

Mai 2012 - n°200

FR*ui*TROP

Version française

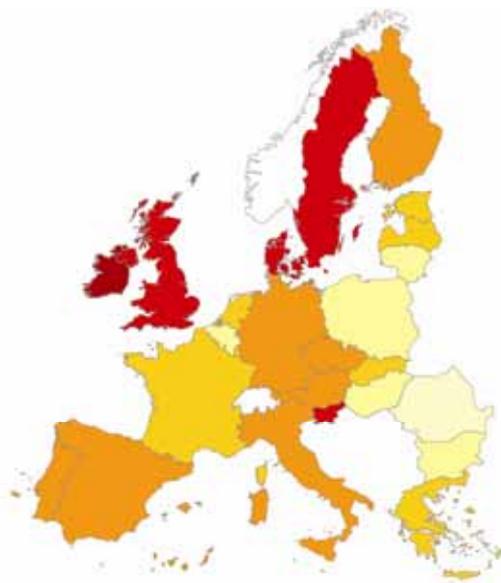


Consommation européenne de banane

Du bon et du beaucoup moins bon

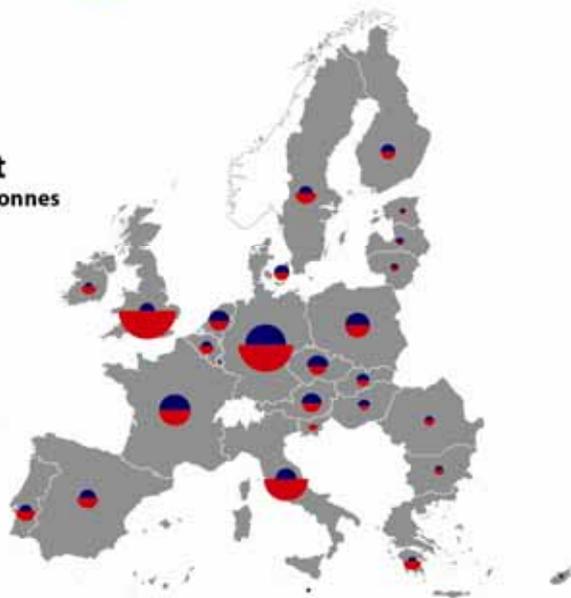
Banane - UE-27 Consommation en 2011

Consommation de banane en kg/habitant
(y compris production européenne)



