

Les nouveaux problèmes de la banane accès aux marchés, contingent, les prix

3.1 De la guerre de la banane à la libéralisation du marche mondial

3.1.1 Les flux commerciaux sur le marché international

Le marché international de la banane a toujours été spécialisé autour d'une certaine variété de banane, la banane type fruit⁷⁰, et depuis plus de 40 ans tout spécifiquement autour d'un groupe de variété, le groupe Cavendish. C'est environ 14 millions de tonnes qui sont exportées (CIRAD, 2008) faisant de cette culture l'une des plus internationalisées. C'est ainsi que le rapport entre production et exportation est de plus de 30% (Cyclope, 2008)

Aujourd'hui plus de 120 pays produisent de la banane et en 2008 les principaux producteurs fournissent à eux seuls 75% de la production mondiale. On note en tête de ce groupe l'Inde suivi de la Chine, des Philippines, du Brésil et de l'Equateur qui produisent 50% du volume total. L'apport de l'Amérique Latine se fait par le biais de 5 pays (Brésil, Equateur, Costa Rica, Mexique et Colombie). Cependant il faut distinguer entre les producteurs et les pays exportateurs. En effet la production pour la consommation intérieure est importante comme dans le cas de la Chine, de l'Inde et du Brésil qui ne sont pas des pays exportateurs. Le schéma X indique clairement que la plupart des pays producteurs sont des pays émergents.

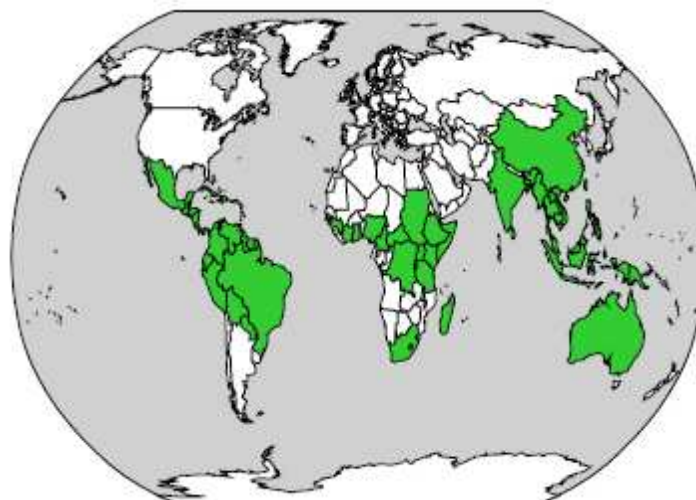
Tableau 17 Production (en milliers de tonnes/hectares) de banane dans les 10 pays principaux producteurs, année 2007

Pays	Production (tonne)
Inde	21 766 400
Chine	7 325 000
Philippines	7 000 000
Brésil	6 972 408
Equateur	6 130 000
Indonésie	5 000 000
Costa Rica	2 240 000
Mexique	2 200 000

⁷⁰ Concernant la famille des bananes il convient de signaler que sur les 106 millions de tonnes de banane produites, une cinquantaine appartient à la variété Cavendish (l'autre quantité regroupe d'autres types de bananes).

Thaïlande	2 000 000
Colombie	1 800 000

Source : FAOstat 2007
Réalisation : Cepeda, D.



Source : FAOstat 2007
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 21 Principaux pays producteurs de banane, 2007

Dans l'environnement international en raison des formes de production et de négociation de la banane il est possible de différencier trois groupes.

Groupe "Zone Dollar": connu sous ce nom car les pays de ce groupe sont traditionnellement sous l'influence du dollar américain et en outre parce que le développement de leurs industries bananières fut en général associé avec des compagnies multinationales. Formé par l'Equateur, le Costa Rica, la Colombie, le Guatemala, le Honduras, le Panama, le Brésil (qui réintégra le commerce international à la fin des années 90), le Mexique, le Venezuela et le Pérou (avec une entrée sur le marché de la banane au cours de ces cinq dernières années).

Groupe ACP: formé par les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique qui signèrent la Convention de Lomé en 1975 avec l'Union européenne, un accord de commerce et d'aide avec 48 anciennes colonies. Accord qui leur permet le libre accès sans taxes pour toute une gamme de produits. A l'origine les 12 pays « traditionnels » de l'ACP étaient : Côte d'Ivoire, Cameroun, Sainte Lucie, Jamaïque, Belize, Saint Vincent, les Grenadines, la Dominique, le Surinam, Grenade, la Somalie, le Cap Vert et Madagascar. Les trois derniers pays africains cessèrent d'exporter des bananes vers l'Europe dans les années 90. Récemment la

République Dominicaine a rejoint l'ACP et le Ghana a commencé à exporter des bananes pour la première fois.

Groupe Asie: avec les Philippines dont la plupart des exportations sont contrôlées par des multinationales et qui représentent 80% des exportations asiatiques.

3.1.2 Pays exportateurs

Actuellement près de 26% du total des cultures de la banane Cavendish sont exportées et avec 8 bananes sur 10 exportées l'Amérique Latine et les Caraïbes (LAC) apparaissent comme la plus importante zone d'exportation au monde avec 81% du total exporté contre 14,8% pour l'Extrême Orient et 10,65% pour l'Afrique.

Le tableau permet d'observer que parmi les principaux pays exportateurs l'Equateur représente 20,57%, la Belgique et le Luxembourg 16,09%⁷¹, le Costa Rica 11,96% et la Colombie 9,15%.

Tableau 18 Principaux pays exportateurs mondiaux (milliers de USD)

	Pays	1990	2004	Total 99 - 04	Part (%)	Croissement (%)
1	Ecuador	460.312	1.022.899	5.627.161	20,57%	4,40%
2	Bélgica y Luxemburgo	6.958	880.705	4.402.518	16,09%	28,71%
3	Costa Rica	316.868	546.420	3.272.016	11,96%	2,09%
4	Colombia	317.976	397.784	2.503.760	9,15%	0,24%
5	Filipinas	149.279	326.425	1.798.037	6,57%	5,33%
6	Guatemala	69.610	229.701	1.144.960	4,18%	7,87%
7	Estados Unidos	157.000	197.088	1.049.157	3,83%	-0,21%
8	Alemania	23.085	214.831	812.874	2,97%	17,95%
9	Paraná	212.777	108.221	775.564	2,83%	-5,23%
10	Honduras	365.672	188.432	767.219	2,80%	-6,47%
11	Francia	18275	135.693	709.863	2,59%	10,33%
12	Italia	284	102.714	657.064	2,40%	41,07%
13	Côte d'Ivoire	26.835	170.418	547.533	2,00%	7,84%
14	Cameroon	33000	74.763	330.468	1,21%	3,42%
15	España	2.219	15.791	246.247	0,90%	18,56%
	Mundo	2.740.933	5.173.104	27.359.436	100%	3,64%

Source: FAO. Calculs Observatorio Agrocadenas. Données actualisées Commerce extérieur 2004
Réalisation : Cepeda, D.

Les pays sont classés selon leur rang d'après les exportations cumulées pour la période 1999-2004

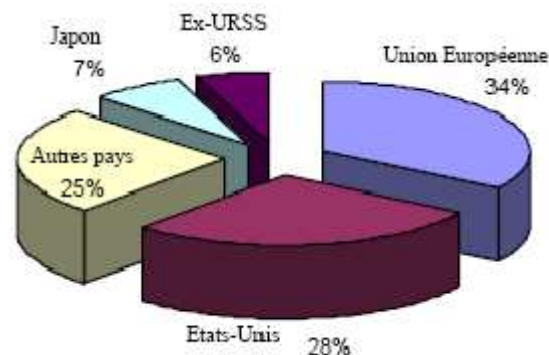
⁷¹ Il faut indiquer que la Belgique et le Luxembourg sont considérés comme des pays réexportateurs, c'est à dire des pays d'entrée et de distribution du fruit.

L'activité exportatrice fut motivée, facilitée et contrôlée par des entreprises multinationales comme la United Brands (United Fruit Company.), connue sous le nom de Chiquita ; Castie & Cook (Standard Fruit Company.) avec la marque Dole, Del Monte, et Fyffes Plc. A ces entreprises il faut ajouter le Grupo Noboa S.A. à capital équatorien et à caractère régional. Cependant au cours des 20 dernières années ces entreprises se sont retirées de la production agricole pour se consacrer chaque fois plus à la commercialisation et à l'industrialisation du produit avec des entreprises à caractère régional comme Noboa d'Equateur qui pénétrèrent sur les marchés.

L'exportation de banane en 2006 n'équivaut qu'à un cinquième de la production totale ce qui donne une idée du volume gigantesque de bananes produites dans le monde avec en plus des pays comme l'Inde et le Brésil considérés comme les plus grands producteurs de la planète mais qui ne font pas partie des plus grands exportateurs du fruit.

En voyant que durant les 12 dernières années l'Equateur avait la mainmise sur l'offre mondiale avec 30% de la production, suivi par le Costa Rica avec 13%, les Philippines avec 12% et la Colombie avec 9% et que ces quatre pays fournissaient plus de 60% des besoins des marchés consommateurs, voire 70% si nous ajoutons le Guatemala, nous pourrions croire que le marché de la banane serait touché d'une manière ou d'une autre par le comportement de production et d'exportation de ces cinq pays selon les pays vers lesquels sont dirigées les bananes de chacun d'entre eux.

Les exportations de l'Amérique Latine en général ont comme destination principale les marchés traditionnels d'Europe (34% pour l'Union européenne), d'Amérique du Nord (31%) et du Japon (9%), ainsi que les marchés non traditionnels mais dont la consommation de banane est à la hausse : la Russie (7%), le Moyen Orient (5%), les pays du Cône Sud (5%) et la Chine (3%). Ce dernier pays doit être considéré comme un cas particulier puisque tout en étant un pays producteur de banane il doit recourir à l'importation de bananes pour satisfaire sa demande intérieure.



Source: FAO, 2002

Réalisation : Cepeda, D.

Figure 22 Demande mondiale de banane

3.1.3 Pays importateurs

Les principaux pays importateurs de banane sont les Etats-Unis dont la part dans les importations mondiales est de 19,64% suivis par l'Allemagne avec 11,13%, la Belgique avec 10,02% et le Japon avec 8,16%.

Tableau 19 Principaux pays importateurs mondiaux (milliers de USD)

	Pays	1990	2004	total 99 - 04	Part. %
1	Estados Unidos	1.107.869	1.243.502	7.695.299	19,64%
2	Alemania	757.253	886.837	4.361.164	11,13%
3	Bélgica	86.210	1.122.607	3.926.510	10,02%
4	Japón	421.743	588.614	3.199.044	8,16%
5	Reino Unido	370.156	552.325	3.006.722	7,67%
6	Italia	257.986	418.372	2.132.773	5,44%
7	Federación de Rusia		359.289	1.331.252	3,40%
8	Francia	391.258	232.446	1.132.521	2,89%
9	Suecia	109.380	201.928	1.010.234	2,58%
10	Canadá	151.662	180.681	966.705	2,47%
11	Polonia	4.001	124.050	684.519	1,75%
12	China	3.762	93.455	670.288	1,71%
13	Países Bajos	74.259	115.757	647.106	1,65%
14	Portugal	22.489	95.882	520.981	1,33%
15	Corea, República de	17.266	86.665	473.951	1,21%
59	Colombia	37	314	19.902	0,05%
	Mundo	4.466.876	7.761.798	39.189.413	100,00%

Source: FAO. Calculs Observatorio Agrocadenas. Données actualisées du commerce extérieur 2004

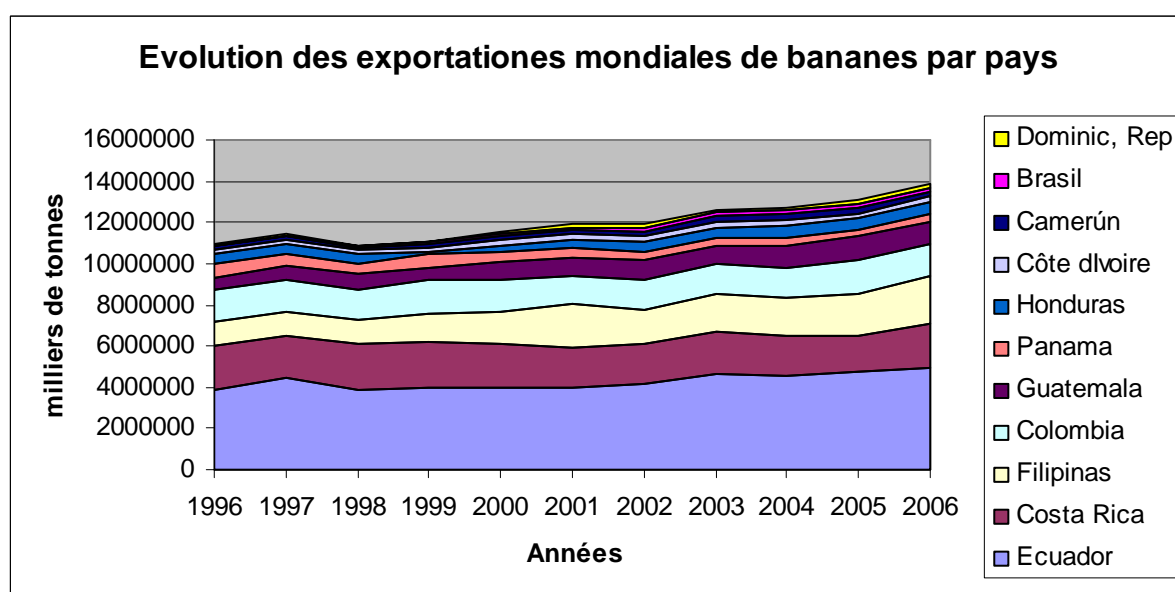
Réalisation : Cepeda, D.

Les pays sont classés selon leur rang dans les exportations accumulées pour les années allant de 1999 à 2004.

