnes 2008-09 et 2009-10 ont en commun le difficile jeu de concurrence entre l'Afrique du Sud et Madagascar, même si les produits peuvent être distingués par leur volume, leur qualité et leur mode de distribution respectifs.

Réunion

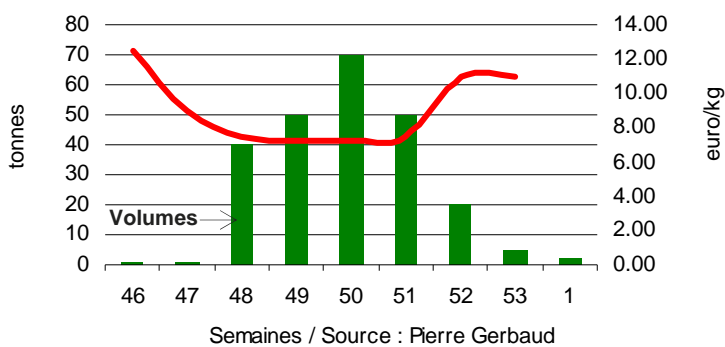
Campagne satisfaisante

La Réunion occupe un espace bien particulier dans la campagne de commercialisation du litchi de fin d'année. Noyée dans la tempête des volumes pléthoriques expédiés par ses voisins malgaches et sud-africains, l'île de la Réunion a de longue date démarqué son offre pour survivre et

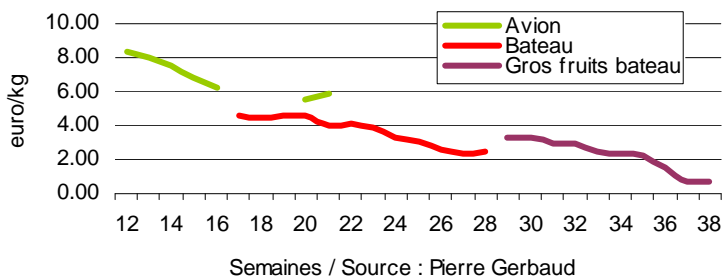


© Christian Lavigne

Litchi de la Réunion - Volumes et prix moyen import sur le marché français en 2009-10



Litchi de Thaïlande - Prix moyen import sur le marché hollandais en 2009



conserver son créneau commercial. Les coûts de production et d'acheminement nécessitent une spécialisation dans un segment haut de gamme pour garder une rentabilité au secteur. Le choix s'est donc imposé de n'expédier que des litchis frais branchés ou égrenés selon la période de la campagne et le type de clientèle visé. Si l'idée paraît évidente, sa réalisation l'est beaucoup moins compte tenu de la durée de vie limitée du produit. La rapidité entre récolte et expédition garantit la fraîcheur du fruit, mais pas toujours le délai de commercialisation. Le conditionnement en sachet « long life » contribue à prolonger la qualité des marchandises. Toutefois, elle reste fragile et limite considérablement l'aire de diffusion du produit qui demeure l'apanage de fruitiers essentiellement localisés sur le marché français. L'obtention récente d'un Label Rouge sanctionne la volonté des expéditeurs de valoriser ce fruit sur le marché métropolitain. Le choix de la Réunion rejoint aujourd'hui la tendance actuelle de mettre en avant un fruit sain, le plus naturel possible, ce qui lui confère vraisemblablement un nouvel attrait aux yeux d'une partie des consommateurs.

Lors de la campagne 2008-09, la Réunion avait expédié environ 300 tonnes de litchi entre mi-novembre et mi-janvier, avec un succès mitigé tant en termes de qualité que de prix de vente. Pour la campagne 2009-10, les exportations se sont élevées à près de 250 tonnes, soulignant un repli non négligeable. L'amplitude de la campagne est restée identique avec un démarrage en semaine 47. Le démarrage fixe de la campagne réunionnaise semble lié à la commercialisation locale des fruits. Les premiers lots récoltés irriguent tout d'abord le marché local où la demande est forte et les prix soutenus. Ce n'est qu'à l'apparition d'une production plus importante que débutent les envois vers le marché métropolitain. La moindre production de cette année, du fait de conditions météorologiques moins favorables, explique le recul des quantités livrées. Les premiers lots se sont vendus comme chaque année à des prix très élevés (entre 9.00 et 12.00 euros/kg) compte tenu de la faiblesse des approvisionnements. Ils baissent fortement en semaine 49 avec l'arrivée de quantités plus conséquentes. Le pic a eu lieu jusqu'en semaine 52, date à laquelle les arrivages fléchissaient sensiblement et de façon continue jusqu'en deuxième semaine de janvier, qui marquait la fin de la saison réunionnaise. Il semble que les exportateurs aient choisi, cette année, de concentrer leurs expéditions autour des fêtes de Noël et du jour de l'an, alors que la montée en puissance avait été beaucoup plus lente l'année dernière avec le maximum d'apports en semaines 51 et 52. Cette concentration semble avoir été favorable à la vente des litchis réunionnais car, bien que les cours se soient orientés à la baisse lors de la progression des arrivages, ils sont restés stables à plus de 7.00 euros/kg tout au long de cette période pour remonter par la suite lorsque les livraisons se raréfiaient. Il n'y a pas eu cette année de ventes significatives à prix bas comme l'année dernière, où les méventes à certaines périodes entraînaient des ventes de dégage-ment en raison de la dégradation qualitative des fruits.



Variété Emperor

L'offre réunionnaise s'est composée de fruits branchés, plus particulièrement en début de période, permettant une présentation originale du produit chez les détaillants. Progressivement, ils se sont faits plus rares au profit de fruits égrenés. On comprend aisément que la clientèle renâcle à payer les branches de litchi au prix du fruit compte tenu de son niveau au stade de détail. Les volumes commercialisés étaient essentiellement conditionnés dans des cartons plateau de 5 à 6 kg. Quelques expéditeurs ont également présenté des litchis branchés en bouquets. Cette segmentation n'a influencé que faiblement les prix de vente import, qui sont restés équivalents à ceux

des autres présentations. En revanche, elle a peut-être légèrement majoré les prix au stade de gros. Il en va de même pour les quelques expéditions conditionnées en barquettes filmées de 500 g, qui trouvent plutôt leur place dans des commerces de proximité de type superette haut de gamme.

Thaïlande

Campagne diversifiée mais chaotique

Comme les années précédentes, la Thaïlande a été l'une des principales origines approvisionnant le marché européen en dehors de la période de fin d'année. On estime autour de 1 500 à 2 000 tonnes les quantités expédiées durant la campagne 2009, démontrant une stabilité des volumes au regard des réalisations des années antérieures. Plus précoce qu'en 2008, la campagne d'exportation de Thaïlande a débuté dès la mi-mars, alors que s'écoulaient les derniers litchis sud-africains marquant la fin de la campagne de l'océan Indien. Les litchis thaïlandais se sont orientés majoritairement vers le marché hollandais, à partir duquel s'opérait une diffusion plus large. En l'absence de concurrence et compte tenu des faibles quantités et de l'arrêt précoce de la campagne sud-africaine, les premiers lots obtenaient des prix élevés, proches de 10.00 euros/kg. Ils engendraient aussitôt un manque de réaction de la clientèle qui refusait de payer un tel prix alors les derniers litchis sud-africains étaient nettement moins chers. Ce mouvement était d'autant plus prononcé que les fruits de petite taille présentaient une coloration peu typique du produit. Cette situation amenait les opérateurs à corriger les prix de vente en les abaissant autour de 8.00 euros/kg, pour tenter

d'accélérer l'écoulement des lots encore peu importants. En avril, l'offre en litchi avion de Thaïlande s'amplifiait, mais ne recevait pas d'accueil plus enthousiaste de la part des consommateurs, la qualité ne s'améliorant pas. En conséquence, les prix s'érodaient progressivement jusqu'à l'arrivée des premiers conteneurs maritimes réceptionnés en seconde quinzaine d'avril. Jusqu'à la mi-mai, les litchis thaïlandais se sont écoulés assez régulièrement entre 4.00 et 5.00 euros/kg, puis entre 3.00 et 4.50 euros/kg jusqu'en début juin.

