

FICHE MARCHÉ

LA BANANE EN ALLEMAGNE

Daniella Blake, consultante
daniellablake@gmail.com

Noémie Cantrelle, Cirad
noemie.cantrelle@cirad.fr

La banane est un fruit qui jouit d'une forte popularité sur le marché allemand. Elle est même devenue le symbole de la réunification allemande avec la chute du mur de Berlin en 1989. Dénrée rare à l'Est jusqu'à cette date, elle était à l'Ouest l'image d'une société dynamique, moderne et ouverte à l'Europe. Si la consommation de banane en Allemagne de l'Ouest était déjà une des plus élevées d'Europe dans les années 1950 et 1960, elle a explosé à l'Est, dépassant celle de l'Ouest grâce à son prix attractif et son accessibilité. Ainsi, les importations allemandes de banane n'ont cessé de croître tout au long des années 1990 et 2000, jusqu'à atteindre aujourd'hui de 1.25 à 1.3 million de tonnes par an.



© Carolina Dawson



FRUIT
LOGISTICA

MEET ONSITE
AGAIN

FRUIT LOGIS TICA

2022

5|6|7 AVRIL BERLIN

FRUITNET

Votre contact dans votre pays:
p.canovamenke@promo-intex.com

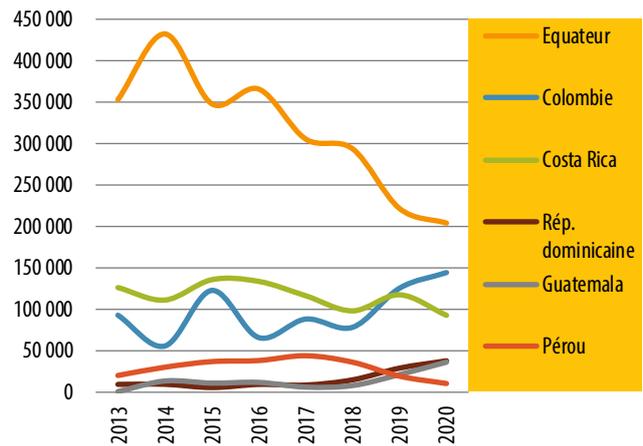
Messe Berlin

IMPORTATIONS

Le marché allemand, premier marché d'importation européen de banane avec des volumes annuels de 1.25 à 1.3 million de tonnes, est essentiellement approvisionné par les origines dollar, principalement l'Equateur, la Colombie et le Costa Rica. Cependant, la part des réimportations en provenance d'autres Etats membres reste élevée et représente 50 % des volumes. Ceci est, bien entendu, à mettre en relation avec les infrastructures portuaires très importantes des pays voisins où sont dédouanées la plupart des bananes, tels les ports d'Anvers en Belgique, de Vlissingen ou Rotterdam aux Pays-Bas. De ce fait, sur la moitié de l'approvisionnement allemand en provenance de pays voisins, la notion d'origine est malheureusement perdue.

En ce qui concerne les importations directes, l'Equateur demeure le principal fournisseur du marché avec près de 204 000 tonnes en 2020 : la fiabilité de son approvisionnement et la qualité régulière de ses fruits représentent de réels atouts pour les programmes des GMS structurant le marché allemand. Parallèlement, en doublant ses importations en à peine deux ans, avec plus de 144 000 tonnes en 2020, la Colombie a pris la deuxième place du classement, juste devant le Costa Rica qui plafonne aux alentours de 100 000 tonnes ces dernières années. Enfin, de nouvelles origines très compétitives émergent depuis quelques années, comme le Nicaragua qui fait une belle percée depuis 2017 avec des volumes annuels désormais autour de 45 000 tonnes. La montée en puissance de la banane biologique a permis à une origine comme la République dominicaine de multiplier ses exportations vers l'Allemagne par près de sept en l'espace d'à peine cinq ans, passant de 5 000 tonnes en 2015 à plus 37 000 tonnes en 2020.

