

BANANE

Un profil de produit de base par INFOCOMM

Fonds de la CNUCED pour l'information sur les marchés des produits de base agricoles



NATIONS UNIES
CNUCED
New York et Genève, 2016

Notes

INFOCOMM est un projet extrabudgétaire financé par le gouvernement de la France. Cette plateforme de partage de l'information multilingue a été développée par la CNUCED en 2000 en réponse à la rareté des informations sur le marché des produits de base dans les pays en développement qui en sont tributaires. INFOCOMM dissémine gratuitement des profils de produits agricoles mis à jour produits librement, en trois langues: anglais, français et espagnol.

Ce profil de produit INFOCOMM a été préparé par Mme Carolina Dawson, consultante, sous la direction de Samuel Gayi, Directeur du Groupe spécial sur les produits de base, et la supervision de Yanchun Zhang, Cheffe de la Section de mise en œuvre des politiques des produits de base, Groupe spécial sur les produits de base de la CNUCED, en collaboration avec Danièle Boglio et Branko Milicevic pour la publication des textes.

Cette publication n'a pas été formellement traduite ni éditée.

Disclaimer

Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent, de la part du secrétariat de l'Organisation des Nations Unies, aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Le texte du présent document peut être cité ou reproduit sans autorisation, sous réserve qu'il en soit dûment fait mention, ainsi qu'une copie de la publication contenant la citation ou la reproduction à envoyer au secrétariat de la CNUCED: la CNUCED, Palais des Nations, CH-1211 Genève, Suisse.

Contacts

Pour de plus amples informations sur le Groupe spécial sur les produits de base, s'il vous plaît nous contacter à:

Groupe spécial sur les produits de base de la CNUCED

Palais des Nations

8-14, Avenue de la Paix

1211 Geneva 10

Switzerland

Phone: +41 22 917 1648 / 6286

Fax: +41 22 917 0509

Email: commodities@unctad.org

Website: unctad.org/commodities

Symbole de ce document

Table des matières

1.	Présentation.....	1
1.1.	Les origines et histoire des premiers échanges.....	1
1.1.a.	Origines.....	1
1.1.b.	Histoire des premiers échanges.....	1
1.2.	Culture; récolte; transformation; du transport au consommateur.....	1
1.2.a.	Culture de la banane dessert.....	1
1.2.b.	Récolte.....	1
1.2.c.	Conditionnement / Transformation.....	2
1.2.d.	Du transport au consommateur.....	2
1.3.	Variétés; normes de qualité; classification.....	2
1.4.	Utilisations.....	2
1.5.	Ravageurs, maladies.....	3
1.5.a.	Principales maladies fongiques.....	3
1.5.b.	Ravageurs.....	3
1.5.c.	Maladies bactériennes et virales.....	3
1.6.	Impacts environnementaux et sociaux.....	4
1.7.	Les qualités nutritionnelles.....	4
2.	Offre.....	4
2.1.	Production.....	4
2.2.	Top 10 des producteurs.....	4
2.3.	Exportations.....	5
2.4.	Les facteurs affectant l'offre.....	6
2.4.a.	Facteurs climatiques.....	6
2.4.b.	Maladies et ravageurs.....	6
2.4.c.	Les facteurs économiques.....	6
2.4.d.	Les programmes d'aide à la production.....	7
2.5.	Perspectives.....	7
3.	La demande.....	7
3.1.	Consommation (moyenne mensuelle mondiale des deux dernières années - tableau / graphe moyenne); analyse des tendances.....	7
3.1.a.	Union européenne.....	7
3.1.b.	États-Unis.....	7
3.1.c.	Russie.....	7
	<i>Source: Eurostat, processing by Fruitrop.....</i>	8
3.1.d.	Japon.....	8
3.2.	Top 10 des consommateurs.....	8
3.3.	Les importations.....	8
3.4.	Les facteurs affectant la demande.....	8

3.4.a. Saisonnalité de la consommation.....	8
3.4.b. Conjoncture économique.....	9
3.5. Perspectives.....	9
4. Prix.....	9
4.1. Historique (moyenne mensuelle mondiale des deux dernières années - tableau / graphe moyenne); analyse des tendances.....	9
4.1.a. Prix au producteur / prix FOB.....	9
4.1.b. Prix stade import: vert / quai.....	9
4.1.c. Prix sortie mûrisserie: jaune / gros.....	10
4.1.d. Prix de détail.....	10
4.2. Perspectives de prix.....	11
5. Marchés.....	11
5.1. Structure du marché.....	11
5.1.a. Structures de production.....	11
5.1.b. La concentration industrielle.....	12
5.1.c. L'intégration de l'aval.....	12
5.2. Standards publics / privés.....	12
5.2.a. Standards publics.....	12
5.2.b. Les standards privés.....	12
5.3. Les contrats.....	13
5.4. Les marchés de niche.....	13
5.4.a. La banane biologique.....	13
5.4.b. Autres marchés de niche.....	13
6. Le commerce régional / international.....	14
6.1. Les initiatives de commerce équitable.....	14
6.2. Les questions commerciales (litiges; négociations, accords).....	15
6.2.a. Historique de l'OCM et sa disparition.....	15
6.2.b. Négociations pour les droits de douane européens avec les accords bilatéraux.....	16
6.2.c. Les aides à la production.....	16
7. Liens utiles.....	16
7.1. Statistiques.....	16
7.2. Les organisations et associations internationales.....	17
7.3. Dernières nouvelles.....	17
Rachat de Chiquita par Cutrale-Safra.....	17
7.4. Partenaires.....	17

1. Présentation

1.1. Les origines et histoire des premiers échanges

1.1.a. Origines

Originaire d'Asie du Sud-Est, le bananier est cultivé depuis près de 10 000 ans, les premières traces datant de 7 000 av. J.-C. en Papouasie-Nouvelle-Guinée¹. Herbe géante appartenant à la classe des Monocotylédones et à la famille des Musacées, le bananier était à l'origine sauvage et se reproduisait par graines. On le trouve encore à l'état sauvage aux Philippines, en Papouasie-Nouvelle-Guinée ou en Indonésie. Les croisements naturels ont produit une diversité génétique très importante donnant naissance à des variétés sans graines, qui possèdent des qualités alimentaires intéressant l'homme².

Le bananier s'est diffusé au fil des migrations humaines: dans un premier temps, depuis l'Asie du Sud-Est et la Papouasie-Nouvelle-Guinée vers la péninsule indienne, l'Afrique, le Pacifique et l'Amérique; puis, au XV^e siècle, par des marchands arabes ou perses du sud-est asiatique vers le Moyen-Orient, le Proche-Orient puis l'Afrique et l'Europe; et enfin, à partir du XVI^e siècle, vers les Caraïbes et le Nouveau Monde³.

1.1.b. Histoire des premiers échanges

La banane est l'un des premiers fruits à avoir été commercialisés au niveau mondial: elle apparaît en Europe et en Amérique du Nord au début du XIX^e siècle en provenance des Caraïbes.

L'essor du commerce de la banane est expliqué, d'une part, par l'amélioration de la chaîne logistique, notamment les conditions de transport (rapidité, réfrigération) et l'invention de la technique du mûrissement. D'autre part, ce sont surtout les nombreux pionniers et aventuriers qui se sont lancés dans la production, le transport et la commercialisation de la banane dessert de 1870 à 1900, qui l'ont rendu célèbre en Amérique du Nord.

En Europe, la première cargaison commerciale est arrivée en 1888 à Londres en provenance des Canaries pour la société E.W. Fyffe Son & Co., qui assurait le

transport régulier et la commercialisation de banane vers l'Angleterre et d'autres pays européens⁴.

1.2. Culture; récolte; transformation; du transport au consommateur

1.2.a. Culture de la banane dessert

Le bananier a besoin de températures entre 25 et 40°C, d'un ensoleillement important et d'une irrigation régulière (environ 180 mm d'eau mensuels), correspondant aux conditions climatiques des zones tropicales humides.

La banane pour l'exportation est plantée, dans la plupart des cas, dans des systèmes de **monoculture intensive** où l'agriculteur doit entretenir la fertilité du sol et lutter contre les maladies et parasites⁵.

Toutefois, l'intensification des systèmes de culture couramment pratiquée, avec un recours important aux engrais et pesticides, a des impacts avérés sur l'environnement et les hommes. La prise de conscience de ces impacts négatifs a conduit à une modification progressive des systèmes de culture dans certaines régions de production, comme aux Antilles françaises. Depuis les années 90, il existe une agriculture raisonnée suivant les principes de l'agro-écologie qui visent à réduire le recours aux engrais et aux pesticides, soit par la lutte biologique (piégeage de ravageurs, jachère assainissante, etc.), soit par la mise en œuvre de pratiques agricoles favorisant des régulations biologiques (plantes de service). L'objectif est une production bananière **durable**, rentable pour le producteur, économe en ressources naturelles, respectueuse de l'environnement et socialement acceptable.

1.2.b. Récolte

Le premier cycle de production d'un bananier est de 9 à 12 mois selon les zones climatiques. Le régime est récolté selon le calibre des fruits et selon un délai de référence entre floraison et coupe: la détermination du point de coupe est fonction d'une somme de températures (exprimée en degrés-jours) au-dessus du seuil de 14°C (zéro végétatif du bananier Cavendish), depuis la floraison jusqu'au stade « $\frac{3}{4}$ plein standard» (correspond à la référence commerciale). Quelques jours à quelques semaines d'écart peuvent être observés selon les zones de production et l'altitude de la plantation⁶.

¹ LASSOUDIÈRE A. (2010). L'histoire du bananier, Editions Quae, France

² LESCOT T. (2015). « La diversité génétique des bananiers », *Fruitrop*, 231: 98-102.

³ CHAMPION J. (1963). *Le Bananier*, Editions G.-P. Maisonneuve et Larose, France.

⁴ LASSOUDIÈRE A. (2010). L'histoire du bananier, Editions Quae, France.

⁵ LASSOUDIÈRE A. (2007). Le bananier et sa culture, Editions Quae, France.

⁶ Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 2: Éléments constitutifs de la qualité de la banane », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

1.2.c. Conditionnement / Transformation

Pour l'exportation, les régimes sont coupés et transportés encore verts vers des stations de conditionnement où les bouquets (fragment d'une main de bananes) sont préparés puis emballés dans des cartons. L'unité de base du commerce bananier mondial est le carton de 18.5 kg net (unité de la caisse US). D'autres types de colisage existent: plateaux, mini-packs, bananes pré-emballées, à l'unité, etc.⁷

Les écarts de triage sont réutilisés pour la consommation locale ou l'alimentation du bétail. La transformation concerne surtout d'autres types de banane.

