

Le marché international de la banane, étude géographique d'un "Système commercial"

J.-C. MAILLARD

LE COMMERCE INTERNATIONAL DE LA BANANE.
ETUDE GEOGRAPHIQUE D'UN «SYSTEME COMMERCIAL».

J.-C. MAILLARD.

Fruits, Sep. 1985, vol. 40, n° 9, p. 517-541.

RESUME - Dans cette douzième livraison, l'auteur fait le point des facteurs stimulants et des principaux freins au développement de la demande. Il aborde ensuite l'examen des grandes zones de consommation à la surface du Globe.

Livre troisième: LE COMMERCE DE LA BANANE

Conditions économiques et structurelles de la distribution lointaine du produit

Depuis un siècle au moins que le fruit fait l'objet d'expéditions massives, les pays tropicaux producteurs de bananes n'ont cessé de trouver aux latitudes tempérées un débouché de plus en plus vaste à mesure que le développement économique et la libération des échanges élargissaient le nombre de leurs consommateurs. Ainsi les importations mondiales qui, en 1950, n'étaient encore que de 2,3 millions de tonnes, dépassent les 3 millions en 1956, les 4 millions en 1961 puis en 1963, les 5 millions en 1966, mais les 6 millions ne seront ensuite durablement franchis qu'en 1977 et on ne parvenait encore en 1980-1981 qu'à approcher les 7 millions de tonnes. C'est dire qu'après l'euphorie des vingt années qui suivent immédiatement la dernière guerre, la demande mondiale s'est singulièrement ralentie et que l'horizon apparaît pour le moment passablement incertain vu les désordres de l'économie mondiale, la stabilisation de la consommation sur les principaux marchés et l'ouverture encore insuffisante des pays de l'Est européen à ce trafic.

Pourtant le commerce de la banane n'a rien perdu de son attrait. Non seulement en effet la fin des années 1960 voit presque simultanément les principales firmes internationales qui se sont illustrées en ce domaine s'intégrer à des groupes agro-alimentaires plus puissants, mais encore on assiste dans les dix années qui suivent à une patiente reconquête du marché, partout où ces mêmes entreprises en difficulté ont dû se résigner à abandonner une partie de la place au dynamisme de quelques «outsiders». Ainsi peu d'années auront été nécessaires pour que United Brands, Castle and Cooke et Del Monte prennent ensemble le

contrôle du marché japonais, et il n'aura pas fallu beaucoup plus d'une décennie pour que ces mêmes sociétés, plus Noboa, dominent les foyers de consommation belge-néerlandais, allemand ou italien. Car après les Etats-Unis, c'est la Communauté Economique Européenne et le Japon qui constituent les pôles de plus forte demande.

Si une demi-douzaine de pays, tous américains, réalisent 2/3 des exportations mondiales (4,71 millions de tonnes en 1980 sur 6,9, 67,7 p. 100), il est en effet remarquable de constater que ces trois grands domaines de consommation réceptionnent ensemble également à même date une part sensiblement égale des importations bananières : 4,75 millions de tonnes, 69,7 p. 100 du total débarqué. Sans doute 11 états se trouvent-ils dans ce cas concernés, mais si l'on fait abstraction parmi eux des plus modestes consommateurs tels le Danemark (28.000 tonnes en 1980), l'Irlande (24.000), la Grèce (20.000) ou le Luxembourg, on peut encore noter que 6 états seulement absorbent en fait un peu plus de 65 p. 100 des importations totales. C'est dire le petit nombre des territoires qui se partagent l'essentiel du marché mondial et la simplicité de sa géographie avec d'une part 6 gros fournisseurs américains bien groupés dans le triangle Puerto-Barrios-Santa-Marta-Puerto-Bolivar, et de l'autre 6 gros consommateurs répartis aux latitudes tempérées de l'hémisphère Nord en trois masses inégales : les USA (2,1 millions de tonnes en 1980), la CEE (1,9 dont 85 p. 100 à mettre au compte des quatre principaux partenaires : RFA, France, Royaume-Uni et Italie) et le Japon (0,7) en très sensible retrait par rapport à ses meilleurs résultats (tableau 61).

Car à l'encontre de ce que l'on constate pour les Etats-Unis où la consommation progresse à peu près régulièrement depuis le milieu des années 50 (plus 37,2 p. 100 entre 1955 à 1980 soit un gain d'environ 580.000 tonnes), le marché japonais comme d'ailleurs celui de la CEE enregistre depuis le début des années 1970 un sérieux ralentissement d'activité. Ainsi de 1972 à 1980 l'archipel nippon a réduit ses importations de presque 340.000 tonnes (moins 31,7 p. 100), tandis que de 1973 à 1980, le trafic bananier de la CEE élargie à 9 se trouvait également amputé de 256.000 tonnes environ (moins 12 p. 100). Il en résulte qu'après avoir été dans l'immédiat après-guerre les principaux responsables de la forte progression des échanges internationaux, l'Europe de l'Ouest puis le Japon montrent un moindre dynamisme qui rend plus sensible, par contraste, le redressement de la part des Etats-Unis et du Canada dans les importations mondiales après le «creux» de 1972 (figure 43). Ainsi retrouve-t-on, toutes proportions gardées, dans la Géographie de la consommation de la banane, une certaine hésitation des flux commerciaux entre l'Amérique du Nord, exutoire traditionnel de la production antillaise et centre ou sud-américaine, et l'Europe ou l'Asie plus tard venues et d'ailleurs approvisionnées pour tout ou partie par la concurrence africaine ou asiatique.

On aura garde cependant de ne pas accorder trop d'importance à ces mouvements de redistribution peut-être accidentels et qui n'altèrent pas en fait sérieusement la parfaite stabilité géographique de la demande que révèlent

les statistiques. Car il est certain que les progrès de la consommation individuelle en direction du seuil des 10 kg (par tête et par an) qui marque apparemment la saturation du marché ou les fluctuations de celle-ci en-deçà de ce chiffre fatidique, ont au total plus d'importance que la hiérarchie des divers grands pôles commerciaux entre lesquels les principales sociétés bananières distribuent leur activité. C'est pourquoi avant d'aborder l'étude de ces puissants organismes sur qui repose encore tout le soin de la régulation des échanges et d'évoquer les conditions dans lesquelles ils réalisent leur finalité économique, il nous faut préalablement nous attarder quelque peu sur les comportements du consommateur qui déterminent à chaque instant le niveau de la demande et assurent le fonctionnement harmonieux de la lourde machine grâce à laquelle le fruit peut lui être en permanence proposé aux prix les plus raisonnables.

Perpétuellement réalimenté par le mouvement continu des navires, maintenu en quelque sorte «en charge» par une planification soignée des arrivages, le système de distribution de la banane ne peut en effet tolérer la moindre perturbation accidentelle sans risques de pertes éventuellement graves. Mais on a malgré tout une suffisante expérience maintenant des réactions de la clientèle pour que l'on puisse au moins prévenir toute une série de risques bien connus, comme la chute estivale de la demande ou les ralentissements d'activité imputables à l'arrivée prévisible des fruits concurrents. Pourtant il est malgré tout à peu

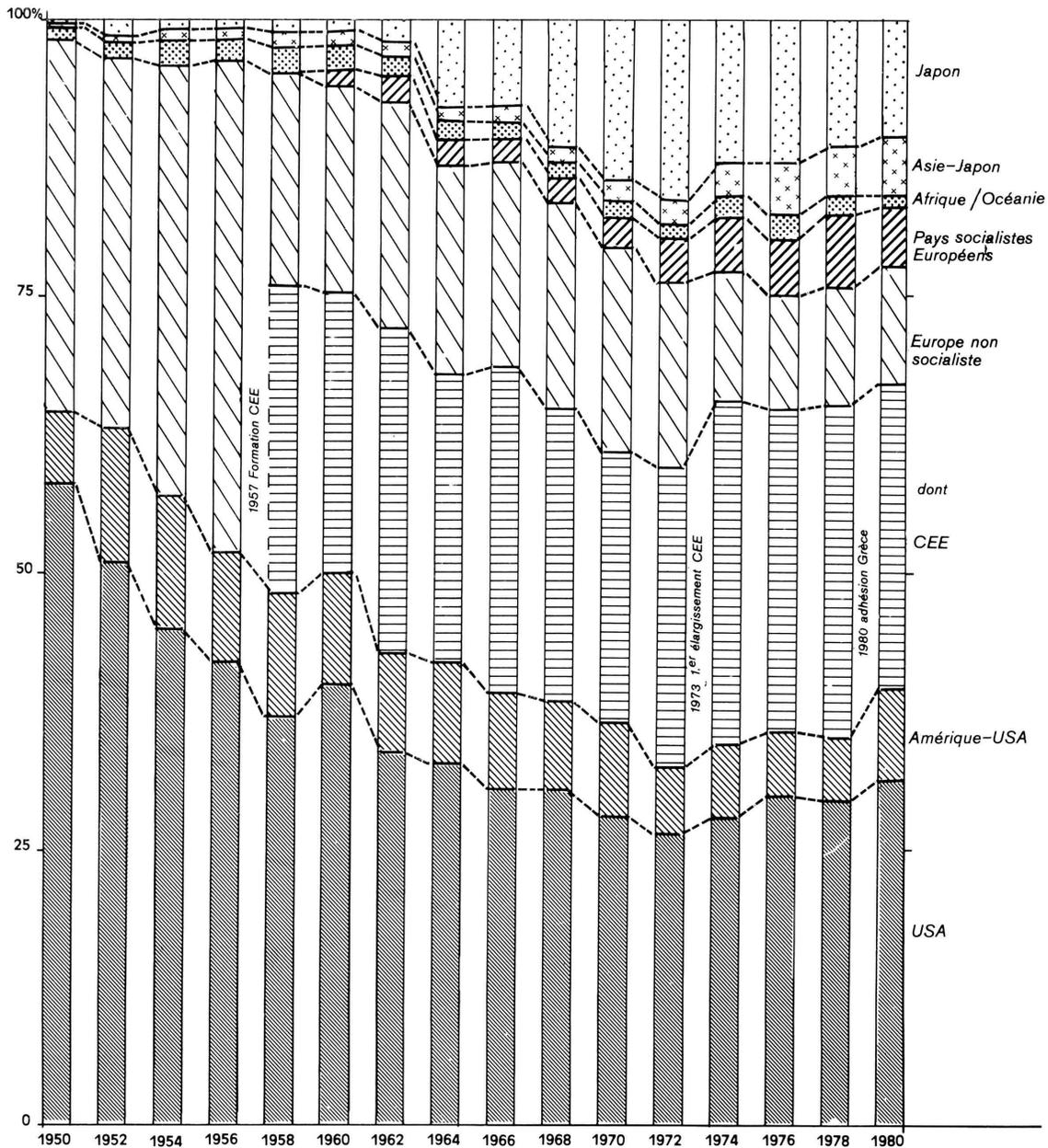
TABLEAU 61 - Evolution des importations mondiales (1950-1978).

millions de tonnes	1950	1954	1958	1962	1966	1970	1974	1978	1982
Total mondial	2.32	2.88	3.42	3.93	5.30	5.73	6.42	6.99	6.79
Amérique du Nord/ Amérique moyenne dont USA	1.41	1.40	1.39	1.45	1.80	1.82	2.02	2.28	2.59
Canada	0.06	0.10	0.12	0.13	0.17	0.20	0.22	0.24	0.27
Amérique du Sud	0.20	0.24	0.27	0.23	0.25	0.28	0.19	0.18	0.28
Europe de l'Ouest dont CEE à 6 G.B./Irlande/ Danemark Grèce	0.67 0.36	1.13 0.57	1.61 0.95	2.00 1.14	2.58 1.59	2.47 1.42	2.71 1.59	2.82 1.68	2.56
Europe socialiste et URSS	-	0.05	0.08	0.14	0.28	0.43	0.15
Asie dont Japon	0.01 ...	0.05 0.03	0.08 0.04	0.13 0.08	0.51 0.42	0.94 0.84	1.09 0.86	1.13 0.80	1.09 0.76
Moyen Orient	0.01	0.03	0.03	0.05	0.17	0.10	0.20 ?
Autres (Afrique/ Océanie)	0.03	0.06	0.07	0.07	0.08	0.08	0.13	0.15	0.12

* - dont Yougoslavie - néant ... quantités limitées (moins de 10.000 tonnes)

Prépondérance de l'Amérique du Nord (USA - Canada) jusque vers le milieu des années 50 ; poids du marché européen à partir de cette date et particulièrement de la CEE à 6 (jusqu'en 1972) puis à 9 (depuis le 1.1.73); depuis 1982 avantage à nouveau à l'Amérique du Nord.

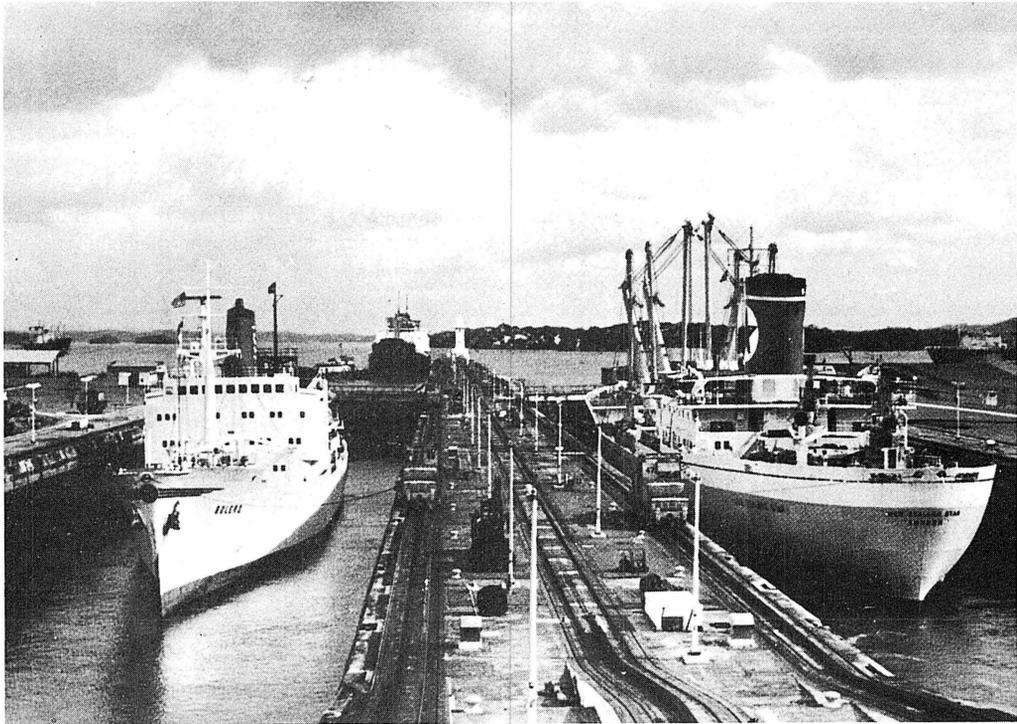
FIGURE 43 - Evolution de la part respective des diverses zones de consommation de la banane (1950-1980).



