

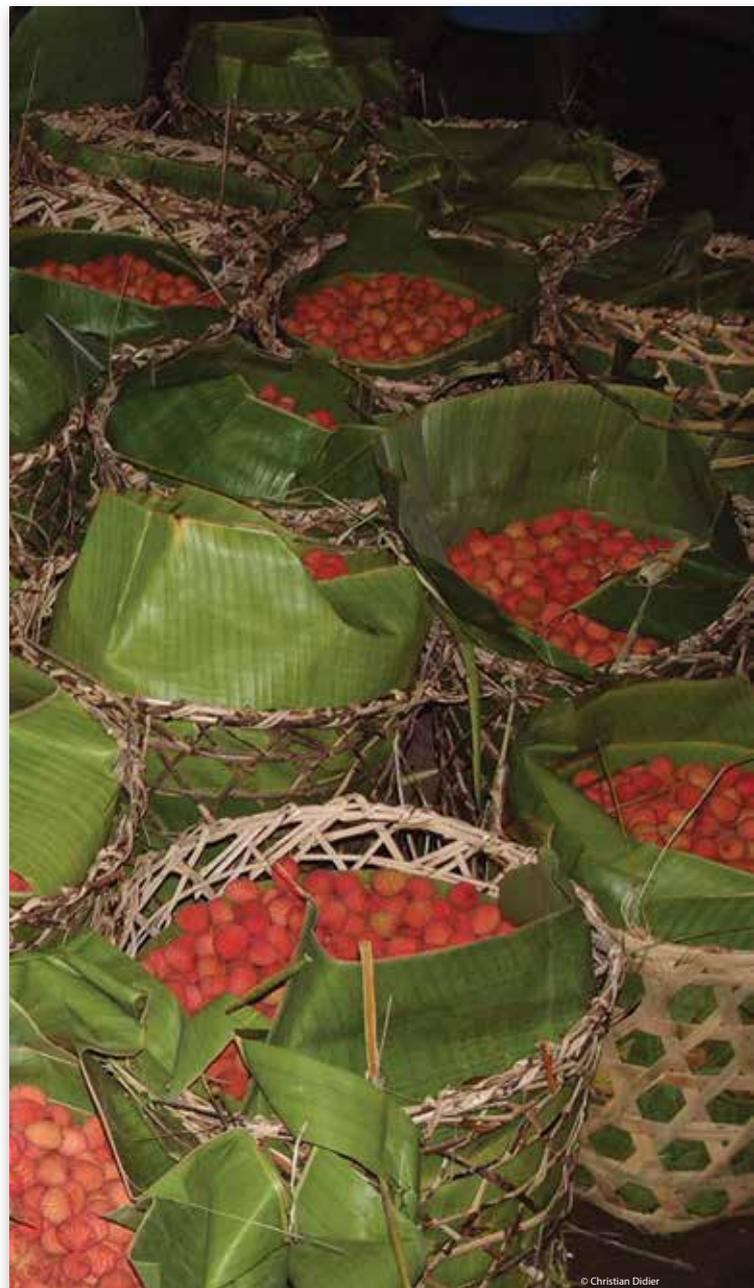
Litchi

Madagascar

Entre peste et cyclone

Madagascar, premier fournisseur de litchi du marché européen, a réalisé en 2017-18 une campagne assez similaire à la précédente en volume. Le total estimé pour cette dernière campagne s'élève à 18 220 tonnes contre 17 970 tonnes en 2016-17. La différence est marginale et met en lumière une grande stabilité des capacités d'absorption des marchés pour ce produit depuis six ans, la progression globale étant d'à peine 2 000 tonnes avec de légères fluctuations selon les campagnes. Si la saison 2017-18 semble la copie à peu près conforme de la précédente, tant en termes de volume que de résultats économiques, elle diffère sensiblement dans son déroulement.

