

Banane

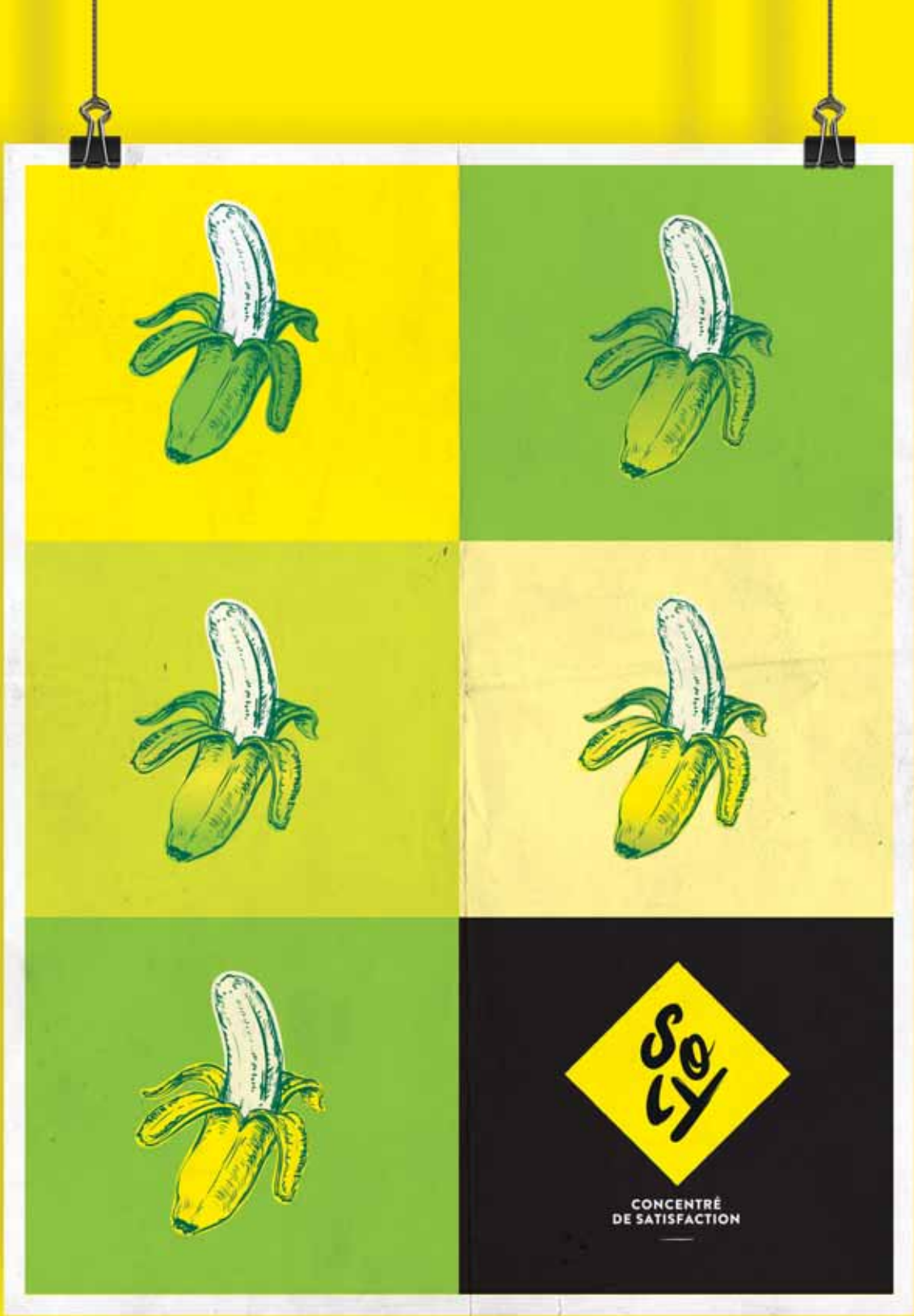
Marché mondial

La fête est finie ?

La tempête économique annoncée il y a un an dans nos colonnes a donc eu lieu et pourrait se transformer en cyclone courant 2018. L'équation est d'une rare simplicité et ne comporte aucune inconnue : il y a trop de bananes sur le marché international et l'Union européenne est aux premières loges.



© Denis Logiliet



Respect du cahier des charges

100 %



Disponibilité

365/365



**Satisfaction
client**

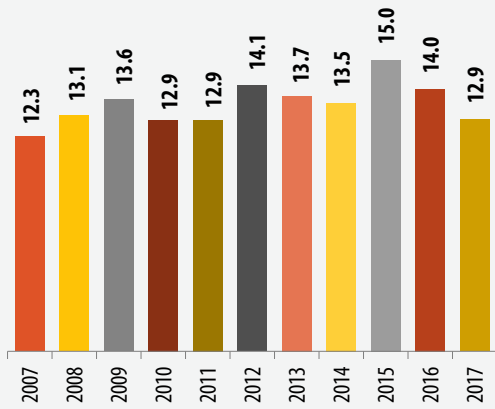
LA BONNE MATURITÉ, C'EST TOUT UN ART !