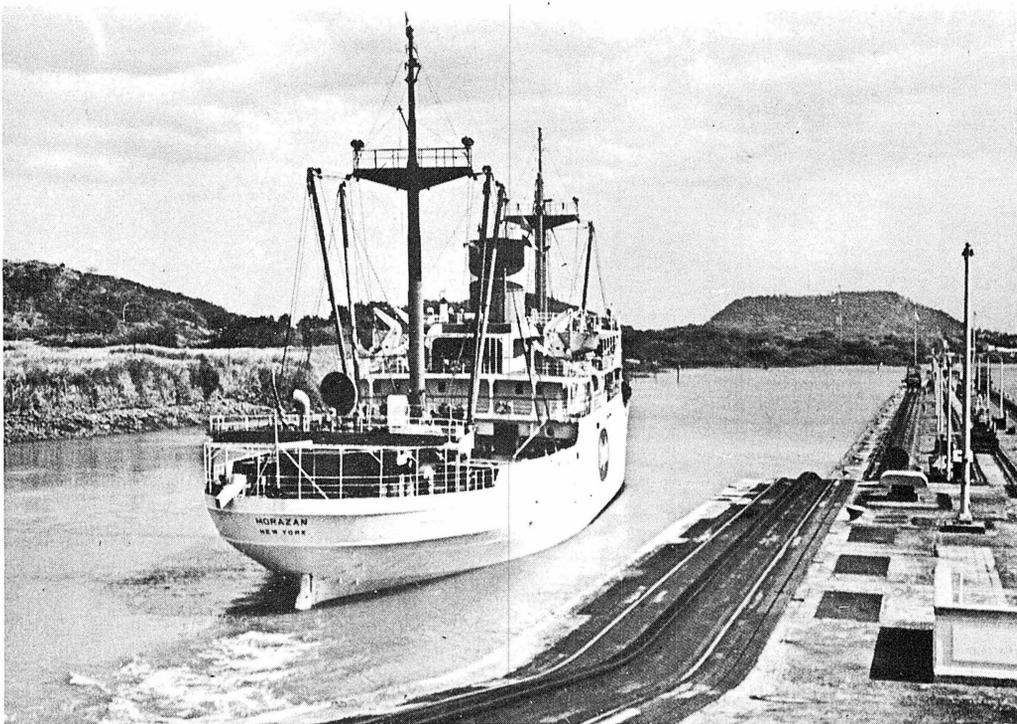
près impossible d'éviter que chaque année n'apporte son contingent de surprises soit en raison de conditions climatiques exceptionnelles, soit du fait de mouvements sociaux paralysant un temps plus ou moins long les approvisionnements ou obligeant comme dans la France de mai 1968 à mettre en place hâtivement une formule de substitution permettant de contourner l'obstacle. Ainsi quelle que soit la connaissance que l'on a du marché, ou l'efficacité des structures de distribution, l'écoulement des bananes aux stades du gros et du détail peut se révéler quelquefois

assez aléatoire. C'est pourquoi le «flair» du commerçant, son habileté à manoeuvrer dans une conjoncture délicate à se tirer éventuellement d'un mauvais pas résultant simplement d'une erreur d'appréciation personnelle, ont encore autant sinon plus d'importance que le savoir empirique ou non accumulé dans une longue pratique du marché bananier; pourquoi aussi le fils quoique bénéficiant d'une formation supérieure, sorti parfois même d'une école de commerce, se révèle souvent moins efficace que le père que n'encombraient certes pas les diplômes mais qui en

PLANCHE 21
Le trafic bananier dans le canal de Panama



Phot. 1. Bolero (de Salen) dans les écluses de Gatun [ici avec New Zeland Star (de la Blue Star Line)].



Phot. 2. Morazan (Fyffes) quittant les écluses de Miraflores.

30 à 40 ans d'une rude expérience avait su au moins développer une connaissance intuitive des hommes et des

choses qui lui avait permis de s'imposer malgré la modestie de ses origines et la médiocrité de ses débuts.

Première partie: LA DEMANDE.

Consommer des bananes est entré dans nos habitudes. C'est même à certains moments de l'année l'un des rares fruits disponibles en abondance sur nos marchés, et il nous est devenu si familier qu'il a perdu une partie de la valeur d'étrangeté à laquelle la génération des «Années folles» qui le découvrait avec un intérêt amusé, avait été au contraire particulièrement sensible. Le cinéma puis la télévision, la vogue plus récemment des voyages lointains, ont en effet contribué à affadir quelque peu son image en la banalisant. Et pourtant plus que l'orange, son principal concurrent, la banane a conservé pour nous une certaine saveur d'exotisme que la publicité a curieusement renoncé à exploiter à une époque où chacun ne songe qu'à l'occasion où il pourra s'évader vers ces rivages tropicaux idéalisés par l'imagination, magnifiés par les magazines, où le bananier est justement autochtone. Mais c'est là probablement la rançon du succès : la plante fait encore rêver dans son cadre naturel ; le fruit lui est devenu entre temps produit de consommation courante.

Il est vrai que les méthodes actuelles de présentation de la banane à la vente dans son emballage de carton, accrochée à son présentoir métallique arrivant directement de chez le mûrisseur ou, mépris suprême, en amoncellement informe sur quelque coin de «gondole» de supermarché, image de braderie plus que d'abondance, ont nettement moins de pouvoir d'évocation pour le chaland que le régime traditionnel accroché par le petit bout de la hampe dans un recoin de l'épicerie traditionnelle d'où le commerçant détachait lui-même les fruits à la demande. Si l'on ne peut certes pas regretter raisonnablement ce pittoresque d'un autre âge, on reconnaîtra au moins qu'il avait l'intérêt d'individualiser constamment le produit parmi ses principaux concurrents et donc d'éveiller d'une certaine façon l'intérêt du consommateur, alors que les pratiques nouvelles de prédécoupage et de préemballage des fruits ne lui permettent plus de se différencier véritablement de ses rivaux directs, la pomme et l'orange, en face desquels il n'a même pas l'avantage de prix plus avantageux.

De toutes façons, c'est une vérité d'expérience qu'après une phase historique d'expansion plus ou moins brillante selon l'efficacité du système de distribution, la demande de banane tend normalement à se ralentir puis tôt ou tard à se stabiliser quand ne s'amorce pas un repli sensible imputable à des causes aussi variées que la désaffection de la clientèle, l'insuffisance circonstancielle des approvisionnements ou peut-être même le moindre dynamisme des entreprises commerciales maîtresses du marché. Or ce qui auparavant était de peu de conséquences pour les échanges internationaux, vu l'apparition constamment dans le Mon-

de de nouveaux foyers de consommation relayant opportunément les plus anciens à peu près saturés, est aujourd'hui une source de préoccupations du fait de l'impossibilité dans laquelle sont les grandes sociétés bananières de s'ouvrir par leurs seules forces un accès plus large aux derniers secteurs du Monde développé où elles pourraient encore espérer étendre leur commerce. C'est pourquoi les pays producteurs conscients maintenant de leur rôle dans la prospection de ces nouveaux débouchés attachent tant d'importance à tout ce qui leur paraît de nature à freiner ou paralyser ici et là la diffusion de leurs fruits. C'est l'objet essentiel depuis quinze ans d'une négociation internationale difficile.

CHAPITRE I

LA DYNAMIQUE DE LA CONSOMMATION

Un certain nombre de facteurs ont contribué dans le passé au succès de ce fruit, ne serait-ce que la valeur nutritive de la banane associée à des prix raisonnables vu les servitudes imposées par la commercialisation lointaine du produit. Mais ce qui paraissait jadis un argument publicitaire exceptionnellement favorable («une banane = un bifteck»), malgré la vulgarité de la formulation, semble maintenant que la diététique prétend rationaliser nos comportements alimentaires, un élément fâcheusement dissuasif. On saisit par cet exemple la relativité de nos attitudes en matière de consommation puisque le même slogan qui, il y a vingt ou trente ans encore, était jugé de nature à décider le client à l'achat, est devenu aujourd'hui où la chose est admise à force de persuasion, le type même de l'idée reçue qu'il importe d'éradiquer de nos consciences civilisées. A une époque où sveltesse, jeunesse et dynamisme sont presque synonymes, où l'homme politique lui-même surveille sa silhouette afin de ne pas décourager l'électeur des jeunes générations, il est évidemment essentiel d'oublier que la banane est avant tout nourrissante pour insister au contraire sur sa richesse en vitamines, l'équilibre de ses composants, la commodité de son emploi, et tenter ainsi de corriger une image de marque traditionnelle plutôt défavorable. Plus que l'orange ou la pomme, la banane a en effet pâti de sa réussite passée. Fort heureusement cependant, elle a su trouver l'occasion dans la mutation récente de ses techniques commerciales d'un renouvellement inespéré. Pour certains marchés, c'est même avec le changement de la variété commercialisée un produit «différent» que l'on propose maintenant au consommateur.

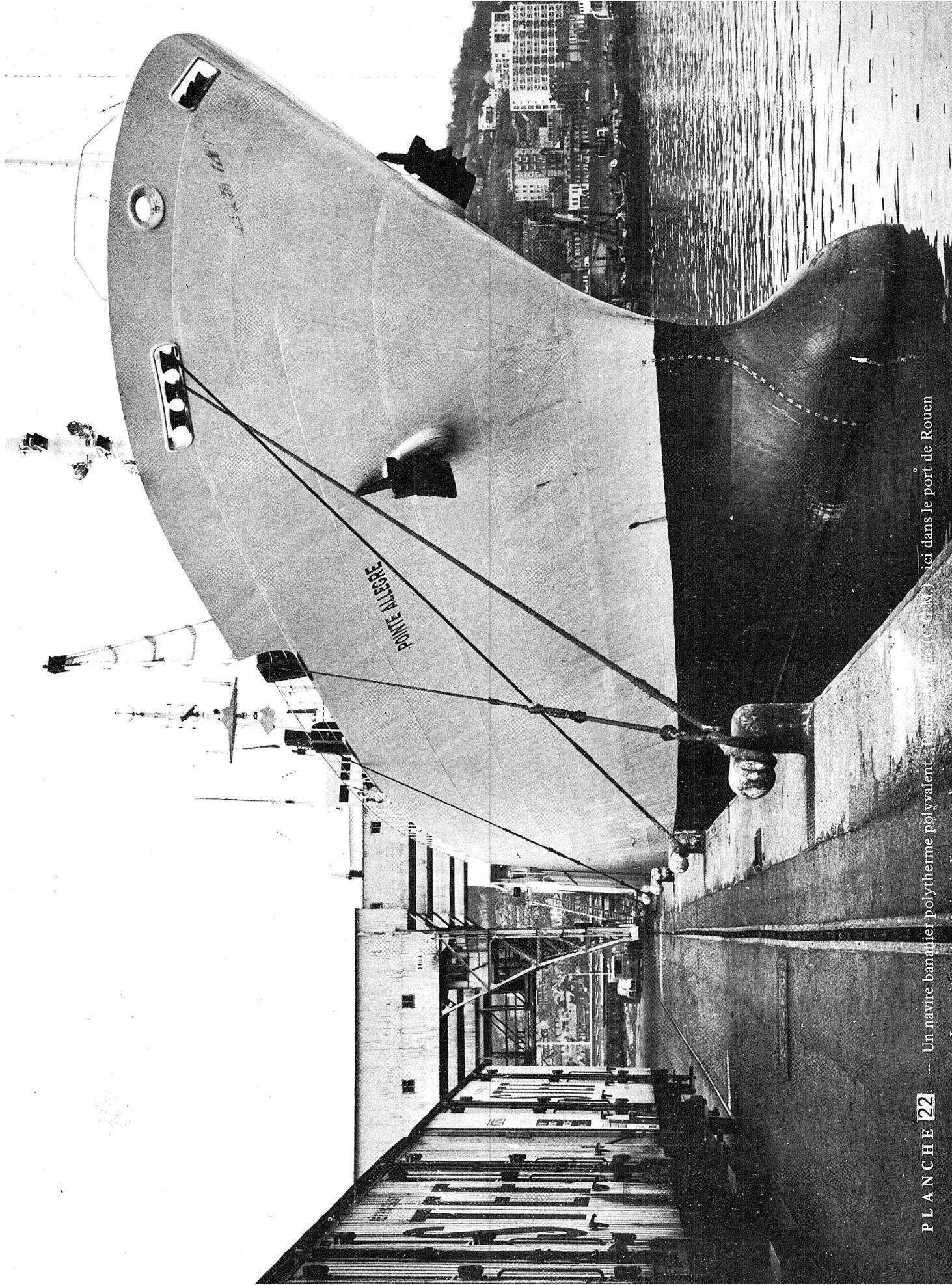
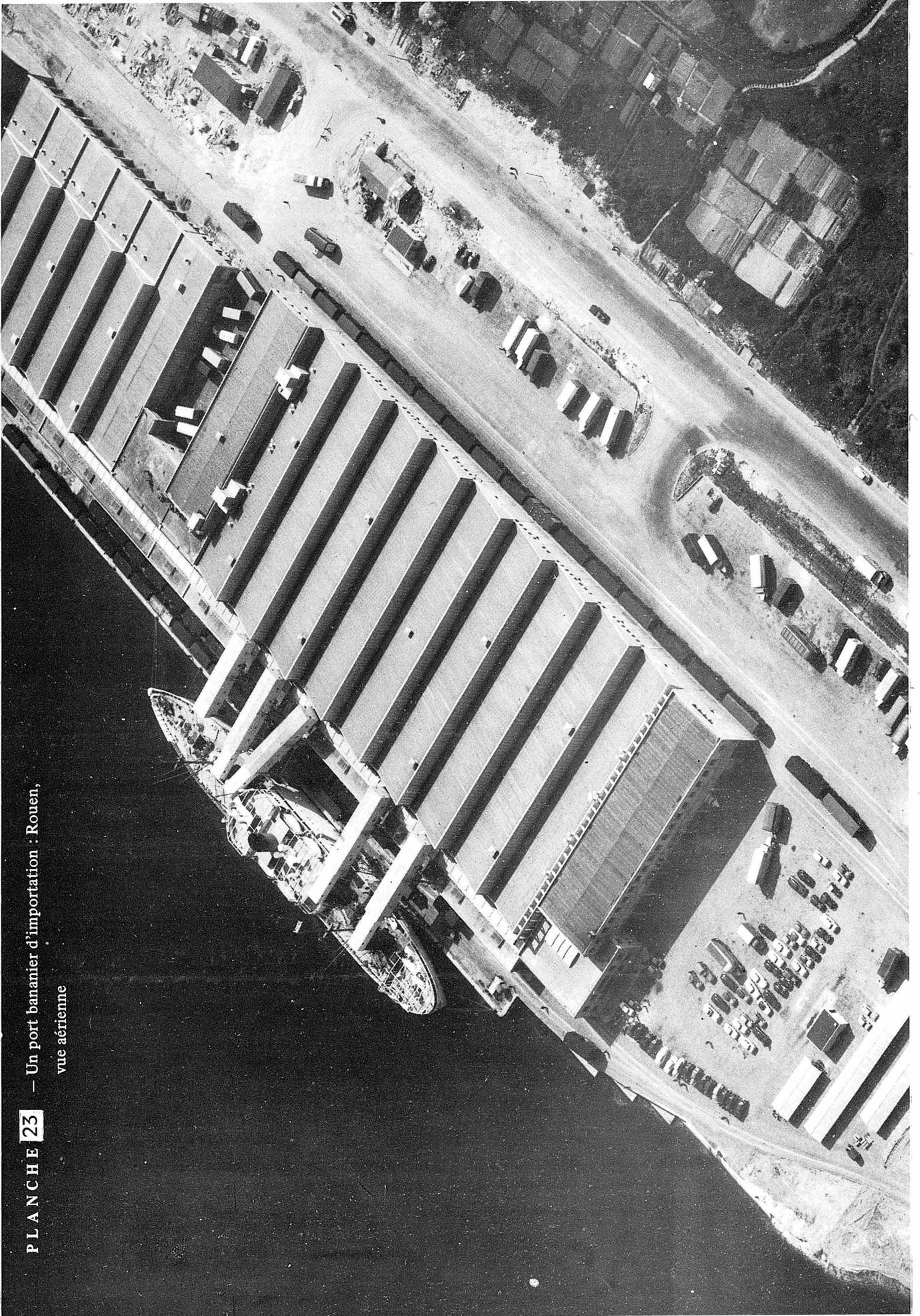


