Banane française

L'Union est en marche

Eric de Lucy, Président de l'Union des groupements de producteurs de banane, a rassemblé à la mi-février ses clients, les mûrisseurs, pour leur montrer qu'au bout de cinq mois sa stratégie de regroupement de l'offre antillaise va toujours bon train. La démarche, qui concernait d'abord seulement la Martinique, s'étend à la Guadeloupe. Karubana, l'un des deux groupements de producteurs de l'île, a annoncé en effet qu'il rejoignait l'Union.

Rassemblons-nous ! C'est sur ces mots qu'Eric de Lucy, Président de l'Union des groupements de producteurs de banane, a ouvert la journée consacrée à la visite des installations portuaires de Dunkerque, premier port européen pour la banane française, et à la présentation du nouveau carton de banane de l'Union (cf. photo).

Eric de Lucy entouré des présidents des groupements et de représentants syndicaux

Les quelque 160 mûrisseurs, autorités de l'Etat et prestataires de la filière française ont rapidement compris que le but de cette journée était de montrer le chemin parcouru par l'Union, en l'espace de seulement cinq mois. Voici comment se recompose le paysage antillais :

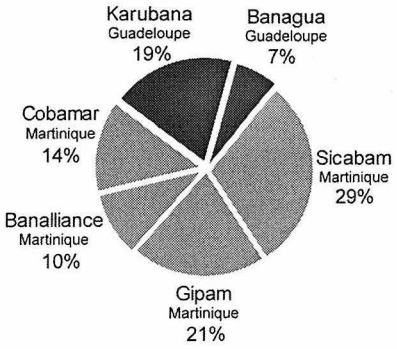
- Sicabam, Gipam et Karubana (très récemment) forment l'Union des groupements ;
- une partie de Banalliance devrait rallier l'Union pendant qu'une autre tente d'attirer d'anciens producteurs de feue la Cobamar ;
- Banagua, le plus petit des groupements guadeloupéens, garde son autonomie.

C'est à terme 270 000 tonnes qui seront commercialisées par l'Union, soit 82 %du potentiel antillais. Et c'est en soi un grand événement. Depuis la fin des années 1970 et la partition de la Sicabam, seul et unique groupement jusqu'alors, la Martinique et a fortiori les Antilles françaises ont toujours été divisées au sujet de leurs mises en marché. L'ambition de l'Union est désormais de maîtriser la commercialisation de ses fruits.

L'Union, parfois dans la douleur

Le remodelage de la filière antillaise passe par une modification des modes de commercialisation. L'Union souhaite mettre en marché par elle-même ses volumes auprès des mûrisseurs. Les importateurs quant à eux observent avec intérêt cette recomposition de la filière. Certains pensent que les producteurs vont trop loin et qu'ils devront revenir vers eux. D'autres estiment qu'un nouvel équilibre est en train de se dessiner et qu'ils doivent en être.

Banane française
Expéditions
par groupements en 2003



330 000 t, dont
Martinique : 245 000 t
Guadeloupe : 85 000 t

Alors que la commercialisation est déjà difficile à structurer, une autre difficulté se fait jour. En effet, on observe de fortes divergences entre l'Union et, en tout cas, une partie de Banalliance qui souhaite conserver son circuit de commercialisation via des importateurs.

Au-delà des crises, l'Union est en marche et Eric de Lucy veut que celle-ci soit inexorable. Il a d'ailleurs insisté sur le soutien entier et très actif des politiques locaux, comme Lucette Michaux-Chevry, et des autorités nationales (ministères de l'Agriculture et de l'Outre-mer). Pour les dirigeants de l'Union, les objectifs sont clairs : organisation commerciale unifiée, qualité et homogénéité contrôlées, maîtrise de la sécurité alimentaire et de l'environnement, respect des droits de l'homme et des travailleurs. Pour appuyer cette démarche, une vaste opération marketing est programmée afin de mettre en avant les bananes dans les rayons et de « vendre l'origine Guadeloupe et Martinique ». Ensuite, avec un produit bien identifié en magasin, l'Union lancera une opération de communication grand public afin « de recruter de nouveaux consommateurs de la banane antillaise et de reconquérir des parts de marché ».

Après une phase de réorganisation, l'Union est face à son destin. Il sera brillant si les résultats économiques sont là. Dans ce cas, on peut parier que les réticents au système seront les premiers à embrasser cette stratégie unifiée ■

Denis Loeillet, Cirad-flhor
denis.loeillet@cirad.fr