Avec 18 220 tonnes exportées contre 17 970 tonnes en 2016-17, la campagne 2017-18 du litchi de Madagascar est proche de la précédente en termes de volume. La répartition par type de transport a été la suivante : 420 tonnes par avion, 15 600 tonnes par navires conventionnels et 2 200 tonnes par conteneurs, ce qui équivaut à une centaine de tonnes supplémentaires pour le bateau et à une cinquantaine de tonnes pour l'avion. Ces faibles variations par rapport à l'année précédente donnent malgré tout quelques indications sur ce que furent les orientations commerciales de la dernière campagne. Ainsi, on note un léger retour des litchis avion dû au déficit des origines concurrentes sur ce créneau, principalement Maurice et la Réunion. La grande stabilité des volumes transportés par navires conventionnels confirme la concentration des ventes sur la période des fêtes de fin d'année, tendance qui ne cesse de s'affirmer depuis presque une décennie. Quant aux exportations par conteneurs, elles aussi stables, elles témoignent de la difficulté à étendre la campagne en début d'année, période de plus forte confrontation avec la concurrence sud-africaine.



© Christian Didier



*Le laboratoire de production
de vitroplants de fruitiers tropicaux*

Votre spécialiste du vitroplant de bananier



Une gamme unique de variétés d'élite

Nos engagements

Les sélections élités les plus productives

Des régimes d'une qualité inégalée

Homogénéité au champ optimale

Les meilleures garanties sanitaires du marché

Une réactivité à toute épreuve



Tél : +33 (0)4 67 55 34 58

Fax : +33 (0)4 67 55 23 05

vitropic@vitropic.fr

*ZAE des Avants
34270 Saint Mathieu de Tréviérs
FRANCE
www.vitropic.fr*



La campagne litchi aura-t-elle lieu ?

Tout avait si mal commencé pour cette dernière saison que l'on pouvait vraiment se poser cette question. Malgré une organisation maintenant rodée et la consolidation de la filière malgache, d'importants facteurs extérieurs sont venus perturber la campagne. En septembre et octobre, une recrudescence de peste affectait Madagascar. Cette maladie endémique reparaît régulièrement dans ce pays où, chaque année, plusieurs centaines de cas sont dénombrés. Or, en 2017, elle a été particulièrement virulente avec près de 2 400 cas identifiés et plus de 200 personnes décédées en quelques mois. Contrairement aux années précédentes où les foyers d'infection étaient plutôt localisés sur les hauts plateaux et les centres urbains, la maladie s'est propagée rapidement au-delà. Si les faubourgs d'Antananarivo ont été très vite touchés, la présence de cas avérés dans la zone de Tamatave a amplifié la crainte liée à ce fléau. De surcroît, il s'agissait, cette année, de peste pulmonaire, la forme la plus contagieuse de la maladie. Les autorités malgaches, épaulées par l'OMS et l'Institut Pasteur, intervenaient rapidement en observant attentivement l'extension de la maladie, alors que des masques et des doses d'antibiotiques étaient expédiés vers le pays afin de tenter de contenir l'épidémie. De nombreuses mesures sanitaires étaient également prises pour protéger en priorité les zones de rassemblement de population (écoles, universités, marchés, etc.). Ces actions ont permis d'éviter de prendre, vers le début novembre, des mesures de sécurité plus drastiques qui seraient allées jusqu'au confinement des populations, empêchant tout déplacement des acteurs de la filière litchi et donc rendant impossible la récolte, le traitement et l'expédition des fruits. Heureusement, la maladie a été circonscrite à temps et n'a pas bloqué le démarrage de la campagne du litchi, socialement et économiquement importante pour le pays.

En fin de campagne, le mauvais sort frappait de nouveau Madagascar : les 5 et 6 janvier, le cyclone Ava dévastait la côte Est dans la région de Tamatave. Des vents de 190 km/h, accompagnés de précipitations diluviennes, provoquaient la mort de 50 personnes et faisaient plusieurs dizaines de milliers de sinistrés. Les dégâts engendrés par les pluies et les glissements de terrain se sont avérés particulièrement importants (infrastructures détruites, arbres déracinés, etc.). Déjà, en mars 2017, le cyclone Enawo avait provoqué de nombreux dommages, allongeant la liste des 45 cyclones et tempêtes tropicales ayant sévi sur le territoire durant la dernière décennie. Il est pour l'heure difficile de déterminer l'impact qu'aura le cyclone Ava sur la prochaine production de litchi.



