Mai 2012 - n°200

FRuiTROP

Version française

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

Marché de la banane en Espagne

Un petit peu plus près des étoiles

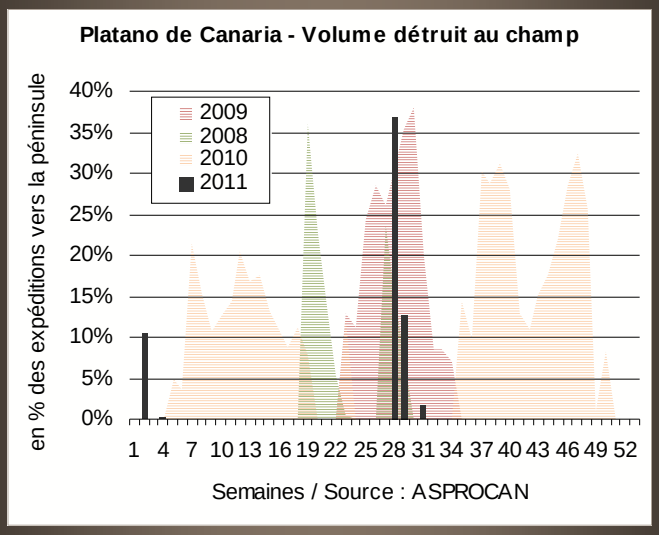
© Denis Loeillet

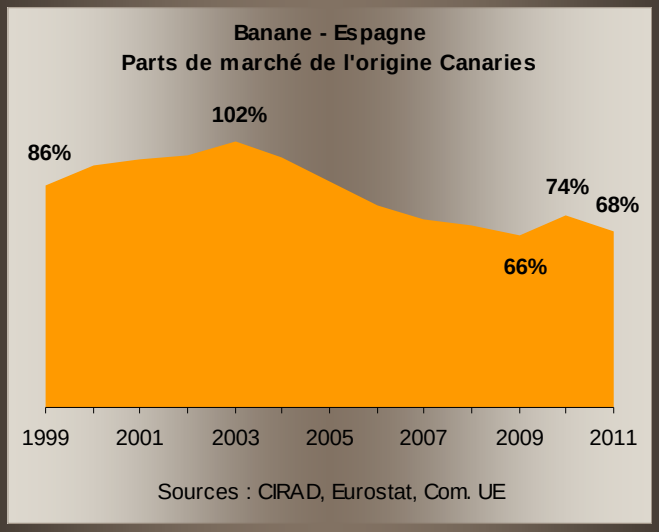
Tout va terriblement bien pour l'Espagne, si on ne parle que de la banane. D'ailleurs, c'est sans doute un des secteurs qui s'en est le mieux sorti dans ce pays en 2011. Les chiffres sont sans appel : le prix moyen en vert de la référence Super Extra (source CIRAD) a été de 1.02 euro/kg, contre 0.72 euro/kg en 2010 et 0.92 euro/kg en 2009. Côté volumes, la situation est aussi bonne. On confirme en 2011 un niveau de consommation d'environ 450 000 t, en phase avec les résultats de 2010. Qui plus est, alors que 36 000 t de bananes canariennes avaient été détruites au champ en 2010, 2 700 t seulement l'ont été en 2011. La seule ombre au tableau est l'érosion de la part de marché de la banane canarienne sur son marché domestique. A 68 %, sur la seule péninsule, elle n'est qu'à 2 % du point bas touché en 2009.

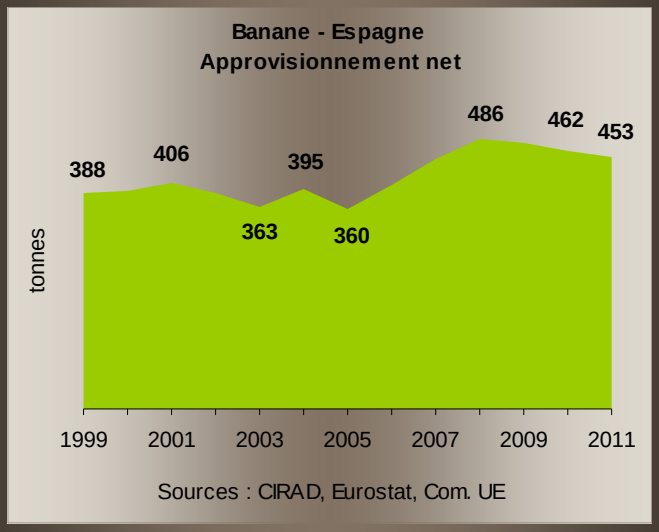
La gestion au plus près des quantités produites a permis aux Canaries de maîtriser leur marché et donc leur prix de vente, sans pour cela détruire préventivement des quantités comme ce fut le cas en 2010. Finalement, en 2011 le pouvoir de négociation a été clairement du côté des producteurs. La preuve en est que le marché espagnol a été totalement déconnecté du reste du marché européen, avec une évolution en opposition de phase. Par exemple, les prix en vert des Canaries ont explosé au cours des deux derniers bimestres, alors qu'ils étaient apathiques ailleurs en Europe.

C'est donc une belle campagne que viennent de vivre les opérateurs espagnols. Il n'en reste pas moins que, pour eux, le

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







danger de voir augmenter la part de marché des bananes d'origines pays tiers (ACP ou dollar) ou françaises est plus présent que jamais. Là encore, la pression n'a pas été trop forte sur les marchés extérieurs en termes d'approvisionnement. La météo a fait son boulot. Mais, sur un marché libéralisé où l'exception culturelle espagnole « platano de Canarias » a du plomb dans l'aile face au « banano » qui affiche 0.60 euro de moins au stade détail, les garde-fous du marketing ne sont plus aussi efficaces. Mais restons sur une note d'optimisme car, aux yeux d'un producteur français, voir son marché augmenter de 50 000 tonnes en quelques années, détenir les deux tiers de la consommation et être payé à la mesure de ses coûts de production paraît tenir davantage de la prestidigitation que du rêve accessible ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr

© Denis Loeillet