1.2.d. Du transport au consommateur

L'exportation se fait par bateau entre les zones de production et les marchés de destination, dans des navires à cales réfrigérées ou dans des conteneurs réfrigérés ou avec atmosphère contrôlée ou modifiée. Les paramètres principalement contrôlés durant le transport sont les températures (entre 13 et 13.5°C) et l'humidité.

À l'arrivée, les cartons de bananes encore vertes sont entreposés dans des mûrisseries où le processus de maturation va être reproduit: la température est remontée, modulée et stabilisée entre 16 et 18°C et un mélange gazeux d'éthylène et d'azote est injecté dans l'atmosphère pour provoquer l'entrée en maturation. Au bout d'une certaine durée (de 4 à 6 jours selon les besoins du marché), les bananes jaunes sont disponibles pour la commercialisation. Elles achèvent leur processus de maturation entre le distributeur et le consommateur⁸.

1.3. Variétés; normes de qualité; classification

Depuis des millénaires, les migrations de populations et les échanges de matériel végétal ont placé le bananier dans des contextes écologiques très différents. Les agriculteurs ont su valoriser les mutations naturelles résultant de la multiplication végétative. C'est cette combinaison de reproduction naturelle et des sélections faites par l'homme qui est à l'origine de la diversité génétique actuelle⁹.

D'un point de vue botanique, le bananier se divise en espèces à fruits non comestibles, pouvant servir à d'autres fins que l'alimentation humaine (fibre, alimentation du bétail, etc.), et en variétés à fruits charnus sans graines (dits parthénocarpiques). Ces

⁷ Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 3: De la station de conditionnement au quai d'arrivée », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

⁸ Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 4: En mûrisserie », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

⁹ LESCOT T. (2015). « La diversité génétique des bananiers », *Fruitrop*, 231: 98-102.

dernières ne disposent donc que de la multiplication végétative pour se reproduire. Dans ce groupe, on trouve des cultivars diploïdes (AA et AB) et triploïdes (AAA, AAB et ABB)¹⁰:

- Les groupes diploïdes AA et AB rassemblent des variétés comme la Figue Sucrée ou la Frayssinette. On recense 290 cultivars, principalement en Asie du Sud-Est.
- Il existe trois groupes triploïdes:
 - Le groupe triploïde AAA comporte les variétés de **banane dessert utilisées pour l'exportation**: Gros Michel, Figue Rose, sous-groupe des Cavendish (plus de 20 cultivars), etc.
 - Le groupe triploïde AAB est composé des variétés de banane à cuire, comme les plantains (plus de 150 cultivars) et autres cultivars à cuire.
 - Le groupe triploïde ABB regroupe les variétés de bananiers rustiques et robustes à cuire (ex: Bluggoe ou Cacambou, Saba, Pisan Awak ou Fougamou, Pelipita, etc.).

1.4. Utilisations

Les bananiers dessert sont cultivés depuis des siècles par toutes les populations des régions tropicales humides. Les fruits frais mûrs sont consommés comme dessert, ou comme ingrédients de dessert et constituent aujourd'hui l'essentiel du commerce international bananier.

Divers usages sont donnés aux autres variétés de banane, non destinées à l'exportation. Par exemple, les bananes à cuire, comme le plantain, peuvent être frites (chips), bouillies ou séchées. De même, en Afrique de l'Est, des bananiers sont cultivés pour l'élaboration traditionnelle de bière. Sont élaborés également des préparations de farine et panification (banane plantain verte, coupée en tranches, séchée au feu et pulvérisée), des purées, des poudres ainsi que des jus, nectars, vins et alcools.

Par ailleurs, les parties végétatives fraîches, les parties florales ou même les fruits frais sont utilisés pour l'alimentation animale.

Des variétés non aptes à la consommation humaine ont été utilisées pour leurs fibres: la fibre extraite des graines foliaires permettait de confectionner des cordages de bateau à voile. Toutefois, les fibres extraites des feuilles

¹⁰ LASSOUDIÈRE A. (2010). *L'histoire du bananier*, Editions Quae, France.

présentent une qualité inférieure lorsque le plant est en phase de récolte de régimes.

Enfin, certains bananiers ont une fonction purement ornementale.

1.5. Ravageurs, maladies

1.5.a. Principales maladies fongiques

Induites par des champignons et très répandues, les maladies fongiques les plus néfastes sont les cercosporioses et les fusarioses¹¹.

1.5.a.1. Cercosporioses

On distingue la cercosporiose jaune (Sigatoka) de la noire (maladie des raies noires ou Sigatoka noire). Elles sont provoquées par des champignons détruisant le feuillage. La maladie apparaît sous forme de petits tirets noirs allongés qui évoluent très rapidement en nécroses pouvant aller jusqu'à la destruction totale des feuilles. Il en résulte une diminution des rendements et une maturation avancée des fruits qui deviennent non commercialisables. Les cercosporioses sont présentes dans la quasi-totalité des zones de production.

1.5.a.2. Fusarioses (maladie de Panama)

La maladie de Panama se manifeste dans presque toutes les zones de production. Elle est due à un champignon du sol et racinaire *Fusarium oxysporum sp. cubense* (FOC), créant l'asphyxie du plant devenu incapable de prélever les nutriments et l'eau dans le sol. C'est un champignon persistant et rémanent dans le sous-sol pendant plus de 30 ans. La maladie de Panama est composée de cinq races différentes pouvant provoquer des dégâts importants sous certaines conditions (sol, climat, intensification de la culture, drainage, etc.), rendant les bananiers pratiquement improductifs.

La **race 1**, la plus connue, a décimé la variété Gros Michel aux Caraïbes et en Amérique latine dans les années 40 et 50. Elle a été remplacée dans les plantations industrielles par un groupe variétal résistant, les Cavendish, qui forme actuellement l'essentiel du commerce mondial.

La **race 2** affecte le sous-groupe des Bluggoe (banane à cuire), la **race 3** les Heliconia (plante ornementale) ainsi que les Gros Michel et la **race 4**, présente depuis les années 30 aux Canaries, attaque sporadiquement les variétés du sous-groupe Cavendish sous certaines conditions environnementales de stress, uniquement dans les zones subtropicales (Canaries, Afrique du Sud, Taïwan, Australie).

Enfin, la race **TR4** (race tropicale 4), apparue dans les années 90 en Asie du Sud-Est (Taïwan, Indonésie, Malaisie, sud de la Chine, Australie et Philippines) attaque le groupe des Cavendish en toutes conditions tropicales et subtropicales. Elle a été détectée en Jordanie en 2006, puis au Moyen-Orient en 2012-2013 (Oman, Liban) et, pour la première fois sur le continent africain, au Mozambique en 2013 dans des plantations industrielles de Cavendish. Le risque d'extension inquiète toutes les grandes zones de production d'Afrique et celles d'Amérique centrale et du Sud, cœur de la banane d'exportation¹² (Lescot, 2015c).

Comme pour de nombreux pathogènes du sol, les moyens de lutte sont limités et consistent en une mise en quarantaine plus ou moins longue des foyers élargis. La recherche agronomique n'est pas très active sur cette maladie, compliquée à étudier. L'amélioration génétique conventionnelle reste une voie importante, mais encore peu explorée.

En revanche, des pratiques existent pour lutter efficacement contre d'autres maladies fongiques comme les anthracoses, les pourritures des racines, les cladosporioses et la maladie du bout de cigare.

1.5.b. Ravageurs

Les ravageurs comme les **nématodes** (parasites des racines de bananier) ou le **charançon** noir du bananier (*Cosmopolites sordidus*) perturbent l'alimentation des plants, causant ainsi des baisses de rendement, l'affaiblissement de l'ancrage du bananier et même sa chute du lors de fortes attaques. Outre les traitements chimiques classiques, le recours à du matériel de plantation sain (vitroplants) sur un sol assaini (jachère) limite le développement des nématodes et il existe de nouvelles techniques de piégeage des charançons à partir de phéromones.

En culture agro-industrielle, les applications de pesticides sont encore courantes et représentent des risques sanitaires importants pour l'environnement et la santé des travailleurs. Malgré leur efficacité, leur usage est ainsi de plus en plus restreint en faveur de luttés et techniques alternatives comme la mise en place de la «lutte raisonnée» ou la création de nouvelles variétés hybrides résistantes.

1.5.c. Maladies bactériennes et virales

Les maladies bactériennes comme la **Maladie de Moko** sont disséminées par le sol, les outils ou bien les insectes. Elles entraînent le flétrissement des trois plus jeunes feuilles et la mort du bananier. Il n'existe pas de

¹¹ CIRAD (2015). « Maladies et ravageurs du bananier », Fruitrop, 231: 85 – 97.

¹² LESCOT T. (2015). « Inquiétudes sur l'évolution géographique de la race 4 tropicale (TR4) de la maladie de Panama », Fruitrop, 231: 68.

variétés résistantes ni de moyens de lutte chimique. Seule une éradication avec quarantaine peut donner des résultats. La maladie est présente sur le continent américain et, depuis 1968, aux Philippines.

D'autres **maladies virales**, moins connues comme les mosaïques ou le Bunchy Top, provoquent des pertes économiques variables sur les exploitations industrielles comme villageoises. Le seul moyen actuel de lutte passe par la lutte contre le vecteur et l'utilisation de matériel indemne. Il n'existe pas de bananiers résistant à ces maladies, ni de moyens curatifs immédiats autres que l'éradication après une attaque virale. La conduite à tenir est principalement basée sur l'utilisation de matériel végétal indemne et le faible enherbement des plantations, lieu privilégié de multiplication des populations de pucerons.

1.6. Impacts environnementaux et sociaux

La banane export est produite dans de nombreux pays d'Afrique, d'Amérique latine, des Caraïbes ou d'Asie, en utilisant de façon intensive les intrants, notamment les pesticides. Ainsi, les externalités environnementales fortes et souvent négatives, l'épuisement des ressources naturelles, la nécessité d'une meilleure prise en compte des impacts sociaux et des demandes sociétales pour l'innocuité des produits et la préservation de l'environnement et de la santé humaine imposent un questionnement quant à la durabilité environnementale, sociale et économique des systèmes de production.