Si nos clients ont la banane toute l'année, c'est parce que nous travaillons
tous les jours à leur fournir le bon produit au bon moment.

WWW.SOLYIMPORT.COM

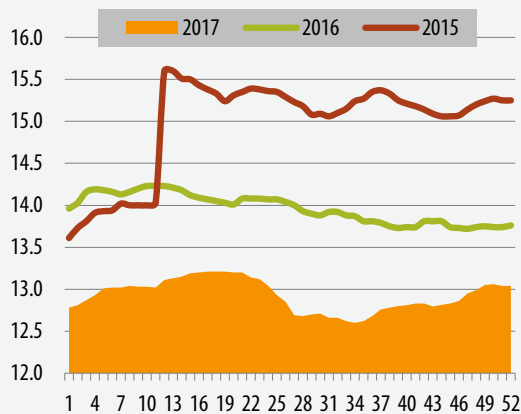
**Banane - Allemagne - Prix import annuel
2e et 3e marques**

(en euros/carton 18.14 kg / Source : CIRAD-Fruitrop)



**Banane - Allemagne - Prix import hebdomadaire
2e et 3e marques**

(euros/carton 18.14 kg / Source : CIRAD-Fruitrop)



Difficile de trouver des sujets de satisfaction en 2017. Pour se remonter le moral, les opérateurs pourront toujours se dire que le pire a, pour l'instant, été évité. A bien considérer les perspectives pessimistes pour 2018, ils admettront que, finalement, l'année 2017 fut une promenade de santé. N'anticipons pas sur les sujets délicats, mais partageons déjà le bilan de 2017. Il y a pile un an **Fruitrop** titrait « Calme avant la tempête ? » et illustrait cela par un singe se cachant les yeux. Un an après, on peut avouer une erreur... celle d'avoir mis un point d'interrogation à ce titre. En effet, l'année 2017 a bien été marquée par une tempête. Les Anglo-saxons, qui ont souvent des formules qui font mouche, la décrivent même comme la « perfect storm ».

Premier indicateur : le prix vert en Allemagne. Véritable mètre étalon du marché européen de long terme du fait d'un taux de contractualisation amont-aval très élevé, ce marché a perdu un euro du carton entre 2016 et 2017 pour s'établir à tout juste 13 euros, soit une baisse de 7 %. Ce qui est inquiétant, c'est qu'une baisse de cette ampleur a déjà été enregistrée en 2016 par rapport à 2015 (- 1 euro à 14 euros). Et il semble que ce sera aussi le cas en 2018. Même si cela reste à confirmer à l'heure où cet article est rédigé, on parle d'une baisse du prix des contrats d'un peu moins de 6 %, soit l'équivalent de 90 centimes d'euro. En l'espace de trois ans, le contrat Allemagne devrait donc perdre près de 3 euros, et cela pour de la belle marchandise, on ne parle pas ici de catégorie II. En outre, c'est sans compter l'effet dépressif de l'inflation, même basse, en Europe (cf. encadré).

Le baromètre UE établi chaque semaine par les conjoncturistes du CIRAD-Fruitrop, prenant en compte les prix d'un panel représentatif d'origines et de marchés européens, confirme la tendance allemande. Le prix du carton commercialisé a perdu un euro en 2017 pour s'établir à 12.6 euros. Rappelons qu'il était en 2015 de l'ordre de 14.1 euros. L'étude de ce prix sur un rythme hebdomadaire nous en apprend beaucoup sur cette année 2017 qui fut d'une grande complexité.



©Thierry Lecocq

*Avec une COMOÉ,
vous reboostez votre santé*

Importateur Distributeur

Sipef, Belgique

Contact : fruits@sipef.com

+ 32.3.641.97.37

www.sipef.com/bananas.html

Producteur Exportateur

Plantation Eglin **GLOBALG.A.P.**

Côte d'Ivoire



Un film classé dans la catégorie « catastrophe »

Pour commencer, un plan séquence qui s'est étalé des semaines 1 à 14 de 2017. On peut même considérer que cette très mauvaise période a débuté en septembre 2016. Un tunnel de prix import allant de mauvais à très mauvais qui a donc duré 33 semaines d'affilée ! La *remontada* a été lente et laborieuse, le niveau des 14 euros n'ayant été dépassé qu'en semaine 12. Sur ces quatorze premières semaines, le prix a chuté de 9 % en moyenne.