Banane - Allemagne - Importations directes hors UE
(en tonnes | source : Eurostat)



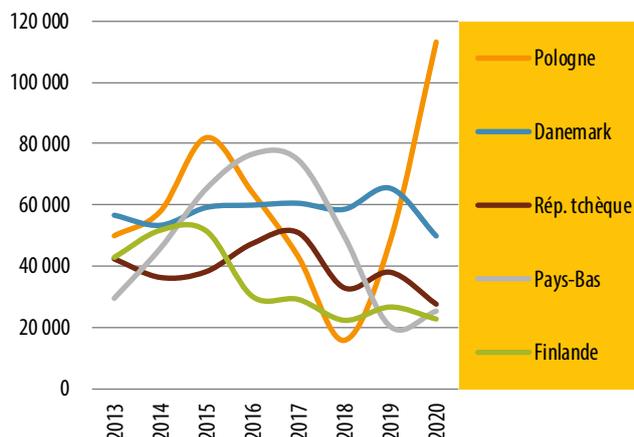
D'après l'anecdote, la signature du traité de Rome (1957) aurait été retardée à la suite d'un désaccord sur la banane, et face aux tarifs douaniers que certains pays européens voulaient imposer aux fruits importés. L'Allemagne de l'Ouest n'a signé le traité qu'après avoir obtenu gain de cause : un quota à droits nuls. Lorsque le premier chancelier d'Allemagne de l'Ouest, Konrad Adenauer, est rentré chez lui, il aurait brandi une banane au Bundestag en signe de victoire.

LOGISTIQUE

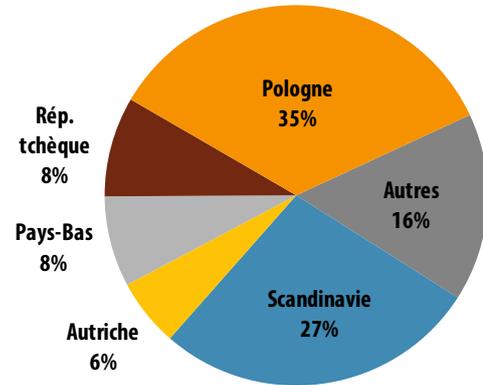
Bien que l'Allemagne possède ses propres ports, notamment Hambourg ou Bremerhaven où transitent environ 400 000 tonnes de banane par an, les principales portes d'entrée sont les ports d'Anvers en Belgique et de Vlissingen aux Pays-Bas, qui jouent le rôle de plaque tournante à l'échelle européenne. D'une part, leur positionnement géographique leur permet d'approvisionner plus rapidement l'ouest et le sud du pays, les régions les plus densément peuplées d'Allemagne, ainsi que les pays voisins dénués d'infrastructures portuaires comme l'Autriche, la Suisse ou la Hongrie. D'autre part, et surtout, le développement du transport par conteneurs a joué un rôle fondamental dans le choix du port d'arrivée. Ce mode de transport (conteneurs à atmosphère contrôlée) est désormais favorisé au détriment du reefer, ce qui explique l'accroissement des importations via le port de Vlissingen. La mise en place d'une ligne maritime régulière de Chiquita en 2019 a confirmé cette tendance.



Banane - Allemagne - Principales destinations des exportations
(en tonnes | source : Eurostat)



Banane - Allemagne - Principales destinations des exportations en volume
(source : Eurostat)



RÉEXPORTATIONS

Avec près de 300 000 tonnes réexportées en 2020, soit environ un quart de ses importations totales, l'Allemagne est une vraie plaque tournante pour la banane en Europe. Ses débouchés sont principalement les pays de l'Est (Pologne, République tchèque, Roumanie), les pays scandinaves (Danemark, Finlande et Suède) et l'Europe centrale (Autriche, Hongrie), dont l'Allemagne reste l'un des principaux fournisseurs. Cependant, les quantités réexportées vers les pays voisins ont légèrement diminué ces dix dernières années (après avoir culminé en 2014 et 2015 à près de 370 000 tonnes). En effet, certains acteurs locaux dans les pays de l'Est se développent et s'approvisionnent maintenant en direct.