D'un point de vue social, l'activité bananière peut représenter une externalité positive en ce qui concerne la création d'emploi dans des zones rurales, la distribution de revenu, le développement d'infrastructures (route, adduction d'eau, etc.) ou de services (santé, éducation, etc.) qui bénéficient aux populations locales, etc. Enfin, elle assure un rôle majeur pour la sécurité alimentaire des populations locales qui intègrent la banane dans leur alimentation quotidienne. Enfin, la présence d'entreprises peut s'avérer bénéfique au développement local de ces zones.

Des travaux sont en cours dans le cadre du World Banana Forum (WBF)¹³ sur le salaire décent des ouvriers des plantations bananières.

1.7. Les qualités nutritionnelles

Aliment très complet, la banane est riche en fibres et glucides et pauvre en lipides. C'est une source de vitamines (toutes les vitamines du groupe B présentes dans le règne végétal¹⁴) et de minéraux (potassium,

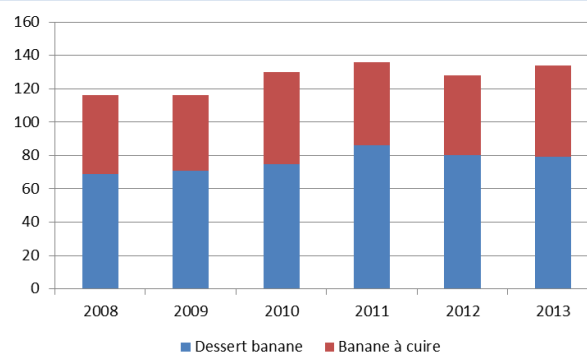
phosphore, calcium, magnésium, sodium, fer, cuivre, zinc et manganèse) ainsi que de dopamine, puissant antioxydant. Elle contribue ainsi au bon fonctionnement du métabolisme énergétique et du système nerveux et au maintien d'un bon transit digestif¹⁵.

2. Offre

2.1. Production

La production mondiale de banane, représentée sur la Figure 1, s'élevait à près de 134 millions de tonnes en 2013, dont 40 % (près de 55 millions) de variétés à cuire (plantain et autres types) et 60 % (environ 79 millions) de variétés dessert (Cavendish, Gros Michel et autres)¹⁶.

Production mondiale de banane (à cuire et dessert), million tonnes, 2008-2013



Source: Lescot T., Cirad, FAO

Alimentation de base de diverses populations dans le monde, la banane voit sa production croître et afficher une performance de + 15 % sur ces 5 dernières années.

2.2. Top 10 des producteurs

La culture de la banane est présente dans l'ensemble des régions tropicales et subtropicales, principalement en Asie (44 % des volumes mondiaux), en Afrique (25 %) et en Amérique centrale et du Sud (22 %). Les dix premiers producteurs sont donnés dans le Tableau 1.

¹³ Forum Mondial Bananier (WBF)

¹⁴ Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 1: La banane en chiffres », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

¹⁵ Aprifel 2015: <http://www.aprifel.com/fiche-nutri-produit-allegations-banane,24.html>

¹⁶ LESCOT T. (2015). « La diversité génétique des bananiers », Fruitrop, 231: 98-102.

Tableau 1. Estimation de la production de bananes (dessert et à cuire), tonnes, 2013

	Total	Bananes dessert	Bananes à cuire
Total mondial	133 691 965	78 860 773	54 831 192
Inde	27 575 000	17 075 000	10 500 000
Chine	12 075 238	11 506 238	569 000
Ouganda	8 926 308	500 000	8 426 308
Philippines	8 645 749	5 790 091	2 855 658
Brésil	6 892 622	6 402 622	490 000
Équateur	6 739 739	6 145 527	594 212
Colombie	5 405 365	2 587 625	2 817 740
Indonésie	5 359 115	3 289 115	2 070 000
Rwanda	3 263 462	250 000	3 013 462
Nigeria	3 222 000	315 000	2 907 000

Source: Lescot, 2015; base FAO

Le Tableau 2 montre les producteurs de dix premiers de la banane dessert, avec le Mexique, le Costa Rica et le Guatemala parmi les principaux producteurs.

Tableau 2. Banane dessert – principaux producteurs mondiaux, tonnes, 2013

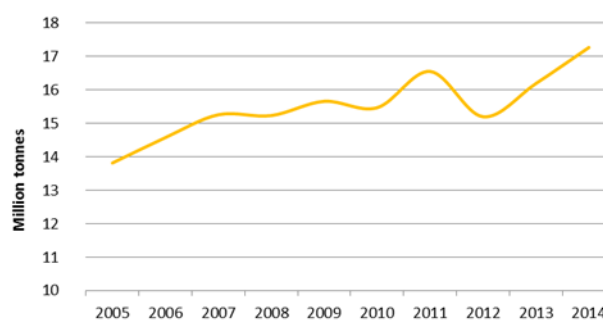
Inde	17 075 000
Chine	11 560 238
Brésil	6 402 622
Équateur	6 145 527
Philippines	5 790 091
Indonésie	3 289 115
Colombie	2 587 625
Guatemala	2 210 000
Costa Rica	2 010 000
Mexique	1 887 772

Source: Lescot, 2015; base FAO

2.3. Exportations

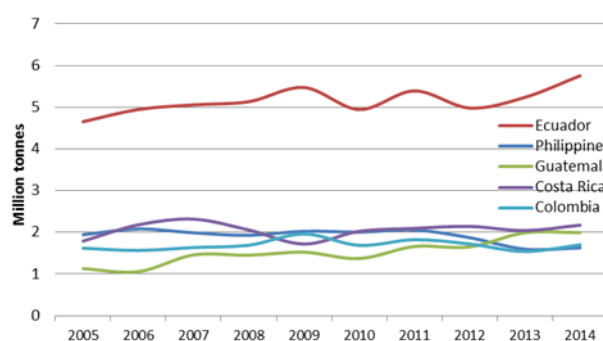
La banane fait l'objet du premier commerce fruitier mondial en volume devant les pommes et les agrumes. Pourtant, l'autoconsommation dans les pays producteurs demeure le principal débouché, estimé à 85 % des volumes produits de bananes dessert et à cuire.

Ainsi, les exportations ne représentent que 15 % de la production mondiale, essentiellement en bananes dessert (Figure 2). En effet, plus de 17 millions de tonnes de bananes dessert ont été exportées en 2014, majoritairement en variété Cavendish, contre seulement 900 000 tonnes de bananes à cuire. **Par conséquent, la suite du document ne concernera que la banane dessert d'exportation (Figure 2).**

Exportations mondiales de bananes dessert, million tonnes, 2005-2014

Source: Douanes nationales, Trademap, Sopisco

Le commerce mondial, aussi dynamique que la production, affiche une croissance régulière de plus de 3 millions de tonnes ces 10 dernières années.

Principaux pays exportateurs de bananes dans le monde, million tonnes, 2005-2014

Source: Douanes nationales, Sopisco, compilées par l'auteur

Avec plus de 5.7 millions de tonnes exportées en 2014¹⁷, l'Équateur domine le commerce mondial de la banane dessert grâce à un secteur productif original composé de petits et grands producteurs nationaux¹⁸.

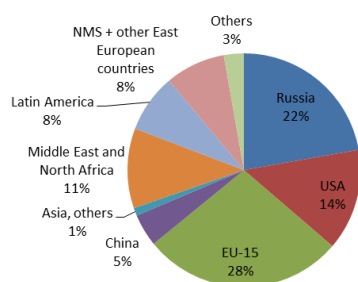
Contrairement à d'autres grands pays producteurs, l'Équateur est surtout tourné vers l'exportation (plus de 90% des volumes produits). Le secteur bananier, qui représente 50 % du PIB agricole, alimente tous les marchés mondiaux, son offre étant destinée à près de 50 % aux deux principaux, les USA et l'UE, et aux pays d'Europe de l'Est.

¹⁷ Douanes équatoriennes:

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp

¹⁸ DAWSON C. (2011). « La banane en Equateur », Fruitrop, 189: 15.

Banane - Equateur - Exportations par destination en 2014



Source: Douanes équatoriennes

Colombie, Costa Rica, Guatemala et Philippines exportent entre 1 et 2 millions de tonnes. Les Philippines, 3^e producteur mondial, qui étaient 2^e exportateur mondial jusqu'en 2005, ne sont plus aujourd'hui qu'au 5^e rang derrière la Colombie, touchant en 2013 leur plus bas niveau d'exportation des dix dernières années avec un peu moins de 1.6 million de tonnes. Le recul de 15 à 20 % fait suite à des problèmes climatiques et sanitaires de plus en plus prégnants. De son côté, le Guatemala, en pleine ascension, dépasse depuis 2013 les 2 millions de tonnes exportées et devient le 2^e exportateur mondial de banane. Il est le premier fournisseur des États-Unis, où il envoie quasi-totalité de ses volumes qui représentent environ un tiers de l'approvisionnement.

2.4. Les facteurs affectant l'offre

2.4.a. Facteurs climatiques

Les événements climatiques sont parmi les principaux éléments affectant directement l'offre mondiale, comme les ravages du **cyclone** Pablo sur près de 10 000 ha aux Philippines en décembre 2012 qui ont entraîné d'importantes pertes de production pendant près d'un an. Leurs effets peuvent perdurer sachant qu'une bananeraie replantée nécessite de 9 à 12 mois avant d'entrer en production. Par ailleurs, les infrastructures locales sont souvent endommagées et doivent être reconstruites (canaux d'irrigation, drains, routes, stations de conditionnement, ports, etc.).

D'autres événements climatiques moins dévastateurs perturbent le développement du cycle du bananier et entraînent des pertes de rendement: sécheresses, fortes pluies, périodes de faible ensoleillement, fronts froids, coups de vent, etc.

Les phénomènes El Niño / La Niña

Le phénomène El Niño, qui se manifeste tous les 2 à 7 ans par l'augmentation des températures dans le sud-est de l'océan Pacifique, est à l'origine de perturbations climatiques à l'échelle planétaire: un air plus chaud et

humide génère de fortes précipitations pouvant créer des inondations en Amérique latine (Pérou, Chili, Équateur) et des sécheresses en Indonésie et Océanie¹⁹. Le phénomène La Niña se caractérise, à l'inverse, par un refroidissement des eaux du Pacifique.