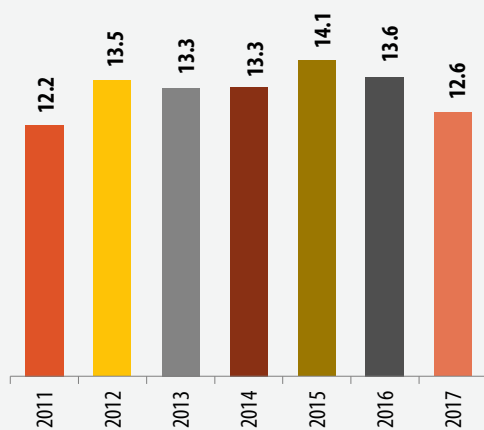
Ensuite, une séquence plus positive en termes de prix qui a duré seulement 6 petites semaines (semaines 15 à 20). Sans toucher des sommets, c'est-à-dire loin des pics de 2015, les prix ont évolué au-dessus des niveaux de 2016, entre 14 et 14.5 euros/carton. Les opérateurs semblaient enfin avoir passé les pics d'approvisionnement récurrents durant les cinq premiers mois de l'année 2017 (+ 5 % par rapport à la même période de 2016) après, bien entendu, avoir épongé ceux du dernier quadrimestre de 2016. La lumière pointait enfin au bout du tunnel.

Le scénario n'a pas eu le temps de s'installer dans l'optimisme que, déjà, le marché rebasculait dans le rouge. Des semaines 21 à 32, la glissade fut très violente, avec un point bas touché à 10.7 euros début août. Les fortes canicules, une offre très importante et très compétitive de fruits de saison (resserrement et donc chevauchement des campagnes de production dans toute l'Europe) et enfin une offre de banane en très forte hausse ont précipité le marché dans une des pires crises estivales de la décennie. Certes, il n'y a jamais eu un seul kilo de banane jeté dans les ports européens. La consommation a été dynamique, voire exceptionnelle. Mais on ne pouvait tout de même pas s'attendre non plus à ce que cette avalanche de volumes n'influe pas négativement sur les prix import.

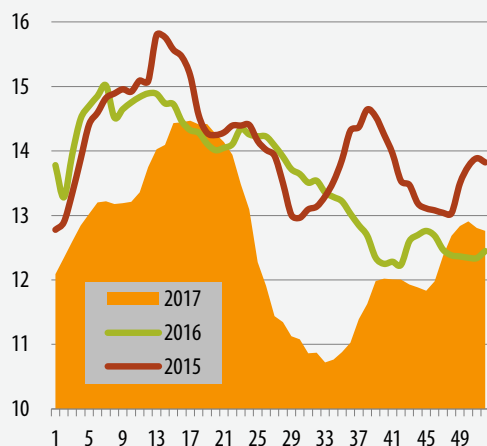
Le grand final (semaines 33 à 52) s'est joué avec la seconde tentative de *remontada* de l'année. Elle a mis du temps à se concrétiser. Il est vrai que remonter des enfers n'est jamais facile, surtout en fin de période estivale. La petite reprise technique de septembre n'a fait qu'illusion. Et ce n'est vraiment qu'à partir de la semaine 47 que les prix ont résolument pris l'ascenseur pour finir l'année non pas en fanfare, nous n'en sommes plus là, mais dans une sorte de sérénité mesurée, tutoyant les 13 euros. Les campagnes très resserrées et peu chargées en raisin (fin très précoce), pomme et poire (petite récolte et stocks au plus bas) ont accompagné cette résurrection. Mais c'est surtout la pression un peu moins forte des origines dollar, après un mois d'octobre record, qui a permis cette courte embellie de fin d'année.



Banane - Baromètre UE - Prix import
(euros/carton 18.14 kg / Source : CIRAD-FruiTrop)



Banane - Baromètre UE - Prix import hebdo
(euros/carton 18.14 kg / Source : CIRAD-FruiTrop)