Une production limitée

Autre élément perturbateur : un hiver austral peu marqué cette année dans l'océan Indien, qui a engendré une production moindre et plus tardive. Le manque d'une période fraîche, indispensable à la floraison des vergers de litchi, et l'inégal régime de précipitations ont retardé la fructification des arbres et la croissance des fruits. Ce retard de production a bien sûr eu un impact sur les exportations par bateau car les chargements de navire nécessitent une maturation homogène et massive des fruits. Il a été moins crucial pour les envois par avion, les volumes étant bien inférieurs. Il est toujours possible de trouver quelques centaines de tonnes de fruits arrivés à maturité même en début de récolte, mais plus difficilement plusieurs milliers pour irriguer la distribution européenne à l'approche des fêtes de fin d'année. De plus, ce décalage de production a différé selon les principales régions de production (nord et sud de Tamatave), compliquant la fixation de la date officielle d'ouverture de la campagne pour assurer les flux nécessaires au chargement des deux navires conventionnels programmés.

Litchi – Madagascar Date d'ouverture officielle de campagne

Campagne	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
Date d'ouverture	17 nov.	18 nov.	17 nov.	19 nov.	12 nov.	22 nov.

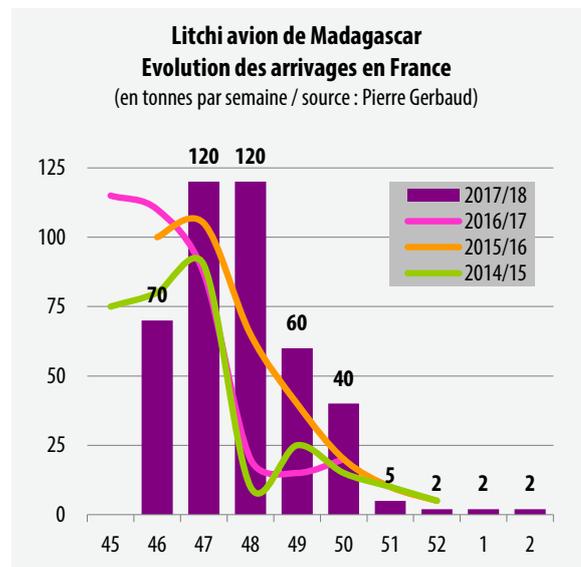
Sources professionnelles

La date d'ouverture de la campagne préfigure le déroulement de la commercialisation des litchis bateau sur les marchés européens. En tenant compte bien évidemment du volume et de la qualité adéquate des fruits, il convient que les marchandises arrivent au meilleur moment à destination pour leur mise en marché. Pendant plusieurs années, la date d'ouverture a été fixée entre le 17 et le 18 novembre. En 2016-17, une maturité des fruits plus rapide avait permis une ouverture particulièrement précoce : le 12 novembre. Lors de la dernière campagne, les conditions météorologiques moins favorables ont retardé nettement sa fixation. La date d'ouverture est importante, mais sa situation dans le calendrier l'est tout autant. En effet, elle détermine l'arrivée des litchis sur les linéaires et conditionne les ventes durant les week-ends précédant les fêtes de fin d'année, qui constituent des pics de consommation et de promotion du produit et durant lesquels les magasins de grande distribution sont généralement ouverts. La précocité de la campagne 2016-17 avait favorisé l'étalement des ventes durant trois semaines comprenant trois week-ends avant les fêtes de fin d'année. En 2017-18, la distribution des fruits s'est étalée sur seulement deux semaines et deux week-ends.