Paradoxalement, les livraisons par bateau se sont interrompues à la mi-mai, entraînant la réception de nouveaux lots avion vendus ponctuellement à des prix plus soutenus. La reprise et l'accélération des arrivages par bateau à partir de la mi-juin entraînaient une baisse sensible et continue des prix jusqu'en fin de campagne vers la mi-juillet (2.00-3.00 euros/kg). La période estivale se révélait plus difficile du fait de quantités plus importantes, d'une concurrence plus forte des produits de saison ainsi que de l'apparition des premiers fruits israéliens. A partir de la mi-juillet et jusqu'en fin de campagne, la Thaïlande modifiait ses exportations en choisissant de privilégier les variétés Chakrapat ou Emperor en remplacement de la variété Mauritius. L'adoption de ces variétés, jusque-là distribuées de façon marginale, semble indiquer la volonté des exportateurs thaïlandais de diversifier leur offre sur les marchés européens et de se démarquer de la concurrence israélienne en croissance à cette période. Ces fruits ont été commercialisés de mi-juillet à fin août sur des bases de prix orientés à la baisse. On notera que leurs cours, malgré une évolution similaire, se sont mieux tenus que ceux des variétés plus traditionnelles exportées à la même période les années précédentes, validant le choix variétal opéré par les exportateurs. Leur vente s'est poursuivie jusqu'à la mi-septembre, mais à des prix très érodés (1.00 euro/kg et moins). Il s'agissait alors d'écouler les stocks accumulés en août, dont la qualité se détériorait rapidement dans un contexte de demande très limitée.

La campagne thaïlandaise a été plus réduite sur le marché français. Ce n'est que courant avril que les premiers litchis avion de Thaïlande ont été mis en vente, avec des quantités extrêmement limitées. Début mai, quelques lots de litchis frais et branchés ont été proposés, essentiellement sur les marchés de gros dans le but d'approvisionner les commerces de détail spécialisés dans la diffusion des fruits exotiques haut de gamme. Vendus sur une base de 10.00 euros/kg, ces produits se sont rapidement heurtés à un manque de demande. De plus, le conditionnement en cartons ou cagettes plastiques de 8 kg constituait également un frein à la vente. La mévente de ces quelques expéditions a entraîné une baisse des cours d'autant plus sensible que la qualité se dégradait au bout de quelques jours. Après deux semaines de vente, les expéditions ont été suspendues. Une nouvelle tentative avait lieu en deuxième et troisième semaines de juin et obtenait peu ou prou les mêmes résultats. La mise à prix autour de 8.00 à 9.00 euros/kg détournait la clientèle à une période où la consommation s'orientait davantage



© Cléo Delanoue

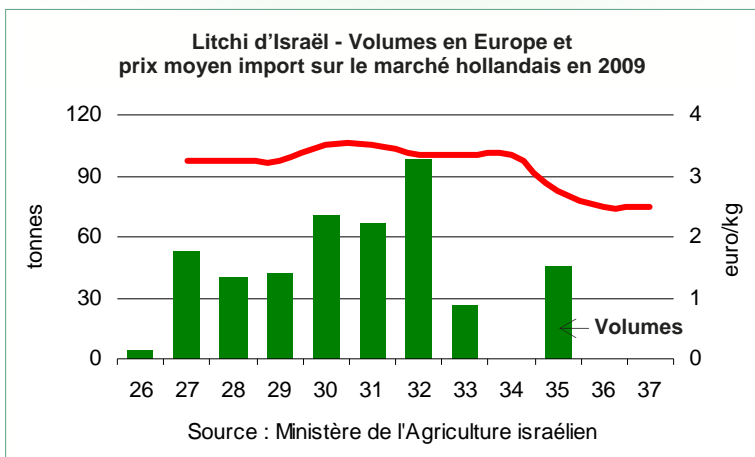
vers les fruits de saison disponibles en quantité et à des prix attractifs. Les fins de lots étaient finalement bradées en raison de la dégradation qualitative des fruits et les livraisons étaient suspendues. La clientèle se reportait plutôt sur les fruits bateau disponibles à des prix plus accessibles (3.00-4.00 euros/kg). La présence des litchis thaïlandais se faisait plus timide par la suite. A partir de la seconde quinzaine de juillet, les litchis israéliens prenaient le pas sur l'offre thaïlandaise qui disparaissait progressivement.

La Thaïlande apparaît comme l'origine qui a été la plus dynamique pendant la campagne 2009, si l'on en juge par quelques facteurs symptomatiques. Tout d'abord, la campagne s'est avérée nettement plus longue que les années précédentes, avec une présence du produit sur les marchés européens de la mi-mars à la mi-septembre. Le recours aux modes de transport aérien et maritime en fonction des quantités exportables traduit une adaptation logistique continue des opérateurs, permettant de ne pas interrompre l'approvisionnement des marchés destinataires. Les modifications variétales en cours de campagne ont également permis son allongement en jouant sur les différentes régions de production du pays. Même si le litchi est tributaire des conditions météorologiques qui dictent la précocité ou l'aspect tardif d'une campagne, on observe que les exportateurs thaïlandais diversifient leurs expéditions afin de conserver leur part de marché en Europe pour des volumes équivalents à ceux des années antérieures. La diversification observée ne vient que renforcer celle déjà développée depuis plusieurs années avec l'exportation régulière de produits similaires comme le ramboutan et le longan.

Israël Campagne faiblissante

Les exportations de litchi d'Israël, origine incontournable en période d'été, semblent s'éroder année après année. Encore d'un niveau de 800 à 1 000 tonnes par campagne avant 2006, elles fléchissent depuis, atteignant péniblement cette année 450 tonnes contre 630 tonnes en 2008. 2009 enregistre donc une nouvelle diminution des expéditions vers les marchés européens.

La campagne 2009 à l'instar de celle de 2008 a démarré fin juin-début juillet. Les tonnages, modestes lors de la première semaine, se sont stabilisés entre 40 et 50 tonnes jusqu'en milieu de mois. La pleine production a suivi sur une courte période de trois semaines, durant lesquelles 70 à 100 tonnes hebdomadaires étaient livrées sur les marchés européens. L'approvisionnement chutait ensuite rapidement, assurant la continuité de la campagne de commercialisation jusqu'à la fin août. Quelques lots étaient encore vendus en septembre, mais provenaient d'arrivages antérieurs. Les litchis d'Israël ont occupé le créneau commercial abandonné par la Thaïlande qui, dès les premières mises en marché israéliennes, n'exportait plus que des variétés à gros fruits. Cette différenciation variétale a vraisemblablement servi



les deux origines en évitant une concurrence frontale avec une offre similaire. En effet, le cours des litchis israéliens est resté assez stable durant toute la campagne. L'allègement des volumes par rapport aux années précédentes a sans doute également favorisé le maintien des prix. En fin de période, les cours fléchissaient compte tenu d'une dégradation de la qualité. Les exportations israéliennes ont été essentiellement effectuées par voie maritime, profitant d'un délai de transport rapide et moins onéreux. Seules quelques expéditions par avion ont été réalisées ponctuellement, notamment vers le marché français.