3.1.4 Variation des quantités offertes sur le marché

Les quantités exportées ont particulièrement augmenté entre 1985 et 1995, passant de 6,8 à 11,4 millions de tonnes. Depuis, elles stagnent quasiment, bien que la production continue à augmenter, du fait de la saturation des marchés européens,

américains et asiatiques traditionnels ainsi que de la concurrence avec d'autres fruits. Cependant, certains marchés émergent. Il s'agit notamment de l'Europe de l'Est, où le niveau de vie s'améliore. L'augmentation des quantités exportées a été particulièrement importante pour l'Equateur depuis 1985, avec le développement du marché par Noboa. Tous les autres pays exportateurs ont également vu leurs exportations augmenter entre 1985 et 1995, mis à part le Honduras.



Source : FAO, 2001 – 2006

Réalisation : Cepeda, D.

Figure 23 Evolution des exportations mondiales de bananes par pays 1996-2006

3.1.4.1 Influence des chocs exogènes sur les quantités offertes

La banane est un fruit produit toute l'année, l'offre ne subit donc pas de variations saisonnières. Cependant, elle dépend énormément des aléas climatiques, que subissent les zones de productions destinées à l'exportation, causant une baisse de la production.

En effet, comme il n'y a pas de stock, si la production diminue, l'offre diminue aussitôt. En 1998, suite aux dévastations causées par el Niño en Equateur, les exportations ont diminué de 19% durant les dix premiers mois de 1998. En 1999, suite au passage de l'ouragan Mitch au Honduras et au Nicaragua, les fournisseurs du marché américain et les grandes compagnies nord-américaines ont réorienté les quantités jusqu'alors destinées aux marchés émergents d'Europe de l'Est et de Russie. Le prix de la banane aux Etats-Unis a augmenté.

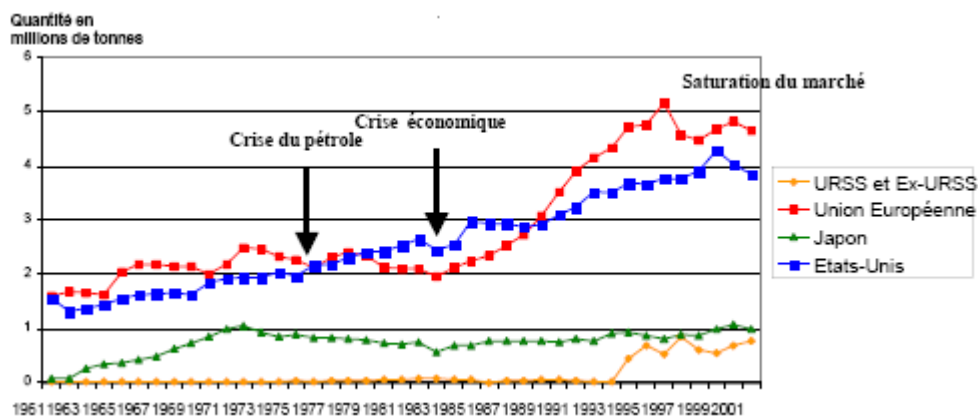
D'autres chocs exogènes peuvent influencer sur l'offre. Par exemple, en 1999, des **grèves** en Martinique et Guadeloupe causèrent une forte perturbation des expéditions.

L'offre est globalement peu élastique par rapport au prix. Si le prix augmente, la production augmente à long terme, car des investissements sont possibles, permettant l'amélioration des méthodes de production.

Si le prix diminue, l'offre diminue, mais dans une proportion moindre qu'elle n'augmente en cas de hausse des prix. De plus, les conséquences seront différentes selon le type d'exploitation. Les petits exploitants peuvent changer leurs stratégies de production et certaines fois se reconvertir plus facilement, ou diversifier leur production, et donc réagir plus rapidement à une diminution des prix. Mais il se peut également qu'ils n'aient pas les moyens de faire face à une chute des prix, et qu'ils arrêtent leur activité agricole. L'offre réagit aux variations de prix réels car le changement de politique dans l'UE, leur permet d'accéder à des marchés anciennement protégés où les prix perçus sont plus élevés actuellement.

3.1.5 Evolution et caractéristiques de la demande internationale

La demande internationale de la banane n'a cessé d'augmenter au cours des 40 dernières années. Néanmoins, c'est surtout à partir des années 80 que la demande de bananes augmente fortement en Europe et aux Etats-Unis. La crise du pétrole de la fin des années 70 qui fait monter les coûts de transport va freiner l'importation en Europe momentanément. Puis, au début des années 80, la crise économique mondiale fait chuter encore une fois les exportations de bananes vers l'Europe. Mais depuis 1984 ces flux se sont inscrits à nouveau dans une phase de croissance pour atteindre un pic en 1997. On note également une augmentation de la demande en Ex-URSS depuis l'ouverture des marchés.



Source : FAO, 2002
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 24 Evolution de l'importation de bananes

Aujourd'hui les marchés à haut niveau de consommation (américain, allemand, français) stagnent. C'est uniquement dans les pays « émergents » de l'Europe, dans lesquels les revenus augmentent plus vite, comme le Portugal par exemple, que la demande est en légère croissance.

3.1.5.1 Facteurs influençant la demande

Dans les pays importateurs, les quantités importées correspondent aux quantités consommées donc reflètent la demande.

« L'image de la banane »

Ainsi, l'évolution croissante de cette demande en Europe et aux Etats-Unis se commente par une croissance de la consommation due à une bonne intégration de la banane dans les habitudes alimentaires des ménages. La banane possède en effet certaines qualités qui en ont fait un produit très demandé dans les pays développés :

- Comme les autres fruits, la banane a bénéficié de la demande croissante en aliments équilibrés, sains et naturels. Plus nourrissante que d'autres fruits, elle est également appréciée pour ses nombreuses vitamines, ses sels minéraux et sa pauvreté en graisse.
- Facile à transporter, rapidement consommée, propre et nourrissante, la banane est parfaitement adaptée aux exigences de la vie moderne.
- Elle a l'avantage d'être disponible toute l'année sur les étals des magasins, sans que la qualité offerte varie d'une saison à l'autre.
- Elle conserve une image d'exotisme.

Les facteurs climatiques

La banane étant un fruit périssable et donc non stockable, très touché par les maladies et les facteurs climatiques, une chute de la production va nécessairement se répercuter sur le pays importateur. Ces effets externes peuvent ainsi influencer la demande qui s'exprime par la quantité importée de bananes.

Elasticité-revenu de la demande

La demande de banane est élastique par rapport au revenu ; ainsi elle tend à augmenter dans les pays où la solvabilité est en croissance (Portugal). Cependant, à partir d'un certain seuil de consommation, bien que les revenus augmentent, la demande de banane stagne (Etats-Unis, France).

Elasticité-prix de la demande

L'élasticité de la demande par rapport au prix est élevée. Ceci est très lié au niveau de protection des marchés. Ainsi les marchés où la consommation est la plus élevée sont les marchés ouverts, comme le marché allemand avant la mise en place de l'OCMB en 1993. Les autres pays d'Europe, qui à cette époque menaient une politique de protectionnisme pour garantir un prix minimum aux pays ACP, se voyaient confrontés à des prix plus élevés qu'en Allemagne ce qui se reflétait par une moindre consommation. Un autre exemple d'élasticité-prix de la demande est le choc pétrolier dans les années 1970. Contrairement aux fruits saisonniers en Europe, le prix et donc la demande de la banane est directement liée au prix du pétrole. Cette crise se traduit par une forte diminution de la demande de bananes en Europe du fait de coûts de transport trop élevés.

Elasticité-croisée de la demande par rapport aux fruits de substitution

Cette élasticité est assez élevée en Europe. La banane est en effet fortement concurrencée par les fruits saisonniers comme vu précédemment. La demande potentielle de la banane sur le marché international va probablement augmenter, du fait de la croissance démographique. La demande solvable par contre, qui dépend du pouvoir d'achat des consommateurs, va stagner ou diminuer dans les pays développés tandis qu'elle connaîtra certainement une augmentation dans les pays en développement, du fait de l'augmentation de leur solvabilité.

3.1.6 Composantes et acteurs des échanges sur les marchés internationaux

Nous l'avons vu précédemment l'essentiel des échanges internationaux de bananes se fait à destination de trois principaux foyers de consommation : Amérique du Nord, Europe et Japon. Comment fonctionnent ces trois principaux marchés d'importation de la banane dessert ? Qui sont les acteurs de ces marchés ? Quels sont les enjeux soulevés par le marché international de la banane ?

3.1.6.1 Le marché asiatique

Le marché asiatique est constitué de trois pays importateurs : le Japon, la Chine et la Corée du Sud, le Japon étant le principal importateur. Le marché japonais est un marché libre dans la mesure où il n'existe pas de contingentement des importations ou de taxes intérieures. Cependant, afin de préserver les productions fruitières locales de la concurrence des bananes, le Japon s'est doté d'un système de droits de douane variable. Ainsi, pour les bananes importées sous le régime de la clause de la nation la plus favorisée, ces droits varient selon la saison entre 40 et 50 %, ils varient entre 10 et 20 % pour les pays dépendant du système de préférence généralisé. On notera toutefois que ces informations étaient valables en 1991, suite aux négociations de l'Uruguay Round puis à celle des différentes conférences ministérielles de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), ces droits sont probablement inférieurs actuellement.

Les principaux acteurs du marché japonais sont les importateurs japonais Itho & Co Ltd, Tokyo Seika et United & Fuji Fruits qui s'approvisionnent sur le marché philippin, via les trois entreprises transnationales des Etats-Unis Chiquita, Dole, Del Monte ainsi que deux entreprises d'export philippines.

3.1.6.2 Le marché des Etats-Unis

Le marché de la banane aux Etats-Unis est un marché libre : il n'existe aucun contingentement à l'importation. La quasi-totalité des bananes consommées aux Etats-Unis proviennent d'Amérique Latine. Au titre soit du régime de la clause de la nation la plus favorisée, soit du système de préférence généralisée, toutes les bananes d'Amérique Latine bénéficient d'une entrée libre de droits sur le marché

des Etats-Unis. En revanche, les produits transformés à base de banane sont taxés faiblement à leur entrée sur ce marché.

Les principaux acteurs du marché sont les trois entreprises transnationales Chiquita, Dole, Del Monte, ainsi que l'entreprise équatorienne Noboa et des entreprises d'export colombienne, pour environ 96 % des importations. Le reste est réalisé par quelques petits importateurs. Aucune taxe intérieure ou contingentement ne régit la circulation des bananes à l'intérieur du marché des Etats-Unis.

En 1958, le Consent Decree, impose aux trois entreprises transnationales de se séparer d'une partie de leurs activités, pour respecter les lois « anti-trust »⁷². Malgré cela, un ensemble d'accord avec les grossistes et les mûrisseurs, permet aux trois ETN d'exercer un contrôle étroit sur la distribution.

3.1.6.3 Le marché européen : avant l'Organisation Commune du Marché de la Banane

La première législation du marché européen concernant la banane a été mise en place avec la Politique Agricole Commune (la PAC) en 1962. Le règlement communautaire du 4 avril 1962, qui visait à organiser les marchés des fruits et légumes au sein de la PAC n'a pas retenu la banane parmi les produits visés. Ainsi, les différents marchés nationaux furent donc libres quant aux quantités importées, mais les importations de bananes furent elles soumises strictement à la taxe communautaire de 20 %.

En 1975, la Communauté Economique Européenne (la CEE) signe à Rome les Accords de Lomé (dits « LOME I ») avec 46 pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique, (les pays ACP). En annexe de cette première convention de Lomé figure le « **Protocole Banane** », celui-ci stipule que :

⁷² Consent Decree, fut trouvé entre les autorités fédérales des Etats-Unis et Chiquita (alors United Fruit). Cet accord mettait fin à une bataille juridique menée par le département de la Justice des Etats-Unis à l'encontre de United Fruit qui était accusé de violer les lois « Anti-trust » du fait de la concentration de ses activités de production, transport, distribution et commercialisation et de part sa position dominante sur le marché. Cet accord a contraint United Fruit, entre autres mesures, à céder ses parts de distribution. Depuis lors, les trois ETN ne peuvent plus gérer directement la distribution, mais en réalité elles exercent un contrôle étroit de la distribution via une série d'accords avec les grossistes et les mûrisseurs.

« Pour ses exportations de bananes vers les marchés de la Communauté, aucun état ne sera placé, en ce qui concerne l'accès à ces marchés traditionnels et à ses avantages sur ces marchés, dans une situation moins favorable que celle qu'il connaissait antérieurement ou qu'il connaît actuellement. »

Par la suite, ce protocole banane sera renouvelé avec chaque convention de Lomé. Par voie de conséquence ce protocole a engendré la création d'une multitude de régimes d'importation différents, issus des liens historiques, économiques et politiques entre les différents pays de la CEE et leurs partenaires commerciaux des ACP. Ainsi, de manière schématique, on peut distinguer les marchés libres des pays « d'Europe du Nord », strictement consommateurs et les marchés protégés de « l'Europe du Sud », où l'on défendait des prix élevés à la consommation soit pour protéger les productions nationales, soit pour protéger les productions des anciennes colonies.

En « Europe du Nord », l'Allemagne, les Pays-Bas, le Danemark, et l'Irlande, importaient des bananes principalement d'origine latino-américaine, sans contingentement des volumes en appliquant la taxe communautaire de 20%.