La production plus faible de la dernière campagne a aussi eu des répercussions sur le chargement des navires conventionnels. Certes, le potentiel de production de Madagascar a permis l'envoi des volumes envisagés, mais l'approvisionnement des stations de conditionnement a été nettement perturbé. Pour le premier navire, les livraisons aux stations se sont faites depuis les zones les plus proches de Tamatave et le chargement a pu se réaliser dans les délais habituels (trois jours). En revanche, l'approvisionnement pour le second navire conventionnel a été beaucoup plus lent. En effet, les zones de récolte les plus proches de Tamatave ayant été tariées pour le premier navire, les collecteurs ont été contraints d'étendre largement leur périmètre d'action, retardant d'autant l'approvisionnement des stations de conditionnement. L'augmentation des délais d'acheminement vers les stations a considérablement allongé les opérations de chargement du second navire, qui se sont étirées sur presque six jours. Même s'il a pénalisé la date d'arrivée en Europe de ce bateau, ce retard aura été bénéfique en permettant une plus grande sérénité pour le traitement et le conditionnement des fruits en station.

Une campagne avion correcte

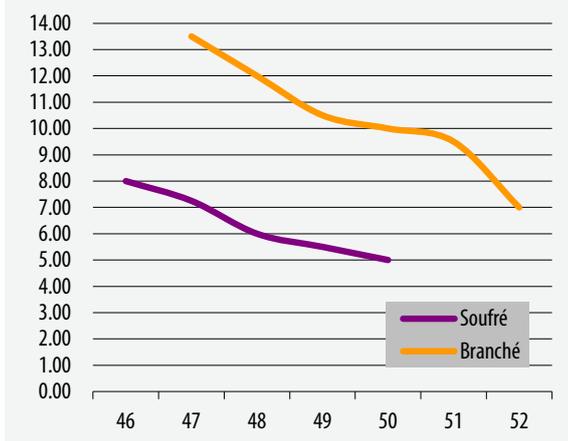
Les premiers lots de litchi avion de Madagascar ont fait leur apparition sur le marché européen en semaine 46, soit une semaine plus tard qu'en 2016-17. Les volumes ont été rapidement conséquents et l'effet de nouveauté du produit a permis la fixation de prix élevés. Compte tenu d'une production moindre, les exportateurs de Madagascar ont expédié des fruits égrenés/traités, mais également de plus importantes quantités de fruits frais branchés. La production globalement moins importante dans la zone de l'océan Indien, et donc chez ses concurrents, a joué en faveur de Madagascar en ce début de campagne. On notait alors une bonne fluidité des marchandises avec des tonnages, somme toute, modérés à l'échelle européenne.



Litchi avion de Madagascar
Evolution du prix import moyen en France
(en euros/kg par semaine / source : Pierre Gerbaud)



Litchi avion de Madagascar
Prix import moyen en France en 2017-18
(en euros/kg par semaine / source : Pierre Gerbaud)



L'entrée en campagne des origines concurrentes en semaine 47 entraînait un gonflement de l'offre, dont Madagascar restait le principal acteur. Cela entraînait le fléchissement des cours, qui demeuraient toutefois nettement supérieurs à ceux de l'année précédente à la même époque. Si les fruits traités s'écoulaient régulièrement, les fruits frais se vendaient avec plus de difficulté. Les prix très élevés au stade de détail détournaient, en effet, bon nombre de consommateurs. En semaine 48, le tassement des prix se poursuivait pour les mêmes raisons. Le large éventail des produits proposés (égrenés/traités, branchés, en bouquets) et les multiples origines brouillaient la visibilité du marché. Les litchis branchés de Madagascar, dont la qualité gustative faisait l'unanimité, se vendaient de plus en plus difficilement. Leur présentation et leur conditionnement n'arrivaient pas à égaler la maîtrise qualitative de la Réunion et de l'île Maurice. Dépréciés, certains lots se vendaient de 6.00 à 8.00 euros/kg, alors que les produits concurrents ne se négociaient pas en-deçà des 10.00 euros/kg. Le maintien de prix élevés, même s'ils s'orientaient à la baisse, freinait les ventes en semaine 49. Les fruits frais de qualité dégradée s'écoulaient au cas par cas. Le prix des fruits traités, de meilleure conservation, fléchissait mais restait toujours supérieur à celui de la campagne antérieure.