Le rôle du changement climatique

L'impact du changement climatique est souvent évoqué, en particulier sur l'évolution de l'activité cyclonique dans les Caraïbes et le Pacifique²⁰ ou sur la fréquence du Niño ou de la Niña. Il est certain que l'augmentation des températures engendrée par le changement climatique peut induire des altérations diverses, comme l'intensification des sécheresses, des tornades, l'apparition de cyclones dans des zones jusqu'à présent non concernées, ou des cyclones moins fréquents mais plus intenses. Parallèlement, des écosystèmes pourraient devenir favorables au développement ou à l'intensification de certaines maladies. Tous ces facteurs auraient évidemment une incidence sur l'offre bananière mondiale.

2.4.b. Maladies et ravageurs

Certaines maladies fongiques, comme la cercosporiose noire (maladie des Raies Noires ou Black Sigatoka) présente maintenant dans toutes les zones de production ou la maladie de Moko dans les Caraïbes et en Amérique latine, surviennent à des périodes de forte humidité (pluies) et entraînent des baisses de rendement pouvant aller jusqu'à 25 %. Toutefois, ces pertes ne sont pas durables et les niveaux de production reviennent ensuite à la normale.

En revanche, l'offre peut être durablement affectée par la maladie de Panama ou le Bunchy Top, qui provoquent la mort des plants (cf. section A).

2.4.c. Les facteurs économiques

Le marché bananier subit des influences fortes de facteurs économiques en relation ou non avec le secteur.

Des facteurs économiques directs agissent sur la compétitivité des facteurs de production, comme le coût des intrants, de l'énergie, du fret, de la main d'œuvre, du passage du canal de Panama, etc. Des facteurs économiques indirects impactent l'ensemble du commerce international, comme l'évolution de la réglementation internationale ou du taux de change.

¹⁹ Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno del Niño (CIIFEN): www.ciifen.org

²⁰ National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA): www.noaa.gov

2.4.d. Les programmes d'aide à la production

Dans le cadre de la refonte du régime douanier du marché bananier européen, des aides à la production ont été mises en place pour des zones en perte de compétitivité, comme les Mesures d'Accompagnement Banane (BAM) pour certains États ACP et les aides agricoles pour les zones ultrapériphériques européennes (POSEI) (cf. section F-iv).

2.5. Perspectives

Des projets d'extension ou de création de nouvelles plantations fleurissent dans des zones bénéficiant d'aides à la production et d'avantages douaniers, ce qui présage d'une progression de l'offre dans les années à venir. C'est le cas du Cameroun, qui souhaite doubler ses exportations à l'horizon 2019 (à 500 000 tonnes), ou de la Côte d'Ivoire, où des projets en cours pourraient augmenter la surface de production de 1 500 ha²¹. Dans la zone Caraïbe, des initiatives locales voient le jour comme en Haïti avec la création d'une filière de banane export. Il faut, cependant, relativiser l'influence de ces nouveaux projets sur l'équilibre de l'offre. Les superficies en question sont marginales comparées aux 200 000 à 250 000 ha plantés en Équateur par exemple. L'intérêt ici tient au fait que les récents développements concernent l'Afrique, nouvelle frontière de l'économie mondiale, et que la demande croissante des populations locales va bien au-delà des quelques milliers d'hectares prévus.

Enfin, les zones sèches (ex: nord du Pérou, République dominicaine), disposant d'un climat qui nécessite moins de traitements du fait d'une pression sanitaire plus faible, ont donc la cote, d'autant que l'implantation de cultures biologiques est possible sur ces sols.

Toutefois, les contraintes agronomiques pèsent de plus en plus lourd dans certaines zones. Le développement de résistances oblige à augmenter le nombre de traitements contre la cercosporiose noire, ou à déménager, ou encore même à changer de mode de lutte voire de système de culture, comme aux Antilles avec la mise en place de méthodes agro-écologiques. De la même façon, la diffusion de la race TR4 de la maladie de Panama est préoccupante et, même si elle semble encore sous contrôle, elle reste une vraie menace pour les zones de production d'Amérique centrale et du Sud et d'Afrique.

3. La demande

La demande est en croissance, que ce soit dans les pays producteurs, où les besoins des populations locales

augmentent, ou dans les grands marchés d'importation, où la banane est devenue un produit incontournable de la distribution.

3.1. Consommation (moyenne mensuelle mondiale des deux dernières années - tableau / graphe moyenne); analyse des tendances

3.1.a. Union européenne

La consommation européenne de banane a battu un record en 2014 avec 11.2 kg par habitant, soit 600 g de plus qu'en 2013 et 900 g de plus qu'en 2012. Le marché européen, le premier au monde, pèse 5.7 millions de tonnes. Au sein de l'Union européenne, Royaume-Uni et Suède sont les principaux pays consommateurs, avec plus de 14 kg/habitant/an. Les moins consommateurs sont les nouveaux États membres de l'Est, comme la Roumanie, la Bulgarie, la Hongrie et la Pologne, avec moins de 6 kg/habitant/an, ce qui laisse à l'UE une marge de progression importante²².

3.1.b. États-Unis

Le marché américain est le deuxième au monde avec 4 millions de tonnes en 2014. La consommation par habitant est quasiment stable, avec 12.5 kg en 2014, en-deçà du record de 12.8 kg atteint en 2000, mais toujours au-dessus de la moyenne européenne (11.2 kg/habitant/an).

3.1.c. Russie

La consommation russe progresse régulièrement depuis le début des années 2000, passant de 4.2 kg/habitant/an en 2001 à plus de 9 kg en 2011 et 2013, notamment grâce au développement des importations par l'implantation d'opérateurs russes en Équateur.

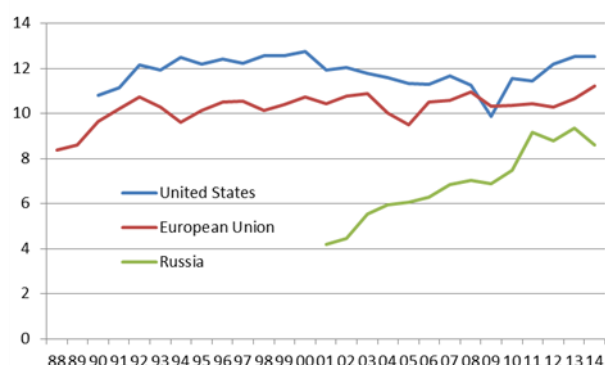
Toutefois, la croissance n'a pas été régulière. Au cours des quatre dernières années, une année de décroissance a suivi une année de croissance. L'année 2014 reflète bien la crise de la demande qui touche l'ensemble de la consommation nationale. En effet, la dépréciation du rouble face au dollar US a fortement renchéri le prix des produits importés comme la banane.

Ainsi, la consommation russe est descendue à 8.6 kg par habitant en 2014, après une année 2013 record à 9.3 kg. Sur le premier trimestre 2015, les importations ont à nouveau reculé de 6 %.

²¹ LOEILLET D. (2013). « Marché mondial de la banane: un intérêt croissant pour le potentiel africain », *Fruitrop*, 216: 16-23.

²² LOEILLET D. (2015). « Marché mondial de la banane: de l'influence des parités monétaires », *Fruitrop*, 231: 40-67

Annuelle consommation de banane, États-Unis, Union européenne et Russie, kg par personne



Source: Eurostat, processing by Fruitrop

3.1.d. Japon

La consommation japonaise est en recul depuis 2009. Les importations ont fondu, repassant sous le million de tonnes depuis 2013, et la consommation annuelle par habitant a baissé à 7.4 kg, comme en 2002. La faute à un yen faible qui favorise les exportations plutôt que les importations, et à une consommation en chute suite à une forte hausse de la TVA.

3.2. Top 10 des consommateurs

La banane dessert est principalement écoulee dans les grands pays producteurs où la consommation peut dépasser 20 kg/habitant/an.

Les grands marchés d'importation sont l'Europe et les États-Unis, où la consommation dépasse 10 kg/habitant/an.

Tableau 3. Consommation par habitant en 2014 (en kg) par pays importateurs

Pays importateurs	Consommation par habitant en 2014 (en kg)
Royaume-Uni	17.1
Suède	16.8
Danemark	14.1
États-Unis	12.5
Moyenne UE-28	10.2
France	8.7
Russie	8.6
Pologne	7.5
Japon	7.4
Roumanie	3.2

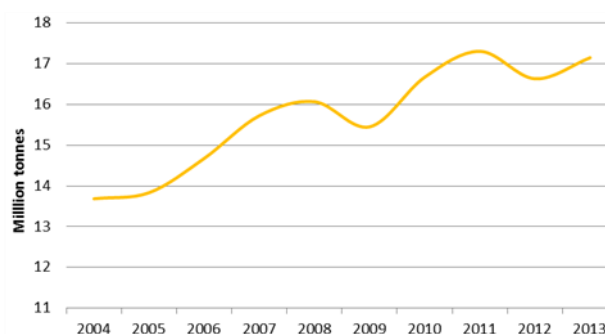
Source: Fruitrop, 2015

3.3. Les importations

Plus de 17 millions de tonnes ont été importées dans le monde en 2013. L'UE-28 a absorbé 32 % des volumes, suivie de l'Amérique du Nord (30 %) et de l'Extrême-Orient (20 %). Les importations mondiales se développent de manière régulière, de 25 à 30 % ces 10

dernières années. L'Europe et les États-Unis affichent toujours des performances positives, même si la dynamique est moins marquée que dans les pays émergents, comme au Moyen-Orient ou en Europe de l'Est où les importations ont quasiment doublé en 10 ans. Seules l'Océanie et l'Amérique latine stagnent.

Importations mondiales, million tonnes, 2004-2013



Sources: National customs, Eurostat, Comtrade

Tableau 4. Les dix premiers pays importateurs de banane en 2013, en tonnes

États-Unis	4 547 932
Russie	1 339 141
Belgique	1 219 968
Royaume-Uni	1 006 759
Japon	964 813
Allemagne	680 733
Italie	565 069
Chine	528 122
France	558 888
Émirats arabes unis	401 004

Source: Fruitrop 2015, Eurostat, Trademap, Customs of the USA

Les principaux pays importateurs ne sont pas obligatoirement les plus consommateurs car certains jouent le rôle de plaque tournante pour le commerce bananier. Ainsi, la Belgique, 3^e importateur mondial, a importé 1.2 million de tonnes en 2013 (port d'Anvers), mais a réexporté l'essentiel vers les pays voisins. C'est également le cas de l'Allemagne (Hambourg) ou des Pays-Bas (Rotterdam). La France est la plaque tournante des productions d'Afrique et des Antilles, avec lesquelles elle a gardé une proximité historique, et réexporte un tiers des volumes.