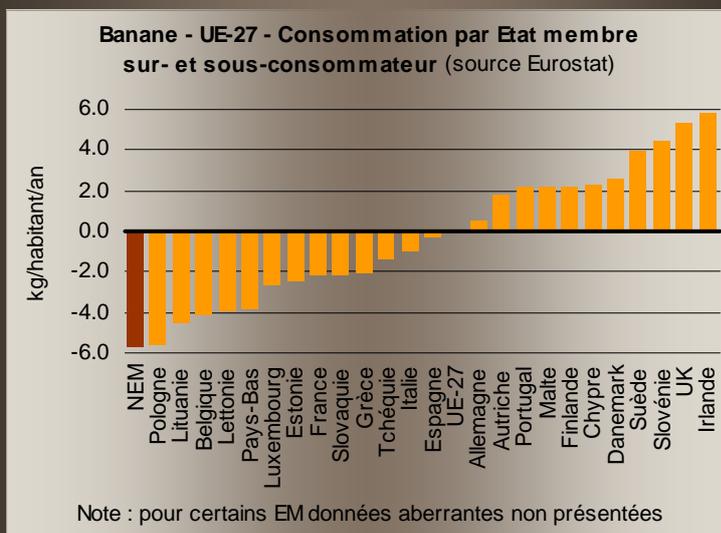
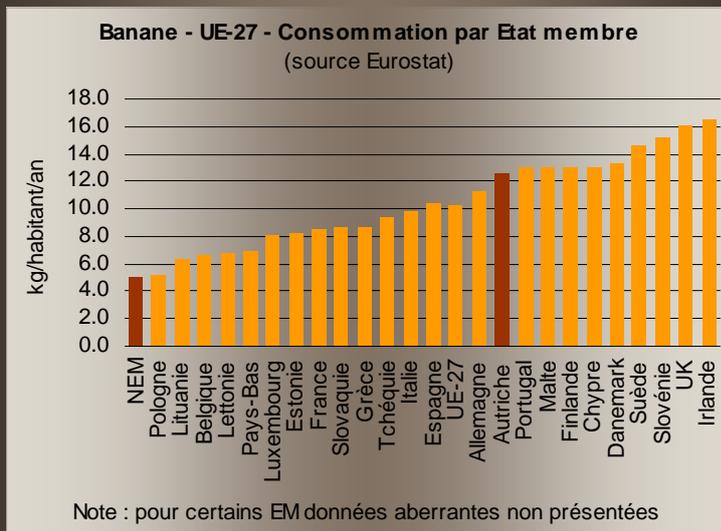
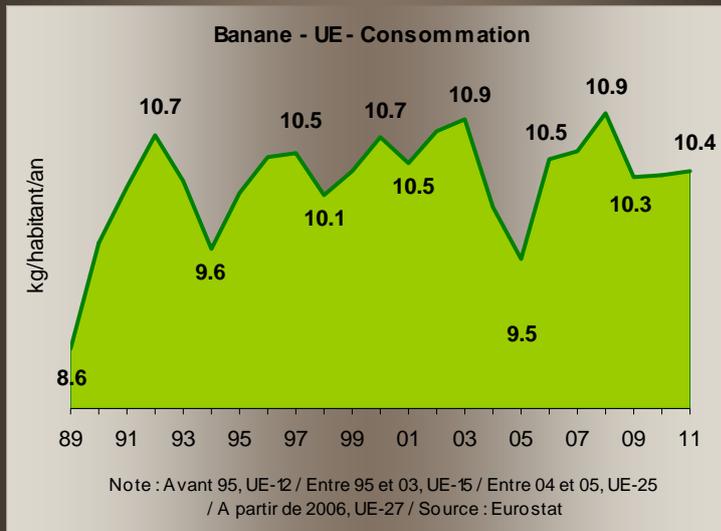
Le calcul de la consommation européenne par Etat membre est un exercice de haute voltige. En effet, il faut jongler avec la production européenne dont on ne sait pas, notamment pour la France, dans quelle proportion elle est consommée hors des frontières métropolitaines, composer avec les réexportations parfois fantaisistes entre Etats membres, prendre en compte la surconsommation de banane aux points d'entrée des fruits (Slovénie par exemple) et évaluer les importations fantômes particulièrement aux frontières Est de l'Union. La recherche de l'exactitude dans ce domaine est vaine. C'est pourquoi on parlera de consommation apparente et non pas réelle. Malgré ces difficultés, en corrigeant certaines données absurdes et en en croisant d'autres, l'exercice est riche d'enseignements.

Comparaison import & approvisionnement net Hors production européenne - en tonnes



Le premier est la fracture entre les pays de la vieille Europe (UE-15) et les nouveaux Etats membres (NEM-12). En 2011, avec 5.1 kg, la consommation apparente annuelle des NEM était inférieure de moitié à la moyenne de l'UE-27 (10.4 kg). La zone NEM est structurellement sous-consommatrice de banane et ne semble pas avoir évolué favorablement. Elle est même depuis trois ans sur une pente franchement inquiétante. Attention toutefois à la qualité des données. En effet, pour au moins trois des pays de la zone NEM (Roumanie, Hongrie et Bulgarie), les niveaux sont exagérément bas (de 1.7 à 3.9 kg) et ont donc un impact sur le résultat du groupe, mais ne remettent pas en cause le constat général d'atonie de la consommation à l'Est.

Source : Cirad - Fruitrop / Présentation : philcarto.free.fr, Cirad - Fruitrop



A l'autre bout de l'échelle, on trouve deux voisins, l'Irlande et le Royaume-Uni, qui consomment plus de 16 kg par an de banane, soit 160 % de la moyenne européenne. De manière générale, les pays du nord de la zone UE-15 consomment plus que la moyenne. C'est le cas de la Suède, du Danemark et de la Finlande. Ceci s'explique par une offre relativement pauvre en fruits concurrents. Il est moins difficile de rivaliser avec une offre étroite en majeure partie importée qu'avec la gamme de fruits proposée dans des pays comme l'Espagne, l'Italie ou la France. Mais là aussi la France crée l'exception. Elle est sous-consommatrice (8.6 kg), alors que l'Espagne se place au-dessus avec 10.5 kg (en baisse) ainsi que l'Italie avec 9.9 kg (stable). Dans le groupe de tête, on trouve aussi l'Autriche qui affiche une belle vitalité, avec un niveau qui passe de moins de 10 kg en 2001 à plus de 12.5 en 2011.