En « Europe du Sud », les régimes d'importation étaient plus nuancés. Ainsi le Royaume-Uni importait sans limite de volume et en franchise de douane des bananes des Petites Antilles et de la Jamaïque, soit près de 90% de son marché, le reste étant des bananes « dollars » importées via des licences strictement contingentées et délivrées après consultations des partenaires ACP et en fonction des besoins restant à couvrir. La France importait sans contingentement et en franchise de douane les bananes de ses producteurs des Départements d'Outre-Mer et des pays ACP de la zone franc CFA : Côte d'Ivoire, Cameroun et Madagascar principalement. Si ces importations ne couvraient pas les besoins du marché français, des bananes d'origine latino-américaine étaient alors importées via des licences, des contingents et avec application de la taxe communautaire de 20%. Après avoir longtemps accordée à la Somalie le monopole de son marché de la banane, l'Italie a ouvert son marché dans les années soixante aux bananes « dollars » via un système de licence et avec un contingentement de 250 000 à 300 000 tonnes et avec application de la taxe communautaire. La Grèce n'importait aucune banane, son marché était limité à la production nationale. Enfin l'Espagne et le Portugal importaient très peu de bananes afin de protéger leurs productions nationales.

3.1.6.4 *Le marché européen : de la Guerre des bananes à la Nuit américaine.*

a) OCMB I

En 1993, l'Union Européenne (UE) crée le marché unique européen. Du point de vue agricole cela se traduit par la mise en place des Organisations Communes des Marchés (OCM) pour différents produits agricoles, dont la banane : l'Organisation Commune des Marchés de la Banane (OCMB). Ainsi cette première OCMB a constitué une tentative d'harmonisation complexe de trois objectifs :

- La protection des productions européennes, conformément aux engagements de l'UE dans la PAC
- L'accès privilégié réservé aux productions des pays ACP, conformément aux accords de LOME
- Le respect des engagements pris par l'UE lors des négociations de l'Uruguay Round du GATT (General Agreement on Tariffs and Trade).

Tableau 20 Résumé de réglementation bananière OCMB I

Origine	UE	ACP traditionnels	Bananes \$
Réglementation	<ul style="list-style-type: none"> • pas de taxe • aide compensatoire 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 857700 tonnes en franchise de droits • licences d'importation par pays 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 2 millions de tonnes taxé à 100 écu/t • licences d'importation par pays

Dès la mise en vigueur de cette OCMB I, des dissensions internes à l'UE voient le jour. Ainsi, l'Allemagne et d'autres pays d'Europe du Nord se sentent lésés par cette mesure qui pour eux se traduit par une diminution des volumes importés et une augmentation des prix à la consommation. Ils portent plainte auprès de la Cour de Justice Européenne en demandant la suspension de l'OCMB I, mais leur plainte est refusée.

En 1994, le conflit devient extérieur à l'UE : la Colombie, le Costa Rica, le Nicaragua et le Venezuela portent plainte au GATT contre la réglementation des importations de bananes sur le marché européen qui est jugée trop protectionniste. L'UE est condamnée pour non-conformité de l'OCMB avec les accords commerciaux internationaux du GATT. L'UE négocie avec les 4 plaignants un

accord cadre annexé aux accords de Marrakech qui concluent les négociations de l'Uruguay Round :

- augmentation du contingent « banane dollars » de 2 millions à 2,2 millions de tonnes,
- abaissement des droits de douanes sur les origines « banane dollars » de 100 à 75 écu/t,
- davantage de licences d'importations seront attribuées aux 4 plaignants

b) OCMB II

Ainsi, en 1994, l'UE propose une OCMB deuxième version :

Tableau 21 Résumé de réglementation bananière OCMB II

Origine	UE	ACP traditionnels	Bananes \$
Réglementation	<ul style="list-style-type: none"> • pas de taxe • aide compensatoire 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 857700 tonnes en franchise de droits • licences d'importation par pays 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 2,2 millions de tonnes taxé à 75 écu/t • licences d'importation par pays • plus de licences d'importation aux 4 plaignants

Dès la mise en vigueur de l'OCMB II, les Etats-Unis déclenchent des mesures de rétorsions économiques à l'encontre de l'UE afin de protester contre le caractère jugé déloyal de l'OCMB II. De même au sein de l'UE, l'Allemagne multiplie les plaintes à la Cour de Justice Européenne, mais en vain.

En 1995, une plainte émanant des Etats-Unis, de l'Équateur et du Mexique est déposée à l'Organe de Règlements des Différends (ORD) de la nouvelle Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Ces pays réclament la mise en conformité de l'OCMB II avec les principes du commerce international de l'OMC. Concrètement, ces pays luttent contre le système de licences d'importation qu'ils jugent trop favorables aux pays ACP : il s'agit donc d'une lutte contre les mesures de protection accordées, via LOME, par l'UE à ses partenaires ACP. En 1997, l'ORD condamne l'UE et son OCMB II. Toutefois, il convient de noter que l'ORD remet uniquement en cause l'accord cadre UE-« les 4 plaignants » et le système d'attribution des licences d'importations. Le volet interne de l'OCMB, c'est-à-dire la préférence communautaire, n'est pas remis en

cause. De même, l'accord de Lomé est protégé jusqu'en 2008 d'après les statuts de l'OMC, ainsi, ni le contingent ACP, ni les tarifs préférentiels des bananes ACP, ni la répartition par pays des licences d'importation des pays ACP ne sont remis en cause.

c) OCMB III et ses conséquences

Durant l'année 1998, l'UE planche sur une nouvelle réforme de l'OCMB, et au 1^{er} janvier 1999 l'OCMB III entre en vigueur :

Tableau 22 Résumé de réglementation bananière OCBM III

Origine	UE	ACP traditionnels	Bananes \$ + ACP non-traditionnels
Réglementation	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 854 000 tonnes • pas de taxe • aide compensatoire 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 857 700 tonnes en franchise de droits • contingent globalisé 	<ul style="list-style-type: none"> • contingent de 2,553 millions de tonnes taxées à 75 écu/t pour banane \$ et non taxées pour ACP • licences d'importation attribuées sur bases historiques

Ainsi, les bananes d'origine communautaire sont contingentées à hauteur de 854 000 tonnes. Le contingent ACP est globalisé, c'est-à-dire qu'il n'existe plus un quota par pays mais un volume global au sein duquel chaque pays devra se placer. Le contingent tarifaire (banane dollars et ACP non traditionnels) est élargi à 2,553 millions de tonnes. Il existe une tarification préférentielle pour les origines ACP non-traditionnels et le système d'attribution des licences est désormais régulé en fonction des bases historiques des opérateurs.

Par ailleurs, un changement d'importance de cette OCMB III concerne le mécanisme d'attribution des licences d'importation, à savoir, la suppression du principe de jumelage entre les différentes origines. Ce principe de jumelage impliquait qu'un opérateur européen (importateur ou mûrisseur) de catégorie B « gagnait » des droits à importer des bananes dollars si et seulement s'il commercialisait des bananes communautaires et/ou ACP. Les autres opérateurs, dits de catégorie A, étaient ceux travaillant historiquement avec les origines dollars. Ce principe de jumelage obligeait donc une partie des opérateurs

européens (catégorie B) à n'importer des origines dollars que s'ils importaient déjà les autres origines. Ce principe ayant été supprimé, ils pourront importer plus facilement de grandes quantités de bananes dollars.

Les conséquences de cette OCMB III sont variables en fonction des origines :

- Pour les ACP, le passage à un contingent globalisé est bon uniquement pour les ACP les plus compétitifs, Côte d'Ivoire et Cameroun, qui vont pouvoir vendre plus de bananes qu'avant lorsque leurs quotas les limitaient. Pour les autres, ce sera plus dur, d'autant plus que le principe de jumelage a été supprimé.

- Pour les productions communautaires, l'OCMB III est un réel coup dur pour les petits producteurs. En revanche, elle satisfait pleinement l'Allemagne et les pays d'Europe du Nord.

- Les origines dollars sont les grands gagnants, avec l'élargissement du contingent tarifaire et la suppression du principe de jumelage. Les 4 plaignants de 1994 voient tout de même les avantages précédemment acquis disparaître. Seul les Etats-Unis annoncent immédiatement leur mécontentement de voir maintenue une discrimination entre les deux origines ACP et bananes dollars.

- En ce qui concerne le marché mondial dans son ensemble, les différents opérateurs concernés manifestent une certaine inquiétude face à cette ouverture du marché européen dans un contexte de surproduction. En effet, celui-ci « s'ouvre » à 4,3 millions de tonnes alors que la consommation européenne est de 3,9 millions de tonnes, à cette époque. Ainsi, une augmentation de l'offre à demande constante risque d'engendrer une diminution des prix. On voit donc que cette OCMB III est un renforcement de la compétitivité comme facteur déterminant de l'accès au marché UE.

Fin 1999, les Etats-Unis et l'Equateur portent plainte à l'ORD contre la non-conformité de l'OCMB III avec les principes commerciaux de l'OMC, c'est-à-dire contre le maintien d'une discrimination entre les origines ACP et bananes dollars et contre le système d'attribution des licences sur bases historiques. L'ORD condamne l'UE et autorise les Etats-Unis et l'Équateur à surtaxer les produits européens à hauteur, respectivement, de 191 et 201 millions de dollars US. Ce que feront les Etats-Unis, tandis que l'Equateur juge plus prudent de s'abstenir.

d) De l'OCMB IV à la nuit américaine

Face à ces mesures de rétorsion économique conséquentes, l'UE n'a pas choisi d'engager l'épreuve de force avec les Etats-Unis. Ainsi, les fonctionnaires de Bruxelles ont dû « plancher » une nouvelle fois sur une réforme de l'OCMB, afin de créer une OCMB IV qui soit « OMC compatible ». Pendant deux ans, en 2000

et 2001, l'UE va rencontrer l'ensemble des acteurs concernés par l'OCMB et au terme de négociations très difficiles, une proposition d'OCMB IV va voir le jour. Celle-ci comporte deux phases :

La phase I est une phase transitoire contingente. Jusqu'en 2006, il y a maintien du contingent communautaire, le contingent « ACP traditionnels » est maintenu en volume mais partagé entre tous les ACP, enfin le système d'attribution des licences obéit au principe du « premier arrivé / premier servi ».

- A partir de 2006, la phase II correspond à la mise en place d'un système d'importation uniquement tarifaire. C'est-à-dire qu'il n'y aura plus de contingent en fonction des origines mais uniquement l'application de tarifs douaniers différents entre les origines ACP et bananes dollars. La proposition de cette OCMB IV à peine émise, soulevait déjà des protestations. Ainsi, bien que le groupe Dole et l'Équateur annonçaient leur satisfaction par rapport au système d'attribution des licences selon le principe du « premier arrivé / premier servi », les Etats-Unis, et les groupes Chiquita et Fyffes s'estimaient désavantagés par celui-ci.

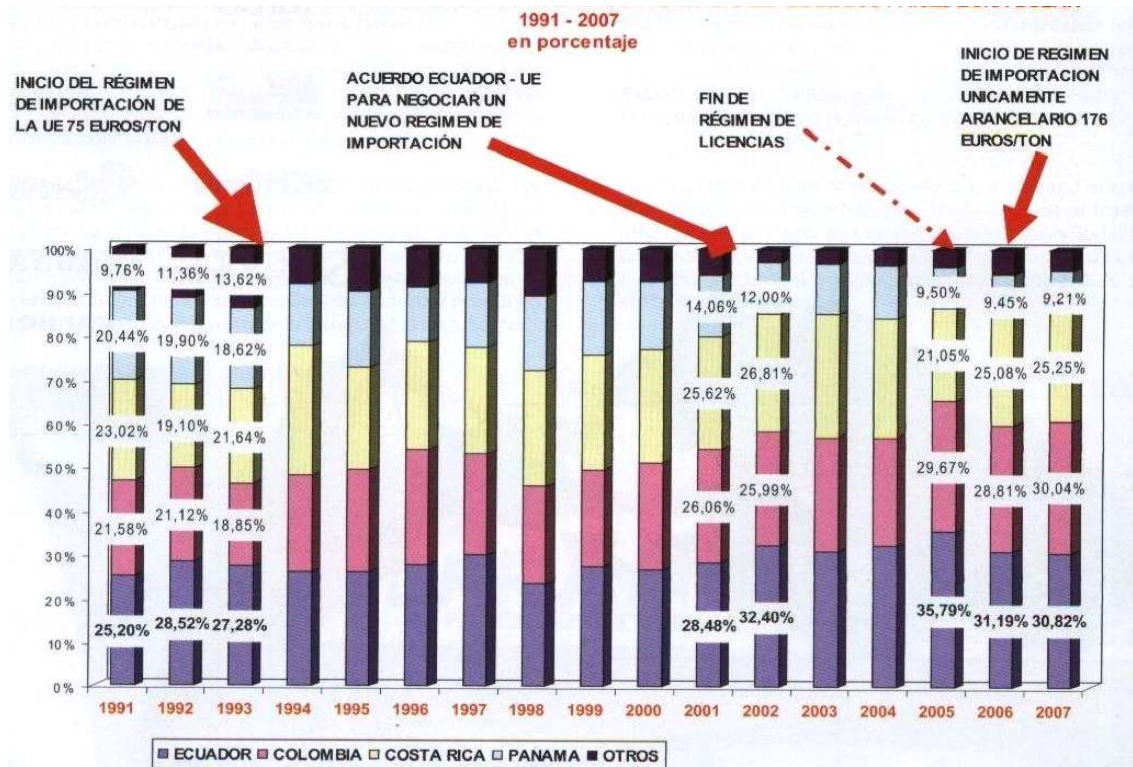
Toutefois, au cours d'une énième négociation entre messieurs Lamy, Fischler et Zoellick, un compromis fut trouvé dans la nuit du 10 au 11 avril 2001, qui fut alors surnommée « **La Nuit Américaine** ». Le contenu de cet accord se résume en quatre points majeurs :

- La réaffirmation du système de tarification simple en 2006,
- Le retour au système de références historiques en ce qui concerne le système d'attribution des licences,
- Le transfert de 100 000 tonnes du contingent ACP vers le contingent « banane dollars », pour la phase contingente transitoire,
- En contrepartie, la levée des mesures de rétorsion économique américaines à l'encontre de l'UE.

e) Les nouveaux tarifs douaniers uniques : la suite de la guerre de la banane

Actuellement le tarif douanier imposé par l'Union européenne de 176 euros par tonne de bananes a été source de polémique dans le pays car plusieurs agro-exportateurs ont perdu des parts de marché dans les importations réalisées par l'Europe auprès des pays sud-américains dénommés « zone dollar ». Nous pouvons toutefois signaler que bien qu'il soit exact qu'il y ait eu une diminution au cours des dernières années dans les parts de marché des équatoriens sur le volume total des importations européennes en provenance de la « zone dollar »,

une augmentation du nombre de caisses totales a été enregistrée pour les années 2005, 2006 et 2007.



