



Formation du prix de la banane variété Cavendish vendue localement

La DAAF est impliquée dans les réflexions relatives aux négociations du dispositif Bouclier Qualité Prix qui vise à définir un accord global de modération de prix d'une liste de produits de grande consommation.

La banane ayant été intégrée à ce dispositif, le service statistique de la DAAF a mené une étude ayant pour objectif d'analyser la formation du prix de la banane type « export » vendue sur les étals de la grande distribution en Martinique. Elle s'appuie sur le témoignage de différents acteurs et le relevé de prix.

I. Contexte : une prise de valeur plus importante en Martinique qu'en Métropole

La mise en place d'un véritable marché local de la banane Cavendish date de 1997, date à laquelle la première mûrisserie a été créée. Le marché est aujourd'hui d'environ 2 000 tonnes et croît régulièrement. Avec le déclin d'une part de la production de banane créole (fressinettes, macandjas, figues pomme, etc.) et d'autre part de leur présence sur les étals, les consommateurs se tournent de fait davantage vers la banane Cavendish. En 2013, le recul de la production de bananes créoles aurait de toute évidence profité à l'accroissement de la consommation de banane Cavendish.

Cet intérêt croissant renforce le besoin de comprendre le prix de vente au détail, au regard des prix pratiqués pour ce même produit de qualité souvent plus homogène en Métropole.

	Production destinée au marché local (T)
2007	744
2008	1 198
2009	1 209
2010	1 173
2011	1 811
2012	1 850
2013	2051

1. Au niveau des plantations

Les prix moyens des bananes de la variété Cavendish se distinguent en 3 catégories :

- bananes cat I : 0,32 €/Kg (qualité moindre, 2% des livraisons en 2013)
- bananes « pays » : 0,38 €/Kg : moyenne gamme (environ 60% des livraisons)
- bananes « planteur » : 0,45-0,50 €/Kg : haut de gamme → correspond à la catégorie « extra » pour l'export (environ 40% des livraisons)

Les prix pratiqués par les planteurs de BANAMART sont liés avec les prix de vente moyens à l'export, desquels sont déduits les frais d'expédition.

Les bananes sont donc vendues en vert entre 0,38 et 0,50 €/Kg et sont livrées par chaque planteur aux mûrisseries. A ce stade, les différentes catégories de banane sont encore prises en compte.

2. Au niveau de la mûrisserie

Trois mûrisseries se partagent le marché martiniquais : Mumafruitis (environ 1500 T), Carib'fruit (200 à 250 T) et Caraïbes exotiques (50 T).

En ce qui concerne Mumafruitis et Carib'fruits, au minimum 50 % des tonnages manipulés proviennent de leur propre bananeraie, le reste provient d'autres planteurs. En 2013, 60% était de la banane « planteur » et 40% de la banane « pays ».

Après 4 à 5 jours passés en mûrissage, la banane sort de la mûrisserie à un prix avoisinant les 0,80-0,90 €/Kg quelle qu'en soit la catégorie.

Le passage à la mûrisserie rajoute entre 40 et 45 centimes au prix au kilo. Ce coût bien plus élevé qu'en Europe continentale (voir schéma p.4) serait généré principalement par les trois causes suivantes :

- Ces mûrisseries sont en fait de très petites unités à comparer avec celles se trouvant en Europe continentale. D'une part, les charges de structure (amortissement des investissements, de main d'œuvre, de transport) se répartissent sur des tonnages plus faibles et d'autre part, les entreprises ne peuvent prétendre à des prix de gros sur les consommables. En d'autres termes, la faiblesse des volumes manipulés ne leur permet pas de bénéficier d'économies d'échelle pour alléger les charges.

- De manière générale, au 1^{er} semestre, les approvisionnements au niveau des mûrisseries ne sont pas suffisants par rapport à la forte demande. La concurrence avec le marché export se fait nettement ressentir. En revanche, durant les mois de juin, septembre et octobre, l'offre est plus abondante mais c'est alors la consommation qui n'est plus au rendez-vous. En conséquence, les installations se trouvent, à cette époque, sous utilisées.

Cette situation n'incite pas les mûrisseurs à accroître leurs installations pour répondre à la demande du 1^{er} semestre, ce d'autant que les entreprises n'ont pas d'autre activité qui permettrait de valoriser les outils.

- Les frais afférents au transport sont particulièrement importants en Martinique car chaque mûrisserie livre chaque point de vente, généralement pour des petites quantités. En Europe

continentale, les mûrisseries livrent plusieurs tonnes à des plate-formes logistiques ou commercialisent des volumes bien plus importants à chaque opération.

3. Au niveau de la distribution

En Martinique, la vente se fait en vrac, indifféremment entre banane « pays » et « planteurs ». Il n'y a pas de mise en valeur des différentes qualités du produit, qualité qui caractérise pourtant un lot au départ de la plantation.