A noter une très large surévaluation du niveau en Slovaquie qui, grâce au port de Koper, irrigue une bonne partie des pays de Méditerranée orientale et d'Europe de l'Est. Dans le groupe de tête, on trouve aussi deux Etats producteurs de banane : le Portugal et Chypre. La part de la production nationale dans la consommation varie de près de 50 % pour Chypre à moins de 11 % pour le Portugal. Enfin



© Régis Domergue

© Régis Domergue





Zeilschip 16
3991 CT Houten (NL)
T. +31 (0)30 2548130
F +31 (0)30 2548131
info@bgdoor.com

Perfection in Ripening Room Doors



BG Door International is the world's leading supplier of ripening room doors for a wide range of fruits, including tropical fruits and especially bananas.

Because quality equipment is a precondition for optimum results in fruit cooling and ripening, perfectly insulated fruit ripening rooms ensure satisfactory performance.

BG Door has developed a superior range of gas-tight doors using high-grade insulation materials and seals. Our quality doors provide the guarantee for profitable cooling and ripening.

Doors of superior quality, custom design and installation: a worldwide guarantee



A thorough assessment of the client's requirements enables BG Door to prepare an exclusive tailor-made design for your facility.

www.bgdoor.com



l'Allemagne, pays le plus peuplé de l'UE, tire la consommation moyenne vers le haut avec un niveau de 11.3 kg. Nous sommes tout de même très loin du pic de 2000 à 12.7 kg !

En termes d'évolution, la consommation européenne est relativement stable sur les dix dernières années, autour de 10.5 kg par an. Nous avons vécu deux années difficiles en 2004 et 2005, où la consommation moyenne a chuté jusqu'à 9.5 kg. Nous étions alors en 2005 à la veille du passage au système tarifaire, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006, et les opérateurs venaient d'essayer deux années de prix import très bas les poussant à adopter des programmes de mise en marché plutôt prudents. On l'a dit, la tendance est meilleure dans l'UE à 15 que dans les NEM.

Vox clamantis in deserto

Enfin, pour tordre le cou une nouvelle fois à l'idée fixe obsessionnelle de la grande distribution, il n'y a aucune relation entre le niveau de consommation par habitant et la moyenne des prix de détail, voire même des prix import. Une étude économétrique poussée confirmera ces premiers constats. La banane doit retrouver un prix de vente qui a un sens, c'est-à-dire être vendue en tant que banane et non pas servir de miroir aux alouettes pour mieux écouler consoles de jeux ou crèmes hydratantes. Ce serait mentir de dire qu'il n'y a pas de seuil de prix psychologique pour la banane. Cependant, on n'a jamais pu le définir tant nous sommes bas dans l'échelle des valeurs pour un produit alimentaire élaboré à des milliers de kilomètres des lieux de consommation. Cette construction mentale doit être démantelée au plus vite afin d'accroître à nouveau la valeur ajoutée (au moins ne plus en perdre), mais aussi les volumes consommés, par le biais d'une animation du marché. Malheureusement, autant prêcher dans le désert. Le séminaire organisé par les producteurs de bananes de Guadeloupe et de Martinique en avril dernier à Paris a douché tout espoir de faire évoluer les mentalités. On a même atteint les frontières insoupçonnées de l'obscurantisme commercial. Car, si l'on considère que la banane a un prix objectif auquel on ne doit jamais déroger, on a aussi entendu que cette politique, ou plutôt cette farce, s'appliquait quel que soit le type de banane : propre, moins propre ou carrément sale. Le mode de production (tant sur le plan social qu'environnemental) n'entre pas en ligne de compte. Il n'y a que le bio et le commerce équitable qui survivent comme exception à cette règle, mais pour combien de temps... Car l'écart se réduit dans une spirale baissière infernale au grand désespoir des centaines de milliers d'ouvriers, de petits et de grands propriétaires à travers le monde. Le kamikaze japonais avait au moins un but quand il percutait les bateaux alliés avec son avion. Dans son esprit, il servait son pays. Je ne suis pas sûr que le même esprit anime cette filière car, finalement, même si le maillon distribution continue à bien gagner sa vie, il pourrait mieux la gagner tout en informant les masses consommatrices sur les principes du développement durable, en pérennisant les filières et enfin en redonnant un peu d'espoir et de pouvoir d'achat aux ouvriers de la bananeraie mondiale. Mais nous nous égarons, car le consommateur n'a que quelques secondes à passer devant chaque produit et il doit rentrer vite pour ne pas rater le journal de 20 heures ! N'allons pas en plus lui donner mal au crâne avec des histoires de répartition de la valeur, de danger pour l'environnement, surtout si c'est au-delà de son quartier. Dormez tranquilles bonnes gens, on s'occupe de tout et du reste... ■

Denis Loeillet, CIRAD
denis.loeillet@cirad.fr



© Régis Domergue