PARTAGEONS NOTRE PASSION



PRODUCTEUR

IMPORTATEUR

MURISSEUR

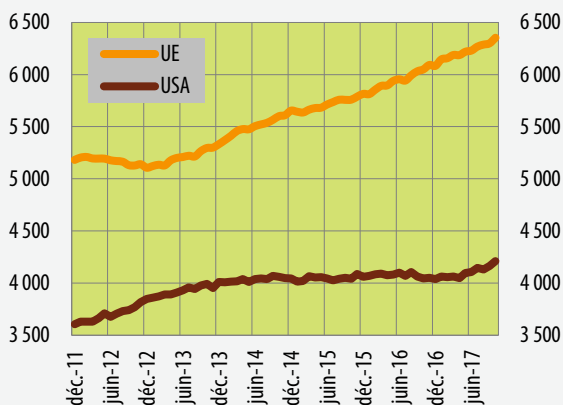
DISTRIBUTEUR



contact@azfrance.fr
www.azfrance.fr
www.facebook.com/azfrance

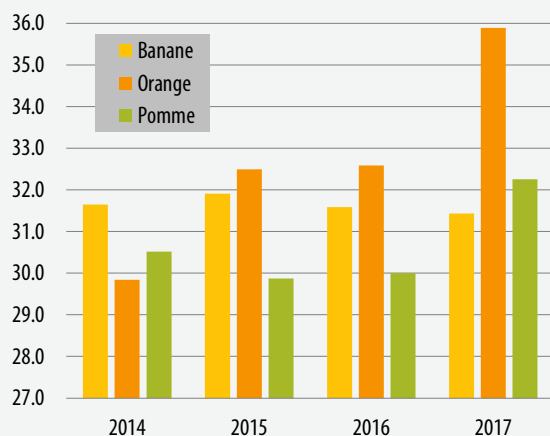


Banane - UE & USA - Approvisionnement estimé sur 12 mois glissants (novembre à octobre)
(en 000 tonnes / sources : CIRAD, Eurostat, douanes USA)

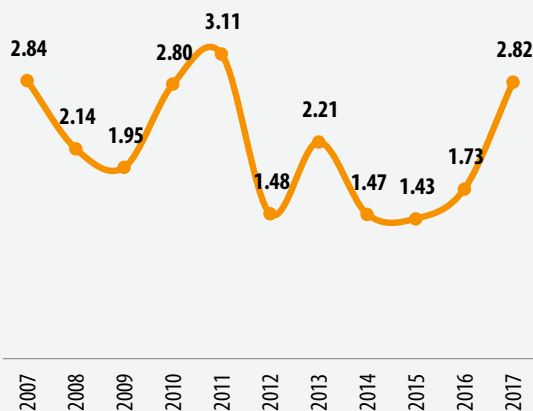


Note : chaque point représente 12 mois d'approvisionnement

Fruits - République tchèque - Prix de détail
(en CSK/kg / source nationale)



Banane - Ecart du prix import entre l'Allemagne et la Pologne
(en euro/carton / source : CIRAD)



Le fusible « Europe de l'Est » n'est plus suffisant

L'année fut donc délicate. L'adversité est venue de tous les côtés, tant de l'approvisionnement en banane qu'en fruits concurrents, notamment pendant l'été, mais aussi des conditions climatiques en Europe marquées par plusieurs périodes caniculaires. Mais revenons sur la composante bananière de la crise. On l'a déjà souligné, c'est d'abord et avant tout un afflux de bananes qui a provoqué, amplifié puis fait perdurer la crise. Un bilan complet sera proposé dans notre numéro d'avril 2018 lorsque toutes les données de 2017 seront consolidées. Cependant, on peut déjà dire que, sur les dix premiers mois, l'approvisionnement en banane des 28 Etats membres de l'UE a grimpé de 5.3 % après, faut-il le rappeler, une progression de 4.6 % entre 2015 et 2016 (en année pleine cette fois-ci).

En fait, ces cinq dernières années (2012 à 2017) ont vu les Européens engloutir 1 million de tonnes de plus de banane, pour atteindre le chiffre de 6.3 millions de tonnes. Certes, les Européens de l'Est sont majoritairement responsables de cette expansion, qui s'inscrit dans une dynamique de rattrapage de consommation. Mais cela ne suffit tout de même pas à absorber le trop plein. Et ce n'est pas faute de pratiquer des prix extrêmement attractifs. En République tchèque, les prix de détail de la banane, comparés à ceux des pommes ou des oranges, ont été ultra-compétitifs en 2017. Une forte poussée de la décote lors des ventes en Europe de l'Est montre bien que ces pays restent des marchés de dégagement où le prix import reste le seul argument. Lorsque l'offre explose aux portes de l'UE, les prix dégringolent sur son flanc Est jusqu'à ne plus vouloir dire grand-chose. La décote flirte en moyenne annuelle avec les 3 euros du colis, niveau que l'on n'avait plus observé depuis les années 2010 et 2011. Et encore, ce n'est qu'une moyenne annuelle. L'analyse mensuelle montre un abattement de 7 euros, allant jusqu'à 7.5 euros/carton en juillet et en août. Un record historique ! Mais, même à des niveaux de prix délirants (de l'ordre de 7 euros/carton au plus fort de la crise estivale mais aussi beaucoup de prix après-vente), les Européens de l'Est ne peuvent pas consommer toute l'offre excédentaire.

Les marchés dits matures sont donc aussi mis sous pression. On retrouvera une estimation du bilan d'approvisionnement par Etat membre dans notre numéro d'avril 2018, lorsque tous les chiffres seront disponibles pour 2017. Toutefois, certains indicateurs comme le taux d'activité banane en Allemagne, les données de panels de consommation en France ou en Espagne et le ressenti des opérateurs européens, font penser que la consommation nette a grimpé partout, y compris sur des marchés où de grands groupes ou de grandes origines semblaient maîtriser l'offre plus qu'ailleurs. Et côté prix, il n'y a pas eu davantage de miracles sur ces marchés matures que sur ceux d'Europe de l'Est. Ils se sont aussi ajustés à la baisse face à cette avalanche de volumes, la contractualisation limitant les dégâts.