En fonction des capacités de mûrissement des différents pays, les fruits peuvent être expédiés mûrs ou verts. Par exemple, l'essentiel des 100 000 tonnes que l'Allemagne expédie vers la Scandinavie sont des fruits mûrs, compte tenu des faibles capacités de mûrissement de ces pays. Pour les pays sans débouché maritime comme la République tchèque ou l'Autriche, le même cas de figure est observé : les fruits sont mûrs sur le territoire allemand avant d'être expédiés par voie terrestre. Enfin, les pays ayant une plus grande capacité de mûrissement, comme la Pologne, reçoivent majoritairement des fruits verts.

Alors que les volumes expédiés vers les pays scandinaves sont, pour la plupart, sous contrat pour des programmes en GMS, les ventes vers les pays de l'Est sont encore peu contractualisées, même si la tendance est à la hausse (50 % des programmes). Des exportations peuvent être également effectuées en jaune à des niveaux de prix très agressifs (dégagements), permettant de maintenir sous contrôle le niveau des stocks.

IMPORTATEURS ET MÛRISSEURS

Le tissu commercial de la filière banane allemande est concentré, tant au niveau de l'import que de la mûrisserie et de la distribution. Les principaux acteurs de l'importation sont de grands groupes internationaux, dont la plupart sont intégrés de la production jusqu'au mûrissement des fruits, comme Chiquita, Dole, Fyffes ou Del Monte. D'autres opérateurs, certes peu nombreux, sont tout de même présents, comme Greenyard, AFC ou Cobana.

Ces grands groupes sont généralement liés aux GMS au travers de contrats annuels, négociés en fin d'année pour l'année suivante, où sont définis les prix et les quantités à fournir. Le marché contractualisé représenterait près de 90 % des ventes depuis plus de dix ans. Le marché national libre est quasi inexistant et les ventes en spot sont majoritairement effectuées pour l'export dans les pays de l'Est, afin d'évacuer les surplus de fruits en période de forte pression de l'offre.

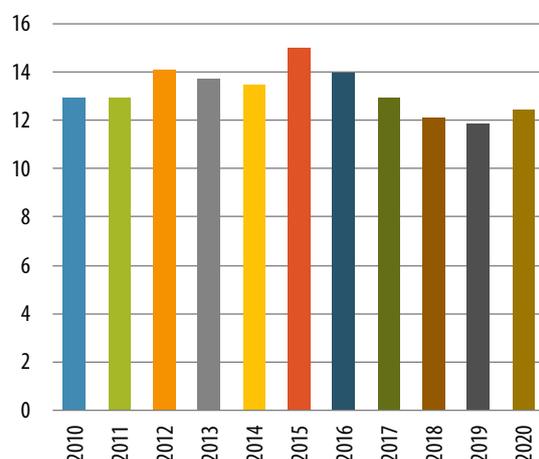
Les contrats qui lient les importateurs aux GMS sont basés sur un prix de fruits verts par carton de 18.14 kg net. Les prix des contrats se sont progressivement érodés, passant d'environ 14 €/carton en 2016 à moins de 12 €/carton en 2019. Seule l'année 2020 a fait exception avec des prix qui se sont légèrement raffermis, en raison de l'augmentation du prix minimum au producteur, notamment en Equateur, et de la hausse du coût du fret liée aux normes low-sulfur entrées en vigueur début 2020. Cependant, ce ne fut qu'un bref sursaut car les prix annuels pour 2021 ont été revus à la baisse.

Sur le segment du jaune, contrairement aux marchés d'Europe du Sud comme l'Italie, l'Espagne ou la France où le secteur de la banane est constitué d'un vaste réseau de mûrisseurs et de détaillants, le marché allemand est très concentré, avec un nombre d'acteurs réduit. Le maillon de la mûrisserie est souvent intégré à celui de l'import, et on dénombre peu de petits mûrisseurs indépendants. Si leur capacité de mûrissement est insuffisante pour leurs programmes, les importateurs externalisent cette étape auprès de grands groupes de mûrisseurs comme van Wylick ou Landgard. Les quantités sont, elles aussi, fixées par des contrats annuels entre importateurs et mûrisseurs.