Le créneau commercial de l'été s'avère difficile pour les fruits tropicaux comme le litchi. En effet les fruits israéliens commercialisés à travers les marchés de gros, fortement sollicités par les fruits de saison dont les apports étaient particulièrement importants et les prix attractifs, se sont difficilement vendus par manque d'intérêt des acheteurs et consommateurs. Il semble également que la qualité gustative n'ait pas été optimale cette année, détournant davantage les acheteurs potentiels. La segmentation mise en place notamment l'année dernière avec de nouvelles variétés (sans noyau, plus sucrées, etc.) semble également avoir fait long feu et être passée inaperçue en 2009. Ces variétés ne représentaient qu'une faible partie des exportations israéliennes et leur valorisation sur le marché est restée très inégale.

Espagne Rare et cher

Depuis de nombreuses années, l'Espagne expédie de légères quantités de litchi, généralement entre fin août et septembre selon les années. Visiblement très sensible aux variations météorologiques, la production espagnole reste confidentielle. Quelques dizaines de tonnes se distillent ainsi sur les marchés européens. En 2009, de faibles quantités ont été commercialisées à partir de début septembre. En dépit d'une bonne qualité et d'une coloration que nombre de professionnels souhaiteraient obtenir tout au long de l'année, les litchis espagnols se sont écoulés avec difficulté, prouvant la limite d'une demande même haut de gamme. Certes les prix autour de 11.00 euros/kg étaient de nature à décourager plus d'un acheteur à cette période de l'année où l'offre de produits d'été restait abondante et peu onéreuse. En milieu de mois, quelques lots en variété MacLean étaient proposés avec peu de résultats en raison d'une qualité gustative moyenne et de prix toujours élevés. En seconde quinzaine de septembre, les approvisionnements cessaient.

Le litchi espagnol reste et restera sans doute très marginal dans l'approvisionnement du marché européen. La production est limitée et variable. Elle s'ajoute naturellement aux autres productions subtropicales du pays, mais ne constitue qu'un complément de gamme ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com

Les origines complémentaires : des fournisseurs de réserve !

Les grandes phases d'approvisionnement du marché européen du litchi sont assurées majoritairement par la zone de l'océan Indien de novembre à mars. Par la suite, la Thaïlande prend le relais d'avril à août et Israël de juillet à début septembre. Ainsi, deux périodes restent mal couvertes, d'une part de mi-mars à mi-avril et d'autre part de septembre à octobre, où on note une absence de produit sur les marchés européens. Entre temps, quelques origines viennent enrichir l'offre avec plus ou moins de succès. On citera principalement l'Australie dont le potentiel d'exportation se développe de la mi-janvier à la mi-mars, le Mexique et les pays asiatiques comme la Chine et le Vietnam en mai et juin. Ces origines que l'on pourrait qualifier d'intermédiaires s'immiscent sur le marché européen avec plus ou moins de réussite. Elles restent néanmoins un complément d'approvisionnement à défaut de s'imposer comme origines incontournables.

L'Australie, exportant principalement des litchis par avion, est tributaire de la fin de campagne précoce ou tardive de la zone de l'océan Indien. Il est effectivement difficile d'asseoir un flux commercial avec des fruits vendus autour de 10.00 euros/kg alors que les derniers lots de Madagascar et d'Afrique du Sud acheminés par bateau se vendent à des prix bas. Les expéditions d'Australie ont d'ailleurs régressé ces deux dernières années sous l'effet de cette concurrence, mais aussi pour des raisons de qualité inadaptée aux marchés européens.

Le positionnement des litchis de Chine, du Vietnam et du Mexique est plus complexe. Ces origines interviennent en mai et juin, période où les marchés européens sont fortement sollicités par le développement des productions de fruits en Europe même. Leur prix généralement élevé freine leur écoulement et entraîne des méventes préjudiciables à la qualité des produits. Si les cours côtoient les 9.00 à 10.00 euros/kg lors de la mise en marché, ils chutent fortement pour les fins de lots, conduisant à des moyennes de ventes pas toujours rentables. Dans ces conditions de marché, les livraisons s'arrêtent rapidement. Les tentatives de débouchés pour les litchis chinois ne sont guère plus réussies, avec des apparitions sporadiques dans les circuits de distribution traditionnels. En revanche, leur diffusion via des circuits davantage ethniques semble plus importante.

Enfin, les velléités de développement d'exportations en provenance de pays comme le Brésil en fin d'année ou l'Inde au printemps, bien que réelles, restent tout à fait marginales actuellement, du moins dans les circuits de distribution traditionnels. Ces origines ne doivent pourtant pas être négligées car elles complètent le calendrier d'approvisionnement du marché européen et pourraient s'imposer dans l'avenir pour assurer la pérennité des livraisons de litchi tout au long de l'année. Dans cette optique, il conviendrait d'étudier les prix de vente acceptables pour susciter l'intérêt des distributeurs européens d'une part et la rentabilité des flux commerciaux pour les expéditeurs d'autre part.



Photos © Christian Lavigne



Les variétés de litchi

par Christian Didier

Litchi sinensis Sonn.
Famille des Sapindacées
Origine : sud de la Chine (zone de Canton)

Il existe un grand nombre de variétés de par le monde. Nous ne retiendrons que celles rencontrées sur le marché export.



Shahi (Muzaffarpur)

Le fruit est moyen (20 à 25 g), de couleur rose vif, en grappes. La pulpe est sucrée. C'est la variété la plus répandue dans l'Etat de Bihar en Inde. Elle est d'une très bonne qualité export, mais est sensible aux craquelures et aux brûlures du soleil. Les arbres sont vigoureux et de production régulière (80 à 100 kg par arbre).



Kwai mi (Mauritius, Tai So)

Le fruit est moyen (22-25 g) et de couleur rouge vif, en grappes de 12 à 30. La qualité du fruit est bonne. C'est la variété la plus répandue dans l'Océan indien. La production est régulière et peu alternante. Les arbres sont de vigueur moyenne et élancés.



Rose scented

Le fruit est moyen (16 g), globuleux, en forme de coeur. La pulpe est très sucrée, à l'arôme de rose, d'où sa dénomination. Cette variété est principalement produite dans l'Uttanchal en Inde.



Haak Yip (Black leaf)

Le fruit est de taille moyenne (20 g), de couleur rouge foncé, en grappes de 15 à 25. La peau est lisse et dure. Les noyaux sont moyens à grands. La chair est de bonne à excellente, douce et aromatique. Elle représente 70 % du fruit. Les arbres sont de vigueur moyenne, compacts, droits et de bonne production.