Nexy®

 **Agrauxine**
LESAFFRE PLANT CARE

Biofongicide contre les maladies
de post-récolte sur Pommes, Agrumes et Bananes

INNOVATION

- ✓ Protection efficace contre le *Botrytis cinerea*, *Penicillium spp*, et la pourriture de la couronne sur banane
- ✓ Competition spatiale et nutritive contre les pathogènes
- ✓ Exempté de LMR

Suivez nous sur :  

A LESAFFRE  BUSINESS UNIT

Mentions légales :

NEXY® - AMM n° 2080108 - Composition : 81,4 g/kg de *Candida oleophila* souche O. • Danger - H334 Peut provoquer des symptômes allergiques ou d'asthme ou des difficultés respiratoires par inhalation. - EUH401 Respectez les instructions d'utilisation pour éviter les risques pour la santé humaine et l'environnement. - P261 - P280 - P284 - P302+P352 - P304+P340 - P342+P311 - P501 - SP1 - Contient *Candida oleophila*. Peut entraîner une réaction de sensibilisation. • Détenteur d'homologation : BIONEXT S.P.R.L. - 6041 Gosselies - Belgique (Agrauxine S.A.). • * Marque déposée Agrauxine S.A - Siège social : 137, rue Gabriel Péri - 59700 Marcq-en-Baroeul - France - Bureaux : 4, rue Henri Becquerel - 49070 Beaucozuté - France. • Tél : +33 (0) 2 41 77 80 77 • contact-agx@agrauxine.fr • www.agrauxine.com • Distribué aux Antilles françaises (sur Bananes) par Syngenta S.A.S. - 12, chemin de l'Hobit - 31790 Saint-Sauveur - France. SAS au capital de 111 447 427 Euros. RCS - RSAC Toulouse 443 716 832. Numéro de TVA intra-communautaire : FR 11 443 716 832. N° d'agrément MP02249 : distribution de produits phytopharmaceutiques à des utilisateurs professionnels. • **Avant toute utilisation, assurez-vous que celle-ci est indispensable. Privilégiez chaque fois que possible les méthodes alternatives et les produits présentant le risque le plus faible pour la santé humaine et animale et pour l'environnement, conformément aux principes de la protection intégrée, consultez <http://agriculture.gouv.fr/ecophyto>. Pour les conditions d'emploi et les usages, doses et conditions préconisées* : se référer à l'étiquette du produit (*nouveau catalogue des usages).**

PRODUITS POUR LES PROFESSIONNELS : UTILISEZ LES PRODUITS PHYTOPHARMACEUTIQUES AVEC PRÉCAUTION. AVANT TOUTE UTILISATION, LISEZ L'ÉTIQUETTE ET LES INFORMATIONS CONCERNANT LE PRODUIT.

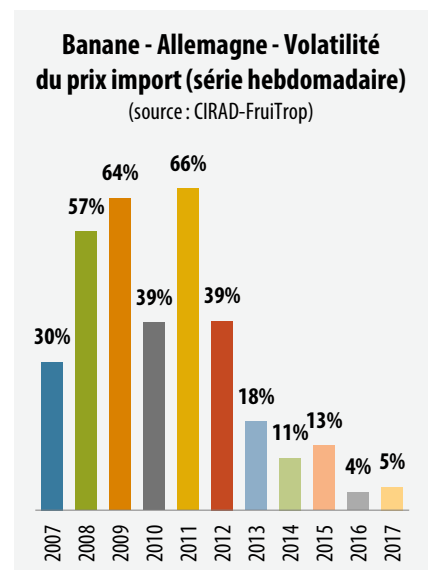
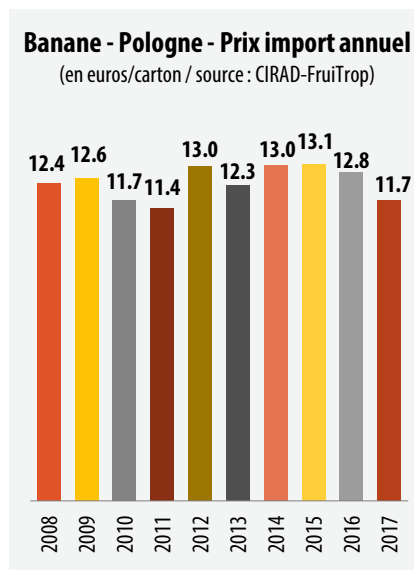
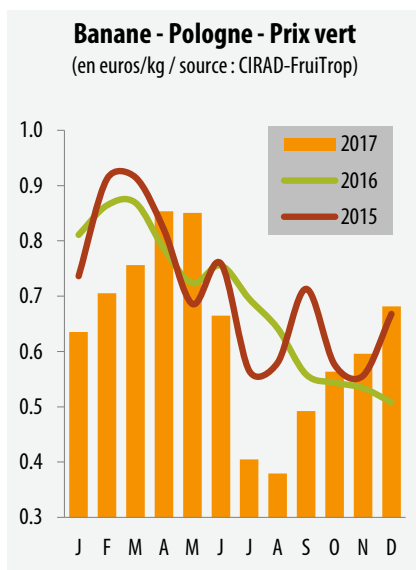
L'heure des grands opérateurs