Le bilan de cette campagne avion a été satisfaisant si l'on considère les volumes expédiés qui ont été supérieurs à ceux des années passées, alors qu'ils avaient tendance à s'éroder. La production plus limitée en a sans doute été la cause. La progression des exportations de fruits frais/branchés a constitué indéniablement une nouveauté pour Madagascar. Au-delà du relatif déficit quantitatif général qui a permis la progression des expéditions de fruits frais, la bonne réception de ces produits a constitué un potentiel de diversification intéressant pour Madagascar, quasiment absent de ce créneau dans le passé. Des exportations de fruits égrenés/frais sous label bio illustrent également la recherche de nouveaux débouchés, même si ces produits ont peine à trouver leur place sur ce marché spécifique.

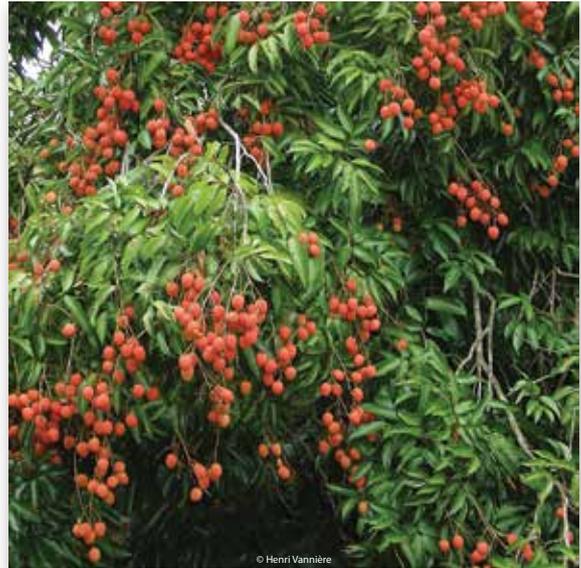
Une campagne bateau concentrée

Une logistique tendue

La campagne bateau s'est avérée particulièrement tendue cette année pour les raisons déjà évoquées de production moindre et de démarrage tardif de la récolte, sans compter le stress en pré-campagne lié à la recrudescence de l'épidémie de peste. L'ouverture de la campagne le 22 novembre a eu pour conséquence un ajustement de la logistique afin de garantir les meilleures conditions possibles de commercialisation sur les marchés européens. Depuis sept ans, les opérateurs privilégiaient la route du Sud, par le Cap de Bonne Espérance, notamment à cause des problèmes de sécurité rencontrés pour le passage par le canal de Suez. Les actes de piraterie, qui s'étaient développés ces dernières années dans le golfe d'Aden, augmentaient les délais de transport. Les navires devaient faire escale avant l'entrée dans le golfe pour embarquer des personnels de sécurité et les débarquer une fois passée cette zone. Ces transbordements entraînaient l'accroissement du temps de navigation de

deux à trois jours, soit l'équivalent du transport via la route du Sud. Le surcoût lié aux escales supplémentaires et aux primes demandées par les assureurs avait convaincu les opérateurs d'abandonner le passage par le canal de Suez. Cette option paraissait plus adaptée en l'absence de ports méditerranéens susceptibles de traiter les bateaux de litchi à cette période de l'année, dans un contexte de démarrage de récolte précoce.