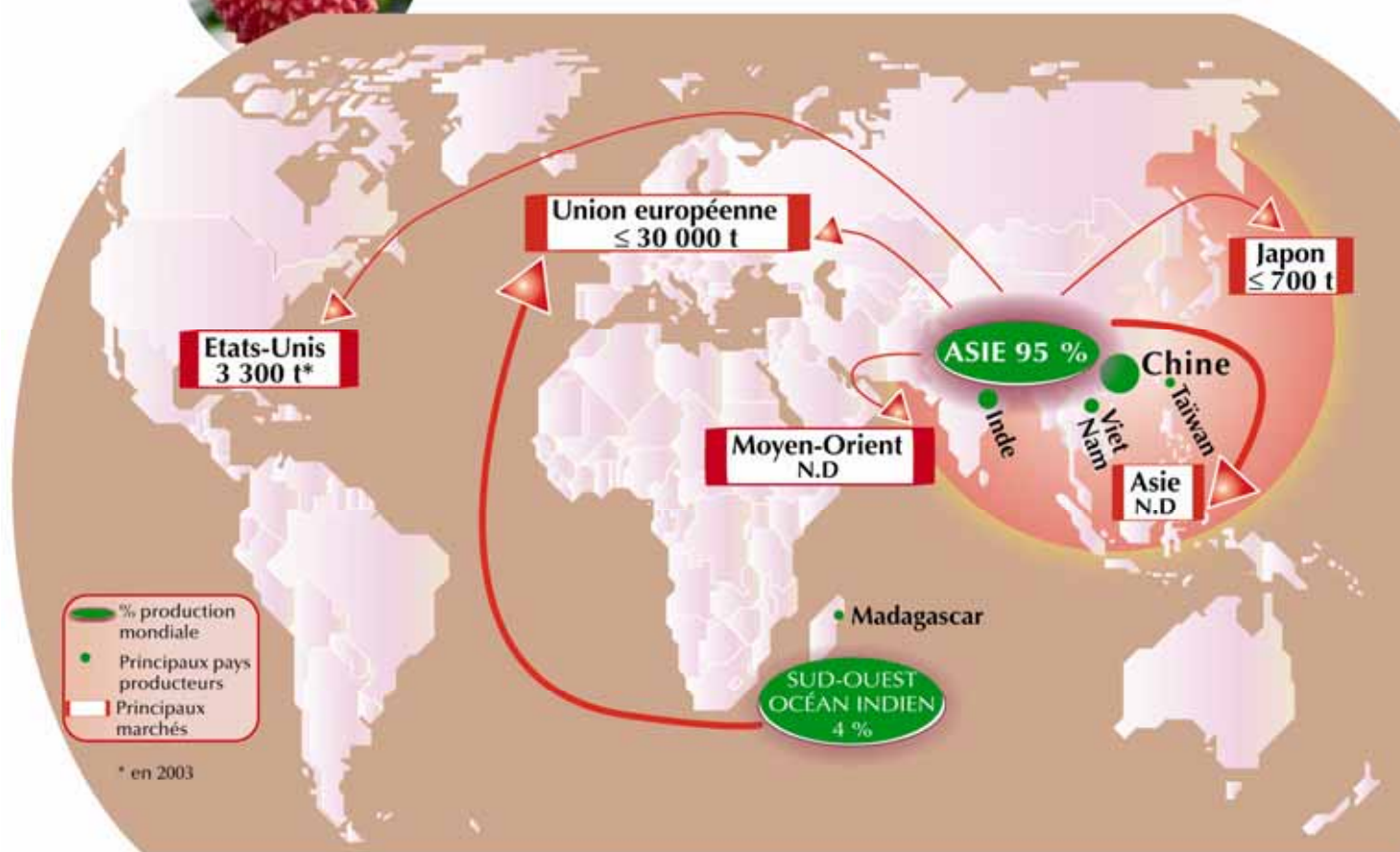


Chakrapad (Emperor)

Le fruit est gros et en forme de coeur (32 g). La peau, fine et souple, est rouge foncé avec des taches jaunes. La pulpe est modérément juteuse et peut rester légèrement acide. Le noyau est assez gros. Les arbres sont de vigueur moyenne, à port érigé, avec de longues branches et un feuillage dense.



Litchi... une production mondiale estimée à 2.3 millions de tonnes



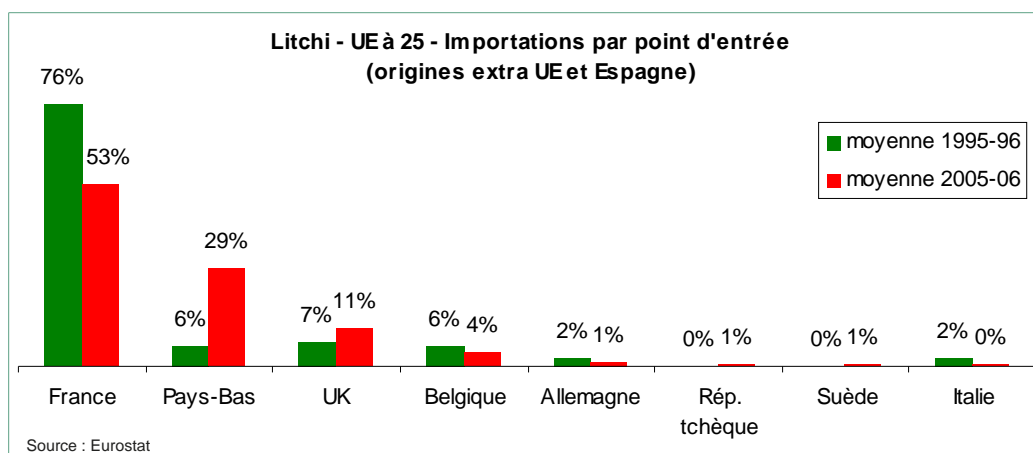
Litchi — Production mondiale — En tonnes

Pays	Production	Région de production	Source
Chine	1 446 000	Sud-Est (principalement Guangdong, Guangxi, Fujian)	MOA 2006
Inde	425 000	Est et Nord (principalement Bihar 60 à 70 % et Ouest Bengale 15 à 20 %)	Apeda, moyenne 2004-05
Vietnam	156 000	Nord (principalement Bac Giang, Hai Duong, Quang Ninh)	Sources professionnelles, 2006
Taiwan	80 000	Centre et Sud	Taiwan Agricultural Research Institute (moyenne 2001-02)
Thaïlande	43 000	Principalement Nord (Chiang Mai, Chiang Rai), Centre (Samut Songkhram)	Agricultural Economics office, 2007
Népal	14 000	Principalement plaine du Centre et Ouest	Ministry of Agriculture Nepal, 1998-99
Bangladesh	13 000	Tout le pays, principalement façade Ouest	Bangladesh Bureau of Statistics, 1997-98
Pakistan	3 000	Penjab	Ministry of Agriculture, Pakistan, 2005-06
Total Asie	2 180 000		
Réunion	10 000	Sud-Est (de Bras Panon à Sainte Rose), Sud-Ouest (Saint Pierre)	Sources professionnelles
Madagascar	80 000	Principalement Toamasina (entre Feonarivo et Brickaville) (Manakara et Fort Dauphin)	Sources professionnelles
Maurice	3 500	Centre (district des Plaines Wilhems), Nord (districts de Pamplemousse, Flack et Rivières du Rempart)	Sources professionnelles
Afrique du Sud	4 000	70 % Mpumalanga, 24 % Limpopo, 5 % Kwazulu-Natal	Subtropical Growers' Association, 2006
Total Sud-Ouest Océan indien	97 500		
Australie	6 000	90 % Queensland, 10 % New South Wales	Austr. Lychee Growers' Association, 2001
Mexique	4 000	Surtout Centre (San Luis Potossi) et Sud Golfe du Mexique (Vera Cruz, Puebla, Oaxaca)	Sources professionnelles
Israël	1 200	Nord (entre le Lac de Tibériade et la côte)	Sources professionnelles
Etats-Unis	600	Surtout Sud Floride (Miami Dade county), Hawaï, Californie	IFAS, USDA, 2001
Espagne	nd	Malaga	
Total autres	11 800		

Litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille — Importations de l'Union européenne