La banane est vendue entre 1,20 et 1,50 €/Kg au détail en GMS, à 1,10€/Kg en gros et 1,20 à 1,30€/Kg au détail au marché de Dillon, quelles que soient la saison et la qualité. Le passage par la distribution rajoute donc autour de 40 à 60 centimes/Kg.

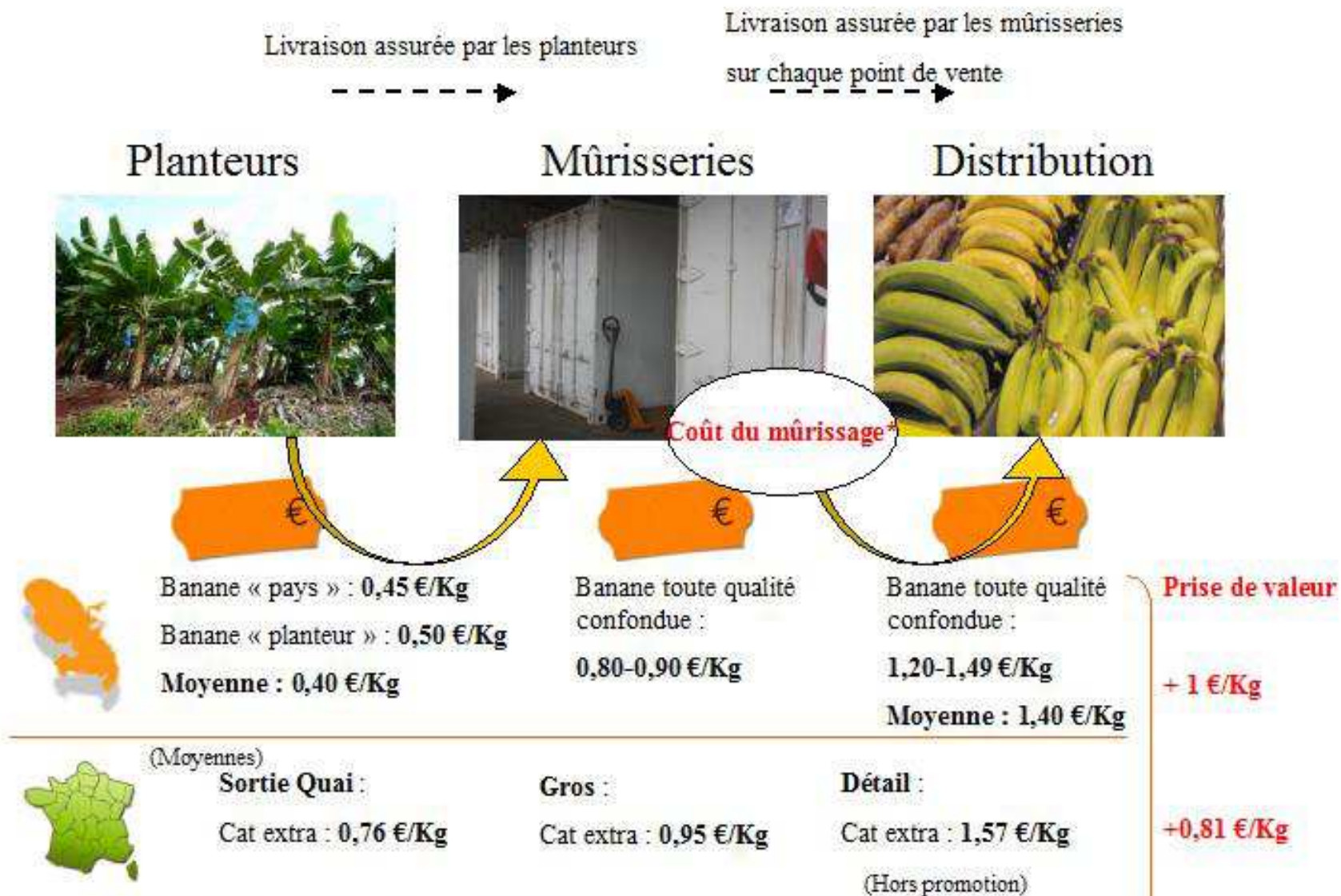
A titre d'exemple pour une GMS, pour un prix au détail de 1,29€/Kg (hors promotion), la marge distributeur est de 22%, ce qui est inférieur à la marge s'appliquant en moyenne aux autres produits du rayon fruits et légumes. Dans le cas de promotion, les prix d'achat fournisseur sont négociés à la baisse.

Dans certaines enseignes, la mise en rayon est assurée par les mûrisseries elles-mêmes.

Le retour des invendus au fournisseur ne se fait plus que rarement.