Afin d'être plus indépendantes, certaines grandes chaînes allemandes de supermarchés ont commencé à intégrer l'étape de mûrissement et sont même allées plus loin en important directement leurs bananes. C'est le cas d'Edeka qui est aujourd'hui encore la seule GMS à la tête d'un important réseau de mûrisseries sur le marché allemand et qui est totalement indépendante avec son propre réseau d'importation.



Banane - Allemagne - Evolution du prix vert
(en €/colis | source: CIRAD)



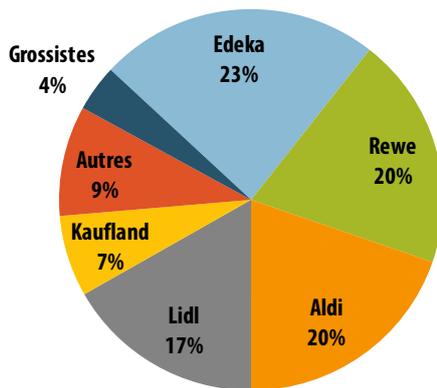
DISTRIBUTEURS

La concentration des acteurs n'est pas que le fait des importateurs, on la retrouve également dans la distribution. Si on pouvait dénombrer 15 à 20 grandes chaînes de GMS dans les années 2000, jouant un rôle important dans la vente de banane, aujourd'hui il n'y aurait plus que 5 groupes de distributeurs regroupés sur le marché allemand : Edeka, Rewe, Aldi, Lidl et Kaufland. Environ 90 % des ventes de banane sont réalisées dans la GMS, le secteur grossiste étant très minoritaire : on dénombre seulement 18 marchés de gros sur l'ensemble du territoire, contre 134 en Italie par exemple. Les discounteurs et hard-discounteurs ont leurs racines en Allemagne : les principaux acteurs historiques, Aldi Nord, Aldi Süd et Lidl dominent encore le marché et détiennent près de 37 % des parts de marché des ventes de banane en Allemagne.

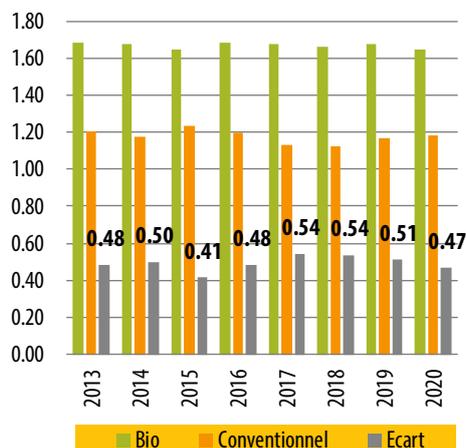
ALLEMAGNE – Distribution – Formats de magasins

Formats	Caractéristiques	Exemple
Discounteurs	Diversité de produits limitée et prix agressifs	Aldi, Lidl, Netto, Penny, Norma
Supermarchés	<5 000m ²	EDEKA, Rewe
Hypermarchés	>5 000m ²	Kaufland, Real, EDEKA, Rewe centre
Supérettes	<300 à 1 300m ²	Nahkauf, Nah+Gut, Spar
Magasins spécialistes	Spécialisés dans les produits bio	Denns, Alnatura

Banane - Allemagne - Principaux distributeurs en volumes
(sources professionnelles)



Banane - Allemagne - Prix de détail discounteurs Bio et conventionnel
(en €/kg | source : TWMC)

CERTIFICATIONS
ET SEGMENTATION

Plusieurs segments coexistent sur le marché de détail allemand, dont l'une des grandes particularités est l'exigence en matière de certifications, qui aujourd'hui contribuent à la diversité de la gamme.

Basique et indispensable à l'échelle européenne, la certification GlobalGap, qui assure le respect des normes de traçabilité, est requise par l'ensemble des supermarchés allemands depuis de nombreuses années. Il a fallu attendre 2016 pour que les grandes chaînes de distribution comme Edeka, Lidl, Aldi Süd et Rewe commencent à intégrer des certifications orientées vers l'environnement et le social, telle la certification Rainforest Alliance qui est désormais un prérequis pour les fournisseurs.