Tonnes	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total général	10 996	13 573	19 481	23 261	21 973	25 694	29 260	30 673	30 375	27 700	37 250	45 703	30 887
Total extra-UE, dont	10 495	13 023	18 886	22 700	21 756	25 347	28 397	30 114	29 455	26 843	36 077	44 287	28 865
Madagascar	7 678	10 378	12 448	18 695	16 647	18 178	17 480	20 635	21 122	18 235	28 722	26 533	14 284
Thaïlande	456	280	1 070	1 061	890	1 192	1 534	1 578	2 468	2 619	2 088	2 121	2 121
Afrique du Sud	1 705	1 645	4 240	2 012	3 044	2 977	7 148	5 042	2 788	3 419	1 542	4 715	1 606
Israël	187	303	698	551	621	636	489	873	932	428	630	1 066	903
Pakistan	2		2	10	4	1 432	86	288	366	532	520	14	404
Bangladesh			4	10	3	9	3	43	40	61	578	290	239
Chine	25	10	105	39	55	77	38	295	333	131	295	148	228
Maurice	46	114	94	49	143	122	256	117	232	198	185	183	170
Inde	29	27	21	41	78	380	819	763	607	647	564	83	141
Production UE	Espagne	501	550	595	561	218	346	863	560	920	856	1 173	2 022

Source : Eurostat - Sélection d'origines des codes 08109030 (litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille), puis 08109020 (litchi, tamarin, pomme cajou, jackfruit, sapotille, fruit de la passion, carambole, pitahaya) depuis 2008



Litchi, ramboutan, carambole, fruit de la passion — Importations du Japon

tonnes	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total	976	1977	1832	1601	1452	332	891	654	697	581	311	368
Chine	129	877	1010	800	1150	178	689	426	569	445	150	209
Taiwan	718	940	576	286	187	33	162	199	108	97	124	129
Mexique	26	11	29	33	19	32	8	8	17	37	35	30
Thaïlande	97	138	155	349	20	3	0	0	0	0	0	0
Australie	0	0	52	123	75	84	28	21	1	0	0	0
Autres	5	11	10	11	2	1	4	1	2	1	0	0

Source : douanes Japon, code 81090210

Litchi — Calendrier de production

	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F
Asie												
Chine												
Inde												
Taiwan												
Thaïlande												
Vietnam												
Népal												
Bangladesh												
Océan Indien												
Réunion												
Maurice												
Madagascar												
Afrique du Sud												
Autres												
Australie*												
Etats-Unis												
Mexique												
Israël												
Espagne												

* Australie : Queensland de début novembre à fin janvier et New South Wales de début janvier à fin février



La culture du litchi

par Christian Didier



Exigences du litchi

La culture du litchi nécessite des conditions climatiques particulières, mais est faiblement exigeante du point de vue pédologique. Par ailleurs, le litchi est très peu sujet aux maladies à virus.

Zones de culture

Le litchi demande un climat chaud et humide. Pour fleurir, il a besoin d'une période de repos végétatif induite par une saison fraîche et sèche. Dans certaines zones humides, une faible diminution de la température et de l'hygrométrie peut induire la floraison. De l'apparition des hampes florales jusqu'à la récolte, une bonne alimentation hydrique est indispensable.

Brise-vent

L'emplacement du terrain doit permettre un bon éclaircissement. Il faut éviter les zones de bas-fonds mal drainées et les fortes pentes, frein à la mécanisation des travaux d'entretien. Le terrain doit être abrité des vents dominants et des embruns salés en bord de mer. En l'absence de protection naturelle (relief, végétation), on plante des brise-vent autour de la parcelle, mais aussi à l'intérieur si celle-ci est très vaste ou très exposée. Constitués d'arbres à développement rapide, possédant un bon ancrage au sol (filao, shisham, acacia et autres), ils sont plantés en ligne dense et nécessitent un entretien (fumure, irrigation, taille). Un espace suffisant doit leur être réservé. Autant que possible, les brise-vent sont implantés un an avant la mise en place des litchis, afin que ceux-ci bénéficient de leur protection dès la plantation. Un brise-vent offre une protection sur une distance égale à dix fois sa hauteur. Dans les terrains en pente, il est préférable de les resserrer. Dans les cas extrêmes, ils sont parfois inopérants.

Sols

Le litchi s'adapte à de nombreux types de sol, mais préfère les sols légèrement acides (pH 5.5 à 6.5, et 8 et au-delà dans certaines zones de l'Inde), riches en matière organique, profonds et bien drainés. Bien que le litchi supporte de vivre temporairement « les pieds dans l'eau » aux abords des rivières, une immersion prolongée peut se révéler néfaste. Le drainage est d'autant plus important que le litchi est cultivé dans des zones à pluviométrie élevée et souvent dans des bas-fonds protégés du vent.

Création des vergers

Préparation du sol

Il faut éviter de planter sur une défriche récente où les débris de souches et de racines favorisent le développement de pourridiés. Si nécessaire, on s'assure du drainage de surface par nivellement et en profondeur par l'intermédiaire d'un réseau de fossés. Si la culture est mécanisable, on réalise un sous-solage profond puis un labour, après apport éventuel de fumier et d'engrais phosphaté et potassique (selon analyse du sol). Dans le cas d'une plantation au trou, les apports d'intrants se feront à ce niveau.

Plants

Les plants sont obtenus par marcottage aérien d'arbres repérés pour leur qualité sanitaire et leur productivité. Les marcottes, obtenues pendant la saison chaude et humide à partir de rameaux mesurant 10 à 15 mm de diamètre et 0.50 à 0.70 m de long, ont une nécrose racinaire réduite au point de coupe qui cicatrise rapidement. De plus, leur système racinaire est mieux équilibré avec la partie aérienne. Après sevrage, afin de garantir leur reprise, les marcottes sont cultivées en pots, en pépinière, pendant 3 à 4 mois avant d'être transplantées en verger.

Densité de plantation

Le litchi est un arbre à grand développement. Dans le contexte actuel, les distances de plantation sont de 10 x 10 m ou 8 x 10 m, soit une densité de 100 ou 125 arbres à l'hectare. Cependant, pour une culture plus intensive, on peut envisager des plantations à 8 x 6 m (208 arbres/ha) ou 8 x 5 m (250 arbres/ha). Dans ce cas, une taille annuelle est obligatoire. Le verger pourra être éclairci en rabattant progressivement les arbres quand ils commenceront à se gêner, puis, en l'absence de méthode de taille efficace, en supprimant un arbre sur deux sur la ligne.

Plantation

Planter selon un tracé strict : les arbres doivent être parfaitement alignés dans chaque sens. Si la culture n'est pas mécanisée, il faut creuser à l'emplacement de chaque plant un trou de 0.8 x 0.8 x 0.8 m (500 litres). On mélange ensuite à la terre extraite environ 2 kg de sulfate de potassium + 2 kg de phosphate naturel + 25 à 30 kg de fumier bien décomposé, puis on rebouche le trou avec le mélange. A la suite des apports de fumier et du foisonnement de la terre, celle-ci forme une légère butte. Les plants sont mis en place sur la butte et tuteurés. Les marcottes sont plantées inclinées dans le sens contraire du vent et tuteurées. Elles offrent ainsi moins de prise au vent et développent un meilleur enracinement. Les plants doivent être, dans tous les cas, abondamment arrosés après la plantation. Dans les zones fraîches, les plants doivent être abrités durant l'hiver qui suit la plantation.