Source : AEBE 2008 (scanner)

Réalisation : AEBE

Figure 25 Part des pays de la zone dollar dans les importations de l'UE

Bien qu'au terme du système des licences d'importation (2005), l'Equateur représentait 35,79% du total des importations réalisées depuis les pays sud-américains nommés « zone dollar », c'est en 2007 alors qu'entre en vigueur le système de tarif douanier unique que cette part descendit à 30,82%. Cependant ce n'est pas là l'unique raison de l'augmentation de la part du Costa Rica et de celle de la Colombie dans la mesure où c'est dû à l'extrêmement lourde charge financière que l'Equateur doit supporter contrairement à ses rivaux sud-américains puisque les bananes équatoriennes doivent emprunter le canal de Panama pour parvenir jusqu'aux ports européens et il faut aussi prendre en compte les effets climatiques de l'hiver.

Durant les années 2006 et 2007, la banane équatorienne a été pénalisée avec un tarif douanier s'élevant à 310 467 000 dollars ce qui amena le pays à aller devant l'OMC pour protester contre la facturation d'un tarif douanier élevé qui lui retire de la compétitivité face aux autres pays concurrents.

3.2 Une filière pilotée par l'aval

3.2.1 Place de l'Equateur sur le marché international de la banane fruit

Les exportations de banane équatorienne ont évolué avec une tendance à la hausse dès lors qu'eut lieu la première exportation. Bien que le pays ait exporté de la banane avant les années 50, l'information existante est plus exacte à partir de cette époque.

Un détail important est que la variété Gros Michel autrefois exportée sous la forme de régimes était plus grosse et murissait naturellement à l'ombre. A partir de l'adoption de la variété Cavendish plus délicate et qui exigeait plus soin lors de la manipulation, le murissage commença à être effectué à l'aide de gaz éthylène et d'une réfrigération adéquate.

L'information disponible sur la commercialisation de la variété Cavendish plus détaillée et complète correspond aux trente dernières années (70, 80 et 90). Dans les années 70, l'Equateur est apparu comme le premier exportateur mondial de banane, segment de l'économie qui n'était dépassé que par les exportations pétrolières.

Selon la FAO, au cours des années 80 et 90 l'Equateur a conservé la première place comme producteur et exportateur de banane avec une part mondiale de marché pour le commerce du fruit supérieure à 20%. Comme nous pouvons le constater dans le tableau 23 les rivaux les plus proches de la banane équatorienne en ce qui concerne la valeur des exportations étaient le Costa Rica et la Colombie dont les parts de marché au niveau mondial pour la même période étaient de 10,9% et de 8,3% respectivement.

Tableau 23 Principaux pays exportateurs mondiaux

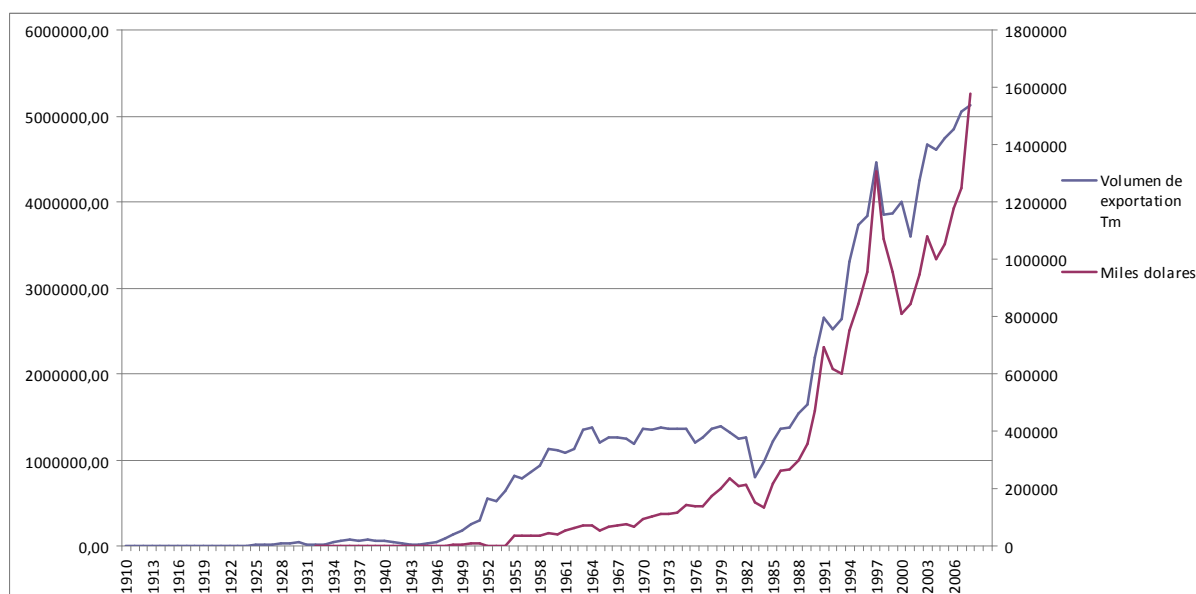
Pays	Volumen des exportations (ton)				Valeur des exportations (milles de USD)			
	1990	2000	2006	% Part. (2006)	1990	2000	2006	% Part. (2006)
Equateur	2156617	3993968	4908564	29,2	460312	809364	1184355	20,4
Philippines	839779	1599920	2311540	13,8	149279	291651	405444	7,0
Costa Rica	1434209	2079280	2183514	13,0	316958	546634	634144	10,9
Colombie	1148197	1564400	1567898	9,3	317976	436571	482165	8,3
Belgique		966640	1070070	6,4		663285	1109810	19,1
Guatemala	359781	801514	1055497	6,3	69610	167451	216808	3,7
Honduras	781466	374964	515224	3,1	365672	124200	130835	2,3
Panama	745291	489284	431141	2,6	212777	148328	109073	1,9
Monde	9325743	14336323	16789032		2740933	4234502	5799147	

Source:FAOstat 2008
Réalisation : Cepeda, D.

En ce qui concerne la croissance du volume des exportations bananières, celle-ci a été constamment à la hausse à l'exception des années 1992 et 1998, années du phénomène climatique d'El Niño qui toucha fortement le pays. Par contre si nous effectuons la même observation sur les montants FOB nous constatons qu'il n'y a pas eu la même croissance que pour les volumes. Les variations positives n'ont pas été régulières et ne sont pas non plus comparables en proportion avec les niveaux de croissance des volumes exportés. Cela est dû en grande partie à une offre excédentaire au niveau mondial qui n'a pas permis au fruit d'être coté à de meilleurs prix.

Ce comportement met en évidence deux caractéristiques. Les augmentations en valeur des exportations équatoriennes de banane obéissent à des augmentations de volume alors que les baisses sont plutôt attribuées à des diminutions des prix de la caisse exportée :

- Durant la période 1990-97 la croissance moyenne de 17% est attribuée au volume puisque les prix n'ont pas augmenté.
- Entre 1998 et 2000, nous enregistrons une contraction de 35% de la valeur exportée, contraction explicable à 90% par la chute des prix FOB.
- A partir de 2001, la valeur des exportations s'explique par la hausse des volumes exportés, soit 13% de plus, tandis que le prix FOB montre des symptômes de stagnation.



Source: PNB, plusieurs années, Riofrío, 1995, Novillo, 2001, Unidad de Banano plusieurs années, Banco central del Ecuador plusieurs années

Réalisation : Cepeda, D.

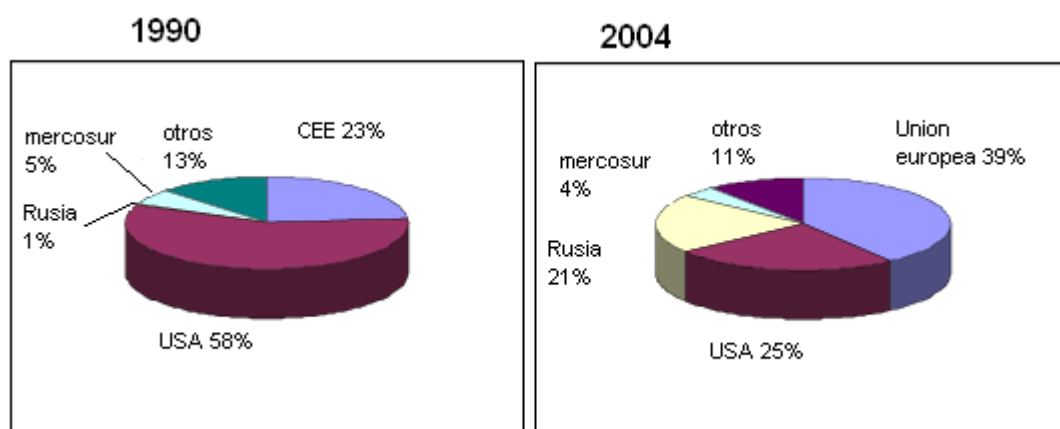
Figure 26 Evolution des valeurs et des volumes des exportations équatoriennes 1910-2008

Il faut préciser que la chute des exportations équatoriennes en dollars FOB à partir de 1998 n'est pas uniquement due à la chute « naturelle » des prix provoquée par de plus gros volumes de production ou un désavantage géographique relatif. Un facteur déterminant fut la difficile pénétration équatorienne du marché nord-américain en raison des politiques de commercialisation de Chiquita et de Dole dont les intérêts de production résidaient plus en Amérique Centrale qu'en Equateur. Un deuxième facteur réside dans les différents règlements régissant le marché européen suite à l'attribution de quotas d'exportation pour le marché commun jusqu'en 2006. C'est ainsi qu'à la fin des années 90 la situation pour le secteur bananier équatorien devint compliquée.

Pour cette raison et afin de compenser la stagnation du marché nord-américain et la croissance contrôlée (par les quotas) du marché européen, les exportateurs équatoriens furent contraints de pénétrer sur d'autres marchés comme par exemple la Russie et les Pays d'Europe orientale et de renforcer leur présence sur des marchés comme ceux des pays du Mercosur comme nous pouvons le constater dans les graphiques suivants. Cependant il faut noter que les prix FOB de ces marchés sont inférieurs à ceux des Etats-Unis et de l'Union européenne.

La Colombie, le Costa Rica et l'Equateur sont rivaux pour les mêmes marchés de consommation : l'Union européenne et les Etats-Unis. C'est la raison pour laquelle lorsque nous analysons la situation de l'Equateur par rapport à sa pénétration sur ces marchés nous pouvons souligner que la suprématie équatorienne en matière de production bananière est en partie due aux avantages naturels que possède le pays associés à des facteurs climatiques et aux sols ; d'autre part un coût final moindre par caisse de banane permet aux compagnies exportatrices d'avoir une plus grande marge de négociation. Cependant la situation géographique ne favorise pas l'Equateur puisque le pays se trouve relativement plus éloigné des Etats-Unis et de l'Europe que ses rivaux. Ainsi bien qu'il soit à la première place concernant l'exportation de la banane, l'Equateur a dû établir différentes stratégies de diversification du marché puisque les navires des grandes compagnies commercialisatrices multinationales achètent d'abord toute la production dans leurs propres exploitations situées dans d'autres pays comme la Colombie et le Costa Rica, se rendant en Equateur pour y compléter les quotas attribués. Par conséquent, contrairement à la situation de la Colombie et du Costa Rica – qui exportent 93 ou 94% de leur production vers les Etats-Unis et l'Union européenne - les exportations équatoriennes sont principalement dirigées vers la Russie avec 24,56%, le Bassin méditerranéen avec 24,10%, la Mer du Nord et la Baltique avec 20,10%, les Etats-Unis avec 19,53% et le Cône Sud, le

Moyen Orient, l’Orient, l’Europe de l’Est, l’Océanie et l’Afrique qui totalisent 11,7% des exportations (voir figure 27).;



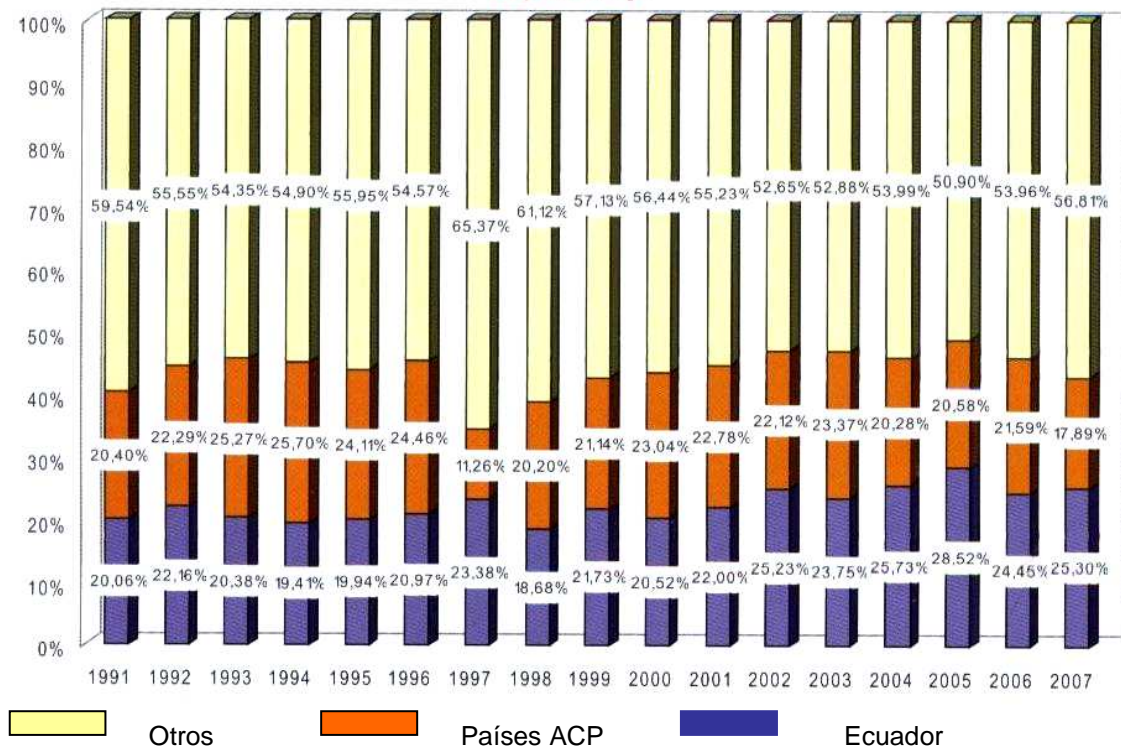
Source : Banco Central del Ecuador 1990 – 2004
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 27 Composition des exportations équatoriennes selon le marché de destination

Concernant le marché européen plus précisément, nous pouvons voir dans la figure 28 que la participation de l’Equateur dans les importations européennes de banane au cours des 17 dernières années n’a jamais été inférieure à 18%⁷³. En 2007 la part de l’Equateur était de 25,30%, les pays de l’ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) représentaient 17,89% et les autres 56.81%.