C'est sans doute aller un peu vite en besogne que de mettre tout le monde dans le même panier. En temps de crise, ce sont les marchés contractualisés sur une base annuelle qui résistent le plus à la baisse, si les contrats sont respectés bien entendu. Certes, en fin d'année 2016, lors des rounds de négociations amont-aval, la pilule de la baisse des prix de contrat a été difficile à avaler. Mais, au moment du bilan, elle s'est avérée finalement un remède puissant à l'effondrement généralisé. La courbe des prix import en Allemagne est là pour le confirmer. La volatilité du prix hebdomadaire à l'importation en 2017 est restée à un niveau historiquement bas, de l'ordre de 5 %, mais avec un écart-type ridiculement faible de 19 centimes d'euro par carton. Rappelons que la volatilité était montée en 2011 à 66 % pour un écart-type de 2.4 euros/carton ! Des niveaux dignes de la Pologne depuis au moins une décennie.

Si la contractualisation propose, en quelque sorte, un filet de sécurité, elle a aussi son revers. C'est d'abord acter officiellement la présence d'un plafond de verre qui exclut derechef toute hausse possible du prix. De plus, comme c'est le cas lors d'une baisse continue du prix, le retour à la hausse est encore plus difficile. Il faudrait que le rapport de force s'inverse terriblement pour que le terrain perdu depuis deux ans, et bientôt trois, soit reconquis. Quand la chute prend l'ascenseur, la hausse prend l'escalier.

L'éternelle question est de savoir s'il vaut mieux rester en dehors du mouvement de contractualisation, question qui sera rapidement sans objet du fait du taux galopant de volumes sous contrat. Se tenir à l'écart, c'est parier que l'avenir sera moins embouteillé en bananes. La réponse dépend évidemment de la structure des entreprises. Celles qui sont productrices ou qui maîtrisent leurs coûts (forte intégration verticale) ne se posent pas la question. C'est une gestion de plus en plus financière et de moins en moins éco-

nomique des choses. Il faut s'assurer que la majorité des volumes sur lesquels elles s'engagent (en propre ou sous contrat) trouveront des clients. Leurs gestionnaires font tourner les tableurs et c'est à eux que revient le dernier mot. A l'inverse, les opérateurs les moins intégrés ont une gestion plus proche du produit et des marchés. C'est l'expertise qui remplace les feuilles de calcul. Leurs volumes sont aussi beaucoup moins importants donc plus faciles à placer. Ces opérateurs-là peuvent agir à la baisse comme à la hausse sur leur offre de fruits. D'autant plus que les volumes en spot se développent au fur et à mesure que l'offre mondiale est en expansion. Ces opérateurs savent ainsi mieux profiter des mouvements de court terme comme les réassorts, les compléments et les demandes spécifiques de leurs clients. Une sorte d'artisanat *versus* une stratégie industrialo-financière.



Certifié par :
ISO 9001 – depuis 2011
DGAL NPP0 France



Tout le matériel est indexé contre :

- **Virus** - CMV, BBTv, BBrMV, BanMMV, BSV
- **Bactéries** - Xanthomonas, Ralstonia Solanacearum
- **Champignons** - Fusarium Wilt TR4, Mycosphaerella



Du Roi Laboratory, fondé en 1994, est spécialisé dans la production et la commercialisation de vitroplants de bananier et de canne à sucre indemnes de tous virus et maladies. Le laboratoire produit annuellement plus de huit millions de plants qui approvisionnent le marché local et international dans plus de 25 pays. Grâce à sa certification ISO 9001, Du Roi Laboratory assure à ses clients une traçabilité complète, depuis l'identification des pieds-mères jusqu'à la plantation.

Bien plus que des plantes

www.duroilab.co.za
Tel: +27 15 345 1217
Email: info@duroilab.co.za

Un personnel impliqué • Une expertise technique • Une fiabilité démontrée • Une recherche en amélioration variétale

L'artisanat a encore un avenir

Sur la dernière décennie, les « artisans » ont plutôt eu le vent en poupe. Les effets fortement perturbateurs des aléas climatiques et les forts courants de consommation en Europe leur ont permis de coller au plus près de la demande tout en restant à distance du phénomène de contractualisation. Leur agilité à changer d'origine, à s'adapter, à improviser, en fin de compte à faire pleinement leur métier d'importateur, a permis à ces « artisans » d'optimiser leurs prix de vente et d'améliorer très substantiellement leurs marges.