Suite à l'émergence des ventes de bananes bio, la certification biologique, souvent corrélée au label Fairtrade, s'est installée sur les étals allemands, segmentant un peu plus l'offre. La certification Demeter, incluant des notions de production par biodynamie, est également présente sur le marché allemand. Les bananes Demeter proviennent essentiellement de République dominicaine, mais elles ne sont disponibles que dans certaines enseignes. Généralement, les fruits certifiés bio sont vendus à des niveaux de prix supérieurs à ceux de la banane premium. Cependant, l'écart de prix entre bananes bio et conventionnelles tend progressivement à se réduire, passant d'un différentiel de 0.54 € en 2017 à 0.47 € en 2020.

Contrairement à d'autres marchés européens possédant une production nationale comme la France ou l'Espagne, la notion d'origine ne semble pas déterminante et c'est la notion de gamme qui segmente le marché allemand. Les gammes peuvent se différencier via les marques et la catégorie (premium, catégorie I et catégorie II). La banane premium est généralement associée à une grande marque bien connue de tous, Chiquita, qui se positionne toujours comme la plus chère du marché. Les bananes de catégorie I sont souvent vendues sous le propre label de l'enseigne, comme par exemple le label « Rewe Best Choice ». Et enfin, les bananes de catégorie II sont utilisées pour les offres d'entrée de gamme à 0.99 €/kg. De plus, des promotions très agressives, avec des prix pouvant tomber jusqu'à 0.85 €/kg, sont également mises en place quelques semaines par an. La banane reste le fruit le moins cher du rayon fruits et légumes et est toujours la plus compétitive.

CONSOMMATION

La consommation apparente allemande oscille autour d'un million de tonnes depuis plus de dix ans, ce pays étant, avec le Royaume-Uni, le principal marché consommateur de banane de l'Union européenne. Ainsi, au cours des cinq dernières années, la consommation annuelle par habitant s'est élevée à 12.4 kg, soit 6 % au-dessus de la moyenne européenne (11.7 kg). Cependant, en 2020 – qui, en raison de la crise du Covid, peut difficilement être considérée comme une année de référence – la consommation serait tombée sous la moyenne européenne à 11.6 kg.

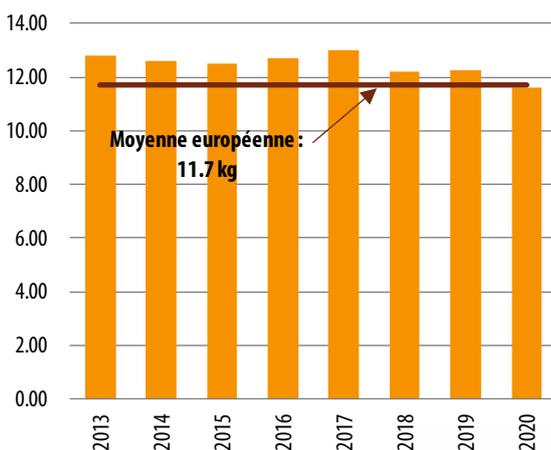
Comme partout en Europe, la consommation est saisonnière, avec un pic durant l'hiver du fait de la faible diversité de fruits concurrents. C'est en janvier, février et mars que les ventes de banane sont les plus importantes, puis elles baissent progressivement jusqu'à l'été où la consommation atteint son niveau plancher. A partir de septembre, elle se redynamise au fur et à mesure jusqu'à la fin de l'année.

Si la banane a toujours été un produit d'appel compétitif pour le consommateur allemand, la guerre des prix au stade de détail semble s'être accentuée depuis 2016. En effet, les prix moyens annuels, qui oscillaient autour de 1.40 €/kg en 2016, se sont franchement érodés pour atteindre en 2019 et 2020 le niveau plancher de 1.29 €/kg, soit une baisse de 10 centimes en quatre ans.