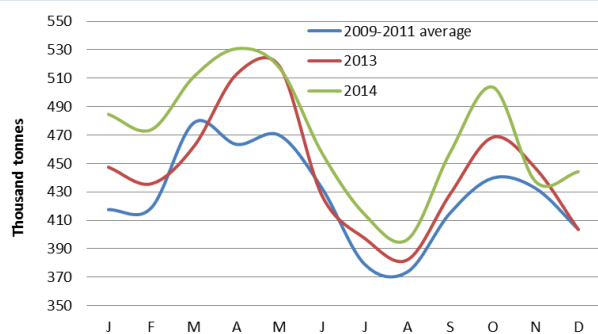
3.4. Les facteurs affectant la demande

3.4.a. Saisonnalité de la consommation

La consommation de banane en Europe est saisonnière. Des creux sont observés en été et en fin d'année, quand les fruits locaux de saison sont préférés, que la restauration scolaire est fermée (vacances) et que les températures poussent le consommateur vers d'autres

produits. La consommation atteint son paroxysme à l'automne et au début du printemps (avril-mai et octobre), grâce à des températures favorables à la consommation de banane et à la faible pression des fruits locaux dont les campagnes s'installent progressivement.

Banane - UE - Approvisionnement estimé, mille tonnes



Source: Cirad, Fruitrop

3.4.b. Conjoncture économique

Tous les facteurs pouvant entraîner des variations de la compétitivité des origines jouent sur la demande internationale, comme **l'augmentation des coûts dans la chaîne de valeur** (le fret, les intrants), les **variations des droits de douane**, **l'évolution des taux de change**, etc.

En effet, suite à la crise pétrolière de 2008, les coûts des facteurs de production – en forte progression de 2008 à 2013, puis de nouveau en baisse en 2014 – les taux de change et les droits de douane montrent une forte variabilité et, par conséquent, qu'il existe une grande incertitude sur le niveau de compétitivité des différentes origines.

3.5. Perspectives

Les marchés de consommation sont encore en progression, surtout les marchés émergents. Des réservoirs de consommation sont donc encore disponibles.

Même si la banane reste un produit de base, commodité et peu cher, il existe depuis une vingtaine d'années un développement conséquent d'un segment dit plus éthique, où le consommateur affiche de l'intérêt pour une banane respectueuse de l'environnement et permettant d'assurer un bien-être économique et social aux producteurs. L'émergence d'une grande diversité de certifications en est la preuve: les consommateurs cherchent des garanties sur le produit (cf. E-ii-2). C'est le cas des bananes labellisées «agriculture biologique» et «commerce équitable» (Fairtrade) (cf. section F-iii), qui connaissent un essor important ces dernières années mais qui ne représentent qu'environ 10 % du marché. Attention toutefois à ne pas décevoir les consommateurs

et les maillons aval des filières qui ont mis beaucoup de confiance dans ces filières dites vertueuses, tant d'un point de vue environnemental que social. Les différents systèmes de gouvernance de ces labels doivent être à la hauteur de l'espoir qu'ils ont réussi à susciter.

4. Prix

4.1. Historique (moyenne mensuelle mondiale des deux dernières années - tableau / graphe moyenne); analyse des tendances

4.1.a. Prix au producteur / prix FOB

Avec la fluctuation du prix de certaines matières premières, les coûts intermédiaires ont fortement progressé ces 20 dernières années, pour atteindre des maximales en 2008 et rebaisser en 2014. C'est le cas de l'énergie ou des intrants, comme le chlorure de potassium.

Afin de garantir un revenu aux producteurs, certains pays comme l'Équateur ont instauré un prix minimum garanti et encouragent la signature de contrats entre exportateurs et producteurs. En janvier 2015, le prix minimum était de 6.55 USD/carton de 43 livres. À ce jour, 10 à 20 % des volumes se négocieraient sur les bases du marché spot, c'est-à-dire à des prix régis par les lois de l'offre et de la demande sur les marchés internationaux, alors que 80 à 90 % des volumes seraient sous contrats. En revanche, au Costa Rica et en Colombie, quasiment 100 % des fruits passent par des contrats de long terme entre producteurs et exportateurs.

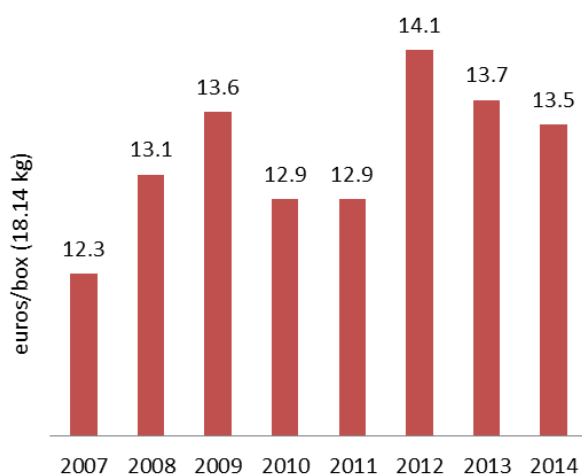
4.1.b. Prix stade import: vert / quai

Europe

Les prix import sur le marché européen oscillent depuis 2010 autour de 13 €/carton de 18.5 kg. Après avoir atteint un maximum de 14.1 €/carton, le prix moyen annuel en 2014 s'est légèrement érodé pour s'établir à 13.5 €/carton. Toutefois, l'analyse interannuelle permet de mettre en évidence que, si le prix moyen baisse, la volatilité baisse aussi, vraisemblablement grâce à la généralisation des contrats entre importateurs et distributeurs dans les marchés d'Europe du Nord, qui permettent d'éviter de trop fortes fluctuations du prix en vert pendant les périodes de crise. Ainsi, en Allemagne, la volatilité a été divisée par 5 depuis 2009. En revanche, elle reste de mise sur d'autres marchés comme en Europe de l'Est²³.

²³ LOEILLET D. (2015). « Marché européen de la banane en 2014: carpe diem », Fruitrop, 229: 48-62.

Prix d'importation annuel de la banane en Allemagne (2èmes et 3èmes marques), euro per boî de 18.5 kg, 2007-2014

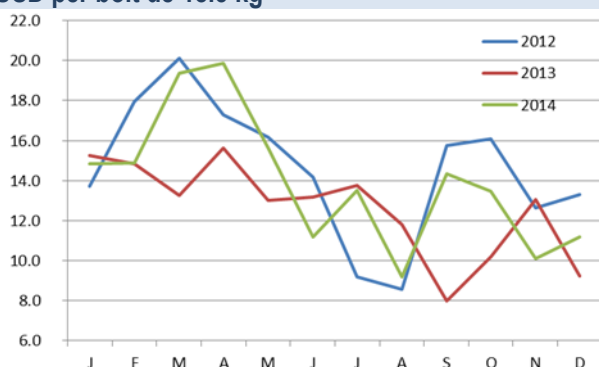


Source: Cirad, FruiTrop

Russie

En 2014, le prix moyen import en Russie a été de 14 USD/carton CIF St Petersburg, soit 1 USD/carton de plus qu'en 2013. En revanche, la volatilité est toujours très marquée, avec des périodes de crise où les prix descendent sous les 10 USD/carton et des périodes fastes où ils doublent. L'année 2014 a été perturbée par des événements géopolitiques majeurs: embargo russe, effondrement du rouble et baisse drastique des revenus pétroliers et gaziers. L'équilibre financier du secteur a été bousculé, le rouble ayant décroché violemment face au dollar, et les prix import en rouble ont augmenté de près de 30 %²⁴

Prix de la banane verte, CIF St Pétersbourg, Russie, USD per boî de 18.5 kg



Source: Cirad

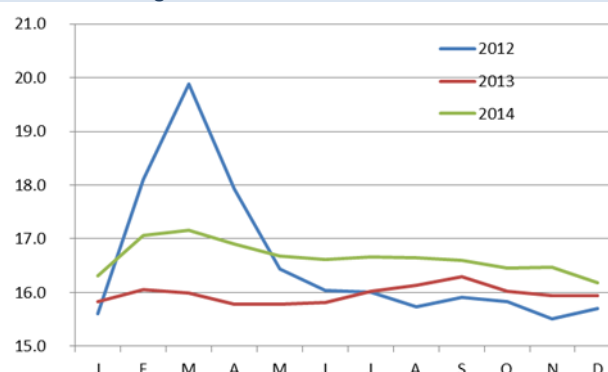
États-Unis

Sur le marché américain, une toute petite partie des volumes est issue du marché spot (10 %) car l'essentiel

est contractualisé. L'évolution du prix import spot annuel a pris 4 %, pour s'établir à 16.6 USD/carton en 2014. Il est très stable et supérieur à 16 USD/carton depuis 2013²⁵.

Observés sur une plus longue série, les prix à l'importation ont tendance à plafonner sur la plupart des grands marchés importateurs comme l'Europe de l'Ouest et les États-Unis.

Prix de la banane verte, États-Unis (spot), USD per boî de 18.5 kg



Source: Sopisco, Cirad

4.1.c. Prix sortie mûrisserie: jaune / gros

Les prix en jaune sont les prix au stade «sortie de mûrisserie». Ils tiennent compte du prix en vert auquel on ajoute les frais de mûrissage, la marge du mûrisseur et, parfois, le coût du transport vers le client. L'activité de mûrissage est souvent du ressort des entreprises d'importation.

4.1.d. Prix de détail

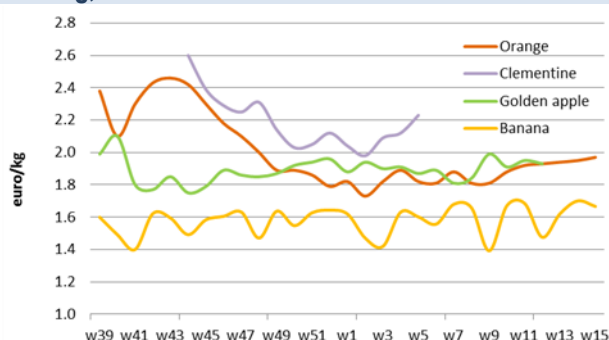
La banane est un produit de base incontournable du rayon des fruits et légumes, sans segmentation (une seule variété, peu de campagnes publicitaires, peu de marques), dont le prix compétitif est un des seuls moteurs poussant à sa consommation²⁶.

²⁴ LOEILLET D. (2015b). « Le yoyo russe », Fruitrop, 229: 64-65.

²⁵ LOEILLET D. (2015d). « États-Unis: trop facile », Fruitrop, 229: 68.

