Les producteurs français de banane ont un projet

Après une période de très forte déprime qui semblait conduire inexorablement au déclin de la bananeraie antillaise, les producteurs français de banane se remettent à espérer. L'effervescence actuelle montre, en tout cas, que l'Europe devra compter avec les filières de production et d'expédition des Antilles françaises.

Le bouillonnement autour de la banane française est intense. Les rapports, études, rencontres, initiatives, groupes de travail, livres blancs, etc. emplissent l'agenda des dirigeants économiques et politiques du secteur. Ils sont tous au chevet d'un malade qui, pour les plus pessimistes, lutte contre la mort, et pour les autres, tente de trouver en son sein la force de rebondir.

Les producteurs français veulent reprendre l'initiative face à un marché bananier européen de plus en plus ouvert, à un budget européen couvrant de plus en plus difficilement les écarts de compétitivité entre origines et à une règle de compensation des pertes de recettes devenue très largement favorable aux producteurs canariens.

Les professionnels, avec en fer de lance les Martiniquais, prennent en ce moment même la mesure des difficultés et dessinent de nouvelles stratégies. Sous l'impulsion du groupe Hayot et de Eric de Lucy, une initiative visant à regrouper l'offre martiniquaise de banane a vu le jour. Elle se traduit sur les marchés européens par la création en Martinique de l'Union des groupements (présidée par Eric de Lucy) et par l'extension des fonctions de la société Banamart. Aux quantités des groupements Sicabam et Gipam, Banamart est en passe d'agréger les volumes traités jusque là par Banalliance et Cobamar. *In fine*, il s'agit évidemment de fédérer les groupements guadeloupéens, Karubana et Banagua.

Les attendus

Quelles sont les raisons de cette démarche ? Même si cela semble être une évidence, les producteurs ont un besoin impératif de peser face aux géants de l'importation, de la mûrisserie et, *a fortiori*, de la distribution européenne. L'exemple français est symptomatique du pouvoir toujours grandissant des distributeurs : 90 % des achats alimentaires des distributeurs passent par quatre centrales d'achats seulement. Comment exister en ordre dispersé face à ces poids lourds de la distribution ?

Par ailleurs, les producteurs souhaitent se désengager d'un système commercial qu'ils jugent inefficace et peu transparent : celui des commissionnaires-vendeurs. Cette critique est très ancienne et motiva, en son temps, le rapprochement des ex-frères ennemis, Sicabam et Gipam. L'Union des groupements permettra de faire des économies d'échelle au niveau commercial par la création d'un seul bureau de vente et de négocier en commun les achats d'emballages, d'intrants agricoles, etc. Au-delà de ce réflexe de bonne gestion, il s'agira de revaloriser l'image du produit par une politique marketing et commerciale commune.

La logistique est à prendre en compte quand il s'agit de maîtriser la filière. Transporter, mûrir, distribuer est le triptyque à réunir si l'on souhaite faire prospérer le secteur. Pour les producteurs, le champ des possibles est large. Il va du tout intégré au tout associé, de la reprise ou de la construction d'un réseau de mûrisseries jusqu'à un accord de partenariat ou de prestation de service. Mais on voit mal comment les producteurs pourront se passer de contrats de filière avec les distributeurs européens.

Des efforts conjugués

Autre initiative, regroupant cette fois-ci les politiques et les professionnels : la création du Front de défense et de promotion de la banane antillaise (FDPBA). Ce lobby a pour but de soutenir et de relayer, auprès des autorités nationales et européennes, les efforts de structuration accomplis par le secteur. Le FDPBA aura aussi pour tâche de promouvoir le fruit sur les marchés européens. Dans ce domaine, les producteurs ont tout à gagner à articuler leur stratégie avec l'aval de la filière.

La banane française se met en ordre de bataille. Les obstacles sont nombreux. Les nouvelles structures et les nouveaux dirigeants seront jugés sur leurs résultats : l'amélioration des retours financiers aux planteurs. A ces derniers aussi de faire leur part du chemin en fiabilisant l'offre de produit ■

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

La banane occupe les esprits

En France...

- Livre blanc — producteurs français, 2003.
- Prêt à taux zéro de 13 millions d'euros — autorités françaises, 2003.
- Rapport interministériel — Ministères de l'Agriculture et de l'Outre-mer, 2003.
- Groupes de travail — Professionnels et autorités françaises, 2003.

...en Europe

- Audit de l'OCM Banane — Commission européenne, 2004.
- Négociations élargissement à 25 membres et tarification simple — 2003 à 2005.

Les chiffres clés de la production de banane aux Antilles	Martinique	Guadeloupe
Superficie en banane (ha)	8 900	4 600
Production commercialisée (tonnes)		
2002	263 880	95 063
Moyenne 2000/01/02	256 289	90 566
Revenu net * (euros/tonne)		
2002	590.0	576.0
Moyenne 2000/01/02 **	615.3	612.7
Production Antilles / production européenne (%)		
2002	33.4	12.0
Moyenne 2000/01/02	32.9	11.6
Parts de marché dans la consommation de l'UE-15 (%)		
2002	6.5	2.3
Moyenne 2000/01/02	6.4	2.3

* : Revenu net = prix de vente + aide compensatoire + complément d'aide
** : moyenne pondérée par les volumes