⁷³ Il convient de souligner qu’en 1998 (plus faible pourcentage d’importation européenne) l’Equateur a souffert du phénomène climatique d’El Niño qui a touché les zones de production bananière.

**PARTICIPACIÓN DE ECUADOR EN EL TOTAL DE IMPORTACIONES DE BANANO DE LA UE
1991 - 2007
en porcentaje**



Source: AEBE, 2008 (scanner)
Réalisation: AEBE

Figure 28 Part de l'Equateur dans le volume total des importations de banane de l'Union européenne

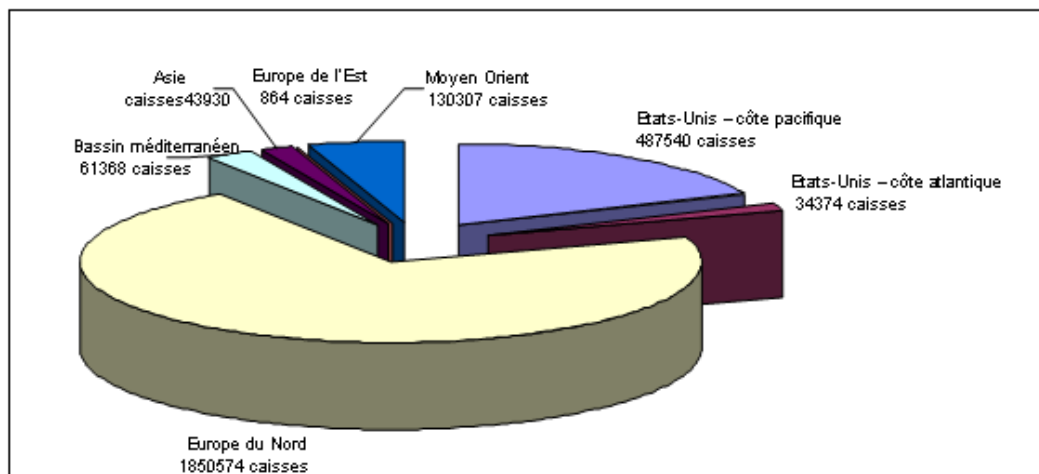
Concernant les bananes organiques, les compagnies comme Ubesa (Unión de Bananeros Agropecuarios S.A.) et les Bananeros de El Guabo (APPBG) représentent 45% des exportations.

Tableau 24 Exportations cumulées de banane organique pour chaque compagnie en octobre 2008 (chiffres provisoires en caisses et pourcentages)

Compagnies	Nombre de Caisses	Pourcentage %
Ubesa	726417	24,9
Bananeros El Guabo	587578	20,1
Bio del Pacífico	215802	7,4
Pacific Trader	184724	6,3
Cimexpria	181956	6,2
Exp. Soprisa	145301	5,0
Brundicorp	143856	4,9
Hcda. Celia María	140639	4,8
Agrícola La Isla	108672	3,7
Inka Banana	99045	3,4
Otras	383967	13,2
Total	2917957	100,0

Source: AEBE, 2008
Réalisation : Cepeda, D.

La destination des exportations de banane organique pour chaque compagnie indique que la plupart des exportations sont dirigées vers l'Europe du Nord, suivie de la côte pacifique des Etats-Unis et le Moyen Orient.



Source : AEBE, 2008

Réalisation : Cepeda, D

Figure 29 Exportations de banane organique en fonction des zones d'export en mars 2008 (chiffres provisoires en caisses et pourcentages)

3.2.2 Les compagnies agro - exportatrices et leurs changements

Une des caractéristiques du commerce international de la banane est le contrôle des entreprises multinationales, leur forte participation sur les marchés et le contrôle qu'elles exercent sur les exportations de presque tous les pays de la zone « dollar ». En Equateur la participation de ces multinationales a été majoritaire même si elle fut limitée par rapport aux pays d'Amérique Centrale. Malgré cela se sont produits des changements dans la concentration de l'exportation de la banane avec la participation des multinationales, d'une grande compagnie exportatrice et d'un groupe de moyens et grands exportateurs.

3.2.2.1 Les différents types d'agents économiques d'agro-exportation

Eu égard à leur rôle fondamental au sein du secteur bananier, à leur dynamisation, aux changements qu'ils ont réalisés dans les structures d'appropriation des excédents et à leur participation au niveau national, il est tout à fait pertinent d'analyser les différents types de compagnies présentes, leur rôle et les stratégies qu'elles ont mises en place :

Multinationales

Elles achètent surtout auprès des grands et moyens producteurs, exigent un haut degré de technicité lors de la production afin de contrôler la qualité et établissent un corps de producteurs sélectionnés (agriculture sous contrat). Ces compagnies dosent leur volume de livraison selon les cycles du marché ce qui implique qu'elles n'acquièrent pas les mêmes quantités de fruit tout au long de l'année. Généralement elles acquittent le prix officiel qui est légèrement supérieur à celui réglé par les autres acheteurs.

Grandes compagnies exportatrices nationales

Elles sont représentées par quelques compagnies telles que l'Exportadora bananera Noboa, Reybanpac, Agrícola Palmar –CIPAL-, même s'il en existe d'autres. Bien qu'elles possèdent leurs plantations, elles achètent une bonne partie des fruits qu'elles exportent à des petits et moyens producteurs. Leurs prix sont inférieurs à ceux pratiqués par les multinationales. Elles classent également leurs producteurs même si elles sont moins exigeantes quant au niveau de technicité. Elles maintiennent de gros volumes d'achat tout au long de l'année ce qui provoque un effet compensatoire pour le producteur que l'on pourrait traduire par « ils payent moins mais achètent toute l'année ».

Autres exportateurs nationaux

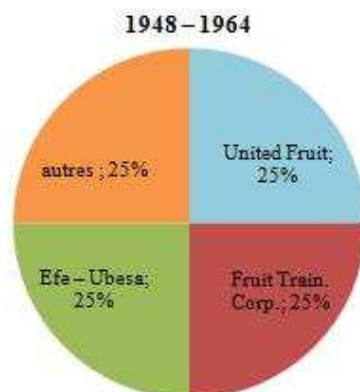
Il s'agit de quelques entreprises de taille petite ou moyenne qui achètent des bananes pour les revendre sur des marchés marginaux et les marchés d'Amérique Latine. Ils sont caractérisés par le fait qu'ils achètent des fruits de moindre qualité et les prix qu'ils payent sont les plus bas du marché. Leurs volumes d'achat sont le plus souvent très irréguliers et erratiques.

Petits exportateurs pour marchés exclusifs

Il existe des petites sociétés d'exportation qui se consacrent à l'exportation de bananes vers des marchés considérés comme exclusifs. Cela se doit au fait qu'elles travaillent avec des labels de production organique ou de commerce équitable. Leurs volumes d'achat sont un peu plus constants tout au long de l'année avec un prix stable et supérieur au prix officiel.

3.2.2.2 Concentration et évolution du marché

Au cours des premières années du boom bananier (1948 – 1964), la concentration de l'exportation fut faible, différentes entreprises ou groupes participaient au marché sans que personne ne le dominât vraiment. La United Fruit, l'entreprise la plus importante du moment, ne dépassait pas 30% des exportations et la part de la seconde entreprise la Fruit Training Corporation qui avait créé une plantation dans la province d'Esmeraldas fut à son meilleur moment de 30 % du volume total des exportations⁷⁴. Le groupe EFE – UBESA, formé par des entreprises allemandes qui ouvrirent le marché européen avaient un taux de participation identique de l'ordre de 25 à 30% et les autres compagnies étaient d'une moindre importance.



Source: Larrea, 1987, Cueva, 1964

Réalisation : Cepeda, D.

Figure 30 Participation des compagnies exportatrices dans le marché équatorien 1964

⁷⁴ A partir de 1965 ce groupe déclina jusqu'à disparaître totalement en 1965.

Tableau 25
Resumé de l'exportation des bananes par les compagnies
exportatrices 1963

	Compagnie exportatrice	Nombre de regimes	Pourcentage
1	Exportadora Bananera NOBOA	7292142	17,26
2	UBESA	6532974	15,46
3	Compañía Bananera del Ecuador	5887769	13,93
4	CAM exportadora de frutas	5631434	13,33
5	Standard Fruit Company	5292522	12,52
6	Agricola San Vicente	1804746	4,27
7	Cia. Frutera SuDamericana	1765189	4,18
8	Bananas SA	1515474	3,59
9	Cia. Frutera de Astral	1524913	3,61
10	Banana Export S.A.	1263107	2,99
11	Donato Yannuzzelli	477860	1,13
12	Frutera San Nicolas	449295	1,06
13	Corporacion Ecuatoriana Europea	432705	1,02
14	Cia. Frutera Chilena Ecuatoriana	246693	0,58
15	Frutera Ecuatoriana C.A.	195572	0,46
16	Dacal & Co.Ltda.	189563	0,45
17	Soc. Industrial & Comercial	188965	0,45
18	Frutera Granja SA	169852	0,40
19	Continental Bananera S.A.	166996	0,40
20	Klimpel & So.	146900	0,35
21	Aso. Bananeros Esmeraldeños	97390	0,23
22	Cia.Frutera Panamericana	87483	0,21
23	Edgardo Silva Silva	68182	0,16
24	Comercio & Navegacion	34172	0,08
25	Antonio Plaza Dañin	53194	0,13
26	Otras	740746	1,75
	TOTAL	42255838	99,99526715

Source: Cueva, 1964
Réalisation : Cepeda, D.

A cette étape quelques entreprises étrangères tentèrent de participer à la production ou de créer des plantations ou des enclaves de production mais en règle générale ces tentatives furent vouées à l'échec et le cas le plus retentissant est celui de l'United Fruit qui en 1933 racheta l'hacienda Tenguel et des années plus tard possédait des dizaines d'exploitations qui représentaient au total environ 77 000 hectares. Vers la fin des années 50 la compagnie dut faire face à une série de problèmes financiers, techniques et d'ordre professionnel, etc., mais le conflit avec les paysans en 1962 s'acheva par l'occupation de ses terres, terres qui furent alors vendues ou remises à ces mêmes paysans ou aux travailleurs regroupés en coopératives.

La Standard Fruit n'intervint pas directement dans la production et sa participation, même petite, augmenta peu à peu avec un comportement régulier et stable. La compagnie qui se renforça fut l'Exportadora Bananera Noboa qui

commença à opérer comme une compagnie indépendante en 1956. On peut considérer comme significative la participation d'un grand groupe de petites entreprises nationales qui dépassa les 30% du volume total exporté.

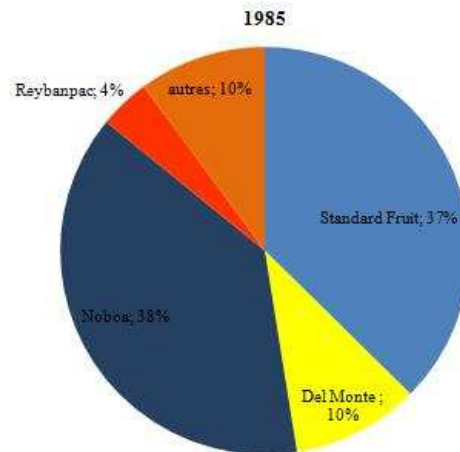
A partir de 1965, la United Fruit, la principale compagnie exportatrice suspendit ses activités et aux cours des années qui suivirent elle ne développa qu'un volume d'achat irrégulier et limité. Sa participation fut reprise par d'autres entreprises, entre autres l'Exportadora Bananera NOBOA.

D'autre part et à la même époque l'exportatrice NOBOA se consolida en obtenant une nette suprématie face aux compagnies existantes à la même époque. Sa participation grimpa de 15,8% en 1964 à 46,6% en 1977 ; à partir de 1970 l'entreprise occupa de manière ininterrompue la première place pour le marché d'exportation et ce jusqu'en 2008 où elle passa au deuxième rang avec 11,78% des exportations.

Au cours de cette période le comportement de la Standard Fruit fut irrégulier mais contrairement à la United Fruit elle conserva une base d'opérations équivalant à 15% du marché et globalement elle augmenta par rapport aux années 1948 – 1964.

La crise toucha fortement les petites et moyennes compagnies, le cas le plus significatif étant celui d'UBESA qui perdit depuis 1967 des parts de marché et il est probable que l'influence croissante de United Fruit et de Standard Fruit sur les marchés européens ait créé cette situation. La diminution des parts de marché des petites compagnies est également évidente puisqu'elles passent de 31% en 1964 à 12% en 1976. De nombreuses entreprises disparurent et furent remplacées par d'autres compagnies nouvelles ce qui démontre les tentatives persistantes mais malheureuses des producteurs pour participer directement à l'exportation.