²⁶ BRIGHT R. (2014). « Banane équitable: le message aurait-il raté sa cible ? », Fruitrop, 220: 19-21.

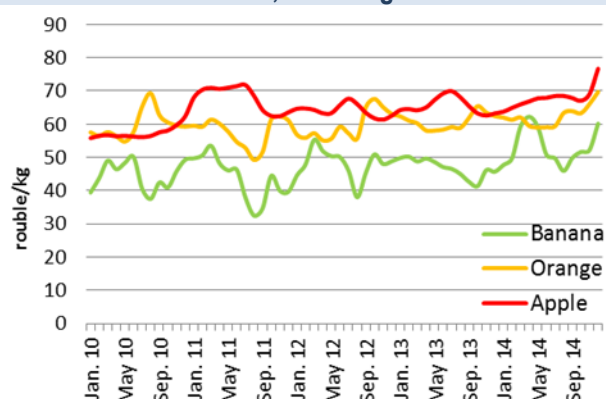
Comparaison de divers prix de détail en France, euro/kg, saison 2014/2015



Source: RNM, Cirad

De ce fait, c'est un des fruits les moins chers du marché, devant la pomme et l'orange en Europe de l'Ouest et de l'Est comme en Russie. Des promotions sont présentes toute l'année dans la GMS et non plus à des périodes particulières²⁷.

Prix de détail en Russie, rouble/kg



Source: Statistiques officielles

Les prix de détail, calculés en euros constants, ont reculé ces 10 dernières années. Ce positionnement de produit d'appel a été particulièrement remarqué en 2012, lorsque des enseignes de la distribution au Royaume-Uni ont entamé une guerre des prix de la banane, avec des prix de détail inférieurs à 1 USD/kg.

4.2. Perspectives de prix

Les prix aux divers stades suivent des évolutions différentes. Alors que les coûts de production ont fluctué ces dernières années, les prix en aval de la filière, tant au stade import que de détail, ont eu tendance à stagner, voire à décroître en Europe et aux États-Unis. Ainsi, les différents maillons de la filière sont de plus en plus sous pression et une perte de la valeur est souvent dénoncée par les maillons les plus en amont.

Afin d'éviter une perte de valeur, la tendance est à une intégration de plus en plus marquée des sociétés d'importation, qui sont très présentes en production, soit par l'achat direct de terres, soit par la signature de contrats de long terme avec les producteurs.

Dans la période récente, les prix au stade vert ont été supérieurs à ceux des années précédentes grâce à un taux de change euro/dollar s'approchant de la parité, à une demande européenne en progression et stimulée par une météo peu favorable à la consommation d'autres fruits au printemps et à une offre de banane assez modérée suite à des problèmes climatiques dans les zones de production. En fin d'année 2015, l'offre mondiale devrait encore être contenue, le Niño ayant déjà causé des dégâts dans les zones bananières du Costa Rica (inondations en juin-juillet 2015) et aux Philippines (forte sécheresse). En 2015, les prix resteront inchangés, car les contrats ont été fixés en début d'année et pour une période d'un an en Allemagne. Sur les marchés non contractualisés, l'évolution des prix sera influencée par le manque de fruits.

5. Marchés

5.1. Structure du marché

5.1.a. Structures de production

Trois types d'organisation coexistent dans les pays producteurs. La structure **monopolistique**, où l'État contrôle le secteur productif, comme au Surinam jusqu'en 2006, est de plus en plus rare.

La structure **oligopolistique** est formée de quelques grandes unités de production qui représentent une majorité, voire la totalité des capacités de production et d'exportation, comme au Cameroun ou en Côte d'Ivoire.

Enfin, on trouve aussi une structure **fragmentée**, formée de centaines, voire de milliers de petits et moyens producteurs. Elle se décline en deux versions:

- les producteurs passent par un interlocuteur unique pour l'ensemble des opérations de conditionnement, d'exportation, etc.;
- les petits et grands producteurs évoluent dans un milieu concurrentiel. C'est le schéma le plus répandu, notamment en Équateur, en Colombie et au Costa Rica.

Selon le type d'organisation productive, les structures d'exportation diffèrent. Le nombre d'opérateurs impliqués dans l'exportation varie d'une firme à des centaines (Équateur), même si, dans la plupart des cas, quelques sociétés concentrent la majorité des flux d'exportation.

²⁷ LOEILLET D. (2015e). « Prix de détail: positionnement « prix bas » », *Fruitrop*, 229: 66.

5.1.b. La concentration industrielle

Une des caractéristiques majeures du secteur est la présence de grandes sociétés (Dole, Chiquita, Fyffes, Del Monte, Compagnie fruitière, etc.) qui structurent fortement l'offre sur le marché mondial et sont présentes sur quasiment tous les maillons de la filière: production, transport maritime, importation, mûrissage et distribution auprès des centrales d'achats internationales. Elles peuvent posséder leurs propres unités de production et compléter leur offre avec du rachat local ou dans les pays voisins. Ces dernières années, la tendance est au désinvestissement de la production: certaines firmes seraient revenues plutôt sur des contrats avec des producteurs ou associations de producteurs afin de sécuriser leur approvisionnement. Plus rares sont les sociétés qui conservent une base productive forte au Sud.

5.1.c. L'intégration de l'aval

Les importateurs, indépendants ou intégrés dans les grands groupes, ont des filiales de mûrissage intégrées et/ou des mûrisseries liées par des contrats de prestation de service. Ils peuvent également disposer de contrats d'approvisionnement avec les GMS. Dans ce contexte, le mûrissage n'est qu'une étape de la chaîne d'approvisionnement intégrée.

Du côté de la distribution, en revanche, les grandes enseignes n'ont intégré l'amont que dans de très rares cas (groupe Intermarché en France, Magnit en Russie). Les contrats avec les fournisseurs sont, par conséquent, privilégiés.

5.2. Standards publics / privés

5.2.a. Standards publics

Le règlement d'exécution UE n°1333/2011 de la Commission européenne du 19 décembre 2011 établit des normes de commercialisation pour les bananes: la qualité (caractéristiques minimales, classification selon catégories), le calibrage (longueur et grade minimum), les tolérances qualitatives, la présentation (homogénéité, conditionnement, présentation), le marquage (identification du produit, nature, origine, caractéristiques commerciales, marque). Il fixe les dispositions relatives au contrôle du respect de ces normes et des exigences relatives aux communications dans le secteur de la banane. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:02011R1333-20130701&qid=1435062247440&from=FR>

Le règlement (CE) n°396/2005 du Parlement européen et du Conseil du 23 février 2005 concerne les limites maximales applicables aux résidus de pesticides présents dans ou sur les denrées alimentaires et les aliments pour animaux d'origine végétale et animale.

En ce qui concerne la banane biologique, le règlement (CE) n°834/2007 précise l'ensemble des règles à suivre pour la production, la transformation, la distribution, l'importation, le contrôle et l'étiquetage des produits biologiques. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2007.189.01.0001.01.ENG

Ainsi, la réglementation européenne et les différents arrêtés nationaux définissent des standards minimaux de qualité, de traçabilité et phytosanitaires.

5.2.b. Les standards privés

Les normes privées continuent de se développer, avec leurs cahiers des charges spécifiques visant un produit ou un processus et, parfois, le processus de commercialisation comme dans le commerce équitable. Ces standards peuvent être classés en questions environnementales (conservation des sols, protection de l'eau, usage de pesticides ou gestion des déchets), en questions sociales (droit des travailleurs, hygiène au travail et sécurité) ou d'autres questions comme l'innocuité des aliments.

GLOBALG.A.P.²⁸

Il s'agit d'un guide de bonnes pratiques agricoles et de sécurité des travailleurs, devenu la certification de base pour entrer sur le marché européen. C'est un organisme du secteur privé qui définit des référentiels sur la base du volontariat pour la certification des produits agricoles (y compris l'aquaculture) au niveau mondial. Ces référentiels sont principalement conçus pour rassurer les consommateurs sur la manière dont les produits alimentaires sont produits sur l'exploitation, en réduisant au minimum les impacts nocifs des activités agricoles sur l'environnement, en diminuant l'utilisation des intrants chimiques et en garantissant une approche responsable de la santé et de la sécurité des travailleurs (GRASP), ainsi que du bien-être des animaux (GLOBALG.A.P. Animal Welfare).

Rainforest Alliance²⁹

C'est une certification environnementale. Les entreprises qui respectent scrupuleusement les normes de développement durable peuvent utiliser l'une des marques déposées de Rainforest Alliance pour que leurs produits et services se démarquent sur le marché. C'est le cas des exploitations agricoles qui respectent les critères du Réseau pour une Agriculture Durable, des exploitations forestières qui respectent les normes rigoureuses du Conseil de Gestion Forestière (FSC) et des entreprises touristiques qui démontrent leurs avancées pour réduire leur empreinte environnementale

²⁸ GlobalGAP: www.globalgap.org

²⁹ Rainforest Alliance: www.rainforest-alliance.org

et pour soutenir les travailleurs, les cultures locales et les communautés voisines.

Certains cahiers des charges de la GMS

Tesco Nurture (ex-Tesco Nature's Choice) est un code de bonnes pratiques agricoles axées sur la conservation de la biodiversité et sur la conservation et la gestion environnementale de l'exploitation agricole. Proche du code GLOBALG.A.P., il a été développé par le distributeur britannique Tesco et l'ADAS (Agricultural Development Advisory Service). Ses exigences sont parfois supérieures aux exigences légales. Il concerne tous les producteurs fournisseurs de Tesco en fruits frais, légumes, salades et autres produits de l'horticulture et peut être combiné avec les certifications GLOBALG.A.P., BRC ou IFS.

Les éco-labels

L'étiquetage de l'empreinte carbone, qui mesure les émissions de CO₂, ou du «water footprint» s'est développé dans les filières agroalimentaires. Depuis les années 90, l'analyse du cycle de vie (ACV) cherche à inclure d'autres facteurs comme l'épuisement des ressources, les pollutions de l'air, de l'eau, des sols, et les atteintes à la biodiversité, afin de ne pas avoir des référentiels partiels. On parle alors d'affichage environnemental. Toutefois, il n'existe pas de labels globaux qui incluraient tous ces facteurs. La tendance de long terme est à l'augmentation des requis en intégrant d'autres facteurs composant la durabilité, comme les facteurs économiques et sociaux.

Le label Fairtrade

La certification Fairtrade certifie le processus de commercialisation de la banane. Elle est parfois associée au label bio (cahier des charges bio) (cf. F-iii).