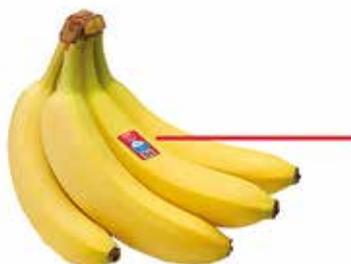
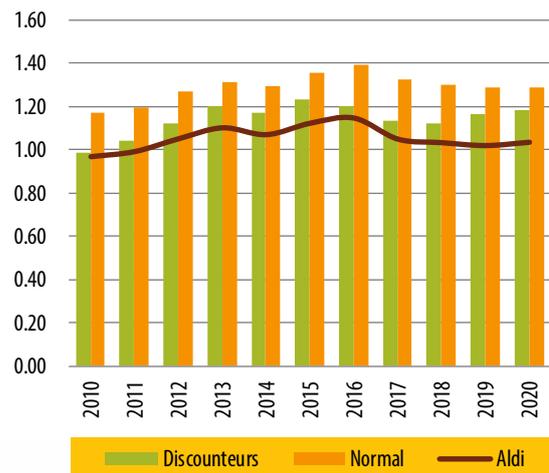
Les discounteurs allemands, qui représentent environ 37 % des parts de marché au niveau du commerce de détail, proposent des prix encore plus agressifs aux consommateurs : les prix annuels sont tombés à 1.02 €/kg en 2019 et 1.04 €/kg en 2020, une baisse de près de 10 % depuis 2016. Avec le Royaume-Uni, le marché de détail allemand est l'un des plus agressifs en termes de prix pour la banane en raison de la sensibilité des consommateurs au prix et de la présence historique des discounteurs.

Toutefois, des tendances de fond émergent ces dernières années du côté des consommateurs allemands. En effet, traditionnellement très attentifs au prix, ils semblent désormais prendre en compte les préoccupations environnementales et sociales dans leurs actes d'achat. L'Allemagne serait le principal marché européen pour la banane biologique, qui représenterait plus de 20 % des parts de marché. La part du Fairtrade est également importante : l'Allemagne arrive en deuxième place dans le classement des pays consommateurs européens, juste derrière le Royaume-Uni. D'après les données publiées par Max Havelaar, les ventes de bananes Fairtrade (70 % étant à la fois bio et Fairtrade) représentaient environ 12 % de parts de marché en 2020. Les volumes ont culminé en 2019 à 130 000 tonnes, avant de fléchir aux alentours de 112 000 t en 2020 en raison de la régression générale des ventes de produits biologiques pendant la pandémie.

Banane - Allemagne - Consommation par habitant
(en kg/habitant | source : Eurostat)



Banane - Allemagne - Evolution du prix de détail
(en €/kg | source : TWMC)



DURABILITÉ ET RSE

Ces dernières années, les exigences sociales et environnementales des opérateurs allemands sont grandissantes et leur implication est devenue très forte, à l'instar du gouvernement allemand.

Par exemple, l'initiative allemande « The action alliance for sustainable Bananas » promeut depuis 2014 plus de responsabilité et de durabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement. L'implication gouvernementale est aussi notable car, depuis 2015, l'agence allemande de coopération internationale (GIZ) soutient cette initiative au nom du gouvernement allemand. Le GIZ mène aussi depuis 2017 plusieurs projets sur la banane – et autres spéculations – dans le monde dans le cadre de son programme « for sustainable agricultural supply chains and standards », commandité par le ministère de la Coopération économique et du développement.

L'adoption en juin 2021 par le parlement allemand d'une loi sur le devoir de diligence des entreprises dans les chaînes

d'approvisionnement renforce cette volonté gouvernementale d'aller vers une plus grande durabilité dans toutes les filières. La loi vise à obliger les entreprises allemandes à garantir leur responsabilité globale en matière de respect des droits de l'Homme et des normes environnementales dans leurs filières d'approvisionnement, dont celle de la banane.

Les principaux opérateurs allemands sont également des partenaires actifs du WBF (World Banana Forum), plateforme multi-acteurs portée par la FAO, pour de meilleures pratiques aussi bien au niveau de la production que d'un commerce durable.

Les grands distributeurs allemands ont également travaillé sur des projets de RSE dans le but d'intégrer des critères de durabilité dans leurs décisions et d'encourager les meilleures pratiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Certains vont même encore plus loin avec des réflexions sur la réduction des pesticides et le niveau des salaires ■