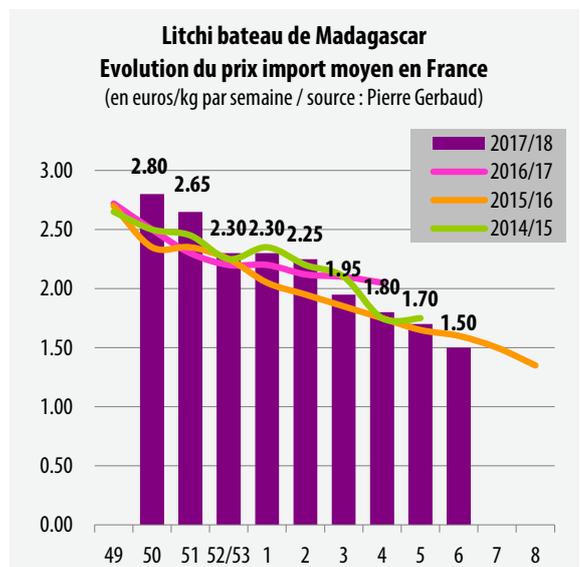
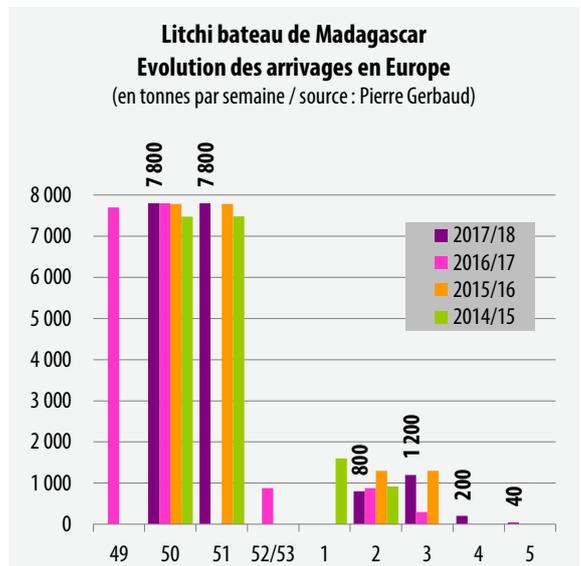
En 2017-18, les circonstances sont apparues différentes. En effet, l'insécurité de la route du Nord est en forte diminution depuis que des bâtiments militaires surveillent régulièrement les voies maritimes. Ainsi, le gain de trois jours de mer a constitué un élément majeur pour cette campagne tardive. Par ailleurs, le port de Sète proposait d'accueillir et de traiter le premier navire de litchi dans de bonnes conditions. Pressés par les délais de commercialisation, les opérateurs ont dirigé le premier navire vers Sète et le second, dont l'arrivée était moins urgente, a pu emprunter la voie maritime habituelle à destination de Zeebrugge.



Le choix de Sète

Le déchargement du premier navire à Sète s'est imposé logiquement à partir de la décision d'emprunter la route de Suez pour réduire le temps de transport entre Tamatave et l'Europe. Sète constituait une bonne opportunité en Méditerranée en raison de la présence d'infrastructures adaptées au traitement d'un navire conventionnel et de leur disponibilité à cette période de l'année. L'entrepôt sous froid de 23 000 m² était approprié à la réception des 8 000 palettes de litchi réceptionnées le 10 décembre. Cet entrepôt, repris récemment par une société spécialisée dans le traitement de produits frais de Dunkerque, n'avait pas fonctionné depuis six ans. La mise à quai a été effectuée par les services de manutention du port de Sète, puis les marchandises ont été prises en charge par les équipes du transitaire/acconier venues de Dunkerque.

Or, si la manutention des marchandises par le transitaire s'est déroulée dans de bonnes conditions, le déchargement des palettes du navire a été plus compliqué. Le manque d'habitude des dockers du port de Sète pour traiter ce type de navire (après six ans d'arrêt de l'activité) a fortement prolongé les opérations de déchargement. L'utilisation d'engins de levage disproportionnés a ralenti le rythme de déchargement, non pour les conteneurs en pontée, mais pour les palettes en cale. Le laps de temps depuis la prise de palettes en cale jusqu'à leur dépose à quai était multiplié par deux, voire trois par rapport à la même opération dans d'autres ports. Les transpalettes utilisés en cale étaient également peu adaptés, trop lourds et dérapant sur les caillebotis des cales du navire. De plus, de mauvaises conditions météorologiques ont perturbé le déchargement : il a débuté sous une pluie fine permanente qui n'a pas gêné le déchargement des conteneurs mais celui des palettes. Après une demi-journée de travail (dimanche 10 décembre après-midi), un avis de coup de vent et submersion était annoncé pour le lundi matin, entraînant la suspension du déchargement. Il reprenait donc le lundi après-midi, ralentissant une fois encore la mise à disposition des mar-