5.3. Les contrats

En Amérique du Nord, 90 % des bananes sont sous contrat annuel, avec un prix fixe de base par colis. Ils incluent des surtaxes variables basées sur les indices de carburant, destinées à compenser les changements des coûts de transport et autres.

Sur les marchés européens et méditerranéens, les clients (détaillants, mûrisseurs et grossistes) ont recours à des arrangements annuels ou multi-annuels avec des prix flexibles, fonction des conditions du marché. Les bananes sont vendues sur une cotation hebdomadaire non officielle des prix, qui varie fréquemment selon l'offre, les tendances saisonnières de consommation, le coût du transport, le taux de change et d'autres facteurs. Toutefois, certains opérateurs européens commencent à se fournir en bananes sous contrat à prix fixe par colis,

qui incluent généralement des prix qui sont plus élevés au premier semestre et plus bas au second, en relation avec les tendances saisonnières d'offre et de demande. C'est le cas en Allemagne et au Royaume-Uni où les contrats avec la distribution sont signés sur de longs termes.

5.4. Les marchés de niche

5.4.a. La banane biologique

Depuis les années 60, des fruits et légumes issus de l'agriculture biologique sont disponibles sur le marché. La banane bio est apparue plus tardivement, avec la naissance du label AB en 1985 en France et avec le premier règlement européen en 1991. Elle concernait exclusivement un marché de niche, haut de gamme et était distribuée dans le réseau des magasins spécialisés.

Pour répondre à la demande grandissante, la grande distribution a investi ce segment de marché vers la fin des années 90 et les importateurs traditionnels de la banane conventionnelle se sont engagés dans le secteur pour pouvoir l'approvisionner. En phase avec le développement global des produits biologiques, les importations et les ventes de banane biologique se sont accélérées à partir des années 2005-2008, avec l'arrivée de nouveaux importateurs qui en ont fait une référence systématique de la GMS. Ainsi, ce n'est plus vraiment un marché de niche de nos jours. En 2010, on l'estimait à 280 000 tonnes en Europe, soit les trois quarts des exportations mondiales de banane bio. Sa croissance s'est poursuivie, même s'il n'y a pas de données précises disponibles (pas de distinction douanière entre bananes bio et conventionnelles). En France, par exemple, il représentait 10 % des ventes en volume en 2012³⁰.

La tendance est également à la double certification. En France, des distributeurs comme Carrefour ont choisi de convertir leurs bananes bio en bio-équitable, un mouvement déjà engagé de longue date par Monoprix et quatre autres enseignes généralistes (dont Leclerc et Casino). La croissance de ce segment devrait se poursuivre en 2015, puisque Intermarché a décidé à son tour de passer au bio Fairtrade. (cf. F-iii).

5.4.b. Autres marchés de niche

Il existe une petite segmentation, concernant des volumes très faibles, autour des petites bananes comme la freysinette ou des bananes dessert vertes consommées cuites par les populations ethniques.

³⁰ CTIFL (2013). Distribution des fruits et légumes bio: perception et attentes de la distribution achat des ménages 2005-2012, Edition CTIFL, France. http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/sommaire_etude/DistributionF&LBio2013.pdf

6. Le commerce régional / international

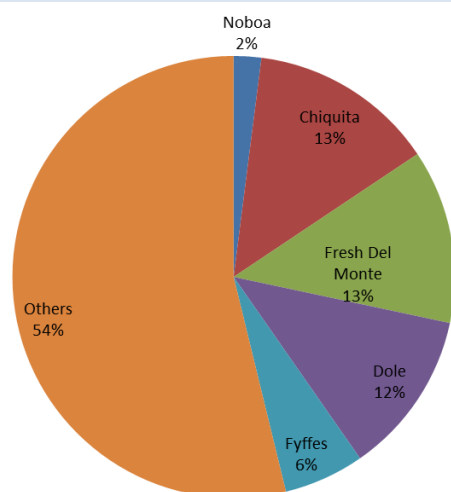
Tableau 5. Top 10 des exportateurs et des importateurs (pays), tonnes

Exportateurs mondiaux de banane dessert en 2014		Importateurs mondiaux en 2013	
1 - Équateur	5 755 901	1 - États-Unis	4 547 932
2 - Costa Rica	2 171 384	2 - Russie	1 339 141
3 - Guatemala	1 991 682	3 - Belgique	1 219 968
4 - Colombie	1 699 666	4 - Royaume-Uni	1 006 759
5 - Philippines	1 626 225	5 - Japon	964 813
6 - Honduras	635 956	6 - Allemagne	680 733
7 - République dominicaine	423 607	7 - Italie	565 069
8 - Mexique	407 387	8 - Chine	528 122
9 - Cameroun	358 828	9 - France	558 888
10 - Côte d'Ivoire	357 243	10 - Émirats Arabes Unis	401 004

Sources: *FruiTrop, Eurostat, Trademap, Sopisco.*

Pendant des décennies, **Chiquita** a été la première grande entreprise de négoce bananier à incarner la chaîne intégrée d'approvisionnement de banane par excellence. Alors qu'elle s'est déclarée en faillite en 2002 et que son activité s'est ralentie ces 10 dernières années, elle a continué de dominer le secteur. Son chiffre d'affaires représente près de 3 milliards de dollars, dont 64 % issus de l'activité bananière³¹, et elle commercialise en moyenne 125 millions de colis de banane dans le monde³².

Estimation de la part des principaux acteurs du commerce bananier mondial, 2014



Note: Calcul réalisé par l'auteur à partir de données de Fyffes, douanes équatoriennes, estimations

³¹ CHIQUITA BRANDS Inc. (2013). Annual report 2013.

³² FYFFES (2015). Preliminary Results for year ended 31 December 2014.

http://www7.global3digital.com/fyffesplc/uploads/finreports/preliminary_results2014-presentation-pdf

Fresh Del Monte, protégée par le succès de son ananas, a su résister aux restructurations. Elle commercialise 117 millions de colis de banane dans le monde.

Avec un chiffre d'affaires très diversifié de 4.2 milliards USD (dont 3.1 milliards issus du négoce de fruits frais), **Dole** contrôle près de 110 millions de colis de banane.

Fyffes, entreprise irlandaise, importe des bananes en Europe depuis 1888. En 2014, elle a commercialisé 54 millions de colis (44 millions en Europe et 10 millions aux États-Unis par le biais de son partenaire Turbana)³³. C'est un groupe intégré qui a des contrats de long terme avec des producteurs en Amérique centrale et du Sud, qui possède des mûrisseries et qui réalise de la prestation de service dans les domaines de la mûrisserie et du transport réfrigéré.

Connu pour sa marque Bonita, sous laquelle il commercialise plusieurs fruits dont la banane, le groupe familial **Noboa** regroupe 110 sociétés et est le plus grand conglomérat en Équateur et la cinquième plus grande entreprise bananière au monde. En plus de sa production, Noboa rachète des bananes auprès de plusieurs centaines de producteurs associés. La part de l'entreprise dans les exportations totales de l'Équateur a considérablement diminué ces dernières années, en raison de problèmes légaux, et ne représente plus qu'environ 6 %.

Le reste du panorama bananier est morcelé en raison de la présence de petits acteurs à l'échelle mondiale.

6.1. Les initiatives de commerce équitable

Le commerce équitable (fairtrade) consiste en une diversité de standards établis par certaines ONG. Dans le secteur bananier, le plus répandu est celui de FLO International, ONG basée en Allemagne. Les organismes qui en sont membres (dont Max Havelaar, une branche de FLO) travaillaient à l'origine avec des petits producteurs. Afin de répondre à une demande internationale croissante de bananes certifiées, des salariés agricoles de grandes sociétés privées ont été intégrés. Certains pionniers du mouvement protestent contre cette ouverture dénonçant un revirement quasi idéologique.

La certification est donnée par un organisme indépendant, FLO-Cert (ou autre), suite au passage de ses auditeurs. Grâce à un système de prix garanti précis, le Commerce équitable cherche à donner une rémunération dite équitable au producteur ou au travailleur. Ainsi, dans le cas de la banane, ce prix est divisé en deux parties: le prix minimum du commerce

³³ FYFFES (2014). Annual report 2014,

<http://www7.global3digital.com/fyffesplc/uploads/finreports/FyffesAR2014.pdf>

équitable — qui est le prix le plus bas possible que peut payer un acheteur à des producteurs — et la prime de développement — qui est une somme payée en supplément aux producteurs, destinée à l'investissement dans leurs activités commerciales et dans leurs communautés ou pour le développement socioéconomique des travailleurs et de leurs communautés. Il existe également un différentiel biologique pour certains produits certifiés bio. Dans le cas de la banane, le prix minimum tient déjà compte de la différence entre modes de production bio et conventionnel. La liste de prix est révisée de temps à autre par FLO et est disponible sur son site internet.

L'accès à la certification Commerce équitable, comme toutes les autres certifications, a un coût, tant pour le producteur, qui doit se mettre aux normes et payer la venue d'un expert, que pour le mûrisseur, qui acquitte une redevance pour frais de promotion et de communication.

Les ventes de bananes équitables ont progressé en Europe en même temps que s'effectuait une segmentation géographique. En effet, avec 58 % des ventes, le marché anglais est le principal débouché, en particulier la grande distribution qui affiche la volonté de ne commercialiser que des bananes Commerce équitable, comme Sainsbury's et Waitrose en 2007. De même, l'enseigne CO-OP a annoncé début 2012 la reconversion de ses ventes de banane à 100 % en Commerce équitable. Une tendance qui croît, assurant une bonne image de marque aux distributeurs, mais également un engagement avec le secteur.

En France, en Allemagne et en Autriche, quasiment toutes les bananes Commerce équitable commercialisées sont également bio. En France, les volumes de bananes Commerce équitable ont approché 19 000 t en 2014, niveau en progression de près de 11 000 t par rapport à 2013 et de plus de 6 000 t par rapport au précédent record de 2009. Cette performance est liée à l'engagement de plus en plus marqué de certains distributeurs, comme Carrefour, pour la double certification bio-Commerce équitable.

Avec une croissance de 12 % par rapport à l'année 2012, on estime que 372 708 tonnes de bananes équitables auraient été commercialisées en 2013 dans le monde, dont 34 % en bio-Commerce équitable et 66 % en conventionnel³⁴.