Quand on compare la formation du prix Martinique/Métropole (hors fret maritime), la prise de valeurs en Martinique est plus importante qu'en Métropole. De surcroît, il convient de noter que certaines charges de mise en marché ne sont pas prises en compte de manière identique d'un côté à l'autre de l'Atlantique. En Métropole, la distribution au magasin est généralement à la charge d'une plate-forme logistique. Une étude des marges amènerait sans aucun doute à modérer le prix de vente aux consommateurs.

Schéma de la formation du prix de la banane Cavendish



*Coût du mûrissage : Énergie (électricité), entretien (du compresseur), achat azéthyl, coût de la main d'œuvre, frais administratifs, coût de l'entretien du véhicule, achat carburant.

II. Propositions : des connaissances encore à parfaire

A la différence de la Métropole, la banane en Martinique ne constitue pas un produit d'appel dans les supermarchés. Elle ne fait pas l'objet d'une réelle mise en valeur dans le rayon du frais ni de recherche de modération du prix (hors discounters).

Par ailleurs, il existe également un marché de banane Cavendish en vert de moindre qualité directement auprès des plantations, stimulé par un différentiel de prix au détail relativement élevé et un circuit d'approvisionnement non marchand (jardins familiaux, échanges entre connaissances).

La banane mûre est davantage valorisée auprès de la population de passage. D'ailleurs, les mûrisseries signalent que leur activité suit les variations de fréquentation touristique sur l'île (particulièrement forte de janvier à mai). Néanmoins, la banane semble aussi valorisée auprès de la restauration collective à l'instar d' «un fruit à la récréée ».

En l'absence d'enquête statistique relative aux habitudes de consommation de la banane à l'échelle de la Martinique, les agents de la DAAF et des établissements agricoles ont été interrogés sur le sujet. Cette démarche avait pour objectif de déterminer quelques grandes tendances de comportement des acheteurs et leur réaction par rapport au prix.

Il en ressort deux types de consommateurs :

- Des personnes résidant depuis plus de 10 ans en Martinique, qui privilégient une production circulant hors des circuits marchands (jardins personnels, amis, famille, etc.) et pour lesquelles la réaction face à une baisse du prix du produit reste indéterminée. Leurs habitudes de consommation sont bien ancrées.
- Des personnes résidant depuis moins longtemps en Martinique, qui eux s'approvisionnent plutôt auprès des circuits marchands (supermarchés, marchés). Leur réaction face au prix du produit est variable et semble davantage liée au pouvoir d'achat.

La question de savoir si une baisse du prix du produit induirait une augmentation significative de la consommation en banane export ne semble pas tranchée à ce stade de l'analyse.

1. Détermination du marché : habitudes de consommation et image du produit

Si on considère qu'une baisse du prix du produit aurait un impact positif sur la consommation de banane Cavendish par la population martiniquaise, le potentiel du marché local pour ce produit pourrait s'élever au minimum à 3 000 T/an en référence avec la consommation moyenne en Métropole, et au maximum 3 600 T/an, par rapport à celle des USA. Ce potentiel a tout lieu de pouvoir se concrétiser en théorie à l'aune des baisses de production observées des bananes créoles. Néanmoins, il conviendrait de réaliser des panels de consommation pour déterminer sa réalité.

Cette augmentation des volumes manipulés se traduirait, surtout pour les mûrisseries, par des économies d'échelle. Le prix de la banane pourrait mécaniquement s'orienter à la baisse.

Pour cela, la stratégie de la filière devra alors évoluer vers une plus grande disponibilité de fruits au 1^{er} semestre pour le marché local. Egalement, l'image du produit semble devoir être améliorée auprès du plus grand nombre de consommateurs. En d'autres termes, la baisse du prix de la banane devra également s'accompagner de la mise en valeur du produit dans un rayon fruits et légumes s'appuyant sur une animation particulière.

2. Etude des marges tout au long de la chaîne

D'après les échanges, il semble indispensable que les efforts faits sur le prix de la banane résultent de l'engagement conjoint de l'ensemble des acteurs. Dans le cas contraire, chacun restera dans une position d'attente.

En fait, une commercialisation plus offensive sur les prix et l'animation du produit conduiraient à la création plus importante de valeur au niveau global, favorable au développement de l'emploi.

Toutefois la profession ne partage pas cette vision car elle considère que le marché local de la banane restera toujours très supplétif par rapport au marché à l'export.

III. Conclusion

L'étude sur la banane Cavendish montre que les prises de marge tout au long de la vie d'un produit seraient plus importantes en Martinique par rapport à ce qui se pratique en Métropole, même si les niveaux de charges sont différents. Un observatoire détaillé de la constitution des prix des fruits et légumes orienterait sans doute les prix vers un peu plus de cohérence par rapport à la capacité d'achat des consommateurs.