chandises auprès des réceptionnaires. Le débarquement des litchis a finalement pris fin le jeudi 14 décembre. Les chargements et déchargements des litchis auront été, cette année, diamétralement opposés entre Madagascar et l'Europe. Le premier navire chargé en trois jours a été déchargé en cinq jours. Le second navire chargé en cinq jours a été déchargé en deux jours !

En dépit de ces complications, la rapidité de dépotage des conteneurs le dimanche 10 décembre a permis le chargement des premiers camions en soirée, pour une livraison des fruits le lundi sur les marchés les plus proches du port de réception. Les livraisons suivantes se sont effectuées au fur et à mesure du déchargement.

La lenteur du déchargement a aussi entraîné des problèmes de mise à disposition des fruits. Le chargement à Madagascar étant réalisé par ordre d'arrivée au port, les litchis ont été disposés dans le navire progressivement, toutes marques et tous types d'emballage confondus. Ce système, éprouvé dans le cas d'un déchargement rapide, a été problématique dans le port de Sète. En effet, la disposition des palettes ne correspondait pas forcément aux programmes de vente des importateurs à leur clientèle de la grande distribution. Ces problèmes se sont résolus au cours du déchargement. Le dernier point sensible du déchargement à Sète a été la capacité de mobilisation des post-acheminements vers les lieux de distribution. Il est évident que pour les livraisons vers l'Espagne, l'Italie et une grande partie du marché français, la situation géographique de Sète est un atout. En revanche, pour l'expédition des marchandises vers le nord de l'Europe, les délais de transport ont été quelque peu allongés. Néanmoins, le bon réseau autoroutier de l'interland sétois a permis une évacuation satisfaisante des litchis malgaches.

L'escale de Sète a nourri de très nombreux commentaires positifs et négatifs compte tenu de la pression inhérente à l'arrivée du premier navire de litchi. Il n'en reste pas moins vrai que cette possibilité, à condition d'améliorations techniques facilement réalisables, constitue une véritable alternative par rapport aux voies habituelles, plus particulièrement en cas de récolte tardive.

Une commercialisation contractée

En dépit des retards de déchargement à Sète, l'irrigation du marché européen a pu se réaliser convenablement grâce à un travail dense des différents intervenants. Le manque d'une semaine de commercialisation par rapport à la campagne 2016-17 a concentré les ventes sur une courte période pour des volumes équivalents. Les marchandises du premier navire ont fait l'objet d'une bonne aspiration de la demande européenne. De 2.75 à 2.85 euros/kg pour les premières livraisons, le prix s'est ensuite fixé de 2.50 à 2.80 euros/kg, niveau supérieur à celui de la précédente campagne, notamment en raison d'une réévaluation des prix de revient. La bonne réception du produit par les consommateurs a favorisé un écoulement fluide des volumes disponibles. Après avoir proposé les litchis malgaches autour de 5.00 euros/kg en première semaine de commercialisation, de nombreuses enseignes de la grande distribution baissaient le prix autour de 3.00 euros/kg en semaine 51. Les consommateurs se sont naturellement reportés sur l'offre attractive des litchis bateau à l'approche des fêtes de fin d'année par rapport au prix de détail élevé des litchis avion. L'écoulement des marchandises du premier navire s'est réalisé d'autant plus vite que les fruits présentaient une qualité satisfaisante (bonne coloration et qualité gustative correcte). En semaine 52, la com-



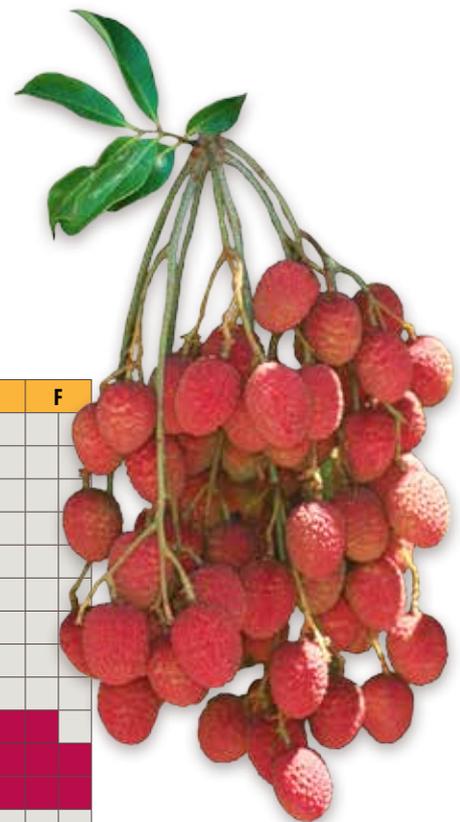
© Henri Vermière

mercialisation se poursuivait avec des ventes assez fluides accompagnées d'un léger fléchissement des cours (2.20-2.40 euros/kg), logique après l'effervescence des fêtes de fin d'année qui marquent généralement le pic de consommation de la campagne.

La cargaison du second navire réceptionné à Zeebrugge le 19 décembre, largement entamée en fin d'année, permettait une jonction fluide avec les litchis acheminés par conteneurs maritimes en deuxième décade de janvier. Début janvier, le marché, bien que nettement moins actif, se maintenait en termes de prix. En milieu de mois, les prix s'orientaient à la baisse de façon plus marquée, en raison du désintérêt des distributeurs et des consommateurs et de la plus grande fragilité qualitative des fruits. La seconde quinzaine de janvier, qui marquait la fin des approvisionnements et des ventes, s'effectuait dans des conditions plus contrastées, avec des baisses de prix plus nettes que les années antérieures. De nombreux lots devaient être triés avant commercialisation et le désintérêt du public se confirmait avec davantage d'ampleur que par le passé. Ce mouvement de baisse n'était pas propre aux fruits malgaches, les litchis sud-africains présents simultanément connaissaient la même évolution.

On retiendra de cette campagne que, malgré les multiples obstacles survenus, la filière du litchi malgache a obtenu encore une fois de bons résultats globaux, signe de dynamisme et d'efficacité. Toutefois, les multiples problèmes rencontrés ont dévoilé la fragilité d'un système confronté sans cesse à de nouvelles ou récurrentes épreuves. En termes de produit, la qualité standard des fruits s'est maintenue et l'apparition grandissante de nouveaux créneaux (fruits sous labels Commerce équitable et bio, fruits frais branchés, diversification des débouchés) autorise un relatif optimisme pour les prochaines campagnes, bien qu'il s'agisse encore d'orientations marginales ■

Pierre Gerbaud, consultant
pierregerbaud@hotmail.com



© Christian Lavigne

Litchi — Calendrier d'importation

Origines		M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F
Asie	Chine												
	Inde												
	Taïwan												
	Thaïlande												
	Vietnam												
	Népal												
	Bangladesh												
Océan Indien	Réunion												
	Maurice												
	Madagascar												
	Afr. du Sud												
Autres	Australie*												
	États-Unis												
	Mexique												
	Israël												

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

Litchi — Océan Indien — Importations estimées de l'Union européenne

Tonnes	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
Total général	23 445	20 955	16 350	20 510	20 560	20 480	22 020	20 666	21 570
Madagascar	19 750	17 715	14 040	16 220	17 430	17 790	18 475	17 970	18 220
Afrique du Sud	3 340	2 660	2 000	3 600	2 450	2 030	2 900	4 200	3 000
Réunion	240	400	200	420	540	460	440	885	150
Maurice	115	180	110	270	140	160	150	250	100
Mozambique						40	55	106	100

Sources professionnelles, collecte et traitement P. Gerbaud