³⁴ FAIRTRADE INTERNATIONAL (2014). Strong producers, strong future: annual report 2013-14.

http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-14_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf

6.2. Les questions commerciales (litiges; négociations, accords)

Aux États-Unis, le marché est libre, sans droits de douane. En principe, seule la réglementation sanitaire limite le nombre de fournisseurs du marché, contrairement à l'Europe où le système de régulation des importations a beaucoup évolué ces 25 dernières années.

6.2.a. Historique de l'OCM et sa disparition

Le commerce de la banane a été fortement affecté par l'évolution de la réglementation et des politiques européennes. En 1993, l'Union européenne s'est dotée d'une organisation de gestion commune, l'OCMB (Organisation Commune du Marché de la Banane), qui limitait les importations de bananes *dollar*³⁵ et ACP afin de protéger les productions européennes et de garantir un équilibre entre les différentes origines. L'OCMB était fondée sur deux principes: le contingentement des importations et le soutien aux revenus des producteurs européens. Ainsi, les bananes communautaires disposaient d'un libre accès au marché européen, tandis que les bananes dollar étaient soumises à un contingentement tarifaire. En raison de relations historiques, les bananes des pays ACP bénéficiaient d'un contingentement à droit nul.

Dès sa mise en place en 1993, l'OCMB a provoqué des tensions au sein de l'UE, opposant l'Allemagne et les pays d'Europe du Nord, consommateurs de bananes dollar, et les pays producteurs tels que la France, l'Espagne, le Portugal et la Grèce. En effet, ces quatre derniers pays ont des zones de production ultrapériphériques telles que la Martinique et Guadeloupe (France), les Canaries (Espagne), Madère (Portugal) et Crète et Laconie (Grèce).

Après de nombreuses tentatives pour accorder la réglementation européenne aux règles de l'OMC, les parties intéressées se sont entendues pour réformer l'OCMB. Le système a pris alors, en 2006, la forme d'une gestion uniquement tarifaire, sans restriction quantitative pour la banane dollar, et d'un accès illimité sans droit de douane pour les fournisseurs ACP. Le droit de douane initialement fixé pour les bananes dollar était de 176 USD/tonne. En 2009, sa baisse programmée a été entamée pour passer à 148 USD/tonne, avec comme objectif d'atteindre 75 USD/tonne à l'horizon 2020. Quant aux producteurs européens, ils bénéficiaient d'aides financières à la production et à l'investissement dans le cadre de l'amélioration de la compétitivité économique et

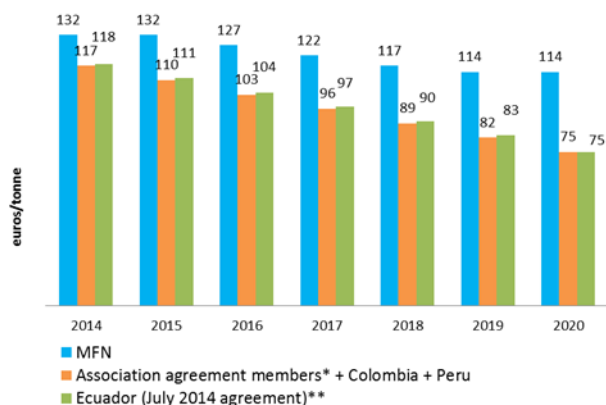
³⁵ La banane dollar est un terme désignant les bananes en provenance de « pays tiers non-ACP » d'Amérique centrale, du Sud et des Caraïbes, où l'économie des pays est souvent dollarisée

technique des filières agricoles (POSEI). Les fournisseurs ACP bénéficiaient eux d'un plan de 190 millions d'euros sous la forme de Mesures d'accompagnement de leur secteur (MAB).

6.2.b. Négociations pour les droits de douane européens avec les accords bilatéraux

La signature d'accords bilatéraux en 2012 entre l'UE et huit fournisseurs de banane dollar a permis d'accélérer le processus de baisse du droit de douane: il est passé à 117 USD/tonne pour le Costa Rica, le Panama, le Honduras, le Guatemala, le Nicaragua, El Salvador, la Colombie et le Pérou, alors que les fournisseurs non signataires restaient à 132 USD/tonne. En 2014, l'Équateur signait un accord avec l'UE lui permettant de rejoindre le mouvement de baisse. Le processus de ratification devrait aboutir courant 2016.

Banane dans l'UE - Droits de douane pour pays tiers hors ACP



*Costa Rica, Panama, Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador

**Until the ratification procedure is completed, Ecuador stays at 132 euros/tonne.

Source: Cirad, *Fruitrop*

6.2.c. Les aides à la production

Les Mesures d'Accompagnement Banane sont des fonds européens dont l'objectif est de permettre à 10 pays ACP (Cameroun, Côte d'Ivoire, Belize, Ste Lucie, Jamaïque, Dominique, St Vincent, Surinam, République dominicaine, Ghana) de disposer de 190 millions d'euros pour améliorer la compétitivité de la filière banane, les conditions de travail des ouvriers ainsi que les impacts sur l'environnement. Les actions sont très diverses et concernent le crédit, le logement, la compétitivité, la formation, l'émergence de nouveaux producteurs, la relance du secteur, etc.³⁶

Tableau 6. Exportations ACP vers l'UE et MAB – allocation indicative par pays

	Moyenne des exportations ACP vers l'UE, de 2009 à 2012, tonnes	%	MAB – allocation indicative par pays, millions d'euros	%
Cameroun	230 695	23	48.29	26
Côte d'Ivoire	231 133	23	44.75	24
Belize	83 076	8	22.80	12
Ste Lucie	13 819	1	10.35	5
Jamaïque	0	0	4.73	3
Dominique	3 353	0	15.27	8
St Vincent	1 842	0	9.93	5
Surinam	72 158	7	9.30	5
Rép. dominicaine	308 354	31	16.34	9
Ghana	50 068	5	7.24	4
Total	994 862	100	189	100

Sources: Eurostat, ACP secretariat, dans *Fruitrop* n°210, avril 2013, p.42

Le POSEI, Programme d'Options Spécifiques à l'Éloignement et l'Insularité, vise au soutien des zones européennes ultrapériphériques dans le secteur agricole (France: Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion, Saint Barthélemy et Saint Martin; Portugal: les Açores et Madère; Espagne: les îles Canaries), en fournissant une enveloppe annuelle et une aide technique à la production³⁷. Concernant la banane, il permet de compenser le manque de compétitivité de ces origines face aux origines dollar.

7. Liens utiles

7.1. Statistiques

Statistiques de production, FAOSTAT:

<http://faostat3.fao.org/>

Statistiques de commerce mondial, TRADEMAP:

<http://www.trademap.org/>

Statistiques de production des Philippines:

<http://countrystat.bas.gov.ph/>

Douanes de l'Équateur:

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp

Douanes du Guatemala: <http://www.banquat.gob.gt/>

Douanes du Costa Rica: <http://servicios.procomer.go.cr/>

Douanes européennes, EUROSTAT:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/>

³⁶ LOEILLET D. (2013). « Mesures d'accompagnement banane: enfin! », *Fruitrop*, 210: 42.

³⁷ Office de développement de l'économie agricole d'outre-mer (ODEADOM): www.odeadom.fr

7.2. Les organisations et associations internationales

Association d'exportateurs de banane d'Équateur (AEBE): www.aebe.com.ec

Association d'exportateurs du Costa Rica – Corbana: www.corbana.co.cr

Association Interprofessionnelle de la Banane (AIB): www.labananechange.fr

Banana Link: <http://www.bananalink.org.uk>

Bioversity International: <http://www.bioversityinternational.org/>

Centre International en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD): www.cirad.fr

Centro Internacional para la Investigacion del fenomeno del Niño (CIIFEN): <http://www.ciifen.org/>

Fairtrade international (FLO): www.fairtrade.net

FAO: www.fao.org

FruiTrop Magazine: www.fruitrop.com

GlobalGAP: www.globalgap.org

National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA): www.noaa.gov

Office de développement de l'économie agricole d'outre-mer (ODEADOM): www.odeadom.fr

Promusa: <http://www.promusa.org/>

Rainforest Alliance: www.rainforest-alliance.org

Réglementation européenne: <http://eux-lex.europa.eu>

Unité de Recherche GECO du CIRAD: http://www.cirad.fr/ur/systemes_bananes_ananas

World Banana Forum (WBF): <http://www.fao.org/economic/worldbananforum/wbf-aboutus/en/#.VafNwaTtlBc>

7.3. Dernières nouvelles

Rachat de Chiquita par Cutrale-Safra

La fusion Chiquita-Fyffes, qui devait donner naissance au numéro 1 de la banane, a été contrecarrée par une contre-offre brésilienne de Safra Group (société d'investissement) et de Grupo Cutrale (spécialiste du jus d'orange) d'environ 1.3 milliard de dollars, acceptée fin 2014 par l'entreprise américaine qui devient ainsi une filiale à part entière de Cutrale-Safra.

Diverses sources

Le retour du Niño

Le développement du Niño, annoncé par le bureau australien de météorologie, est confirmé, marquant son premier retour depuis 2010. Il pourrait être aussi intense qu'en 1997-1998, le plus fort jamais enregistré, et se prolonger jusqu'au début 2016. Les premiers effets se font déjà sentir: sécheresse en Colombie, en République dominicaine et aux Philippines, inondations très importantes au Costa Rica début juillet 2015 affectant des zones de production de banane. Les prévisions dynamiques et statistiques pour juillet-août-septembre prévoient un déficit de pluies dans la région nord-est de l'Amérique du Sud, en Amérique centrale, sur la côte caribéenne de Colombie et à l'extrémité est du Brésil, dans le sud de l'Équateur et dans le nord et nord-est du Pérou.

Sources: *Reefer Trends*, CIIFEN

Exportations de banane d'Équateur vers la Chine toujours en progression

À partir de juillet 2014, la Chine a fortement augmenté ses importations en provenance d'Équateur, suite à une baisse drastique de sa production de banane et de celle de son principal fournisseur, les Philippines. Début 2015, Procuador a lancé une campagne de promotion avec l'importateur chinois Goodfarmer afin de consolider les parts de marché de l'Équateur. Les résultats semblent encourageants: les volumes d'Équateur importés par la Chine au 1^{er} semestre 2015 auraient dépassé de 20 % le niveau record du second semestre 2014, soit presque 30 000 tonnes de plus.

Source: *FruiTrop*

7.4. Partenaires

Centre International en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD): www.cirad.fr

FruiTrop Magazine: www.fruitrop.com

Sopisco News: www.sopiscoNews.com

Reefer Trends: www.reefertrends.com