

La lettre du litchi

Campagne 2018-2019

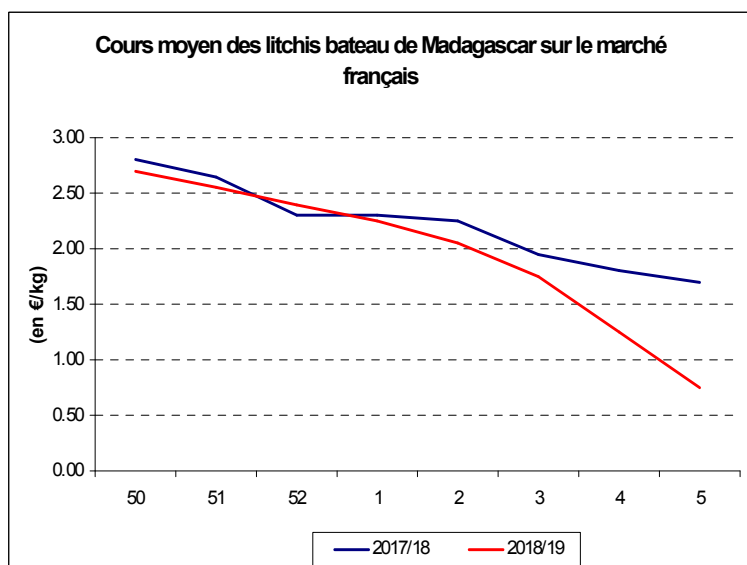
Semaine 06 - 4 au 8 février 2019

Avion soufré	
Sem 51-18	Sem 52-18
➔	

Avion branché	
Sem 05-19	Sem 05-19
➔	➘

Bateau Madagascar	
Sem 05-19	Sem 06-19
➘	➘

Bateau Afrique du Sud	
Sem 05-19	Sem 06-19
➔	➔



Litchi - Estimation des arrivages par avion - En tonnes					
Semaines	01	02	03	04	05
Ile Maurice					
Afr. du Sud		25	35	10	10
Madagascar					
Réunion	30	10			
Brésil	8	10	10	10	
Total	38	45	45	20	10

La campagne de commercialisation des litchis de Madagascar s'achève dans la douleur. Les ventes sont quasi inexistantes, et la qualité des produits de plus en plus dégradée. Les stocks restant sont systématiquement triés et la plupart d'entre eux écartés. Il n'y a plus réellement de prix de marché. Ceux-ci s'établissent au « coup par coup » le but étant d'avantage de « liquider » les marchandises encore disponibles, que de réaliser des moyennes de vente rémunératrices.

Si ce phénomène ponctue généralement les fins de campagne d'exportation de litchis de Madagascar, il a connu cette année une ampleur particulière. Les quantités écartées pour raison de méventes et qualitatives semblent particulièrement importantes. Concernant la commercialisation, les difficultés d'écoulement des fruits n'ont pas été réservées aux produits malgaches mais ont concerné l'ensemble des litchis « bateau » mis en marché, soulignant vraisemblablement un désintérêt du produit de la part des consommateurs après les fêtes de fin d'année. De nombreux distributeurs ont cessé, cette année, leurs commandes dès le début du mois de janvier, reflétant le manque de consommation des fruits.

On retiendra principalement les faits saillants suivants de la campagne malgache :

- Un calendrier peu propice au déroulement harmonieux de la campagne de commercialisation avec une récolte tardive et, par voie de conséquence, une arrivée tardive des fruits sur les marchés européens. (suite page 2)

Litchi - Arrivages par bateau - En tonnes							
Quantités arrivées				Quantités annoncées			
Provenance/départ	Navires	Dates / Ports	Tonnages	Provenance/départ	Navires	Dates / Ports	Tonnages
Mozambique		Sem 1	75 tonnes				
Mozambique		Sem 2	25 tonnes				
Tamatave	conteneurs	Sem 3	200 pal				
Tamatave	conteneurs	Sem 4	200 pal				

Les indications ci-dessus sont données sous réserve de confirmation. (ZB= Zeebrugge)

Litchi - Prix stade import - En euros / kg

Semaines	ALLEMAGNE		BELGIQUE		ESPAGNE		FRANCE		PAYS-BAS		ITALIE	
	05	06	05	06	04	05	05	06	05	06	05	06
Air												
Brésil (b)												
Ile Maurice (s)												
Madagascar (s)												
Madagascar (b)												
Réunion (b)												
Afr. du Sud (br)							5.00-6.00	5.00-5.50				
Mozambique (s)												
Mer												
Madagascar			1.60-1.75				0.50-1.00					
Afrique du Sud	2.00		3.00				1.00-2.25	1.00-1.50	2.00-2.50			
Mozambique							1.00-2.00	1.00-1.50				

(b) : branchés/frais ; (s) : souffrés / note : prix indicatifs et moyens pour des fruits de qualité satisfaisante, recueillis auprès des opérateurs représentatifs.

Litchi - Tendances par marché européen

Les trois semaines de commercialisation, en décembre, ont concentré les ventes. Elles les ont sans doute limitées par rapport (par exemple) à la campagne 2016/2017 où le calendrier avait offert une semaine de commercialisation supplémentaire compte tenu d'une récolte particulièrement précoce. Dans ce domaine, les variations météorologiques sur le long terme ont-elles de réelles répercussions sur la mise à disposition des fruits?

- Une qualité des fruits moyenne. Les exigences logistiques ont conduit à précipiter la récolte des fruits alors que leur degré de maturité ne semblait pas avoir atteint un stade optimal. Des remontées d'informations de distributeurs et de consommateurs soulignent cet aspect. Le calibre moyen des fruits a également été évoqué au cours de la campagne, avec des remarques peu favorables quant au ratio chair/déchet des fruits malgaches.

- Des conditions de ventes particulièrement difficiles, notamment sur le marché français, en raison des mouvements sociaux qui ont émaillé toute la durée de la campagne de commercialisation. Ceux-ci ont principalement provoqué deux problèmes majeurs ou effets induits. Il s'agit, en premier lieu, de perturbations logistiques. Les livraisons étaient incertaines aux centrales d'achats de la grande distribution, et plus encore celles aval, jusqu'aux points de ventes finaux (logistiques du dernier kilomètre), souvent gênées par les blocages

de la circulation locale. Le deuxième facteur engendré par les mouvements sociaux réside dans la baisse de fréquentation des points de vente, entraînant la mévente des produits.

En conclusion, le phénomène de concentration des ventes de litchis à l'occasion des fêtes de fin d'année, observé depuis plusieurs années, se confirme et s'intensifie. La conjonction d'une campagne tardive mais conséquente en volume, de qualité moyenne, sur fond de crise sociale, constitue une alchimie qui s'est avérée spécialement néfaste à la filière litchi de Madagascar. Cela paraît démontrer que rien n'est jamais acquis dans le secteur des produits frais, en dépit des améliorations certaines déjà apportées par les opérateurs. Les « mauvaises » campagnes de commercialisation sont souvent à l'origine de réflexion et de mise en place de nouvelles stratégies !

Cours des changes - février 2019

1 euro =	
Royaume Uni	0.87341 GBP
Madagascar	4014.44 MGA (Ariary)