

Litchi

Île Maurice

Augmentation des exportations

Avec une estimation de 235 t exportées en 2016 contre 165 t l'année précédente, l'île Maurice confirme et conforte sa position de fournisseur complémentaire de l'Union européenne en litchi. Certes, ce pays exportateur ne participe pas au marché international du litchi au même titre que Madagascar avec ces 18 000 t exportées. Toutefois, il reste présent dans cette âpre compétition saisonnière. Plus sensible aux variations de la météo et du marché, l'île Maurice n'en demeure pas moins présente chaque année. La précocité de sa campagne avec des fruits dits « primeurs », qui constituait l'une des originalités de l'origine, a disparu au fil des ans en raison d'une précocité généralisée de l'ensemble des origines de l'océan Indien. Les exportateurs mauriciens jouent maintenant plus volontiers avec les spécificités du marché, en adaptant leur offre aux tendances du moment. L'exclusivité des exportations par avion et la rapidité de réaction des opérateurs favorisent ce positionnement particulier.

Les premiers lots mauriciens ont été réceptionnés en semaine 44. Ils étaient composés de litchis frais branchés et de litchis soufrés/égrenés. Le marché étant peu approvisionné, ces produits obtenaient un succès d'estime et s'écoulaient rapidement. L'offre s'étoffait dès la semaine suivante dans un contexte encore favorable, compte tenu des livraisons modérées des autres origines de l'océan Indien. Toutefois, les fruits manquaient de maturité et ne soulevaient pas l'enthousiasme des distributeurs et des consommateurs. En semaine 46, leur cours chutait sous la pression des volumes réceptionnés, toutes origines confondues. L'offre, qui jusque-là correspondait à la timide demande de début de campagne, dépassait largement le niveau de consommation de ce produit onéreux au stade détail dans une période encore éloignée des fêtes. Jusqu'en semaine 48, la concurrence des autres origines était particulièrement vive, avec une importante présence des produits malgaches. Les litchis mauriciens atteignaient leur apogée à la même période et se maintenaient face à la concurrence grâce à des coûts de revient plus compétitifs que ceux des pays voisins, notamment des coûts de fret aérien nettement inférieurs. A partir de la semaine 49, date d'arrivée du premier navire en provenance de Madagascar, les opérateurs mauriciens n'expédiaient plus que des fruits frais branchés, pour ne pas affronter directement ces produits moins onéreux pour les distributeurs. La campagne de l'île Maurice se poursuivait jusqu'en fin d'année avec des tonnages en forte diminution et des prix se redressant pour les fêtes de fin d'année. A l'instar des opérateurs réunionnais, les exportateurs mauriciens ont segmenté leur offre cette année en expédiant des fruits frais présentés en bouquets. Ce créneau intéresse particulièrement les détaillants qui peuvent soigner la mise en avant du produit sur leurs étals et ainsi créer une ambiance plus festive et plus proche des conditions de production du fruit ■

Pierre Gerbaud



© Guy Behtiner