A partir de 1980 la structure et le niveau de concentration du marché bananier pour l'exportation se modifièrent au niveau interne. La Standard Fruit, principale protagoniste des changements augmenta de manière significative sa part de marché entre 1977 et 1985 (passant de 18% à 37%). A cette époque Del Monte fait son apparition sur le marché et en obtint environ 10% avec une stratégie axée sur des contrats de production identique à celles mises en place par la Standard depuis 1977. Face à l'expansion de deux des multinationales dans le pays, l'exportatrice NOBOA vit ses exportations passer de 47% à 38%.

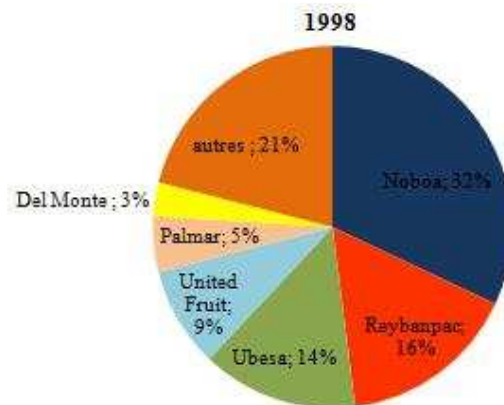


Source: Larrea, 1987
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 31 Participation des compagnies exportatrices dans le marché équatorien 1985

D'autre part la stratégie de la United Brands (anciennement United Fruit) fut différente puisqu'elle n'avait aucune comportement régulier concernant les achats et elle ne connut pas de mouvement ascendant se maintenant avec des volumes stables et modestes. La situation des entreprises moyennes continua à se détériorer et seul REYBANPAC qui opère sur les marchés non traditionnels parvint à atteindre 4% du marché. En ce qui concerne les petites entreprises, peu d'entre elles réussissent à survivre très longtemps sur le marché, leurs noms changent constamment et leur participation au marché oscille entre 5% et 10%.

Les changements intervenus à partir des années 90 transformèrent à nouveau le marché équatorien de l'exportation. Selon les données fournies par la Banque Centrale d'Equateur, en 1990 il y avait 130 entreprises engagées dans la vente de banane à l'extérieur. Parmi celles-ci 7 représentaient 52% de la production vendue ce qui montre l'augmentation de la concentration du marché et la présence de grands compagnies exportatrices. Alors que les parts de marché des multinationales ont diminué, les entreprises à capitaux nationaux se sont renforcées. C'est ainsi que l'Exportadora Noboa s'est consolidée et en 1998 elle représentait 32% du marché, des exportations essentiellement dirigées vers les Etats-Unis et l'Europe avec 25% et 24% respectivement.



Source: Corpei, 2003
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 32 Participation des compagnies exportatrices dans le marché équatorien 1998

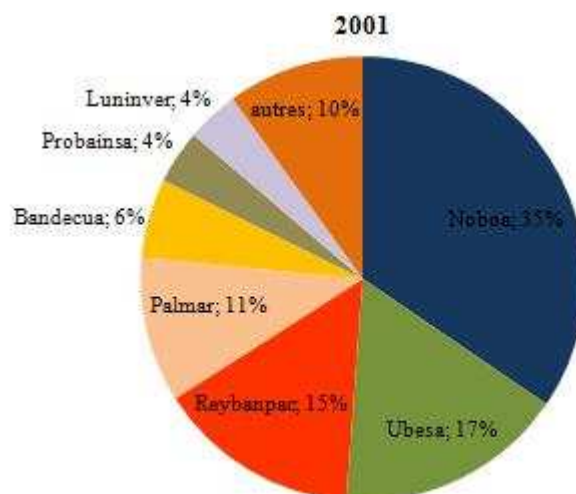
Rey Banano del Pacífico –REYBANPAC-, qui jusqu’aux années 80 était demeurée comme une entreprise moyenne a augmenté d’une manière considérable ses parts de marché en mettant à profit les créneaux laissés par d’autres exportateurs petits et grands, mais aussi en profitant de l’expansion du marché russe et exportant ainsi 16% du volume total de la production en 1998 (dont 40% vers les Etats-Unis et 23% vers la Russie). UBESA⁷⁵ est devenue la seule fournisseuse de Standard Fruit Co. (DOLE) en Equateur et a représenté 14% du marché, exportant vers les Etats-Unis et l’Europe. D’autre part la United Fruit, par l’intermédiaire de sa partenaire de l’époque Brundicorpi S.A., maintient un faible pourcentage d’achat dans notre pays avec 9% du total des exportations en 1998.

Au cours de cette décennie, les compagnies moyennes se développèrent en raison de l’ouverture de nouveaux marchés internationaux comme la Russie, le Moyen Orient et des modifications dans les règlements européens ; Agro Comercio Palmar Cía. Ltda., avec 5% est un des meilleurs exemples de ces nouvelles compagnies exportatrices. Il faut signaler qu’au cours de cette période certaines compagnies ont disparu aussi vite qu’elles étaient apparues. Les tentatives des petites et moyennes entreprises exportatrices connurent bien des difficultés principalement en raison de la forte et parfois déloyale concurrence des grandes sociétés commercialisatrices⁷⁶.

⁷⁵ En 1990 la Compagnie Unión de Bananeros Ecuatorianos S.A. assume définitivement son rôle d’unique commercialisatrice de la banane Dole dans le pays après avoir été rachetée par la Standard Fruit en 1978.

⁷⁶ Il existe des cas d’entreprises qui, ayant été victimes d’escroquerie à l’étranger ont transféré leurs pertes aux producteurs dans la mesure où les caisses achetées sont généralement payées avec une semaine de décalage.

Au cours de cette période, le représentant de la marque Del Monte en Equateur commercialise près de 3% de la banane avec des exportations dirigées presque intégralement vers les Etats-Unis.



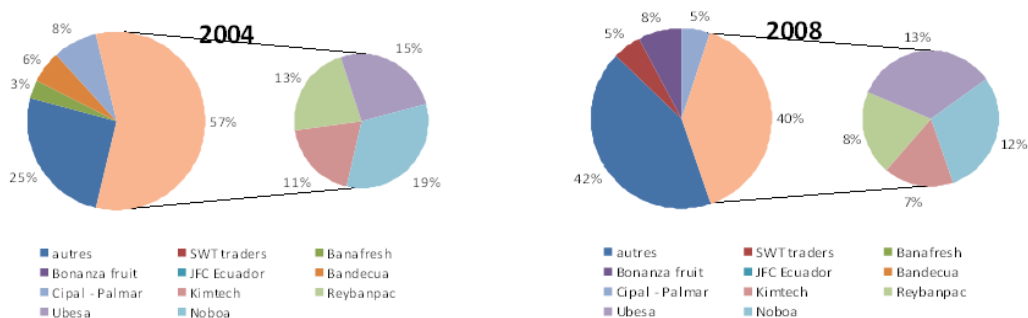
Source: Corpei, 2003
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 33 Participation des compagnies exportatrices dans le marché équatorien 2001

On peut signaler qu'au début des années 2000 ne se produisirent pas de changements notables et la tendance à la concentration du marché exportateur se maintint. On estime que sur 103 entreprises existantes, 7 concentraient 90% des exportations. Les principales compagnies exportatrices sont : Noboa (34,6%), UBESA (du groupe Dole avec 16,7%), REYBANPAC (dont la croissance est due à une ancienne alliance avec Chiquita Brands, 14,8%), Agrícola Palmar (10,6%), Bandecua (filiale de Del Monte con 5,8%) et les 96 autres entreprises exportèrent 10%.

A partir de 2005, débute un processus de diversification des compagnies exportatrices, la commercialisation se décentralise avec la création de compagnies de taille moyenne, fruit de l'éloignement des grandes exportatrices, l'apparition de nouveaux exportateurs pour les marchés en développement (organique) et la participation de petites compagnies exportatrices. Apparaissent également des compagnies exportatrices temporaires qui n'interviennent sur le marché que durant les mois où la demande est la plus forte, compagnies qui n'offrent pas de grande stabilité ou de garanties pour les producteurs. En 2008, parmi les principales sociétés exportatrices de banane figurent Ubesa à la première place avec 13,37% des exportations, suivie de la société Bananera Noboa avec 11,78% et en troisième place Reybanpac avec une part de marché s'élevant à 7,96%.

Même si au cours des 5 dernières années la part du marché national d'exportation pour les 7 plus importantes sociétés exportatrices est passée de 74,5% en 2004 à 57,5% en 2008, la commercialisation mondiale de la banane continue à être contrôlée par quelques grandes entreprises multinationales et pour cela, malgré des changements au niveau local, le pouvoir de négociation du marché bananier est aux mains des entreprises qui commercialisent le fruit et non des producteurs.



Source: AEBE, 2004 - 2008
Réalisation : Cepeda, D.

Figure 34 Evolution de la participation des compagnies exportatrices dans le marché équatorien 2004 - 2008

3.2.2.3 La différenciation du produit final : standards et marques

Les processus d'uniformisation et de standardisation de la production agricole ne sont pas facilement contrôlables mais malgré cela ils ont commencé à être mis en place dans le cas de l'exportation bananière lors de la phase de l'exportation. Même si au début ces normes ne concernaient que l'aspect et le poids, par la suite ont été accrus les efforts pour adopter et adapter les conditions d'apparence, de taille, de couleur, de saveur, de fraîcheur, etc., et ainsi « satisfaire » les demandes des marchés et des consommateurs.

L'exportation de la banane dans des caisses au lieu de sous la forme de régimes dès le changement de variété a permis l'apparition de marques, et avec elles de nouvelles normes de qualité. Les multinationales ont fait la promotion de leurs propres normes avec de grandes campagnes publicitaires en créant finalement une nette différenciation du produit et par conséquent des marchés.

La consolidation de la différenciation du produit au niveau international eut des conséquences dans le pays. Les multinationales imposèrent leurs normes plus strictes pour acheter les fruits aux producteurs ; même si elles ne sont pas clairement explicitées, ces différentes normes pour les marchés ont conduit les producteurs à classer ces qualités comme : i) premier choix, ii) second choix, iii) caisse de récupération ou fruit chilien, iv) « banaquito » (jeu de mots : *petite banane* ou *vont à Quito*) encore appelé rejet.

Fruit premier choix

Les entreprises multinationales (Chiquita, Dole et Del Monte) par l'intermédiaire de leurs filiales ainsi que des marques exclusives des compagnies nationales exportent la plupart de leurs fruits vers les Etats-Unis et l'Europe. Ces fruits font l'objet de contrôles systématiques dès la phase de production afin d'obtenir une rigoureuse sélection. Le fruit est payé plus cher sur les marchés internationaux et le prix versé aux producteurs est également supérieur. En général la production vient de propriétés appartenant aux filiales ou de producteurs qui leur sont associés.

Un deuxième niveau

C'est à ce niveau que se concentre le plus gros volume des ventes des exportatrices nationales comme l'Exportadora Bananera Noboa, Reybanpac ou CIPAL, qui vendent les fruits sur des marchés non traditionnels, essentiellement la Russie, les pays d'Europe de l'Est et ceux du Moyen Orient. Eventuellement ils exportent également des fruits (notamment pendant l'époque où les prix sont élevés) vers les marchés traditionnels à la demande des multinationales. Le fruit provient pour la plupart de producteurs récemment associés au système d'agriculture sous contrat ou de producteurs indépendants, à un prix inférieur à celui du fruit de premier choix.

Enfin, le fruit « Chilien » ou la caisse de récupération

Ce marché concerne les petits et moyens exportateurs qui vendent surtout au Chili et à l'Argentine. Ce fruit ne satisfait pas les conditions d'accès au marchés du nord et constitue un troisième niveau de qualité. Le prix est assez inférieur (jusqu'à 75% plus bas) et les conditions d'emballage sont moins rigoureuses.

Le rejet (sacs “banaquito”)

C'est le fruit qui ne correspond pas aux normes de qualité pour les marchés extérieurs. Il est essentiellement commercialisé sur le site d'emballage pour l'alimentation du bétail des zones proches ou en sac pour le marché national.

Cette stratification prononcée portant sur la qualité du fruit produit et exporté se reflète dans le pays en une énorme quantité et variété de marques qui selon les registres des dernières années représentent entre 60 et 70 marques (2007, El Universo 30 avril 2007 Seminario, S). En général les grandes compagnies possèdent des marques établies comme *Bonita* (exportatrice NOBOA), *Chiquita* (United Brands), *Dole* ou *Del Monte*, mais il existe également d'autres marques⁷⁷ pour des marchés spéciaux ou des demandes spécifiques émanant des différents acheteurs.

La différenciation du produit renforce la concentration du marché et en même temps peut devenir une barrière pour l'entrée de nouveaux de nouvelles entreprises et facilite l'obtention de taux différenciés de bénéfices basés sur les prix élevés des marques les plus prestigieuses qui correspondent alors à celles des multinationales. En d'autres termes, à une plus grande différenciation du produit correspond une plus forte concentration de la distribution de l'excédent chez les exportateurs pour le bénéfice des plus importantes compagnies au niveau mondial et aux dépens des petites ou moyennes compagnies exportatrices.