La situation que nous vivons depuis deux ans, et qui va perdurer au moins en 2018, est très différente. Les zones de production sont en quasi-totalité à leur optimum et rien ne semble entraver la course aux volumes de l'offre mondiale, à part une petite Niña qui semble bien poussive. L'espace commercial se restreint et les opportunités aussi. La maîtrise de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement redonne un peu de poids aux grands du secteur face à la grande distribution. On ne leur demande pas d'être agiles mais bien d'être les moins disants et de fournir en masse, chaque semaine et à bas prix, des bananes mûres quasiment partout en Europe. A eux de faire des péréquations économiques et financières entre leurs différentes fonctions : production, transport, importation, mûrissage, etc. Parmi celles-ci, la fonction de mûrissage devient stratégique et fait partie d'un ensemble de services logistiques que l'opérateur doit pouvoir offrir à ses clients grands distributeurs, y compris sous forme d'une simple prestation de services. Tout est une question de maîtrise des flux. Et ils se doivent d'être maîtrisés de bout en bout



de la filière. Il faut à la fois faire des économies d'échelle et être un interlocuteur unique pour le commerce de détail. Ce n'est pas par hasard que nombre de groupes intermédiaires souhaitent entrer dans le club très fermé des « big players » traitant plus de 500 000 tonnes de banane par an et disposant de réseaux de mûrisseries conséquents.

On le voit, la place des « artisans » est réduite à la portion congrue en ces temps de surproduction mondiale. Le seul espace qui leur reste consiste à se démarquer autour de produits ultra-spécifiques comme des bananes haut de gamme, des modes de production, des services, etc. Leur agilité leur permet d'être plus créatifs, mais aussi de gérer une forte diversité de l'offre. Ils savent sans doute mieux servir les clients qui demandent du spécifique et qui peuvent aussi le payer. L'exemple en France de « Grand Frais » est symbolique d'un commerce de détail qui tente de se réinventer et qui, pour les opérateurs, est un vrai remède à la décroissance continue et massive de la valeur ajoutée.

Créer de la valeur pour se démarquer, c'est bien et c'est aussi la recette universelle. Le secteur des agrumes a compris cela avant tout le monde via, par exemple, la très forte diversité variétale proposée, notamment en petits agrumes. Le secteur de l'avocat agrège de la valeur au travers des stades de maturité des fruits, allant jusqu'à proposer du mûr à point. Le secteur de la banane est d'une telle banalité que rien ne résiste à sa platitude. Même les systèmes de production socialement et environnementalement vertueux, comme le



bio et le Commerce équitable, arrivent de moins en moins à se démarquer. La preuve, fin 2017 dans un hypermarché français, la banane en vrac du Cameroun et la banane en sachet pré-pesée de République dominicaine labellisée bio et Commerce équitable étaient vendues quasiment au même prix (1.89 et 1.99 euro/kg respectivement) et sur le même linéaire (cf. photo). La segmentation se fait aussi au travers de la marque – mais il y en a très peu – ou de l'origine comme la banane française. A côté de ces initiatives, c'est le désert. Quand oserons-nous proposer de nouvelles variétés ? Quand les chercheurs auront enfin trouvé des cultivars d'intérêt tant aux plans agronomique, commercial que gustatif. Mais aussi, et seulement si, quand les distributeurs et les producteurs décideront ensemble de mettre des moyens pour cette diversification. Comme rien n'arrive, il semble bien qu'aucun ne sente encore ce « quelque chose de pourri au royaume de la banane ». La tendance 2018 devrait les contraindre à y réfléchir de plus près.

De la catastrophe à l'épouvante

Les grands acteurs de la production et de l'exportation ou leurs représentants commencent tout de même à prendre peur. Mais ils ne sont pas les seuls. Les représentants interprofessionnels et les Etats eux-mêmes commencent à exprimer publiquement leurs craintes. Les plus réactifs, c'est-à-dire les moins compétitifs et donc les plus exposés des fournisseurs dollar, comme le Costa Rica, s'émeuvent même officiellement de la tendance fortement baissière de 2018. L'Équateur pourrait aussi être amené à se plaindre aux autorités européennes. Un comble quand on sait le mal qu'il s'est donné pour démanteler le marché le plus rémunérateur de la planète.

Et ils ont évidemment raison d'autant que l'encre du compte-rendu du dernier Forum mondial de la banane, qui s'est tenu à Genève en novembre dernier (cf. **Fruitrop** 253), est à peine sèche que déjà l'on piétine ou ignore superbement les engagements moraux pris. A l'heure de renégocier les contrats pour 2018, une plus juste répartition de la valeur ou une rémunération juste du travail réalisé par les différentes parties prenantes de la filière sont des concepts qui tiennent davantage du conte de fée que du roman réaliste.