Entretien des vergers

Taille de formation

Comme pour les autres espèces fruitières, on cherche à former l'arbre sur un tronc unique d'où partiront des charpentières étagées et régulièrement réparties. Pendant les premières années, il faut éviter la formation de ramifications du tronc ou des branches charpentières formant un angle très fermé selon la tendance naturelle du litchi. Ces ramifications constituent des points de grande faiblesse en cas de vents violents.

Entretien du sol

Pendant les premières années, le sol doit être nu sur les lignes de plantation ou alors sous les frondaisons. La végétation spontanée des interlignes doit être maintenue rase. Eventuellement, des cultures intercalaires à cycle court et à faible développement peuvent y être implantées pendant les trois premières années et conduites de façon à ne pas gêner les arbres.

Irrigation

Le litchi est très sensible au stress hydrique pendant toute la période de croissance des fruits et la phase de développement végétatif qui suit la récolte. En cas de déficit hydrique, il sera nécessaire d'irriguer. Un stress hydrique pendant la nouaison entraîne une chute importante de fruits. Différents systèmes d'irrigation peuvent être envisagés. L'irrigation localisée par microjets donne satisfaction. La quantité d'eau à apporter est d'au moins 200 mm/mois (suivant le type de sol, l'âge des arbres, la climatologie, etc.).

Taille d'entretien

Les fruits sont regroupés sous forme de « grappes » situées à l'extrémité des branches. Ces dernières sont « cassées » au moment de la récolte. Cependant, cette pratique ne permet pas de contrôler le volume des arbres. L'élimination du bois sec, des petites branches internes et de branches qui empêcheraient les rayons du soleil de pénétrer dans l'arbre est préconisée. Le litchi ayant une croissance rapide devient vite exubérant. De ce fait, les arbres doivent être contrôlés. Pour ce faire, une taille annuelle est pratiquée juste après la récolte. L'arbre est généralement trop dense. Le but est de l'aérer en permettant à la lumière d'éclairer le maximum de la frondaison et de maintenir l'arbre à une hauteur convenable pour une récolte plus facile. Le résultat final de la taille doit donner un arbre en forme de dôme.

Fertilisation

La fertilisation est un facteur important. Elle favorise une bonne poussée végétative après la récolte et compense les exportations minérales dues aux fruits. Après la période de croissance végétative active qui dure environ quatre mois, le litchi a besoin d'une courte période de stress (nutritionnel, hydrique, thermique ou autre) pour permettre l'induction florale.

La dose d'apport est modulée selon la date d'apport :

- après la récolte : 1/2 de la dose ;
- à l'apparition des panicules : 1/4 de la dose ;
- après la chute physiologique : 1/4 de la dose.

Les engrais sont appliqués au sol sous et en limite de frondaison. Les oligo-éléments sont appliqués par pulvérisation foliaire au moment de la nouaison (bore, calcium).



© Cite Diéniou

Récolte

La récolte traditionnelle est effectuée manuellement, en stockant les « grappes » de fruits branchés dans des ballots ou des caisses de 10 à 15 kg, afin d'éviter que les fruits du fond soient écrasés. Ces sacs artisanaux permettent de garder une bonne humidité autour des fruits et d'éviter leur dessèchement. Afin de ne pas écraser les fruits, il est préférable d'utiliser des caisses en plastique légèrement ajourées. Pour éviter la décoloration de l'épiderme résultant de son dessèchement, le traitement des fruits et leur mise en marché seront rapides. Le litchi étant non-climactérique, il ne connaît pas d'évolution notable de ses caractéristiques biochimiques après récolte, à part une dégradation progressive. La maturité du fruit est généralement estimée par la coloration et la texture de la peau et aussi par la dégustation. Il est estimé qu'un ratio extrait sec soluble/acidité compris entre 2.1 et 2.7 correspond à une qualité optimale.

Litchi - Apports préconisés en grammes par arbre

Années	Azote	P	K	MgO
1 an	50	10	40	15
2 ans	80	10	60	20
3 ans	140	30	105	40
4 ans	210	45	160	55
5 ans	230	65	265	80
6 ans	380	85	345	105
7 ans	470	105	430	125
8 ans	570	125	520	155
9 ans	670	150	610	180
10 ans et +	920	210	840	240

Les défauts de qualité du litchi

Photos © Pierre Gerbaud



Fruits vieillissants - aspect terne - brunissement/dessiccation de la coque



Fruits soufflés



Fruits récoltés trop tôt



Fruits vieillissants - Ecart récolte/mise en marché trop long



Fruits soufflés



Coloration peu attractive par tri insuffisant



Oxydation de la coque de litchis frais non traités



Fruit avorté et fruit double



Coloration satisfaisante



Hétérogénéité de coloration due au soufrage et différence de calibre



Différence de calibre dans un même emballage



Pédoncule arraché



Développement de moisissures (*Penicillium*)



Pourriture noire (*Aspergillus* spp. et *Pestalotiopsis*) et moisissure



Points de moisissure (*Penicillium*)



Forte attaque de moisissure (*Penicillium*)



Brûlures dues au soufre et fruit double



Développement de points de moisissure (*Penicillium*)



Pourriture noire (*Aspergillus* spp.) et moisissure



Brûlures de soufre car fruits humides avant soufrage



Pourritures et moisissures ponctuelles (*Penicillium*)



Pourriture noire (*Aspergillus* spp.)



Brûlures dues au soufrage et humectation

Maladies et ravageurs

Avertissement : les traitements sont appliqués selon la réglementation en vigueur dans le pays de production et dans celui de destination.

Principaux ravageurs des fruits

- **Cryptophlebia peltastica et la mouche des fruits**
Le *Cryptophlebia* pond ses œufs sur le fruit immature. La larve, une petite chenille, pénètre dans le fruit jusqu'à la graine où elle fait sa nymphose. Cette blessure constitue une porte d'entrée pour d'autres parasites, notamment des champignons et des drosophiles.



C. Peltastica

Principaux ravageurs du feuillage

- **Cochenilles**

Elles peuvent infester les fruits, les feuilles, les tiges, les branches et le tronc. Lorsqu'elles sont nombreuses, elles entraînent le dessèchement des feuilles et des rameaux. Généralement, à la place des piqûres, les feuilles se marquent de taches jaunes. La fumagine est souvent associée à l'infestation de cochenilles.

- **Acariens : Aceria litchi (Erinose)**

C'est une peste importante en Inde et en Chine, qui attaque les fleurs et les feuilles. Les feuilles se recroquevillent et se recouvrent d'une pellicule brune sur la face inférieure.



Mouche des fruits

Ravageurs du tronc et des branches

- **Chenilles mineuses de l'écorce** (*Indarbela quadrinotata* et *I. tetroanis*)

Très communes en Inde. Les ravages sont provoqués par les larves qui rongent l'écorce et forent le tronc, limitant la circulation de la sève et affaiblissant la croissance.



Chenille mineuse de feuille

- **Borers du tronc : Salagena spp.**

Les larves se nourrissent de l'écorce et du bois des arbres. L'arbre atteint ne meurt pas, mais les branches dépérissent. Traitement : ces larves peuvent être contrôlées en bouchant les trous avec du coton imbibé d'insecticide systémique.



Borers du tronc

- **Thrips**

Dolicothrips indicus et *Magalurothrips usitatus* entraînent des dommages aux fleurs. *Selenothrips rubrocinctus*, *Heliothrips haemovoidalis* et *Franklinella cephalica* provoquent le dessèchement des fleurs et des feuilles.