3.2.3 La commercialisation de la banane : une stratégie de contrôle et de pression

3.2.3.1 Les saisons de la banane

L'exportation de la banane équatorienne vers les marchés internationaux se divise clairement en deux saisons bien distinctes : la haute saison en Equateur qui commence en janvier et s'achève début juin est provoquée par un déficit en fruit sur les marchés internationaux dû à : (i) la hausse de la demande dans les pays importateurs du nord et (ii) la diminution de la production dans les pays

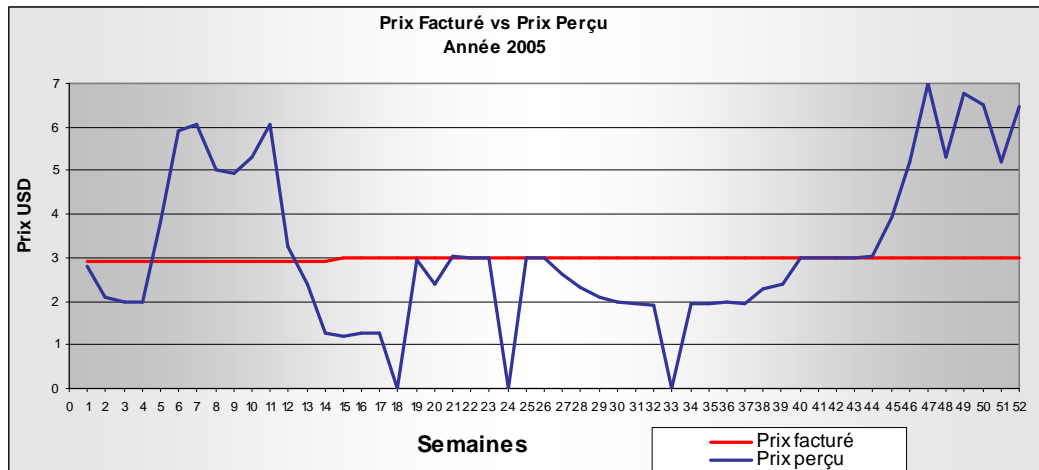
⁷⁷ Par exemple la compagnie exportatrice Noboa utilise la marque *enano* pour le marché japonais ; Agrícola Palmar a comme marque principale *Pretty Liza*, mais a enregistré les marques, *Cobana*, *Onkel Tuca* pour le marché allemand, *Adria* pour le marché italien, *Globus* et *Tropicana* pour le marché russe ; REYBANPAC conserve sa marque leader *favorita* mais exporte à la demande de clients sous les marques *Dulcita*, *Lolita*, *Derbie*

d'Amérique Centrale. En raison de cette conjoncture les exploitations agro—exportatrices et les compagnies qui commercialisent le fruit cherchent en cette saison à tisser des liens commerciaux avec le producteur pour se fournir en fruit et déclenchent une « guerre des prix à la hausse » entre elles.

Au contraire, durant la morte saison qui commence en juin pour s'achever en décembre, la consommation diminue dans les principaux pays de destination du fruit équatorien et la production des pays d'Amérique Centrale augmente. Par conséquent, les compagnies qui commercialisent le fruit diminuent la demande intérieure et les exploitations agro-exportatrices se contentent de leur propre production. Suite à cette situation, les producteurs tentent de vendre à ces agents économiques et créent ainsi une « autre guerre des prix mais cette fois-ci, les prix sont à la baisse ». Bien souvent, ces prix bas entraînent des protestations et des grèves dans le secteur bananier afin de faire respecter le prix officiel. Il convient de mentionner qu'en Equateur le Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage régule le prix de la banane. En 2005, le prix minimum fixé fut de 3,20 dollars américains la caisse de banane de type 22XU contenant 18,14 kilogrammes. Cependant, ce prix n'est pas respecté sur le marché local, même si c'est ce prix légal qui apparaît sur les factures.

En raison de cette situation, la commercialisation nationale de la banane pour l'exportation, les producteurs sont eux aussi soumis à deux saisons : (i) une haute saison caractérisée par de « bons » prix (supérieurs à 3 dollars) entre novembre et mars, et (ii) une morte saison caractérisée par des prix bas qui s'étale de début avril à octobre. Même s'il existe quelques semaines pendant lesquelles on constate des variations (voir figure 35), la fluctuation des prix est saisonnière.

D'autre part, le secteur bananier est régi par deux prix tout au long de l'année : (i) le prix facturé (conforme au prix officiel) que le producteur va apparemment percevoir et (ii) le montant que le producteur va effectivement percevoir (le prix réel) (voir figure 35).



Source : Entretiens avec des producteurs. Fiches de paye

Réalisation : Tamayo, C. et Cepeda, D.

Figure 35 Evolution du prix perçu au prix officiel de la caisse de banane, La Mana 2005

3.2.3.2 Une dépendance des producteurs vis à vis des quotas attribués et des contrats de production

Les quotas et autres mécanismes

Comme nous l'avons dit, en Equateur l'achat du fruit est fait par des compagnies qui le commercialisent et l'exportent. Elles achètent le fruit chaque semaine par le biais d'un système de quotas⁷⁸ attribués aux producteurs. Cette modalité leur permet d'exercer un contrôle sur le producteur de deux manières :

(i) Durant la morte saison, les petits et moyens producteurs patronaux sont plus facilement enclins à accepter des prix très inférieurs au prix officiel à condition d'obtenir un quota pour leur production durant cette période.

(ii) Durant la haute saison, les producteurs (quelle que soit la catégorie à laquelle ils appartiennent) s'engagent à vendre leur production à un prix inférieur à celui de la concurrence pour avoir la possibilité d'accéder à des quotas à prix officiel durant la morte saison.

Dans d'autres cas, les compagnies exportatrices imposent leurs conditions par une utilisation détournée des réglementations existantes sur la qualité, le

⁷⁸ Les quotas attribués correspondent à la quantité de caisses qu'un producteur peut produire pour une compagnie déterminée. Ils varient chaque semaine et dépendent de la saison. Chaque compagnie a son propre système d'attribution de quotas, même si nous ignorons le mécanisme d'attribution de quotas pour chaque producteur ; cela peut être basé sur une moyenne de production annuelle, le respect de normes des entreprises, des standards favorables de qualité et l'acceptation de conditions et de prix imposés au producteur.

conditionnement des achats et l'utilisation de certains de leurs services afin de diminuer de cette manière la quantité de fruits acquise auprès des producteurs.

Un autre mécanisme employé pour payer un prix inférieur au prix minimum repose sur les avances réalisées en faveur du producteur pour qu'il ait accès à du matériel d'emballage ou à des fournitures agricoles sans qu'il existe de véritable transparence quant au coût réel de ces prestations.

Par exemple dans le cas de l'entreprise Noboa, le producteur reçoit un chèque correspondant à la vente au prix officiel. Cependant après l'avoir encaissé, le producteur doit reverser une partie de cet argent à l'entreprise Noboa afin de s'assurer un quota pour la semaine suivante. De cette manière l'entreprise récupère la différence entre le prix « officiel » et ce qu'elle paye réellement.

Bien que la loi prévoit des sanctions en cas de non-respect du prix officiel, les procédures légales pour dénoncer ces pratiques sont extrêmement complexes. C'est de cette manière que s'illustrent les relations de pouvoir asymétriques entre les compagnies chargées de la commercialisation du fruit et/ou agro - exportatrices et les producteurs bananiers.

Les contrats de production : une agriculture conditionnée pour l'exportation

Jusqu'en 1977, les compagnies achetaient le fruit auprès des producteurs indépendants sans contrats à long terme et sans aide technique à la production. La situation a changé avec le programme de producteurs sous contrat mis en place par la compagnie Standard Fruit en 1976. L'objectif était de parvenir à un contrôle technique rigoureux de la production afin d'obtenir un approvisionnement régulier de fruits homogènes de haute qualité et en grandes quantités pour les marchés les plus exigeants principalement les Etats-Unis et l'Europe. Cette stratégie fut par la suite adoptée par Del Monte et l'United Brands (anciennement United Fruit) et des années plus tard par les entreprises nationales.

Il est possible de dire que d'un côté l'agriculture sous contrat a permis dans certains cas de surmonter les problèmes d'accès au crédit, à l'assistance technique et à la commercialisation, maux caractéristiques des petits producteurs. Cependant, tandis que dans certains cas une vaste participation de producteurs fut possible, dans d'autres cas les compagnies développèrent une stratégie consistant à n'établir de contrats qu'avec des producteurs moyens ou grands. Cela se justifiait par le coût élevé de la négociation et de la préparation d'un grand

nombre de contrats avec des petits producteurs. En outre, dépendre de nombreux fournisseurs conduit à de fréquents problèmes quant à la qualité, ce qui peut être la source de graves préjudices. Pour cette raison, la production sous contrat avec des petits producteurs contraint l'entreprise à fournir une aide technique à la production, ce qui augmente les coûts et rend l'opération moins rentable.

Jusqu'à la fin 2006 les sociétés commercialisatrices et/ou agro – exportatrices qui avaient des systèmes de contrat établissaient avec le producteur un contrat signé permettant de recevoir le prix officiel tout au long de l'année et en plus la compagnie pouvait éventuellement accorder une bonification au cours de la haute saison. A première vue cette proposition pourrait paraître idéale mais de manière contradictoire cette modalité entraîne une suspicion accrue de la part du producteur envers l'entreprise.

En effet, la signature d'un contrat avec un prix établi pour toute l'année fait qu'au début de la haute saison, lorsque le prix de la caisse tourne autour de 6 à 8 dollars, le producteur ne reçoive qu'un prix inférieur⁷⁹. En effet les bonifications versées par les compagnies ne compensent pas cette nette différence entre le prix établi et le prix réel du marché. Il faut signaler que les compagnies cherchent à mettre en place des stratégies qui leur permettent d'obtenir le plus grand nombre de caisses au plus faible coût (quelle que soit la saison) et pour cette raison les producteurs, surtout les petits et moyens producteurs patronaux, sont très méfiants envers ce mécanisme de contrat et envers les acteurs de ce système, les compagnies commercialisatrices et agro-exportatrices.

Un autre inconvénient concernant l'application de contrats est le respect des termes stipulés. En effet, des cas de rupture de contrat se présentent (i) de la part des producteurs qui veulent recevoir des prix supérieurs durant la haute saison et (ii) de la part des compagnies commercialisatrices ou agro – exportatrices qui ne veulent pas acheter la production durant la morte saison au prix fixé par le contrat⁸⁰.

C'est pour cela que les entreprises commercialisatrices / agro – exportatrices et les producteurs cherchent au début de la morte saison à signer des contrats avec pour

⁷⁹ Entretien avec un producteur sous contrat (La Maná, 2006).

⁸⁰ Il existe des cas où les producteurs ayant signé un contrat avec une compagnie ont reçu un prix inférieur durant la haute saison. Mais par la suite la compagnie a rompu le contrat au début de la morte saison.

objectif obtenir un prix stable pour toute l'année. Cependant pour éviter une rupture unilatérale des contrats les entreprises commercialisatrices / agro – exportatrices mettent en place un mécanisme de pression consistant à faire signer des traites avec un montant représentant le double du prix fixé par caisse (par exemple 40 000 dollars par semaine)⁸¹. De cette manière, dans certains cas, les compagnies commercialisatrices⁸² qui ont fait signer les contrats s'assurent que les producteurs leur vendent pendant la haute saison la totalité de leur production à un prix inférieur au prix réel du marché.⁸³

Même si certains producteurs considèrent positif être liés avec une compagnie commercialisatrice ou exportatrice qui respecte les contrats établis quant aux prix et aux quantités, dans d'autres cas certains mentionnent qu'il est nécessaire de mettre en place un contrôle plus strict sur ces compagnies pour garantir une stabilité adéquate aux producteurs qui leur fournissent les fruits et pour être sûr qu'elles offrent les garanties nécessaires pour qu'elles puissent travailler dans une activité si importante et si complexe. L'idéal serait que les compagnies exercent une activité régulière durant toute l'année et non qu'elles surgissent en haute saison lorsqu'elles ont besoin de fruit équatorien pour satisfaire la demande internationale.

3.2.4 Existe-t-il vraiment un prix officiel ?

Au début des exportations bananières dans les années 50, la banane n'était pas estimée selon son poids mais selon le nombre de mains (il fallait 9 mains pour constituer un régime) et le prix était fixé sur la base de ceux appliqués par les grandes compagnies exportatrices. Dans les années 60 les prix se maintenaient fixes durant toute l'année et dépendaient du marché visé. Ce n'est qu'à partir de 1972 que l'Etat établit un prix minimum réajustable certains mois de l'année en fonction des fluctuations de la demande internationale.

La raison fondamentale qui justifia la mise en place d'un prix minimum ou prix officiel fut la concentration du marché au niveau des exportateurs. En effet

⁸¹ Il y a des cas où des producteurs ont signé des traites en blanc.

⁸² Nous ne pouvons généraliser ces actes dans la mesure où de tels événements ne se sont produits qu'avec certaines compagnies.

⁸³ Alors que la caisse de banane est à 6 dollars, les agriculteurs sous contrat perçoivent de 3,50 à 4 dollars par caisse.

comme mentionné antérieurement, cette concentration atteignait jusqu'à 75% du volume exporté pour à peine 5 compagnies exportatrices.

Le thème du prix versé au producteur est un des principaux problèmes auquel on se heurte au sein de la chaîne du produit, notamment lorsque les marchés s'affaiblissent et qu'il existe une offre excédentaire du fruit ce qui amène les exportateurs à ne pas respecter le prix minimum établi par les autorités.

Ce prix minimum est fixé par le "Conseil consultatif de la banane" constitué par les autorités du Ministère de l'Agriculture et du Commerce extérieur et par des représentants du secteur exportateur et des producteurs. Actuellement le prix officiel de 4,70 dollars⁸⁴ fixé par la Résolution ministérielle de cette année a été un sujet de polémique entre les exportateurs, le gouvernement et les producteurs. Selon l'Association des Exportateurs Bananiers d'Equateur - AEBE – les exportateurs rejettent le mécanisme de fixation des prix pour être anti-technique, anti-commercial et inopportun. Ils considèrent en outre qu'il s'agit d'un moyen pour protéger une petite quantité de petits producteurs inefficaces qui malgré les bons prix constatés au cours des 26 derniers mois n'ont pas réinvesti comme la plupart des producteurs dans leurs exploitations. Selon les producteurs, le prix officiel est une garantie pour le prix qu'ils devraient percevoir pour leurs caisses de fruits mais la plupart du temps ce prix n'est pas respecté par les exportateurs.