PLANCHE 22 — Un navire bananier polytherme polyvalent, Ponton-Alger (C.G.M.) ici dans le port de Rouen

PLANCHE 23 — Un port bananier d'importation : Rouen,
vue aérienne



Les facteurs favorables au développement de la demande.

Ils sont de types variés. Les plus généraux résultent de l'évolution démographique, de l'élévation des niveaux de vie, des progrès de la civilisation urbaine qui impose d'autres conditions d'existence et détermine de nouveaux comportements alimentaires. Mais il en est aussi qui tiennent au marché des produits fruitiers dans les zones tempérées ou aux avantages propres à la banane. Disponible en permanence dans les ports d'importation tout d'abord et les grandes villes de l'intérieur, gagnant petit à petit les centres régionaux, envahissant même finalement les marchés ruraux, elle était en effet parfaitement à même de profiter de la morte saison de la production locale comme de ses moindres défaillances.

Les facteurs les plus généraux de la réussite commerciale de la banane.

Il est banal de rappeler que plus une population est nombreuse, plus elle a de chances d'absorber une quantité importante de fruits frais ou transformés. La banane a donc, au même titre que ses concurrents habituels, tiré parti de l'expansion démographique résultant notamment dans les pays industriels de la reprise de la natalité qui succède à la seconde guerre mondiale. Mais il importe de souligner que dans ce cas précis le spectaculaire mouvement de rajeunissement de la clientèle a incontestablement contribué à amplifier le phénomène. Il apparaît en effet que si la digestibilité du fruit mûr est particulièrement appréciée par les personnes âgées aussi bien que par les très jeunes enfants, c'est aux âges tendres de l'existence que la banane connaît son meilleur succès en raison de son bel aspect, d'une saveur égale et d'une commodité d'utilisation assez exceptionnelle. Un seul fruit peut en effet faire la matière d'un goûter satisfaisant avec ce double avantage que, la peau rapidement et aisément éliminée, la pulpe ne secrète aucune substance susceptible de maculer les doigts et de tacher le vêtement. Par sa taille comme par ses facilités d'utilisation, la banane est ainsi la providence des mères de famille. Pourtant, si probant soit-il, l'argument démographique ne peut à lui seul tout expliquer. Il aide à comprendre une partie du phénomène mais ne permet certainement pas d'explicitier les raisons d'un succès aussi unanime.

En fait on s'aperçoit qu'on ne peut dissocier à l'origine la distribution de la banane du milieu urbain où elle s'est d'abord épanouie. La ville, la grande agglomération urbaine en particulier, pouvait seule assurément justifier par la concentration humaine qu'elle réalise, la mise en place d'un système commercial relativement complexe après l'improvisation des premières années, et le caractère rapidement massif des importations. Mûries après un court transport terrestre au plus près du consommateur, les fruits devaient obligatoirement trouver en effet dans un rayon limité une masse d'acheteurs potentiels suffisante pour garantir leur écoulement dans les plus brefs délais et assurer

l'efficacité de la noria bananière dont le fonctionnement continu ne tolérait pas de perturbation grave. Par ailleurs seule une population ayant rompu avec les habitudes de vie et les traditions alimentaires ancestrales, pouvait se montrer aussi réceptive à la nouveauté. Or la ville dans la mesure où elle impose d'autres conditions d'existence, ouvre les esprits, fixe des comportements différents de ceux des campagnes ambiantes (à l'époque surtout où elle était encore un monde relativement fermé sur lui-même), était bien le lieu idéal de toutes les expériences. La mode et le snobisme aidant, la banane y rencontra donc le meilleur accueil avant de se diffuser à partir de là à l'ensemble du territoire national à mesure que le genre de vie urbain s'imposait comme le modèle de référence unique. Sans le mouvement de concentration des populations en ville qui accompagne l'industrialisation, il est infiniment probable que la consommation de ce fruit n'aurait pas eu un succès aussi rapide. Il est en tout cas certain que le lancement du produit eut été plus laborieux. Il est même douteux qu'il ait justifié de si lourds investissements.

En fait plus que le nombre des consommateurs potentiels, plus même que les conditions de vie et la structure démographique des populations en cause, importe surtout le niveau de revenus des individus, l'intérêt qu'ils accordent à la diversification de leur alimentation et l'importance des dépenses qu'ils sont prêts à consentir à cette fin. Le facteur économique (l'amélioration des disponibilités financières de la famille) et le facteur culturel jouent assurément dans le même sens, celui d'une progression de la demande, mais leurs effets sont inégaux et relativement imprévisibles, ne serait-ce que parce que le même résultat qualitatif peut être obtenu à partir de produits différents, en remplaçant par exemple la banane par l'orange ou la pomme par la banane mais aussi en substituant à la consommation de fruits frais celle de produits d'origine lactée. Or il est évident que non seulement la concurrence saisonnière peut être forte mais encore que les possibilités de substitution sont de plus en plus nombreuses. C'est pourquoi la tendance à l'expansion des achats de bananes jusqu'à 10 ou 12 kg par tête et par an dans le meilleur des cas, est difficile à interpréter ; pourquoi également la vogue du produit est capable de variation sensible comme on le voit par exemple aux Etats-Unis où la demande per capita se contracte nettement depuis le milieu des années 30 au moins jusque vers 1970 avant de réaliser dans les dix dernières années un rétablissement remarquable qui fait à nouveau du vieux marché Nord-américain un débouché attrayant (tableau 62).

Car la seule prise en compte de l'élasticité-revenu ou de l'élasticité - prix de la banane est visiblement insuffisante à expliquer la variabilité des situations observées : le repli accentué de la consommation britannique depuis le début des années 1960 jusqu'aux premières années 1970 par exemple ; les pulsations de la consommation aux USA alors que le Canada révèle une progression beaucoup plus régulière dans le dernier demi-siècle : le très net décalage que l'on constate entre les comportements de l'Italie, de la France et de la République Fédérale Allemande ; l'am-

TABLEAU 62 - Evolution de la consommation individuelle moyenne de bananes (kg/tête/an).

	1934/38	1948/52	1958/62	1970	1972	1974	1976	1978	1980
UEBL	2.7	4.0	7.0	7.3	9.5	8.8	8.5	9.1	8.8
Pays Bas	3.6	1.3	5.4	6.2	8.9	8.6	8.2	8.8	8.1
RFA	1.8	1.2	4.6	8.5	10.8	9.6	9.0	10.2	8.7
France	2.4	4.7	6.3	8.6	9.8	9.3	8.6	9.3	8.3
Italie	0.4	0.3	1.8	5.8	6.5	5.7	4.8	6.1	5.3
Royaume-Uni	6.2	3.1	6.7	5.9	5.5	5.4	5.5	5.5	5.7
Danemark	0.9	0.6	6.0	7.3	8.2	7.2	6.4	7.5	5.6
Irlande	1.9	1.7	3.0	6.8*	8.3*	11.3*	10.4*	7.2	7.0
Autriche	0.1	0.1	3.7	7.7	10.1	9.4	9.6	12.4	10.2
Suisse	1.6	2.6	7.7	9.5	10.7	10.6	9.2	10.0	10.0
Suède	1.6	3.3	6.6	8.2	9.6	9.2	8.9	9.4	8.4
Norvège	2.5	0.5	7.4	8.6	10.4	9.9	9.8	9.1	7.5
Espagne	1.5	3.5	5.8	10.3	9.1	10.3	8.4	10.2	10.8
Portugal	1.3	3.0	4.8	7.4	9.5	10.7	6.8	5.1	4.5
Yougoslavie	?	?	?	2.0	2.5	4.2	4.8	6.1	3.2
USA	10.5	9.0	9.8	7.9	8.2	8.5	8.8	9.3	9.4
Canada	4.5	6.0	8.7	9.3	9.5	9.8	10.3	0.9	10.8
Nouvelle Zélande	7.3	5.3	12.6	8.5	10.0	11.6	9.4	11.8	11.6
Japon	1.7	0.2	0.6	8.1	10.0	7.7	7.4	6.9	6.2

(Sources : FAO, Conférence de Guayaquil, 1964 ; stat. groupe intergouv. de la banane pour 1970-1980).

* - chiffres apparemment exagérés par la prise en compte des réexportations vers la Grande-Bretagne.

pleur et la relative brutalité des évolutions japonaises ... On peut ainsi pressentir aux côtés des facteurs proprement économiques susceptibles d'animer la consommation (revenus et prix essentiellement), en dehors des efforts développés par les compagnies pour séduire la clientèle, en matière notamment de qualité et de service commercial, le rôle parfois imprécis mais certain de tout un ensemble d'éléments limitants qu'il s'agisse des difficultés de la production, de l'insuffisance volontaire ou non des approvisionnements ou d'éventuels obstacles, contingentaires ou tarifaires, à la libre-circulation du produit.

Les avantages propres à ce fruit.

Ils sont loin d'être négligeables et méritent d'être rappelés car ils ont eu incontestablement une part à son succès et font encore sa réputation. La banane a tout d'abord l'insigne avantage d'être un fruit disponible toute l'année sans que la qualité du produit proposé au consommateur varie sensiblement d'une saison à l'autre. Certes le tonnage commercialisé est considérablement plus faible au coeur de l'été en raison des apports massifs du verger local et des perturbations résultant pour la distribution de la grande migration estivale des citadins vers la mer, la campagne, la montagne ou l'étranger, certes le ralentissement des ventes oblige parfois le détaillant à conserver les bananes en rayon plus longtemps qu'il n'est souhaitable, mais le fruit ne

disparaît jamais totalement des étals ou des boutiques et les consommateurs les plus impénitents peuvent toujours espérer se procurer le même produit que celui qu'ils ont l'habitude de trouver le reste de l'année.

Si cependant dans les premiers temps ceux-ci furent avant tout sensibles à l'exotisme de celui-ci, à son prix relativement bas, à sa valeur nutritive par contre assez élevée, il faut bien reconnaître que, les enfants mis à part, la banane n'a conservé les faveurs du plus grand nombre que par ce qu'elle s'adapte bien aux exigences de la vie moderne. Facile à transporter, rapidement pelée, propre, nourrissante sous un faible volume, c'est au bureau ou dans la rue le moyen commode de remplacer le petit déjeuner que l'on n'a pas eu le temps de prendre, de combler le «petit creux» de 10 heures fatal à l'efficacité du travail, de remplacer le sandwich de midi dans un café bruyant et enfumé, de patienter dans les embouteillages, de tromper la faim jusqu'à l'heure du repas du soir en famille au terme d'un périple plus ou moins long, toujours inconfortable, utilisant parfois plusieurs modes successifs de transport en commun. Certes dans chacun de ces cas la pomme plus que l'orange propose des avantages analogues, mais est-il en fait un fruit qui puisse associer beaucoup mieux que la banane faible encombrement et valeur énergétique élevée, saveur agréable et commodité d'emploi.

C'est pourquoi ce fruit a bien supporté dans l'ensemble

l'usure du temps et les caprices de la mode, les recherches de l'industrie alimentaire en mal de diversification et les effets de la publicité qui prit souvent d'ailleurs dans ce cas l'allure fâcheuse d'une contre-information pseudo-médicale. Il est vrai que parallèlement le produit s'est trouvé en quelque sorte anobli à la faveur de la mutation spectaculaire de son système commercial. Mieux sélectionné avant exportation, mieux protégé dans le transport, et proposé de plus en plus à la vente sous une forte préemballée facilitant le libre-service, la banane n'a ainsi plus guère de rapport avec les fruits tavelés, grattés, quelquefois meurtris, offrant aussi souvent aux extrémités des signes non équivoques de pourriture, que tolérait auparavant le consommateur résigné et pourtant satisfait. Car si jadis on consommait dans l'ensemble la banane à un stade de maturité avancée privilégiant ainsi la saveur et la digestibilité de la pulpe plutôt que son aspect, il apparaît qu'aujourd'hui l'habitude s'est au contraire établie de rechercher plutôt un fruit à la chair encore ferme, ne présentant en tout cas aucune de ces plages noires et molles qui ont toujours rebuté dans le passé les enfants.

Dès lors il est clair que la plupart des arguments classiques véhiculés complaisamment par la publicité écrite à l'usage surtout des mères de famille, concernant notamment la richesse et l'équilibre des composants chimiques de la banane ou la façon la plus rationnelle de la consommer, ont en fait à l'heure actuelle assez peu d'efficacité. Qui, hormis quelques fanatiques de la diététique, s'inquiète en effet de savoir qu'en prenant une banane avant ou après le repas il va ainsi absorber pour 100 grammes de matière comestible parvenue à maturité 85 à 90 calories et ingérer du même coup une large gamme de vitamines et d'oligo-éléments. Et pourtant il faut reconnaître que la banane est sur ces deux plans fort bien placée puisque ces mêmes 100 grammes représentent 10 mg de vitamine C, 0,7 mg de Niacine, 0,06 mg de Riboflavine (vitamine B2), 0,05 mg de Thiamine (vitamine B1) plus une proportion apparemment élevée de Retinol (vitamine A) bien que les évaluations apparaissent dans ce cas extrêmement variables. De la même façon les analyses ont révélé la présence de nombreux éléments minéraux tels le calcium (8 mg), le sodium (1 mg), le fer (0,7) mais surtout le phosphore (26 mg) et le potassium (370 mg). Riche en glucides (20 à 22 mg) mais pauvre en protéines (1,1 - 1,3 mg) et en graisses (0,2), la banane est donc avant tout un aliment énergétique, mais elle est en même temps un puissant facteur de santé puisqu'elle apporte à l'organisme en quantité relativement importante certaines des substances qui lui sont le plus nécessaires et qu'il ne trouve pas bien souvent dans une alimentation quotidienne mal équilibrée.

Entendons-nous bien, il n'est pas question de vouloir ainsi faire de la banane le fruit idéal puisqu'après tout bien d'autres produits frais peuvent apporter, avec des dosages différents, une gamme analogue d'éléments nutritifs. Mais reconnaissons au moins que l'association qu'elle réalise est particulièrement heureuse et que la banane soutient largement de ce fait la comparaison avec tous ses

rivaux. L'argument n'apparaît peut-être plus aujourd'hui essentiel, mais il est vraisemblable qu'il a pu, dans le passé au moins, contribuer puissamment à la réussite commerciale du fruit.

Le caractère saisonnier du marché des fruits dans la zone tempérée.

Fruit tropical commercialisé dans la zone tempérée, la banane a su tirer le meilleur parti de l'interruption saisonnière de la production locale. Après l'étiage des mois d'été, puisque juillet et août ne représentent pas ensemble 14 p. 100 de la consommation française annuelle, elle connaît en effet à partir de septembre une progression rapide qui fait d'octobre l'un des mois de plus forte demande (à peu près 10 p. 100 des importations totales) ; puis après l'inévitable tassement correspondant à la période la plus froide de l'année, entre novembre et février, enregistre logiquement avec la fin de l'hiver et le début du printemps, ses meilleurs résultats annuels. Ainsi trois mois seulement de mars à mai réalisent normalement le tiers du trafic bananier total tandis que la brutale décélération de la consommation ne laisse à la période estivale, de juillet à septembre, que 21 à 22 p. 100 de la demande annuelle. Le contraste est sensible. Il est pourtant beaucoup moins brutal que dans le cas des agrumes ou de la pomme à couteau pour lesquels la saisonnalité apparaît plus évidente ; et il est aussi nettement atténué relativement à ce que l'on peut constater partout au niveau de l'exportation où la fourchette entre maxima et minima expédiés est en général plus ouverte. La banane est donc l'un des fruits les plus régulièrement présents sur les marchés de consommation malgré les caprices de la demande, en dépit même de sa fragilité et de l'incapacité dans laquelle on est de la stocker en chambre froide plusieurs semaines voire plusieurs mois comme c'est le cas justement de la pomme et de l'orange.

Cependant grâce à la conduite de sa production, en raison surtout de l'efficacité de son système commercial, la banane reste bien placée pour exploiter les moindres opportunités de la situation et profiter notamment des aléas de la production fruitière aux latitudes tempérées imputables surtout à une climatologie assez imprévisible. Que la récolte des fruits rouges, la cerise et la fraise essentiellement, soit cette année-là tardive ou médiocre, que la production estivale des fruits à noyaux (pêches, prunes, abricots) ait été handicapée plus ou moins gravement par les dernières gelées, la grêle ou une pluviométrie excessive, que la saison du raisin soit moins importante ou plus courte que de coutume, et l'on peut espérer occuper une partie au moins du créneau opportunément libéré en effectuant dans l'immédiat quelques achats d'urgence destinés surtout à modérer la flambée des prix, tout en activant le zèle des fournisseurs habituels et en recherchant activement le fret indispensable à l'accélération des expéditions. Ainsi que ce soit en phase hivernale, quand le choix du consommateur en produits frais se trouve strictement limité à quelques fruits d'origine nationale, conservés comme la Golden en frigorifique, ou importés d'origine plus ou moins



Un aspect de hangar bananier de Rouen, quand il était encore l'un des grands ports d'accès des fruits antillais
Régimes canariens rassemblés par «marques» et «contremarques»

26

29

27

DE LA DE FUMEI

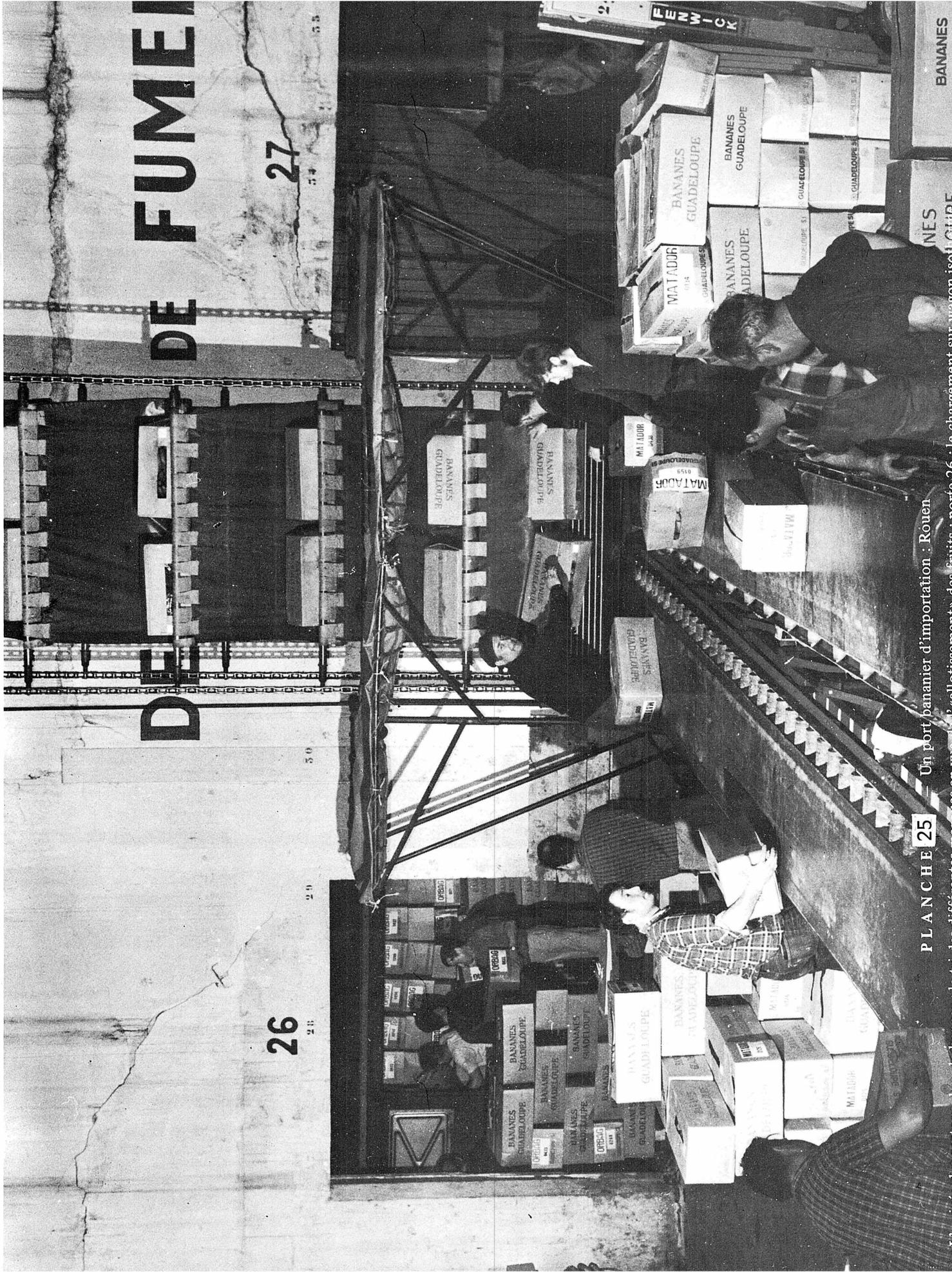


PLANCHE 25

Un port bananier d'importation : Rouen

Le port de Rouen est un port de commerce important. Le chargement des bananes est une activité majeure. Les bananes sont importées de Guadeloupe et de la Martinique. Les boîtes de bananes sont empilées dans des caisses et transportées vers les magasins.

BANANES

LENWICK

BANANES GUADELOUPE

BANANES GUADELOUPE

GUADELOUPE ST

GUADELOUPE ST

BANANES

BANANES GUADELOUPE

BANANES GUADELOUPE

MATADOR

MATADOR

MATADOR

BANANES GUADELOUPE

OPESIG

BANANES GUADELOUPE

OPESIG



PLANCHE 26 — Un aspect du hangar bananier de Rouen avant la conteneurisation des fruits anillais
Cartons de bananes rassemblées par «marque» et palettisées en vue de manutentions rapides

lointaine (pommes australiennes ou argentines, agrumes de Californie ou du Maroc), que ce soit en période de rupture des approvisionnements locaux, la banane apparaissait un recours à peu près inévitable (tableau 63).

Et pourtant, ce n'est pas avant 1870 que le fruit fait l'objet d'exportations régulières, avant le début de ce siècle qu'il devient véritablement un trafic de masse. C'est pourquoi quelles que soient les vertus de ce produit exotique, ou l'acuité du souci de diversification alimentaire des populations urbaines à haut niveau de vie de l'Amérique du Nord, de l'Europe ou, plus tardivement, du Japon, il apparaît en fait que le succès de la banane est fondamentalement indissociable des structures commerciales qu'elle a engendrées. En témoigne l'étroite spécialisation du système de distribution qu'elles ont mis en place et l'exacte corrélation du développement mondial des échanges avec l'expansion de quelques entreprises géantes parmi lesquelles on retiendra spécialement la United Fruit Company pour toute la période antérieure à la seconde guerre mondiale et la Standard Fruit Company qui domine par contre très nettement les années 1950-1970. Certes on peut admettre qu'indépendamment de ces puissantes entreprises, la banane se fût malgré tout tôt ou tard imposée comme le signale la réussite historique de quelques foyers de production isolés animés par le dynamisme d'un nombre plus ou moins élevé de petits expéditeurs groupés ou non en coopératives, depuis les îles Canaries, jusqu'au Queensland et à la Nouvelle Galles du Sud australiens, en passant par le Brésil, les îles Fidji ou Formose/Taiwan. Mais il faut

bien reconnaître que cette impulsion décisive fut de nature à accélérer les choses en révélant notamment que ce fruit pouvait faire malgré tout l'objet d'expéditions massives et s'affirmer ainsi, avec des prix de vente relativement bas, comme un produit de grande consommation.

Or il est évident que ce type d'entreprise n'avait de chance de réussir que parce qu'à même époque se révélait, aux Etats-Unis d'abord, en Europe plus tard, un vaste marché potentiel permettant de répartir sur le plus grand nombre de consommateurs le coût relativement élevé d'établissement et de fonctionnement des structures de production et de distribution modernes indispensables à la desserte de ces lointains débouchés. C'est pourquoi le lancement du commerce bananier est pour le continent américain contemporain de l'expansion économique du Nord-est atlantique et de la région des Grands lacs, au lendemain de la Guerre de Sécession alors qu'il résulte surtout en Europe d'un phénomène d'imitation puisque le fruit y était encore au début du siècle considéré sinon comme une curiosité, au moins comme un produit de demi-luxe. Car il faudra en fait attendre que la UFC ait annexé le marché britannique et amorcé à partir de là son établissement sur le continent, pour que la banane devienne véritablement ici un fruit populaire. Ainsi seule l'intervention de ce puissant intermédiaire élargissant peu à peu ses activités à la hauteur de ses ambitions, permettra véritablement à la banane de valoriser pleinement ses potentialités économiques, au point qu'il est bien difficile, avant

TABLEAU 63 - Les importations françaises de fruits tropicaux et subtropicaux en 1978 ; en tonnes métriques.

Fruits tropicaux	Total dont	Martinique	Guadeloupe	Côte d'Ivoire	Cameroun	Mali	R.S. Afric.	Israël
bananes	499.554	194.730	132.910	95.621	57.914	-	-	-
ananas frais	48.971	40	-	42.297	5.809	-	-	-
avocats*	23.968	1.141	-	559	206	-	4.143	16.265
autres fruits tropicaux**	1.502	-	13	161	-	350	4	49
Fruits subtropicaux	Total dont	R.S. Afr.	Israël	Espagne	Maroc	Algérie	Italie	USA
oranges	590.807	60.361	28.833	312.839	113.329	9.281	11.873	3.059
clémentines	186.508	-	344	141.624	42.828	1.011	44	-
autres agrumes ***	30.459	-	378	24.877	388	1.096	2.260	567
citrons	116.514	2.140	864	95.744	197	90	527	13.583
pomelos	110.440	7.290	43.509	3.915	-	12	-	39.082

* - dont Espagne 535 tonnes, USA 469 tonnes et Maroc 133 tonnes.

** - mangues (1.386 t.), mangoustans et goyaves (28 t.), papayes (28 t.). Le Mali est n° 1 pour la mangue (345 t.) devant le Mexique (174 t.) ; le Brésil est le premier fournisseur pour mangoustans et goyaves (16 t.) devant le Mali encore (4.6 t.) ; la Côte d'Ivoire est n° 1 pour la papaye (53 t.), devant la Guadeloupe (13 t.).

*** - Monreals et satsumas (18.655 tonnes dont Espagne 17.597 tonnes et Algérie 1.055 tonnes) ; mandarines, wilkings, tangerines (11.161 tonnes dont Espagne 7.280 tonnes et Italie 2.239 tonnes) ; et divers (643 tonnes) dont limes.

(d'après FRUITS, vol. 34 n° 2, 1979).

la seconde guerre mondiale s'entend, d'isoler la réussite de l'une des succès de l'autre. Il est rare en effet de trouver en matière de production et de commercialisation relation plus étroite entre une entreprise et un produit.

Les obstacles ou les freins à la consommation de la banane.

Si l'on tient compte du fait que la consommation individuelle n'est pas en ce domaine extensible *ad libitum*, qu'elle plafonne même apparemment assez vite, si l'on note par ailleurs que l'expansion démographique des pays développés tend depuis quinze ans à s'amortir en raison d'une croissance naturelle médiocre ou nulle, si l'on remarque également qu'avec la fin du «baby-boom» le rajeunissement de la population a cessé de se faire sentir, on comprendra que la demande se soit peu à peu affaïssée et que la plupart des marchés ne montrent aujourd'hui qu'une capacité d'expansion limitée. Qui plus est, alors que pendant longtemps on était parvenu à éluder ce risque en prospectant sans cesse de nouveaux débouchés, on constate que tous les efforts d'ouverture en direction des pays du bloc socialiste ont à ce jour pratiquement échoué limitant du même coup les perspectives de développement des pays les plus étroitement dépendants de l'économie bananière et menaçant véritablement ailleurs l'avenir d'un certain nombre de régions qui ont depuis longtemps parfois mis l'accent sur cette production. C'est pourquoi, tout ce qui peut être de nature à freiner arbitrairement la consommation ou à établir au moins une discrimination entre les fournisseurs, apparaît aujourd'hui, où les producteurs s'efforcent autant que possible de prendre en main leur destin, parfaitement intolérable.

De la même façon, tout ce qui paraît susceptible de relancer si peu que ce soit la demande est accueilli avec intérêt, qu'il s'agisse d'efforts promotionnels ou d'essais de transformation industrielle du produit bien que ces recherches déjà anciennes n'aient guère donné à ce jour de résultats probants, ni révélé de formules miracles. Car le consommateur des pays économiquement développés n'accepte apparemment que d'acheter des bananes fraîches et répugne visiblement à utiliser en quantités significatives les fruits séchés et ces autres produits faiblement élaborés pourtant que sont les purées, flocons, tranches au sirop ou chips qui peuvent lui être proposés. D'ailleurs, la chose est évidente, s'il songe à diversifier sa consommation, c'est plus au profit des nouveaux produits que livre sans cesse l'industrie alimentaire, qu'à l'avantage des nouvelles présentations de la banane, à moins que celle-ci n'ait été associée d'une façon ou d'une autre, en prêtant par exemple, son arôme, au succès de l'opération. Certes le sportif recherchant avant tout la valeur nutritive la plus élevée sous le plus faible encombrement possible, acceptera peut-être d'emporter avec lui des bananes séchées plutôt que des figues sèches ou des dattes ; mais le client banal submergé par la publicité préférera dans l'ensemble se porter vers la riche collection des produits à base de lait (et de

sucré) qui lui est offerte, parce qu'elle flatte plus exactement ses goûts et séduit plus facilement son palais blasé.

C'est pourquoi finalement les producteurs ont dans l'ensemble préféré depuis une vingtaine d'années faire porter le gros de leurs efforts vers la suppression ou l'atténuation au moins de toutes les limitations d'ordre quantitatif, fiscal ou douanier, probablement parce qu'elles leur paraissaient moins solidement établies dans l'ensemble et plus difficilement justifiables que les habitudes de consommation individuelles ou les préventions collectives à l'égard d'un fruit réputé trop nourrissant. Il est vrai que la décolonisation, au tournant des années 1960, avait semblé devoir modifier radicalement les données du problème et qu'un certain nombre d'initiatives engageantes avaient déjà amorcé une libération des échanges qui allait tout à fait dans la direction souhaitée. Ainsi avait-on d'abord vu les importateurs belges abandonner leur fournisseur congolais devenu indépendant et prendre à leur tour la route de Guayaquil, puis le Japon renoncer au niveau de taxation élevé qui avait jusque-là découragé l'importation pour s'ouvrir en conséquence rapidement aux fruits équatoriens, tandis que l'Italie choisissait finalement de décréter la fin du régime du «Monopole» et garantissait aux productions étrangères, africaines ou américaines, de plus larges débouchés.

Pourtant ni la France, ni la Grande-Bretagne qui illustraient incontestablement le mieux la tradition protectionniste en ce domaine n'avaient alors accepté de changer leurs habitudes. La première avait même cru bon de profiter de l'émancipation de ses anciennes colonies africaines pour resserrer ses liens avec ses possessions antillaises élevées depuis 1946 à la dignité de Départements d'Outre-Mer et non contente de se maintenir dans la voie qu'elle avait choisie trente ans plus tôt proposait maintenant en modèle la nouvelle organisation qu'elle avait été amenée à mettre en place au cours des années 1960 pour la gestion de son marché. Cependant quels que soient les mérites de la formule proposée, il faut bien admettre qu'elle n'a pas à ce jour véritablement fait école, puisqu'à défaut de la Grande Bretagne qui a cru bon de s'en inspirer pour perfectionner un système analogue dans son esprit, le marché français reste indiscutablement un cas particulier, presque une anomalie. En fait, si l'on met à part un certain nombre de pays qui n'imposent actuellement à la banane aucun droit d'importation, ni aucune discrimination de provenance (le Canada et les Etats-Unis ; la Suède, la Norvège, l'Islande ; la Yougoslavie ; la Nouvelle Zélande ; le Koweït et l'Arabie Saoudite ; Hong-Kong et Singapour ...), partout ailleurs le trafic fruitier se trouve soumis à l'une ou l'autre de ces formules limitatives pour tout ou partie des tonnages admis aux frontières, à moins que les réglementations nationales n'aient choisi de jouer sur les deux tableaux à la fois. Si l'on prend soin enfin de noter que la libre entrée des fruits ne les dispense pas cependant d'acquiescer en général les taxations intérieures en vigueur (TVA, taxe à l'importation, taxe sur les transactions ou autres), on s'aperçoit ainsi que rares sont les cas où l'ac-

tivité bananière peut se vanter d'une exemption totale.

On peut même constater à la limite des situations assez anormales. Ainsi en est-il de l'Italie qui en raison de sa participation à la CEE admet sans doute les fruits des Pays et Territoires Associés à celle-ci en franchise alors qu'elle soumet les contingents des Pays Tiers à une taxe ad valorem de 20 p. 100 ; mais impose ensuite à toutes les provenances une Taxe à la Valeur Ajoutée de 10 p. 100 plus un véritable impôt à la consommation de 350 liras par kg, soit l'équivalent de 365 dollars US par tonne. Remarquons cependant que le cas est extrême et que nulle part ailleurs on n'impose autant de handicaps au trafic bananier ce qui vaut à l'Italie l'un des plus bas niveaux de consommation de la Communauté, à égalité pratiquement avec la Grande Bretagne où le régime d'admission des fruits est en fait totalement différent. Car en ce domaine, la fantaisie est extrême. On peut cependant ramener la variété des situations observées à trois grands types de comportements : liberté d'entrée tout d'abord et libre commercialisation du produit (aux USA par exemple) ; taxes à l'importation parfois élevées associées ou non à un système de contingents préférentiels et à un prélèvement intérieur éventuellement important ; accès non réglementé enfin mais taxation ultérieure aux effets dissuasifs parfois analogues à ceux d'un droit de douane. Revenons maintenant sur ces trois grands modes d'intervention dont peuvent à volonté jouer les Etats : impositions douanières, restrictions quantitatives et taxes intérieures.

Les droits d'importation.

Ils sont apparemment peu utilisés puisqu'ainsi que le notait un rapport préparatoire soumis à la huitième session du Groupe intergouvernemental de la banane à Rome, en 1982, «plus des deux tiers des importations mondiales sont admises en franchise», soit en 1980 65 p. 100 des importations des pays développés à économie de marché et environ 75 p. 100 des importations de bananes dans les pays en développement. Pourtant bien des Etats y recourent pour tout ou partie de leurs achats. C'est le cas notamment des pays à économie planifiée pour autant qu'ils aient accepté de faire une place à la banane. Mais ce prélèvement ad valorem tantôt unique pour toutes les provenances (6,5 p. 100 en Tchécoslovaquie ; 20 p. 100 en Roumanie), tantôt différent selon que joue ou non la clause de la nation la plus favorisée (20 ou 40 p. 100 en Hongrie ; 5 ou 8 p. 100 en Pologne ; 18 ou 44 p. 100 en Bulgarie qui accorde cependant la franchise aux pays en développement), n'est pas en fait dans ce cas l'élément le plus contraignant puisque l'importance des achats dépend en réalité d'une décision centrale. Il faut aussi faire la part des contraintes d'une structure commerciale étatisée, du manque de devises, des difficultés d'organiser un troc équilibré et des politiques de prix adoptées sur les marchés intérieurs. C'est ainsi l'ensemble du système économique qui fait obstacle à la promotion des échanges plus que le niveau des droits de douane en usage.

Beaucoup de pays développés à économie de marché, un certain nombre de pays en voie de développement, ont choisi par contre de ne pas percevoir de droits, alors que la Finlande, la Suisse et le Japon d'une part, le Chili, l'Iraq, la Syrie, la Lybie, le Maroc et la Tunisie ont imposé par contre aux fruits des taxations élevées. Ainsi le Rapport auquel nous faisons référence ci-dessus, nous apprend que «la Finlande perçoit un droit spécifique de 108 dollars par tonne sur les bananes fraîches importées en caisses de janvier à mai et de 220 dollars par tonne le reste de l'année, c'est-à-dire pendant la saison des fruits frais en Finlande, ce qui correspond respectivement à une taxe ad valorem de 24 et de 49 p. 100». De la même façon après avoir pendant deux ans (1977-1979) abaissé de 25 p. 100 ses droits de douane, la Suisse les a ramenés à partir du 1er janvier 1981 à leur précédent niveau équivalent à un prélèvement de 125 dollars US à la tonne (200 francs suisses). Quant au Japon, il applique «actuellement ... des droits ad valorem de 35 p. 100 d'avril à septembre et de 45 p. 100 d'octobre à mars» mais la tendance est malgré tout ici favorablement orientée puisque le taux appliqué pendant ce dernier semestre qui était encore de 60 p. 100 en 1972-1973 a été ramené par étapes à son niveau actuel au 1er octobre 1977. On approche ainsi le niveau d'imposition de la Lybie, du Maroc et de la Tunisie (40 p. 100) ou de la Syrie (34 p. 100). Pour le Chili et l'Iraq par contre, l'importance du prélèvement (35 p. 100 dans le premier cas, 46 dollars à la tonne dans le second) est tempérée par l'admission en franchise des fruits provenant pour l'un des pays membres de l'ALALC/ALADI, pour l'autre des pays du Marché commun arabe ou ayant conclu avec l'Iraq des traités commerciaux bilatéraux.

Rappelons cependant que certains des plus gros marchés tels les Etats-Unis ou, curieusement l'Allemagne fédérale, ignorent ce type d'intervention, alors qu'au contraire la plupart des pays de la CEE appliquent aux importations des Pays Tiers, et à celles-là seulement, un Tarif Extérieur Commun de 20 p. 100. Car c'est un bien étrange paradoxe qu'en ce domaine le premier importateur communautaire soit parvenu à éluder la règle commune.

Les restrictions quantitatives.

Si l'on met à part l'Espagne qui ne connaît que la production canarienne et n'a donc pas jugé utile de réglementer ses importations puisqu'elle n'achète jamais de fruits d'autres provenances, un certain nombre de pays ont éprouvé le besoin de réserver expressément leur marché à un petit nombre de fournisseurs préférentiels. D'autres ayant opté plus ou moins récemment pour une certaine libération des échanges ont cependant maintenu un système de contingents afin de protéger une production fruitière nationale importante. Quelques-uns enfin ont simplement cherché à limiter l'entrée d'un produit superflu payable en devises fortes. En tout cas il convient de noter que les restrictions quantitatives ne sont pas caractéristiques des seuls marchés français, italien ou britannique, puisque des pays aussi

différents que la Tunisie, la Finlande, l'Iraq ou la Grèce y ont également recours. Pourtant, il faut le reconnaître, c'est bien en Europe occidentale que ce mode de limitation des échanges trouve son illustration la plus remarquable.

En France, la décolonisation a amené à substituer au début des années 60, un régime de contingentement au principe ancien d'une protection globale de la production impériale. Il s'agissait alors essentiellement de tirer les conséquences de l'évolution politique et de privilégier les fruits de nos Départements d'Outre-Mer antillais sans trop gravement léser les intérêts de nos anciens fournisseurs africains, ni bouleverser radicalement nos habitudes commerciales. Le maintien de quelques importations d'origine espagnole, l'obligation d'admettre en franchise de temps à autre quelques apports originaires de la Somalie ou du Surinam, ne devaient ensuite jamais amener à revenir sur la base de répartition établie en 1962-63 (2/3 Antilles - 1/3 Afrique) considérée comme intangible. Tout au plus convient-il de signaler que les difficultés de la culture (cyclones antillais, agitation politique au Cameroun, mutation technique délicate un peu partout), le souci également de régulariser les apports et les prix à la consommation, devaient amener peu à peu à faire une place importante aux importations étrangères de complément. Mais celles-ci restent constamment dépendantes d'une autorisation administrative matérialisée par l'émission de licences, et depuis le début des années 70, les arrivages sont étroitement contrôlés par un organisme professionnel spécialisé, le GIEB. Ainsi les importations françaises sont-elles essentiellement régies par de strictes réglementations quantitatives d'où résulte en contre-partie, si l'on peut dire, la faible importance des tonnages devant acquitter en année normale le prélèvement communautaire de 20 p. 100 applicable aux Pays-Tiers. En Italie par contre les proportions sont bien différentes.

Dans ce pays également existe, depuis l'abolition en 1965 du Monopole d'Etat qui assure depuis les origines l'encadrement du marché et se trouve être ainsi l'un des principaux responsables des succès de l'exportation somalienne, un système de contingents spécifiques d'importation. Celui-ci cependant ne s'applique pas aux fruits bénéficiant d'un privilège d'accès communautaire, c'est-à-dire aux Départements d'Outre-Mer français et à l'ensemble des pays associés à la CEE (ACP) au premier rang desquels se situe évidemment la Somalie en raison de très anciennes relations politiques et économiques. Cependant limitations quantitatives et droits de douane ne sont pas parvenu à freiner ici sérieusement la pénétration des productions étrangères puisqu'en 1981 par exemple le contingent accordé aux Pays Tiers était de 255.000 tonnes sur un total de 306.000 soit un peu plus de 83 p. 100 de la consommation totale. C'est dire les limites d'un système qui n'a pas cependant, il faut s'en souvenir, à protéger dans ce cas une production bananière nationale importante.

Le Royaume-Uni n'est pas dans une position différente.

Pourtant il montre dans la protection des intérêts des producteurs du Commonwealth, vieux exportateurs comme la Jamaïque ou nouveaux venus comme les îles Windward, une remarquable efficacité, en plafonnant notamment avec rigueur les apports de la zone dollar afin de prévenir la tentation d'un recours massif à la grande production américaine. Il faudra en effet les difficultés récentes de la production antillaise et l'entrée à même époque de la Grande Bretagne dans la CEE pour que l'on soit amené d'une part à accorder l'admission en franchise aux fruits des DOM et des ACP, et à autoriser, d'autre part, l'émission de licences d'importations supplémentaires en vue de pallier les défaillances des pourvoyeurs traditionnels du marché national. On aboutit ainsi à un mode d'organisation souple où les intérêts des fournisseurs habituels sont apparemment préservés sans toucher véritablement à l'organisation traditionnelle du marché. Car à l'encontre des systèmes italiens et français, aucun plafond contingentaire, aucune norme préétablie de répartition n'est à proprement parler fixée. C'est en somme ici l'état de la production antillaise qui détermine en permanence l'ampleur des importations étrangères sur lesquelles pèse évidemment le prélèvement douanier européen.

Les taxations intérieures.

Un grand nombre de pays importateurs les ignorent totalement. C'est le cas des Etats-Unis et du Canada, du Royaume-Uni et de la Suisse, du Japon, de Hong-Kong et de Singapour, du Chili, de la Nouvelle Zélande mais aussi du Koweït et de l'Arabie Saoudite, de la Tchécoslovaquie, de la Pologne et de la Roumanie. Elles prennent essentiellement en Europe l'allure d'une taxe à la valeur ajoutée à taux extrêmement variable puisqu'il évolue à titre d'exemple entre 4 p. 100 pour les Pays-Bas ou 6 p. 100 pour la Belgique et l'Italie, jusqu'à 10 p. 100 pour l'Irlande et le Luxembourg et même 20,25 p. 100 au Danemark. Mais elles peuvent prendre ailleurs bien d'autres aspects : impôt sur les ventes au stade du gros en Grèce (2 p. 100) ; taxes sur les droits de douane en Libye (10 p. 100 au total) : impôt sur le chiffre d'affaire en Finlande (16,28 p. 100) ; taxes diverses sur les transactions au Maroc (à peu près 20 p. 100) ... Ces prélèvements pèsent évidemment plus ou moins lourdement sur la fixation au stade commercial ultime du prix de vente au consommateur et peuvent probablement influencer d'une certaine façon sur ses décisions d'achat quand ils atteignent un niveau excessif. Cependant il convient de noter qu'il s'agit là bien souvent de taxations grevant l'ensemble des importations alimentaires et qu'elles n'ont pas de ce fait de valeur réellement discriminatoire puisqu'elles affectent autant la banane que ses concurrents d'origine étrangère.

Il faut cependant en ce domaine faire une place à part à l'Italie. Celle-ci impose en effet à la banane une taxe spécifique exceptionnellement élevée puisqu'elle représentait au début de 1981 l'équivalent de 295 dollars US par tonne soit en fait 70 p. 100 du prix CAF des fruits. Etablie

en 1965 au moment de la disparition du Monopole au taux de 70 litres par kg, elle a donc été exactement quintuplée en l'espace d'une quinzaine d'années seulement, sans distinction de provenance puisque la Somalie ne bénéficie en fait d'un traitement de faveur que pendant la courte période de cinq ans qui suit pour elle la fin de l'ancien régime des exportations. On notera malgré tout que pour le consommateur cette mesure n'eut pas pour conséquence un enchérissement bien évident du produit puisque l'organisation administrative du marché italien a toujours imposé au fruit des prix de vente au détail relativement élevés. C'est pourquoi on peut considérer que c'est en fait le fisc qui fut ici le véritable bénéficiaire de la libération des échanges bananiers qui accompagne la pleine indépendance de la Somalie puisque à ce prélèvement élevé ne correspond plus comme par le passé la nécessité pour les Pouvoirs publics de soutenir de diverses façons le développement de l'économie fruitière de ce territoire.

Il est vrai que si la France se doit de compenser par des prix de détail relativement élevés les charges résultant pour ses ressortissants de sa politique d'assimilation, l'Italie a par contre la responsabilité toute aussi impérative de son point de vue de protéger une production fruitière locale importante et de ménager notamment les intérêts de ses agrumiculteurs méridionaux. Car, à la différence de l'Espagne où banane et orange se trouvent en concurrence directe mais dans des conditions de production analogues ce qui leur permet de lutter malgré tout à armes égales, l'orange comme la pomme, autochtones, se trouvent ici relativement en infériorité à l'égard des bananes américaines servies par des coûts de revient plus favorables et des structures commerciales beaucoup plus efficaces. On comprend dans ces conditions que la politique de prix intérieurs élevés destinée initialement à soutenir la production coloniale ait survécu à l'émancipation totale de la Somalie puisqu'elle permettait d'éviter en fait la remise en question des situations acquises.

Droits de douane, restrictions contingentaires et taxes intérieures ont ainsi parfois séparément, parfois simultanément, un rôle de frein non négligeable quoique difficile à apprécier avec exactitude, dans le développement du marché bananier. On s'aperçoit en effet que partant en ce domaine de situations différentes, les résultats obtenus sont malgré tout souvent si cohérents que l'on peut se demander si l'on n'a pas eu tendance à exagérer dans le passé l'influence de ces mesures dissuasives à seule fin d'obtenir avec leur allègement ou leur disparition éventuelle une simple amélioration des marges commerciales. Car il est remarquable de constater par exemple que non seulement le Royaume-Uni, l'Italie et le Danemark ont des chiffres de consommation analogues (5,3 à 5,7 kg par tête et par an en 1980), mais encore que la France et la RFA se retrouvent pratiquement à égalité avec les pays du Benelux ou la Suède (8,1 à 8,8 kg par tête et par an).

On se gardera cependant de tirer de cette remarque des conclusions excessives car le comportement d'une clientèle

assez hétérogène, résulte en fait d'un jeu d'influences trop complexes pour que l'on puisse se permettre de privilégier ainsi l'un plutôt que l'autre des facteurs d'interprétation possibles. Mais si elle a malgré tout quelque valeur alors il nous faudra aussi reconnaître que c'est notamment aux Etats-Unis et au Canada où l'accès au marché est totalement libre que l'on a pu observer certaines des progressions commerciales les plus remarquables dans la seconde moitié des années 1970 : plus 32,4 p. 100 dans le premier cas ; plus 22,5 p. 100 dans le second. Les marchés les mieux protégés sont loin en effet de montrer actuellement semblable dynamisme puisque dans la période 1975-1980 la consommation française régresse de 3 p. 100 tandis que l'Italie ne progresse que de 0,7 p. 100 et le Royaume Uni de 7 p. 100 seulement.

CHAPITRE II LA GEOGRAPHIE DE LA DEMANDE

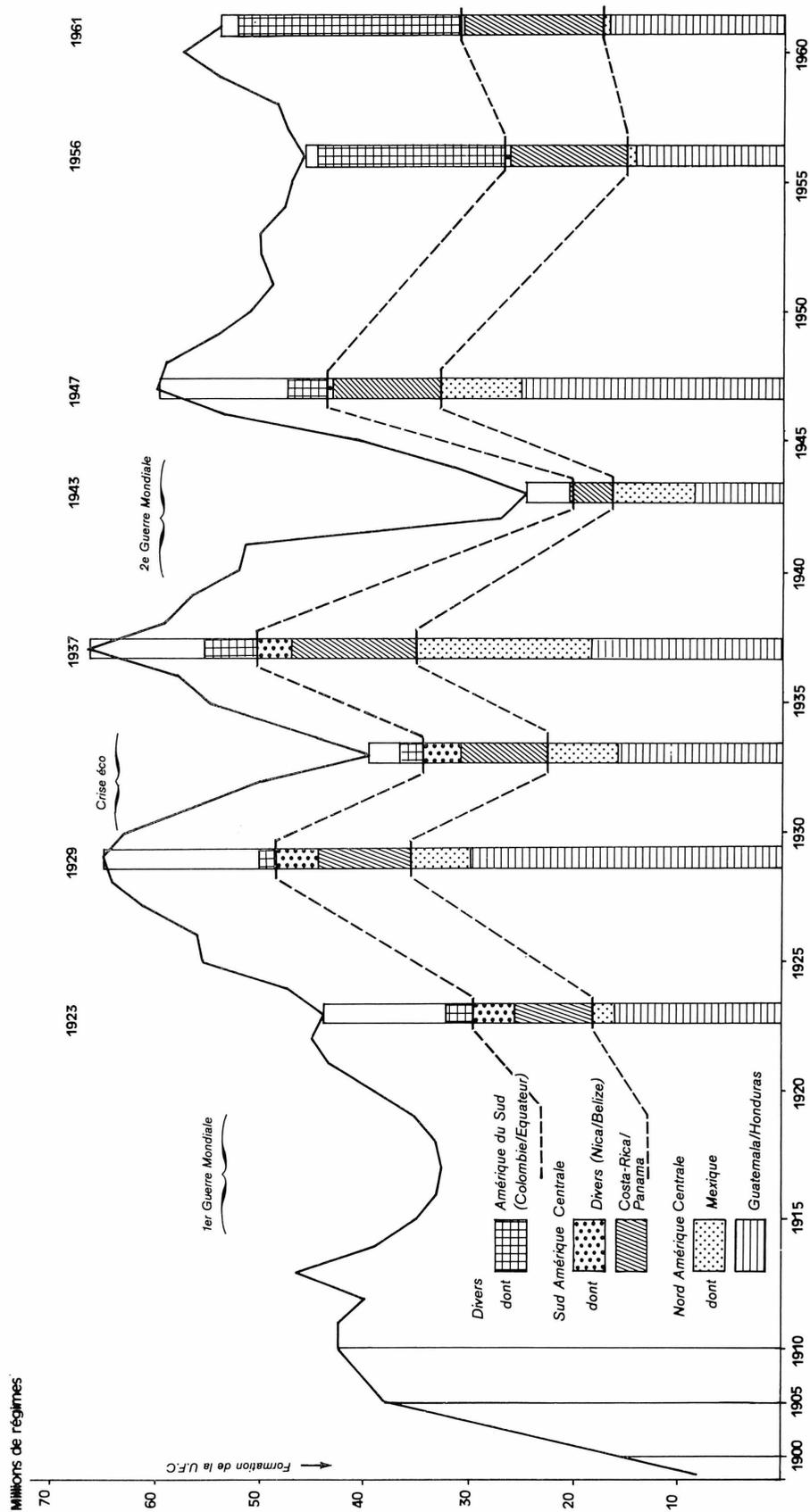
Trois grands domaines géographiques polarisent les principaux courants d'échanges : l'Amérique du Nord ; l'Europe au sens large même si les pays les plus gros consommateurs sont tous localisés sur la façade occidentale de celle-ci ; l'archipel japonais. A côté d'eux les rares foyers d'importation sud-américains, africains, asiatiques, océaniques apparaissent négligeables. Mais compte tenu de ce que leur modestie relative n'est pas un argument suffisant pour les négliger, de ce qu'ils s'approvisionnent également souvent aux mêmes sources quoique par des filières commerciales en général indépendantes des grands groupes internationaux, il ne nous paraît pas opportun de les exclure du champ de notre étude.

C'est pourquoi afin de les intégrer sans imposer à ce chapitre une excessive dispersion, nous les évoquerons en même temps que celui des trois grands centres d'importation internationaux ci-dessus avec lequel ils ont apparemment le plus d'affinités. Nous verrons ainsi successivement l'ensemble de la zone américaine en distinguant d'une part les Etats-Unis et d'autre part tous les autres territoires (Canada, Argentine, Chili) qui ont pu justifier dans le passé la mise en place d'une organisation commerciale plus ou moins spécifique ; puis nous aborderons l'Europe en opposant cette fois à la CEE le nombre plus important des Etats qui à l'Est ou à l'Ouest du «rideau de fer» participent à des degrés divers aux échanges bananiers mondiaux ; et nous terminerons enfin notre voyage en évoquant plus rapidement face au Japon les multiples petits centres de consommation, souvent anciennement apparus en Afrique, en Asie ou en Océanie, auxquels le ralentissement d'activité des grands marchés traditionnels, a récemment donné un nouvel intérêt.

Les importateurs américains.

Le poids des Etats-Unis est ici écrasant. Mais le Canada, avec plus de 200.000 tonnes depuis le début des années

FIGURE 44 - Evolution des importations de bananes aux Etats-Unis entre 1900 et 1960.



70, s'affirme rapidement comme un gros consommateur. La République Argentine par contre après avoir dépassé à diverses reprises entre 1958 et 1961 ce niveau d'activité a visiblement amorcé une évolution régressive qui la ramène dans les dix dernières années autour de 130.000 tonnes en moyenne, tandis que le Chili franchissant enfin, en 1981, la barre des 100.000 tonnes, s'efforce de réduire activement son handicap. Seul l'Uruguay, nettement distancé maintenant, s'attarde autour des 30.000 tonnes.

Les Etats-Unis.

En raison de l'activité débordante développée dès la fin du siècle dernier par une poignée de sociétés en général spécialisées opérant à partir des Grandes Antilles ou des côtes de l'Amérique Centrale, les Etats-Unis parviennent pratiquement à la veille de la grande Dépression économique au maximum de leurs possibilités de consommation. C'est pourquoi avec la fin des années 1920, leurs importations tendent à plafonner brutalement évoluant désormais pour trente ans, la guerre mise à part, entre un minimum que l'on peut situer autour du million de tonnes (900.000 tonnes en 1933 ; 1.239.000 tonnes en 1955) et des maxima proches de 1.500.000 tonnes progressivement améliorés : 1.481.800 tonnes en 1929 ; 1.512.300 tonnes en 1937 ; 1.568.500 tonnes en 1960 (figure 44).

Et pourtant, contre toute attente, on devait constater ici à partir du milieu des années 1960 un très sensible changement de comportement de la clientèle, puisqu'aux amples fluctuations du marché caractéristiques des années antérieures, succède désormais presque sans transition une évolution nettement orientée cette fois à la hausse. Ainsi, à partir d'un point minimum proche de 1.300.000 tonnes en 1962, peut-on constater une progression à peu près continue des chiffres qui porte successivement le total des importations de 1.617.000 tonnes en 1966 à 1.705.000 tonnes en 1972, 1.800.000 tonnes environ en 1974, 1.902.000 tonnes en 1976, 2.037.000 tonnes en 1978, et près de 2.300.000 tonnes en 1981. Le résultat est donc une courbe remarquablement tendue dans la période 1970-1980, sur laquelle n'apparaissent que deux brèves entailles (en 1969-1970; en 1975 surtout), soit un gain décennal de l'ordre de 500.000 tonnes tout à fait remarquable.

Ainsi la période antérieure à 1929 mise à part, l'histoire récente du marché des Etats-Unis se partage en deux phases bien distinctes de part et d'autre de la discontinuité majeure que représente la vulgarisation des variétés nouvelles comme le montre notamment l'évidente dissymétrie des années 60 où à deux années de contraction des importations (moins 16,4 p. 100 de 1960 à 1962) succèdent six années de croissance (plus 28,3 p. 100 entre 1962 et 1968) qui annoncent déjà la forte reprise des années 70.

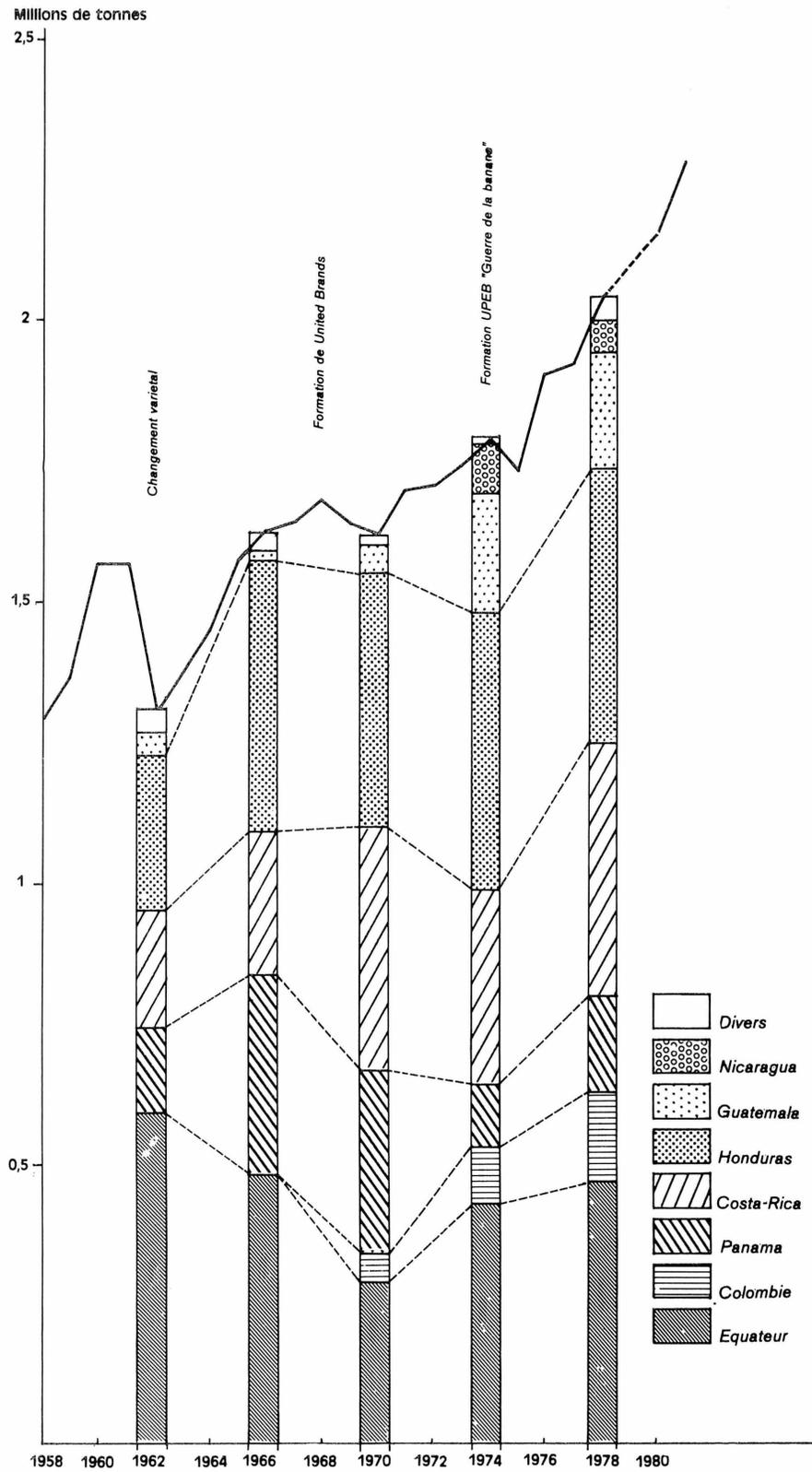
● Jusqu'au début des années 60 en effet, on ne connaît ici que la Gros Michel et le marché reflète assez fidèlement

les difficultés de la culture de cette variété. On peut donc retrouver à la lecture des statistiques nationales un certain nombre d'événements qui nous sont maintenant bien connus : l'importance de la production hondurienne jusqu'à 1934 où elle représente encore 30,5 p. 100 des importations ; le déclin des exportations de ce gros producteur qui doit finalement abandonner cette année-là sa position de premier fournisseur au Mexique devenu, de 1935 à 1939, le principal partenaire commercial des USA ; le sursaut de l'immédiat après-guerre qui permet au Honduras de reprendre la tête sans parvenir cependant à distancer nettement cette fois le Guatemala à l'apogée de son économie bananière, l'arrivée massive enfin des fruits équatoriens qui prennent à partir de 1952 et pour dix ans au moins plus de 30 p. 100 du marché.

C'est pourquoi après le maximum de 1929 (65 millions de régimes) qui coïncide exactement, remarquons-le, avec la pointe des expéditions honduriennes (23 millions de régimes environ à même date), le déclin des importations traduit essentiellement les difficultés d'approvisionnement rencontrées jusqu'à ce que l'afflux des fruits mexicains (17 millions de régimes au plus en 1937) permette d'établir un nouveau record : près de 67 millions de régimes. C'est pourquoi également après une brève remontée au lendemain de la seconde guerre mondiale qui n'avait permis que d'atteindre les 60 millions de régimes en 1947, on devait encore constater un sensible ralentissement des importations jusqu'à ce que l'arrivée en nombre des bananes équatoriennes permette enfin de renverser la tendance, en 1957, et d'atteindre à nouveau en 1960 les 57 millions de régimes. On comprend dans ces conditions qu'irrégulièrement approvisionnés, les consommateurs se soient peu à peu détournés de ce fruit tout en restant malgré tout avec 8 kg encore par tête et par an en 1955 parmi les meilleurs clients du commerce bananier. Car à même époque l'expansion rapide de la demande européenne et la perspective d'un vaste marché neuf à occuper sans retard incitent incontestablement les sociétés internationales à orienter dans cette direction une part croissante des tonnages qu'elles achètent ou produisent. La baisse de qualité imputable aux difficultés de la culture aidant, il était donc inévitable que la banane enregistre un sensible recul relativement à ses principaux concurrents et perde notamment du terrain face à l'offensive des produits lactés popularisés par une publicité souvent agressive. Trop bien connu du consommateur mais incapable de modifier son image de marque, ce produit de large consommation apparaissait ainsi vers la fin des années 1950 comme incapable par lui-même de renverser le cours d'une évolution extrêmement défavorable. Fort heureusement la décennie suivante se chargera de révéler qu'il était loin d'avoir épuisé toutes ses ressources à condition d'accepter d'indispensables sacrifices.

● Les années 1960 à 1970 seront en effet l'occasion d'une totale mutation d'où résulte le redressement de la courbe des importations déjà noté et avec celui-ci une très sensible reprise de la consommation individuelle de bananes grâce

FIGURE 45 - Le développement récent des importations aux Etats-Unis (1958-1981).



à laquelle on parvient finalement à approcher à nouveau les maxima passés (figure 45). Soucieuses de valoriser au maximum les énormes investissements qu'elles avaient dû effectuer, les grandes sociétés bananières redécouvrent alors les vertus de la concurrence et autant pour améliorer leur part de marché que pour justifier aux yeux de la clientèle des prix de vente un peu plus élevés que précédemment, mettent en place une politique de qualité appuyée par une vigoureuse campagne promotionnelle visant à faire connaître les mérites du produit «personnalisé» que l'on introduisait sur le marché. Car si l'on s'était efforcé de ménager la transition en proposant aux consommateurs les mêmes bananes longues et impeccables qui leur étaient familières, il restait en fait à les convaincre de reporter totalement sur une variété différente présentée de façon inhabituelle, l'intérêt qu'ils avaient jusque là accordé à la Gros Michel.

Mais à l'encontre de ce que l'on avait auparavant constaté, l'accroissement de la demande ne résulte pas cette fois de l'activité développée par un seul exportateur. En effet, tandis que la part de l'Equateur s'affaïsse rapidement jusque vers 1970 (44,7 p. 100 en 1962, 29,8 p. 100 en 1966, 17,9 p. 100 en 1970), l'Amérique Centrale réoccupe la scène grâce à la rapide expansion des exportations honduriennes (20,7 p. 100 en 1962 ; 29,8 p. 100 en 1966) puis à l'afflux des fruits costariciens vers la fin de la décennie (15,6 p. 100 en 1962 et 1966 ; 26,9 p. 100 en 1970). Ainsi à cette date la consommation de bananes aux Etats-Unis se partage assez également entre quatre provenances : le Honduras (27,9 p. 100) et le Costa-Rica, pratiquement à égalité ; le Panama (20,4 p. 100) et l'Equateur (17,9 p. 100), également très proches, ce qui ne laisse à l'ensemble des autres fournisseurs dont le Guatemala, et la Colombie récemment réapparue, qu'une participation dérisoire, moins de 7 p. 100.

Pourtant ce relatif équilibre devait être peu à peu mis en question au cours de la décennie suivante autant en raison de la crise de 1974 qui amène les sociétés à mieux répartir leurs achats, que de la diffusion rapide de la Sigatoka negra qui les pousse à nouveau à ouvrir la gamme de leurs fournisseurs. C'est pourquoi tandis que le Honduras amorce un léger recul qui, de 27 p. 100 en 1974, le ramène à 24,2 p. 100 en 1978, on voit l'Equateur reprendre une partie du terrain perdu (24 p. 100 en 1974, 23,1 p. 100 en 1978) rejetant le Costa Rica à la troisième place. Le Panama également après une forte régression en 1974 (6,3 p. 100) qui permet au Guatemala de le surclasser momentanément (11,9 p. 100), a bien du mal finalement à retrouver un petit avantage en 1978 sur ses concurrents immédiats : la Colombie (7,8 p. 100) et le Guatemala (7,6 p. 100), l'un et l'autre en constant essor depuis le début de la décennie. Ainsi l'écart tend-il à s'atténuer entre grands et petits fournisseurs, les trois principaux d'entre eux (21 à 24 p. 100 du marché chacun) maintenant cependant encore à bonne distance leurs quatre principaux concurrents qui, ensemble, réalisent déjà près de 30 p. 100 des importations nationales (figure 46).

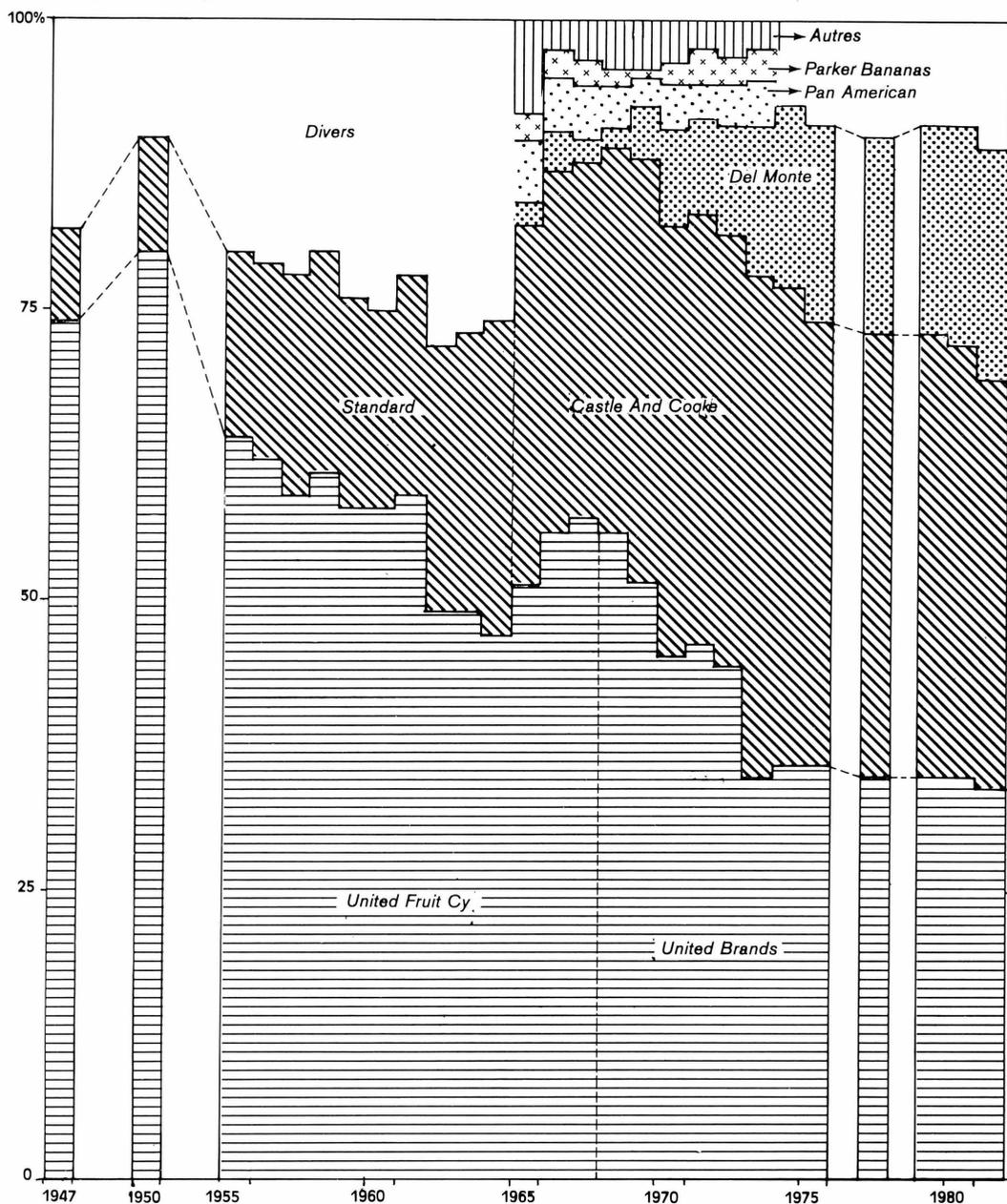
En fait cette évolution accompagne assez exactement la mutation des structures commerciales qui illustre l'effort de renouvellement du marché bananier et traduit, outre la forte influence de la United Fruit Company, l'apparition en ce domaine de concurrents dynamiques dans les vingt dernières années. On peut à ce propos discerner trois étapes décisives (tableau 64).

- De 1950 à 1960, c'est tout d'abord avec l'expansion de la production équatorienne, la très nette progression des activités de la Standard Fruit et des divers petits importateurs qui, telle la West Indies Fruit Company, trouvent aisément les bananes dont ils ont besoin en nouant des relations régulières avec l'exportation sud-américaine ou en développant à Guayaquil leur propre représentation. C'est pourquoi la part de la UFC dans l'approvisionnement du marché tend à décroître rapidement passant de 80 p. 100 en 1950 à un peu moins de 60 p. 100 dix ans plus tard. Progressant de façon analogue, la Standard d'un côté, l'ensemble des petites entreprises concurrentes de l'autre, se partagent à peu près à égalité le terrain abandonné par celle-ci. La redistribution est évidente mais résultant en partie des difficultés de la UFC, semble fragile. Rien n'est donc apparemment joué avant la fin de la décennie.

- De 1960 à 1970 par contre l'évolution ainsi amorcée devient irréversible en grande partie parce que cette société victime d'une procédure antitrust s'est trouvée contrainte, en 1958, de consentir à plafonner à terme ses activités aux Etats-Unis et à abandonner également les participations qu'elle avait pu acquérir dans le mûrissage ou la distribution des fruits. Or, c'est le moment que choisit justement la Standard Fruit pour dévoiler ses ambitions et pousser activement l'avantage qu'elle s'était acquis en développant ses recherches sur la culture et l'exportation des variétés nouvelles. Elle peut ainsi en assez peu de temps porter sa part de marché à plus de 30 p. 100 aux dépens de la UFC tout d'abord (qui tombe à moins de 50 p. 100 entre 1962 et 1964) puis en mordant au contraire dans la seconde moitié de la décennie sur les positions des petits importateurs surpris par le déclin plus rapide que prévu de la Gros Michel et incapables en tout cas de suivre leurs deux grands rivaux sur le terrain qu'ils avaient choisi. Car après quelques hésitations, la UFC avait aussitôt lancé la contre-attaque et retrouvé ainsi de 1966 à 1968 un peu plus de 55 p. 100 du marché national.

- De 1970 à 1980 enfin, on assiste à une spectaculaire redistribution des situations commerciales. En effet, sans que rien ne l'ait laissé prévoir, l'entrée en scène de Del Monte, la stabilisation de la part dévolue aux petits exportateurs restés indépendants après le rachat de la West Indies Fruit Company, obligent désormais United Brands et Castle and Cooke à modérer leurs ambitions. La première tombe ainsi de 55 p. 100 en 1968 (l'année de la formation de United Brands) à environ 33 p. 100 entre 1973 et 1980, tandis que la seconde après avoir maintenu quelque temps son expansion, atteint au mieux 43 p. 100 en 1973 puis redescend peu à peu jusqu'aux alentours de 33 p. 100

FIGURE 46 - Part respective des divers importateurs opérant sur le marché des Etats-Unis (1947-1981).

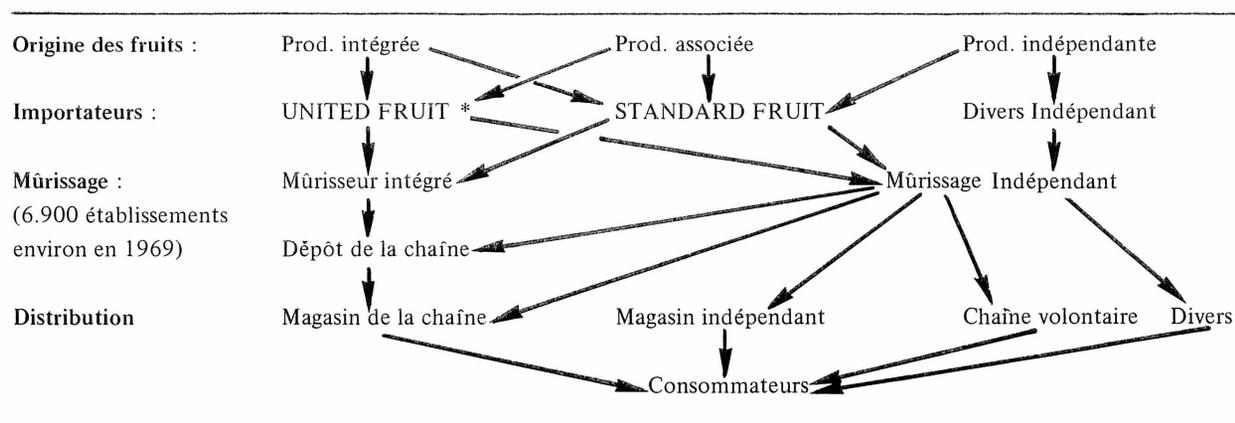


au début de la décennie suivante. Car c'est incontestablement la société Del Monte qui montre à l'époque le plus de dynamisme en faisant passer sa part de marché de 5 p. 100 seulement en 1969 à 20 p. 100 en 1981.

Ainsi le relatif équilibre qui est apparemment en train de se concrétiser entre les trois principaux importateurs de bananes aux Etats-Unis, explique la meilleure répartition actuelle des approvisionnements nationaux et la hiérarchisation très nette qui s'établit aujourd'hui entre

grands et petits fournisseurs soit, en fait, entre les pays où ces trois sociétés développent simultanément leurs activités (le Honduras et le Costa-Rica) et ceux où elles peuvent encore bénéficier chacune d'une rente de situation particulière : le Guatemala pour Del Monte ; le Nicaragua pour Castle and Cooke ; le Panama pour United Brands. Car seuls, l'Equateur et la Colombie, à des titres différents, permettent encore aux petits importateurs d'affronter tant bien que mal cette triple concurrence et de préserver une existence indépendante de plus en plus précaire. C'est

TABLEAU 64 - Structure du commerce de la banane aux USA (d'après ARTHUR et divers, 1968).



* - depuis la décision judiciaire de 1958 la UFC n'a plus d'intérêts directs dans le mûrisseur. Cependant elle dispose (comme la Standard) d'un réseau de représentation nationale qui lui permet de travailler en étroites relations avec les chaînes de magasins (mûrisseur intégré) et d'assurer l'assistance technique aux mûrisseurs professionnels et aux détaillants indépendants.

en tout cas ce qui a permis à UNIBAN de prendre pied aussi aisément sur le marché nord-américain.

Les autres principaux foyers de consommation.

Beaucoup moins peuplés, ils sont loin d'égaliser les performances des Etats-Unis bien que l'on y décèle parfois des niveaux de consommation bien supérieurs, comme ce fut le cas par exemple en 1980 du Canada et de l'Uruguay (tableau 65). Ce n'est donc pas tant dans ce cas le chiffre brut des importations annuellement réalisées qui est impor-

tant puisqu'elles paraîtront de toutes façons toujours négligeables relativement aux USA, mais plutôt la tendance que révèle l'évolution des tonnages réceptionnés et les perspectives qu'offrent de ce fait les divers territoires concernés au commerce international des fruits. En témoignent notamment le contraste évident entre le développement assez régulier des importations canariennes et les comportements beaucoup moins prévisibles qui caractérisent les pays du cône sud.

Bien modeste importateur de bananes jusqu'à une date récente puisque les 100.000 tonnes ne seront dépassées

TABLEAU 65 - Les principaux importateurs américains (1925-1980). (en milliers de tonnes).

	Canada	Rép. Argentine	Chili	Uruguay	USA
	kg par habitant				
1925	48,9	?	?	...	1 264,0
1931	80,0	61,4	12,2	11,7	1 269,6
1937	70,6	172,0	14,9	14,3	1 512,3
1950	63,6	132,1	25,1	42,2	1 346,3
1953	108,9 (9,2)	142,9	17,6	14,2	1 304,1 (9,6)
1956	111,5	152,3	11,8	13,2	1 281,8
1959	138,0 (8,8)	205,5	29,8	12,3	1 363,5 (9,9)
1962	132,0	176,3	25,8	19,3	1 311,3
1965	167,0 (8,5)	190,6 (8,7)	35,0	17,0	1 565,3 (8,0)
1968	194,3	140,0	74,6	21,0	1 683,0
1971	207,3 (9,6)	183,0 (7,8)	74,8 (8,3)	? (8,3)	1 698,6 (8,2)
1974	220,7	154,0	58,0	4,8	1 791,0
1977	231,2 (10,0)	99,6 (3,8)	50,6 (4,8)	6,0 (1,9)	1 917,4 (8,8)
1980	245,8 (10,8)	195,2 (7,2)	97,1 (8,7)	30,1 (10,4)	2 147,5 (9,4)

Source : FAO

qu'avec le début des années 1950, le Canada n'est d'abord qu'un simple prolongement du marché des Etats-Unis vers lequel sont réexpédiés des fruits normalement déchargés dans les ports du Nord-est. Car malgré les efforts développés à partir de 1925 pour promouvoir des relations maritimes directes entre les Antilles anglophones et ce Dominion, il faudra en réalité attendre que soit institutionnalisé en 1932 le principe de la «Préférence impériale» pour que soient réellement établies en ce domaine les premières liaisons régulières. Elles n'amèneront cependant jamais à renoncer à la voie terrestre pour d'évidentes raisons de commodité, afin d'assumer notamment les variations imprévues de la demande et corriger rapidement déficits ou excédents accidentels de fruits. C'est peut-être ce qui aide à comprendre que, bien approvisionné de cette façon, le Canada révèle une évolution aussi régulière de sa consommation : 4,5 kg par tête et par an pour la période 1934-1938, 6 kg pour 1948-1952, 8,7 pour 1958-1962, 9,2 environ pour 1968-1972. Elle est actuellement proche des 10 kg.

Le résultat est en chiffres bruts une remarquable progression notamment dans l'immédiat après-guerre qui voit les importations nationales pratiquement doubler entre 1950 (63.600 tonnes) et 1969 (122.900 tonnes) puis à nouveau doubler exactement entre 1969 et 1980, ce qui les situe maintenant à plus de 250.000 tonnes, soit le niveau atteint par la France ou le Royaume-Uni au début des années 1950, par le Japon en 1963 ou l'Espagne vers 1965. C'est dire que le Canada a cessé aujourd'hui de faire figure de partenaire mineur et qu'en dépit de sa faible importance démographique, malgré la proximité des Etats-Unis qui l'écrasent de tout le poids de leur énorme consommation, il est parvenu à s'affirmer comme l'un des centres les plus actifs, les plus solides également de l'importation américaine à l'expansion récente de laquelle il a fort honorablement contribué. Car bien que les quantités en cause soient peu comparables, il convient au moins de noter que si, entre 1962 et 1980, les USA ont enregistré un gain de 63,8 p. 100 en tonnage (plus 836.000 tonnes), le Canada a pour sa part réalisé simultanément un bond de 86,2 p. 100 (plus 113.000 tonnes).

Par comparaison les réactions du foyer de consommation méridional, l'ensemble des pays de «Cône Sud» (soit en 1980 un peu plus de 320.000 tonnes), paraissent assez décevantes. Ainsi après des débuts précoces qui lui ont déjà permis d'admettre en 1937 172.000 tonnes de bananes puis à nouveau, en 1958, 240.000 tonnes de fruits, le marché argentin décline visiblement avec le début de la décennie suivante puisqu'en dépit de fortes variations les maxima réceptionnés tombent dès 1961 à 212.000 tonnes puis à 190.000 tonnes en 1965, à 183.000 tonnes en 1971, à 154.000 tonnes en 1974, à moins de 100.000 tonnes même en 1976 et 1977, ce qui fait passer la consommation individuelle apparente d'un peu moins de 9 kg en 1965 à moins de 4 kg en 1977. On alléguera sans doute à ce propos les progrès de la production nationale qui permettent de réduire par étape l'ampleur des importations étrangères, mais sans nier que le phénomène ait pu

contribuer au plafonnement des apports extérieurs à partir de 1958, on reconnaîtra qu'il ne justifie pas en tout cas l'évidente désaffection qui amène soudain le consommateur à se détourner d'un produit jusque-là apparemment bien accepté malgré de fréquentes insuffisances qualitatives.

C'est pourquoi il est sans doute plus raisonnable d'attribuer ce déclin à l'évolution récente des goûts de la clientèle quelque peu découragée par le médiocre aspect d'une bonne partie des fruits normalement proposés, à l'imitation de ce que l'on peut, toutes proportions gardées, constater alors aux Etats-Unis où les sollicitations de la concurrence n'étaient pas moins puissantes. On comprend dans ces conditions l'étonnant succès rencontré finalement ici par les bananes équatoriennes ou colombiennes pourtant desservies par des coûts d'acheminement relativement élevés, et le redressement de la consommation que l'on a pu constater dans les dernières années où la mutation des techniques commerciales atteint finalement la bananeraie brésilienne. On est loin cependant encore en 1980 des records d'importation de la fin des années 50 ce qui justifie l'activité déployée par ces nouveaux fournisseurs venus bousculer les habitudes établies par un bon siècle de relations commerciales sans histoire. Qu'ils le veuillent ou non, les pays du Cône Sud sont bien obligés de reconnaître ainsi que leur position géographiquement marginale ne leur permet plus aujourd'hui d'échapper comme par le passé à l'état de la conjoncture bananière internationale.

Il faut cependant remarquer que l'isolement des marchés sud-américains fut toujours en fait très relatif, car si la République Argentine et l'Uruguay se sont constamment approvisionnés au Brésil, le Chili ravitaillé traditionnellement par l'Equateur se trouva du même coup profiter indirectement de l'élargissement international des activités d'exportation de ce territoire dans les années 1950. Devenu en effet assez logiquement le débouché des fruits destinés à l'Europe ou aux Etats-Unis écartés juste avant leur mise à bord, bénéficiant pour cette raison des efforts qualitatifs réservés aux exportations lointaines mais disposant aussi des capacités de transport frigorifiques installées sur les navires desservant régulièrement le Pacifique Sud, ce modeste consommateur au départ se trouva donc très vite avantage relativement à ses voisins immédiats où le commerce des fruits se développait dans une ambiance moins favorable. C'est pourquoi tandis que l'Argentine et l'Uruguay offrent dans l'immédiat après-guerre l'image d'évolutions chaotiques, les importations chiliennes enregistrent au contraire une remarquable progression doublant pratiquement de 1937 à 1969 et triplant encore entre 1969 et 1980, ce qui leur permet d'approcher même cette année-là les 100.000 tonnes.

Car quels que soient les volumes traités, et les contrastes sont ici particulièrement forts, les niveaux de consommation sont toujours dans la zone américaine parmi les plus élevés que l'on connaisse.

à suivre.