Anthraxose

Maladies

- **Root rot (pourriture des racines)**

Elle est provoquée par un champignon : *Clitocybe tulescens*. De nombreux dégâts sont signalés en Floride. *Botryodiplodia theobromae* peut provoquer la mort soudaine de l'arbre (Australie).

- **Système aérien**

Nécrose des feuilles provoquée par *Gloeosporium* spp. Se rencontre dans quelques vergers mal gérés.

Post-récolte et soufrage

Le litchi a la particularité de ne plus mûrir après sa récolte, aussi est-il essentiel d'attendre sa pleine maturité pour le cueillir. Mais, à température ambiante, il évolue très rapidement. En deux ou trois jours, la coque brunit, se dessèche et devient craquante. La perte de coloration provient de l'oxydation des pigments anthocyaniques, qui est une réaction irréversible. Le fruit est alors plus sensible à l'éclatement et à la contamination secondaire par des champignons.

Pour éviter sa sénescence trop rapide et permettre sa commercialisation, le litchi peut être soumis à un traitement par fumigation de soufre (anhydride sulfureux) qui a pour effet d'inhiber sa respiration et donc de lui conserver consistance et qualités organoleptiques pendant plusieurs semaines. Le soufre a une action fongicide, anti-oxydante et conserve à la coque sa souplesse. Ce traitement est applicable à des fruits égrenés ou en grappe, sains, mûrs, sans tache, sans piqûre d'insecte, ni trace d'humidité sur la coque. Le soufre brûle dans une enceinte close où sont placés les fruits. Il entraîne la décoloration de la coque qui vire au jaune, alors que sa couleur naturelle à maturité est rose-rouge. Les fruits sont ensuite à nouveau triés et conditionnés. Ils gardent cette couleur jaune aussi longtemps qu'ils sont maintenus au froid. Ils retrouvent progressivement une couleur rose ocre, voire rouge violacé, lorsqu'ils sont placés dans des conditions plus chaudes, humides et ventilées qui permettent l'élimination du soufre.

Le traitement au soufre est la pierre angulaire de la commercialisation du litchi, dans la mesure où il prolonge sa conservation et permet le transport maritime et donc les exportations de masse. Plusieurs autres fruits bénéficient de ce procédé, comme le raisin de table, les fruits secs ou encore le vin. La principale différence réside dans le fait que la coque du litchi n'est pas consommable. Le traitement au soufre est autorisé en Europe sous certaines conditions. La réglementation visant la protection de la santé des consommateurs prévoit en effet que les teneurs résiduelles de soufre ne doivent pas excéder 250 mg/kg dans la coque et 10 mg/kg dans la pulpe du fruit. De nombreuses expérimentations ont été menées pour fixer les procédures de traitement afin que ces teneurs soient respectées. Tant les professionnels que les autorités européennes portent d'ailleurs une attention particulière à ce sujet. De nombreux contrôles sont effectués tout au long de la vie du produit pour garantir le respect de la réglementation. Au demeurant, la mise en place progressive de certifications par les opérateurs renforce la traçabilité du produit et la maîtrise des opérations de traitement.

La poursuite de l'utilisation du soufre est périodiquement remise en cause. En effet, dans une évolution générale de la réglementation s'orientant vers la protection de la santé des consommateurs, le risque est grand de voir, au mieux, les teneurs résiduelles réduites et, au pire, le traitement suspendu. Un des rôles de la filière est donc de suivre avec attention les évolutions réglementaires sur ce point. La recherche de nouvelles méthodes de conservation peut également être un axe d'action important. Malheureusement, le poids économique global du litchi n'est pas suffisant pour mobiliser les moyens nécessaires à ces investigations, comme c'est le cas pour d'autres fruits.

La température de stockage et de transport est un autre élément essentiel du maintien de la qualité du fruit dans le temps. En effet, la mise en froid après les opérations de cueillette, de traitement et de conditionnement est assurée par le moyen de transport. A ce titre, on notera que le litchi est un des seuls fruits tropicaux à supporter des températures basses (1°C + ou - 0.5°C). La combinaison du traitement au soufre et de la mise en froid permet la bonne conservation des litchis. La baisse rapide de température à cœur du fruit est importante pour préserver sa qualité. Celle-ci doit ensuite être maintenue pour assurer la plus longue vie possible au produit. Toute rupture de la température entraîne la possible dégradation et la sénescence du fruit.

Prix de gros en Europe

Avril 2010

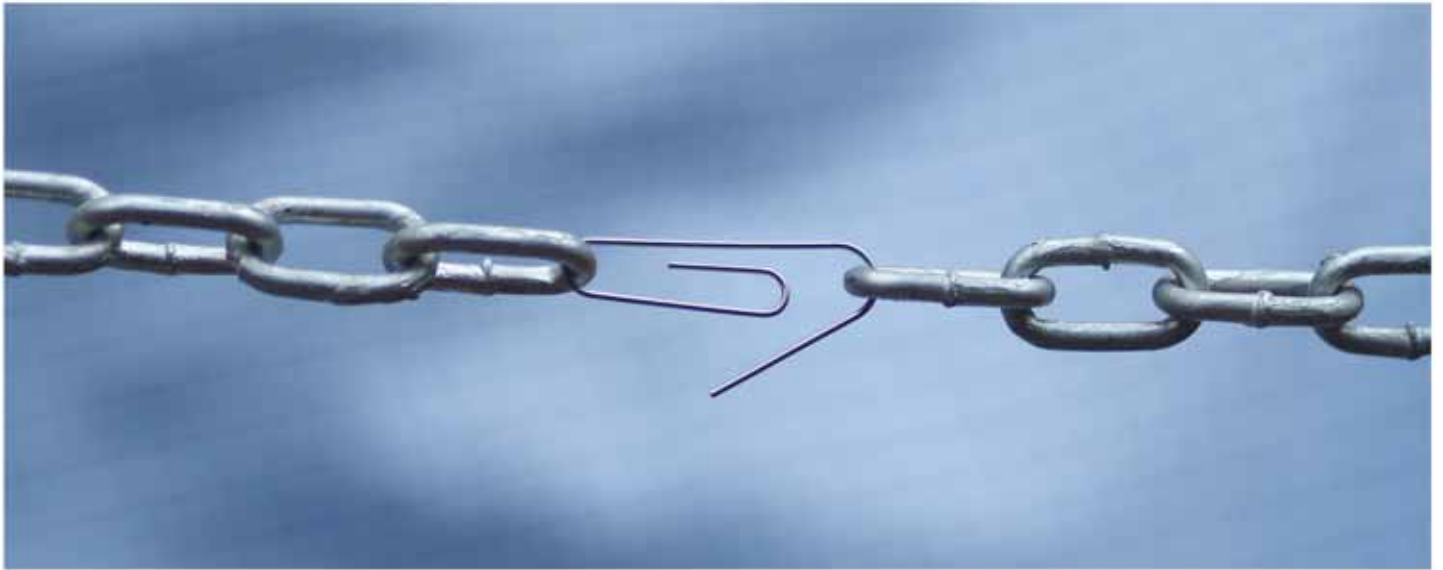
					UNION EUROPEENNE — EN EUROS				
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK
ANANAS	Avion	VICTORIA	AFRIQUE DU SUD	Carton	12.50			10.50	
			MAURICE	Carton		10.50		12.50	
			MAURICE	kg			3.70		
	Bateau	MD-2	REUNION	kg			4.55		
			COSTA RICA	Carton	7.00	7.50	6.75	6.25	
			EQUATEUR	Carton		7.50			
AVOCAT	Avion	TROPICAL	BRESIL	Carton			12.20		
	Bateau	FUERTE	AFRIQUE DU SUD	Carton			5.57	6.50	
			KENYA	Carton	5.22		4.31		6.81
			PEROU	Carton		6.50	5.17		6.81
		HASS	AFRIQUE DU SUD	Carton					7.96
			ISRAEL	Carton		9.13			
			MEXIQUE	Carton			5.75		
			PEROU	Carton		9.13	6.45	9.25	
	Camion	REED	ISRAEL	Carton	5.75			5.25	
		HASS	ESPAGNE	Carton		9.13	7.69		
BANANE	Avion	PETITE	COLOMBIE	kg		6.80	6.97		
			EQUATEUR	kg				4.17	
	Bateau	ROUGE	EQUATEUR	kg				4.88	
			PETITE	kg			2.05		
CARAMBOLE	Avion	NON DETERMINE	MALAISIE	kg		4.59	4.64	3.92	
	Bateau		MALAISIE	kg				2.63	
CHAYOTE	Avion		COSTA RICA	kg		1.76	1.45	1.19	
DATTE	Bateau	MEDJOOOL	AFRIQUE DU SUD	kg		8.22			
			ISRAEL	kg	6.90	6.70	7.00	7.24	
		NON DETERMINE	TUNISIE	kg				1.77	
GINGEMBRE	Bateau		CHINE	kg	1.38	1.82	1.95	1.91	
			THAILANDE	kg	1.88	1.95	1.69	1.60	
GOYAVE	Avion		BRESIL	kg			4.50	5.83	
			THAILANDE	kg		6.63			
GRENADILLE	Avion	JAUNE NON DETERMINE VIOLETTE	COLOMBIE	kg	7.00	7.59		6.75	
			COLOMBIE	kg	5.00		5.25		4.75
			AFRIQUE DU SUD	kg	6.75		5.00	4.69	
			ISRAEL	kg			6.00		
			KENYA	kg	5.00			4.25	
			ZIMBABWE	kg		5.80		4.44	
IGNAME	Avion		BRESIL	kg			1.90		
	Bateau		BRESIL	kg			1.62		
			GHANA	kg			1.00	1.00	
KAKI	Avion		AFRIQUE DU SUD	kg	2.73				
			BRESIL	kg			3.65	2.71	
KUMQUAT	Avion		AFRIQUE DU SUD	kg			4.70		
			ISRAEL	kg		4.44			
LIME	Avion		MEXIQUE	kg			3.50		
	Bateau		BRESIL	kg	0.89	1.19	1.33	1.13	1.10
			MEXIQUE	kg			1.65	1.50	1.14

					UNION EUROPEENNE — EN EUROS					
					Allemagne	Belgique	France	Pays-Bas	UK	
MANGOUSTAN	Avion		EQUATEUR	kg		7.50				
			INDONESIE	kg				6.25		
			MALAISIE	kg				7.50		
			THAILANDE	kg				7.13		
MANGUE	Avion	AMELIE	BURKINA FASO	kg			2.40			
			MALI	kg		3.17	2.40			
		HADEN	VENEZUELA	kg					2.90	
			BURKINA FASO	kg			3.80			
		KENT	COTE D'IVOIRE	kg			4.15	4.17		
			MALI	kg			4.15			
		NON DETERMINE	MALI	kg					3.00	
			NAM DOK MAI	THAILANDE	kg				7.00	
		Bateau	PALMER	BRESIL	kg	4.09				
				AMELIE	COTE D'IVOIRE	kg	0.88		1.00	
	ATKINS		BRESIL	kg	0.78		1.00	1.13	1.05	
			GUATEMALA	kg				0.56		
	KEITT		BRESIL	kg				1.25		
			NICARAGUA	kg		1.20				
			PORTO RICO	kg					1.45	
	KENT		COTE D'IVOIRE	kg		5.00	1.38	1.38		
			PEROU	kg			1.00			
	NON DETERMINE	PEROU	kg	1.25						
	MANIOC	Bateau	COSTA RICA	kg		1.32	0.91	1.06		
NOIX DE COCO	Bateau	COSTA RICA	Sac				15.50			
		COTE D'IVOIRE	Sac		12.50	10.76	7.31			
		SRI LANKA	Sac				15.00			
PAPAYE	Avion	FORMOSA	BRESIL	kg				3.00		
			NON DETERMINE	BRESIL	kg		3.00	3.00		
	Bateau	BRESIL	kg		2.00		1.91	2.61		
		EQUATEUR	kg		1.71		1.75			
PATATE DOUCE	Bateau		AFRIQUE DU SUD	kg			1.65	1.25		
			EGYPTE	kg			0.75			
			HONDURAS	kg			1.25			
			ISRAEL	kg	1.29					
PHYSALIS	Avion	PRE-EMBALLE	COLOMBIE	kg			8.38	7.78	8.07	
	Bateau		COLOMBIE	kg	6.66	6.67				
PITAHAYA	Avion	JAUNE	COLOMBIE	kg	8.80					
			EQUATEUR	kg				7.80		
		ROUGE	THAILANDE	kg	5.83		9.00			
			VIETNAM	kg		5.50	8.00	6.09		
PLANTAIN	Bateau		COLOMBIE	kg			0.93	0.93		
			EQUATEUR	kg			0.85			
RAMBOUTAN	Avion		EQUATEUR	kg		6.15				
			THAILANDE	kg				7.00		
			VIETNAM	kg		6.15		6.75		
TAMARILLO	Avion		COLOMBIE	kg		5.95	5.40			

Note : selon calibre

Ces prix ont été calculés à partir d'informations mensuelles transmises par le Market News Service du Centre de Commerce International de l'ONU à Genève. Market News Service (MNS), Centre du Commerce International, CNUCED/OMC (CCI), Palais des Nations, 1211 Genève 10, Suisse
T. 41 (22) 730 01 11 / F. 41 (22) 730 09 06

Information... your weak link?



Reefer Trends is an independent news and information provider, financed exclusively by revenue from subscriptions.

First published in 2003, it provides a number of services for users along the reefer logistics chain: the Reefer Trends weekly charter market brief is the benchmark publication for the specialist reefer business – it tracks the charter market for reefer vessels, as well as fruit and banana production and market trends that influence charter market movement.

The weekly publication has close to 200 paying subscriber companies from 34 countries worldwide. The list of subscribers includes all the major reefer shipping companies and reefer box operators, the major charterers, reefer brokers, banana multi-nationals, the major banana exporters in Ecuador, Costa Rica, Panama and Colombia, terminal operators in the US and Europe, the world's leading shipping banks and broking houses

as well as trade associations, cargo interests and fruit importers on all continents. It is also circulated within the European Commission and the World Trade Organisation.

As well as the weekly Reefer Trends report it provides a separate online daily news service, covering developments in the global fruit, banana and logistics industries. The daily news is e-mailed direct to the desktops of several thousand subscribers worldwide.

Reefer Trends' consultancy clients include shipbuilding yards, banana majors, banks, brokers and equities analysts. Reefer Trends provides sector reports and forecasts for brokers and charterers. It has also acted as an expert witness in a chartering dispute.

For more information on subscriptions, please contact: info@reefertrends.com or visit www.reefertrends.com

reefer trends

Growing and delivering fresh produce



Katopé's diversified production base allows to produce and to ship a huge variety of fresh produce throughout the year, including tropical fruits like lychees, mangoes, pineapples and bananas.

All Katopé growers and supply partners are committed to advanced safety, ethical and environmental standards.

katopé



The personal touch