Les prix des contrats 2018 entre importateurs et distributeurs sont en retrait d'au moins 5 à 6 % par rapport à 2017. Certains parlent même d'un prix rendu Europe pour de la belle marchandise en deçà de 11 euros du carton. Bienvenue sur le grand toboggan de la baisse des prix ! La victime expiatoire est toute trouvée : le commerce de détail. En donneur d'ordres au reste de la filière, l'aval exige toujours davantage de baisse des prix. Profitant d'une dissymétrie flagrante en termes de pouvoir de négociation, mais aussi devant une avalanche de propositions commerciales et tous ces signaux qui font penser que l'offre mondiale est plus que suffisante, il fait son métier. En tout cas, la partie commerciale de son métier. Pour les engagements sociaux (donc économiques) qu'il dit prendre, c'est silence radio.

Cette attitude est autant parfaitement scandaleuse que tragiquement banale. Car, finalement, si la distribution n'a qu'à attendre qu'on vienne lui faire des propositions toujours plus indécentes en termes de prix bas, c'est avant tout parce que l'offre est pléthorique. Chacun voulant son petit coin de paradis dans les étals des supermarchés européens, tous développent la production et transforment le paradis en un enfer bien réel. A trop fantasmer sur le fait que la distribution puisse régler tous les problèmes en augmentant les prix, l'amont oublie qu'il doit lui aussi modifier ses pratiques et mener une réflexion globale sur un niveau satisfaisant pour tous de l'offre. Alors faut-il donner crédit aux personnes qui demandent le retour de l'UPEB, « l'OPEP » de la banane, comme ce fut le cas de manière incomplète et éphémère dans les années 1970 en zone dollar ? Cela paraît improbable dans un monde aussi ouvert que celui dans lequel nous vivons. Mais alors, comment faire entendre à une multitude de producteurs qu'ils doivent restreindre leur production pour un bien commun, l'équilibre du marché, alors qu'ils n'en verront sans doute jamais les effets positifs ? Il faut aussi convenir que gérer une offre ne se fait pas aussi facilement que cela tant la bananeraie mondiale est fragile car très exposée aux aléas climatiques, comme on a pu le constater depuis dix ans, mais aussi au développement sourd ou explosif des maladies et ravageurs. Bilan de tout cela : produisons et prions que Dame Nature prenne sa dîme, mais pas plus qu'il ne faut pour continuer à alimenter les marchés d'exportation, mais aussi pas moins pour faire remonter les prix mondiaux. Quel programme !





Photos © Bibliothèque Nationale de France

Rémunérer l'actionnaire ne suffira plus

En fin de compte, le marché répond à un stimulus d'un très grand classicisme : l'offre mondiale. Et face à cela, trois attitudes sont possibles.

On peut bien sûr attendre des jours meilleurs, c'est-à-dire des aléas climatiques qui vont ruiner certaines zones et donc donner de l'air aux autres. C'est la théorie du chaos où l'imprédictibilité est la règle. On peut juste faire des hypothèses sur la récurrence des phénomènes, notamment météo. Pour 2018 par exemple, c'est la Niña qui fait espérer une réduction de l'offre, à moins que cela soit l'inverse en donnant des pluies suffisantes en Colombie sans provoquer de catastrophe. Certains espèrent voir remonter les taux de fret, qui sont encore orientés à la baisse. On peut aussi attendre une dégringolade de l'euro face au dollar, alors même qu'il est sur la pente ascendante. On le voit, cela s'apparente davantage à une loterie qu'à une vision stratégique. Mais qu'importe, seul le résultat compte.

La seconde attitude est évidemment celle des grands opérateurs européens et mondiaux : maîtriser la compétitivité prix. Chacun ne faisant d'ailleurs pas exactement les mêmes choix. Tous se diversifient en termes d'origines en recherchant, et c'est une constante, le meilleur endroit où produire à bas coûts des bananes soit en propre, soit sous contrat de plus ou moins long terme. C'est la base du business. Tous aussi ajoutent une couche d'intégration verticale qui va de l'internalisation pure et simple, ou via la contractualisation, des fonctions de transport, de transit ou encore de mûrisserie.

Dernière attitude, qui à mon sens a le plus bel avenir, celle qui consiste à faire tout ce que nous venons de dire mais qui, en plus, va dans le sens de l'histoire en ne commercialisant pas que des carbohydrates. Ces entreprises vendent désormais des produits dont le contenu social et environnemental est petit à petit amélioré. La rémunération des actionnaires est certes toujours le premier objectif, mais ce ne sera plus le seul critère de réussite, y compris commerciale, d'une firme. On peut juste regretter que cela prenne trop de temps et que de larges pans de cette industrie restent encore coupablement passifs ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr