

La filière banane dans l'impasse

par **Richard Bright**, consultant
info@reefertrends.com

« La surproduction mondiale de banane entraîne une baisse des prix sur tous les segments, conventionnel, biologique et équitable, qui écrase la rentabilité des producteurs », commentait l'expert Ralph Fischer lors de la conférence en ligne WOFI, World of Fresh Ideas, organisée par Eurofruit. Il a ajouté que, pour rééquilibrer l'offre et la demande, il faudrait réduire la production et répartir les coûts sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Malgré l'inquiétude que provoquent les retombées d'un excédent sur la rentabilité du secteur, la production mondiale ne cesse d'augmenter et de déverser toujours plus de fruits sur les marchés. Comment casser cette spirale infernale ? Si la solution au problème de la rentabilité consiste à freiner l'offre comme le suggère M. Fischer, pourquoi l'exact contraire se produit-il ?



© Jean-Marc Deboin

PLUS QUE DES BANANES...

Nous cultivons la confiance



fruit attraction

Visit us
HALL 6
6D02



Focused on creating jobs; promoting our community development and be reference for other companies and future entrepreneurs.



Corporación Palmar has subsidiaries that offer the necessary goods and services for the fruit production and export process.



18'000.000
boxes per year - 22XU
and 208



GLOBAL.G.A.P.
GRASP
RAINFOREST
SEDEX
BPA
FDA

Corporación Palmar



www.palmar.com.ec

Examinons de plus près chaque maillon de la chaîne pour y voir plus clair, en commençant par la fin. Ces trois dernières années, vers les mois d'octobre et novembre, au moment de l'annonce du prix Aldi des bananes pour les douze mois qui suivent, l'Europe et l'Amérique latine retiennent leur souffle car ce prix baisse d'une année sur l'autre. Vilipendée dans la presse spécialisée nationale et internationale, la chaîne de magasins discount se contente de hausser les épaules et d'ignorer les critiques. Qui plus est, elle résiste à la pression publique et maintient ses prix. Le discount allemand sait bien qu'une foule de fournisseurs de banane n'attendent qu'un signe pour prendre la place de ceux qui seraient incapable de respecter ses conditions. La stratégie d'Aldi est imparable. Bien qu'il admette que son prix influence le reste du marché européen, Aldi est-il responsable des comportements d'achat de ses concurrents ? En tant que membre du Forum Mondial de la Banane et actuellement en attente de la certification GlobalG.A.P., ses démarches pourraient passer pour une imposture. Mais là encore, l'entreprise peut tout à fait faire valoir qu'elle n'est liée à aucune obligation morale pour fixer son prix.

Remontons la chaîne pour nous intéresser maintenant aux fournisseurs et autres opérateurs qui, par définition, sont complices de cet approvisionnement excédentaire. Où réside leur motivation ? Les multinationales de la banane ne peuvent maintenir leur compétitivité dans ce jeu à résultat nul qu'en réalisant des économies d'échelle, autrement dit, en augmentant la production. Il est donc parfaitement paradoxal et ironique d'observer que, plus le prix consenti par le détaillant à l'opérateur intermédiaire est bas, plus la barre d'entrée dans le secteur est élevée. La banane Cavendish est une matière première ; si, ou tant que le produit ou à la chaîne ne crée aucune valeur ajoutée, la seule option consiste à réduire les coûts.

Pour améliorer leur situation, les multinationales se sont mises en quête de renforcer leur responsabilité sociale (responsabilité sociale des entreprises, ou RSE) et d'améliorer leur image en matière de respect de l'environnement. Cette stratégie s'apparente plus à une manœuvre défensive qu'à une véritable création de valeur ajoutée, et malheureusement pour ces entreprises le grand public ne s'est pas montré sensible aux bonnes pratiques mises en œuvre ; le concept de RSE a encore un long chemin à parcourir avant d'être plébiscité par les consommateurs. Or, les opérateurs se sont aperçus que ces mêmes consommateurs n'étaient pas du tout prêts à payer leurs bananes éthiques plus cher. En réalité, les bénéfices des producteurs Fairtrade viennent uniquement de la marge consentie par les détaillants, ce qui explique pourquoi ces derniers rechignent à stocker des produits Fairtrade au-delà d'une masse critique.

Quel est le rôle endossé par le maillon de la logistique dans ce que l'ONG Bananalink a qualifié de « course au moins-disant » ? Si la conteneurisation des bananes qui a suivi la libéralisation du marché européen en 2006 ne peut être tenue directement responsable de l'impasse actuelle, elle a toutefois clairement orienté la tendance du marché et la destinée du secteur des reefers spécialisés. L'entrée des transporteurs et conteneurs dans la partie a radicalement transformé les règles du jeu : les distributeurs, très désireux de court-circuiter les grandes marques, pouvaient désormais négocier librement avec des producteurs souhaitant vendre en direct. Le conteneur maritime s'est alors imposé comme une évidence pour faciliter le mouvement. Le système de quota de licences qui avait permis de maintenir le prix des bananes (souvent au profit des titulaires de ces licences) fut supprimé et le nombre de marques commença à reculer. L'UE, le marché de la banane le plus lucratif au monde jusqu'en 2006, devint du jour au lendemain le plus sensible au prix.