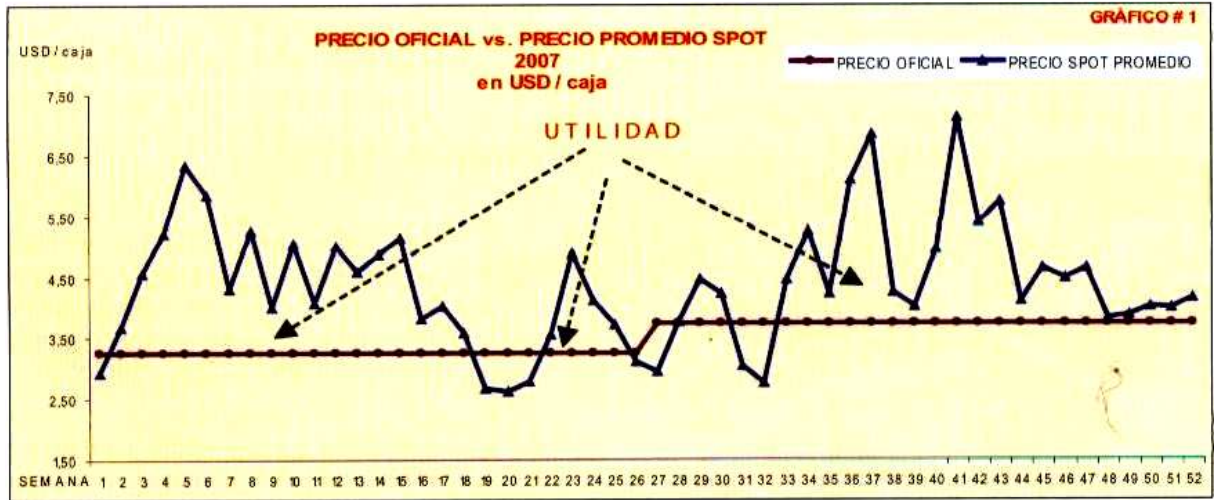
3.2.4.1 *Variations de prix*

Au cours des années précédentes et en fonction de la période de l'année, les prix variaient de moins de 1 dollar la caisse jusqu'à 14 dollars. Au cours des périodes où le prix de la caisse était très bas, les producteurs allaient jusqu'à faire grève et organiser des blocages car le coût de production était supérieur à ce qu'ils recevaient par caisse. de cette manière ils tentaient de faire pression sur le gouvernement afin qu'il fasse respecter le prix officiel par les exportateurs mais les moyens du gouvernement pour faire respecter ce prix sont limités.

Cependant, en 2007 pendant 90% de l'année, le prix perçu par les producteurs fut supérieur à celui décrété par le gouvernement et il fut notamment très haut durant

⁸⁴ Selon la Résolution ministérielle n° 9 du 29 janvier 2009, le prix fixé pour une caisse de type 22XU est de 4,70 dollars, prix FOB, plus une compensation obligatoire de 0,35 centavos par saison.

le troisième trimestre mais en raison d'une plus forte production colombienne et costaricaine les prix baissèrent à partir d'octobre.



Source : AEBE 2008 (scanner)

Réalisation : AEBE

Figure 36 Prix officiel par rapport au prix SPOT payé par caisse

De la même façon d'autres facteurs ayant permis que les prix se maintiennent stables durant l'année furent le froid excessif dans les régions équatoriennes de plus forte production ce qui diminua l'offre exportable traditionnelle au cours du deuxième semestre de l'année ; les cyclones qui frappèrent tout particulièrement la Jamaïque et la République Dominicaine anéantissant pratiquement leur production ; la tempête tropicale Dean qui toucha de manière considérable la production des îles Canaries et les problèmes politiques en Côte d'Ivoire.



Source : AEBE 2008 (scanner)

Réalisation : AEBE

Figure 37 Variations du prix SPOT durant l'année 2007

Depuis 2003, il a été décidé que les producteurs ainsi que les intermédiaires et les exportateurs doivent s'enregistrer chaque année auprès du sous-secrétariat du Littoral du Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage afin de pouvoir vendre et exporter le fruit. Cette mesure vise d'un côté à réguler l'activité bananière dans le pays en éliminant la présence d'agents sporadiques (achats spot), évitant ainsi l'illégalité de cette activité, et d'un autre côté à réguler l'excès de l'offre. Cependant le marché Spot s'est grandement développé grâce à : i) les nouveaux marchés émergents (Russie et Europe de l'Est) et ii) au changement de réglementation douanière au sein de la Communauté européenne allant vers des droits de douane uniques. Cela a provoqué l'arrivée de nouveaux agents d'exportation sur les marchés locaux qui produisent de nouvelles variations de prix à niveau interne.

Le comportement oligopolique du marché se ressent tout au long de la chaîne bananière. En fait les grandes entreprises exportatrices équatoriennes ont mis en place des processus d'intégration en remontant vers la source et se sont transformées en productrices agricoles, en fournisseurs de produits agricoles (fertilisants, engrais, fongicides, cartons et sacs) et en prestataires de services de fumigation, ce qui recèle un avantage certain du point de vue des coûts dans la mesure où ils sont insurmontables pour les petites et moyennes entreprises.

De tout ce qui a été signalé il ressort qu'étant donné l'oligopsone présent dans le marché équatorien, toute diminution du prix à l'export est répercutée sur le producteur. De même les grandes exportatrices sont en mesure de mieux supporter une réduction de leurs revenus (provoquée par une baisse des prix sur les marchés internationaux) puisque leur intégration vers la source de la chaîne productive leur permet de profiter des économies qui les environnent et de réduire ainsi leurs coûts de production.

A cette caractéristique de marché il convient d'ajouter que la plupart des petites entreprises surgissent de manière désordonnée et sporadiquement dans des tentatives aventureuses d'exporter avec plus ou moins de succès et que, loin de favoriser une répartition du marché plus favorable pour les producteurs, elles transfèrent leurs pertes au secteur producteur faute de pouvoir pénétrer sur un marché oligopolique, contribuant ainsi à une baisse des prix internes. Cette participation désordonnée implique certaines difficultés. Les petites entreprises exportatrices se concentrent généralement sur des marchés avec des prix relatifs inférieurs ; leur mécanisme de vente est essentiellement celui de la vente en consignation et elles sont nettement désavantagées quant au coût du transport

intercontinental. Tout cela met à jour d'énormes risques de perte qui seraient inévitablement assumés par les producteurs qui ne disposent pas d'instruments légaux et répressifs adéquats pour faire respecter les contrats signés en interne.

Cette situation explique en outre pourquoi le prix payé par ce groupe d'entreprises n'est pas meilleur que celui offert par les plus grandes. De plus en raison du désavantage géographique déjà signalé, c'est un fait historique que l'exportateur équatorien a toujours reçu un prix moyen inférieur à celui de ses rivaux pour une caisse de banane de 18,14 kilogrammes. Cette situation s'explique en outre en raison du coût supérieur du transport puisque l'importateur qui achète de la banane en Equateur doit ajouter à ses coûts la valeur correspondant à la traversée du Canal de Panama. Par exemple les prix référentiels FOB du Costa Rica furent toujours supérieurs à ceux de l'Equateur.

3.2.5 Les mille et un labels pour maintenir le marché

A partir de 1999 se sont développées en Equateur des certifications de plusieurs types et même si leur présence est justifiée pour des questions d'ordre environnemental ou social, la forte augmentation de leur nombre montre bien qu'il s'agit là d'une stratégie pour maintenir les différents marchés des compagnies agro - exportatrices à niveau mondial.

Les importateurs du Nord ont mis en place toute une gamme d'outils de marché en se basant sur l'argument de leurs avantages compétitifs. Un de ces instruments, qui a connu la plus grande diffusion en Equateur, n'est autre que les certifications environnementales, les labels sociaux et écologiques. Ces mesures, même si elles sont sur la base du volontariat, déterminent en grande partie la vente d'un produit et donc son entrée ou non sur un marché.

Au cours des années 90, afin d'obtenir un meilleur accès aux marchés des Etats-Unis et d'Europe et pour éviter tout type de sanction à caractère commercial basée sur des raisons environnementales, les producteurs bananiers tout comme les exportateurs et les compagnies commercialisatrices, ont entamé des processus d'administration environnementale et d'adoption de technologies propres pour certifier leurs produits comme étant « amicaux avec l'environnement »⁸⁵.

⁸⁵ Il ne faut pas oublier que les producteurs pouvant effectuer des modifications dans les systèmes de culture et de transformation du produit et pouvant ainsi accéder à une certification écologique sont les producteurs grands et moyens avec des plantations ayant une forte capacité d'investissement.

Les initiatives de gestion de l'environnement ont également été accompagnées par des réglementations nationales qui ont permis de viabiliser l'adoption de certains processus et pour cela l'Equateur a émis des règlements d'assainissement environnemental bananier promulgués en 1994 et en 2003 qui contiennent des paramètres généraux et parfois spécifiques concernant l'utilisation et les rejets de produits agrochimiques, des obligations en faveur de la protection de la biodiversité dans les zones de cultures bananières et en général des normes pour les producteurs, les exportateurs et les fournisseurs de produits agricoles.

En ce qui concerne les certifications environnementales dans le secteur bananier, celles qui ont connu le plus de succès sont les certifications biologiques, Rainforest Alliance et la norme ISO 14000⁸⁶. D'une manière spécifique par exemple, la norme ISO 14001 mentionne en détail les conditions quant à la documentation, la structuration, la mise en place, le monitoring et le contrôle d'un système de gestion environnemental qui doit être conforme aux lois du pays et aux conditions mises en place par l'organisation et qui concernent des thèmes environnementaux. C'est-à-dire que chaque compagnie gère son propre système d'administration de l'environnement. Outre les politiques de gestion de l'environnement, on peut inclure l'adoption de principes d'analyse des risques, de l'étude des intérêts publics de la communauté et des travailleurs, ainsi que l'adoption de politiques régulatrices créées par des organisations internationales.

Le système de certification environnementale Eco-Ok, géré par la société Rainforest Alliance, une organisation non gouvernementale des Etats-Unis, met en avant une amélioration des standards de production environnementale, à travers des encouragements liés au marché, pour les produits cultivés dans les zones de forêt humide.

Le programme Eco-Ok, à la différence de la norme ISO 14001, établit des paramètres tant pour l'environnement que pour l'aspect social, incluant l'adoption d'engagements visant à améliorer les points suivants : i) utilisation de substances dangereuses, ii) santé humaine et conditions de travail, iii) protection et restauration des écosystèmes, iv) gestion intégrée des déchets dégradables et v) préservation des ressources hydriques et des sols.

⁸⁶ La série ISO 14000 comporte un système d'administration, environnementale déterminé par certains paramètres afin d'obtenir une production moins polluante.

Le marché des Etats-Unis établit en outre des conditions quant à l'innocuité alimentaire et des points critiques de contrôle (HACCP⁸⁷) qui doivent être identifiés et met en place quelques paramètres concernant les réglementations du travail. Dans le cas du marché européen, et en dépit de réglementations nationales, une initiative privée a été mise en place par les principaux supermarchés acheteurs de banane, nommée Eurogap. Cette certification qui ne concerne pas seulement des thèmes à caractère environnemental ou lié aux conditions de travail s'intéresse à la gestion même de l'exploitation et exige de plus grands investissements et de meilleures connaissances de la part des producteurs.

Outre ces certifications, la certification de produits organiques (biologiques) s'est amplement développée en Equateur ; il existe ainsi pas moins de 6 organismes certificateurs internationaux qui vérifient l'application des normes élémentaires pour la pratique et la reconnaissance comme agriculture biologique. En général pour les certifications environnementales, les éco-étiquettes et les labels sociaux tentent de consolider une option effective visant à mettre en compatibilité les objectifs du commerce extérieur et la protection des ressources naturelles ainsi que les responsabilités sociales. Il faut mentionner que dans le cas de la banane, l'adoption de ces certifications répond essentiellement à trois facteurs : i) le besoin d'accéder à des marchés étrangers exigeants, ii) la possibilité de réduire à long et moyen terme les coûts de production grâce à des technologies amicales et iii) éliminer d'éventuelles sanctions commerciales basées sur des thèmes de protection environnementale ou de responsabilité sociale.

A court terme, l'adoption de certifications par les producteurs qui peuvent se le permettre signifie un meilleur accès aux marchés internationaux et l'ouverture de nouveaux créneaux commerciaux. Cependant pour les petits et moyens producteurs qui peuvent à peine mettre en place les besoins technologiques élémentaires, la multiplication des certifications s'est traduite par un nouveau facteur de désavantage face aux grands producteurs et bien souvent par l'impossibilité d'accéder aux marchés internationaux. Face à cette situation, une option choisie a été de vendre leur production à d'autres producteurs disposant de certifications ou à des commercialisatrices afin d'obtenir de cette manière un meilleur prix pour leurs bananes et parfois afin de pouvoir mettre en place de lents processus d'acquisition de nouvelles technologies. Une autre possibilité est de

⁸⁷ L'analyse de points critiques de contrôle est un programme gouvernemental obligatoire aux Etats-Unis qui définit une série de standards afin de garantir que le produit vendu sur le marché n'est pas nocif pour l'environnement ou la santé humaine.

diriger leur offre exportatrice vers les marchés moins exigeants du Chili et d'Argentine où le prix de vente est inférieur.

L'alternative de reconversion vers la production organique, en plein essor au cours de ces dernières années, a permis aux petits et moyens producteurs de mieux s'insérer dans les marchés internationaux et d'acquérir une meilleure compétitivité face aux grands producteurs nationaux et étrangers. A moyen et long terme, les effets dus aux modifications dans les processus de production visant à obtenir de la banane organique provoquent également des changements dans l'utilisation de la main d'œuvre, l'utilisation des ressources naturelles et les structures commerciales.