© Jean-Marc Dubois



Cette transformation de la chaîne d'approvisionnement de la banane incita les grandes compagnies à se détourner des premières des services de transport tiers, puis à affréter, voire à construire leurs propres navires conteneurs, dans le but de limiter les coûts et de pouvoir s'imposer sur un marché plus fragmenté. Le mode spécialisé des reefers se démarquait et se démarque encore par la valeur ajoutée, mais il ne peut rivaliser avec les transporteurs en termes de coûts ou de tarif.

Et qu'en est-il du premier maillon de la chaîne ? Là se trouvent ceux qui prennent les risques, ceux sans qui la chaîne n'existerait pas ; ceux qui ont le plus à perdre dans la filière banane, mais pas le plus à gagner. L'augmentation de la production a plusieurs causes. Tout comme l'expansion des plantations, l'utilisation d'engrais, de nématicides et de méthodes de culture améliorées a nettement fait progresser les rendements par hectare. Par ailleurs, la production européenne de banane est subventionnée pour compenser les coûts de production plus élevés induits par les contraintes européennes (sociales et environnementales), et le budget européen prévoit une aide aux pays ACP qui en bénéficient depuis plusieurs années. Certains considèrent les exportations de banane comme une sortie low-cost de la pauvreté extrême. Le hic est que le marché ne suit pas le rythme. Si l'Inde, le plus grand producteur de banane du monde, décidait de tout exporter, la situation se dégraderait encore plus. Pour se rendre compte, l'Inde a exporté 191 000 tonnes l'année dernière, principalement à destination des marchés du Moyen-Orient, traditionnellement dominés par l'Équateur et les Philippines.

En Amérique latine, première région exportatrice de banane du monde, les gouvernements imposent chaque année un prix de référence minimum « officiel » après avoir consulté, d'une part, les représentants des producteurs qui veulent être mieux payés et, d'autre part, les représentants des exportateurs qui veulent moins payer. Le consensus final semble satisfaisant si l'on en juge l'absence de grèves ces dernières années. Les revendications viennent toutefois souvent des producteurs qui choisissent de ne pas signer de contrats pour pouvoir spéculer sur le marché spot.

Au vu de tous les éléments énoncés ci-dessus, la question se pose : à quel niveau précisément se situe le problème ? Après tout, sur le plan commercial, la chaîne d'approvisionnement de la banane est fluide, efficace, et respecte les exigences de l'OMC. Évidemment, sur le plan éthique, le monde des riches et des puissants exploite le monde en développement des pauvres, mais il n'y a là rien de nouveau sous le soleil... Le collectif des gouvernements des pays de la banane dollar ne semble pas particulièrement affecté par la situation et les consommateurs des pays industrialisés ne s'en soucient pas du tout. C'est une réalité. C'est ainsi. La situation peut sembler bien peu éthique, mais selon les règles actuelles de l'OMC, elle est parfaitement acceptable. Peut-elle s'améliorer ? Probablement pas d'un point de vue moral : espérer que les parties prenantes de la chaîne d'approvisionnement, telle la distribution européenne, se lancent dans un exercice de partage des coûts, comme le suggère M. Fischer, est un vœu pieux.

Le commerce des bananes est affaire de puissance et de contrôle. Et dans ce cas de figure, c'est le marché qui décide, pas les producteurs. La logique est inversée. Les industriels du secteur continuent d'alimenter le problème en produisant toujours plus, et ceci n'est pas près de changer. Qui, par exemple, demandera à l'Équateur de réduire sa production pour soutenir un producteur de banane au Cameroun ?

Il s'agit d'un cadre économique darwinien de base : à la fin, ce sont les filières les plus solides, les plus adaptées et adaptables, qui survivront. À moins d'une flambée de la maladie de Panama (TR4), il est probable que la situation perdure et s'avère douloureuse pour les nations productrices. Le compte à rebours a d'ailleurs commencé. À l'exception de la République dominicaine et des filières subventionnées de Martinique et de Guadeloupe, les filières banane en Caraïbe insulaire ont pratiquement disparu. Combien de temps, par exemple, faudra-t-il attendre avant que les grandes compagnies quittent définitivement le Honduras, si souvent balayé par les ouragans ?

La restriction ou la gestion de l'approvisionnement pourrait constituer une alternative, certes artificielle. Cette voie n'est pourtant pas si simple, car toute tentative de création d'une organisation des pays exportateurs de banane, un « cartel », entraînerait immédiatement des poursuites de la part du gouvernement américain et une éviction de l'OMC.

Il n'y a, par conséquent, aucune solution de facilité, aucun remède miracle. Il n'y a pas non plus de place pour les sentiments dans un marché régi par un système économique. La filière banane n'a d'autre choix que de se trouver un nouvel équilibre ■