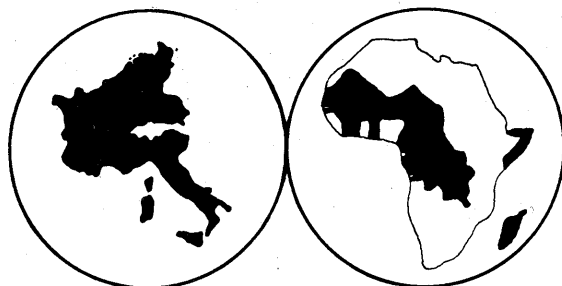


COMMUNAUTES EUROPEENNES — COMMISSION

DIRECTION GENERALE DE L'AIDE AU DEVELOPPEMENT

DIRECTION DE LA PRODUCTION ET DES ECHANGES COMMERCIAUX

EDITION PROVISoire



**LA PRODUCTION ET L'ECOLEMENT
DES BANANES ORIGINAIRES
DES ETATS ASSOCIES AFRICAINS
ET MALGACHE**

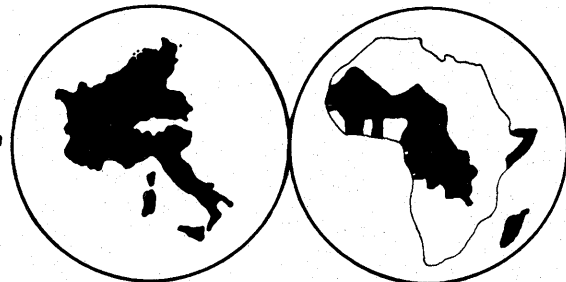
*Troisième partie :
Commercialisation dans les pays consommateurs*

COMMUNAUTES EUROPEENNES — COMMISSION

DIRECTION GENERALE DE L'AIDE AU DEVELOPPEMENT

DIRECTION DE LA PRODUCTION ET DES ECHANGES COMMERCIAUX

EDITION PROVISoire



**LA PRODUCTION ET L'ECOLEMENT
DES BANANES ORIGINAIRES
DES ETATS ASSOCIES AFRICAINS
ET MALGACHE**

*Troisième partie :
Commercialisation dans les pays consommateurs*

COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
COMMISSION

5382/VIII/69-F

Direction générale de
l'aide au développement

Direction de la production et
des échanges commerciaux

EDITION PROVISOIRE

LA PRODUCTION ET L'ÉCOULEMENT DES BANANES

ORIGINAIRES DES ÉTATS AFRICAINS ET

MALGACHE ASSOCIÉS

Troisième partie : Commercialisation dans les pays consommateurs

N.V. V/h Nederlandse Stichting voor Statistiek - s'-Gravenhage

TABLE DES MATIERES

	<u>Pages</u>
Liste des tableaux	VII
Liste des graphiques	IX
 <u>CHAPITRE 1 - INTRODUCTION</u>	
1.1. Cadre de l'étude	1
1.2. Objet de la recherche	2
1.3. Méthode de recherche	3
1.4. Unité monétaire	3
 <u>CHAPITRE 2 - RESUME</u>	
2.1. But et contenu	6
2.2. Principaux changements depuis 1961	6
2.3. Prévisions	9
2.4. Recommandations	9
 <u>CHAPITRE 3 - LA CONSOMMATION</u>	
3.1. Généralités	12
3.2. Belgique et Luxembourg	13
3.3. République fédérale d'Allemagne	13
3.4. France	14

	<u>Pages</u>
3.5. Italie	14
3.6. Pays-Bas	14
3.7. L'ensemble de la CEE	14
3.8. La banane dans le budget des ménages	18

CHAPITRE 4 - IMPORTATION DE BANANES

4.1. Structure de la distribution	21
4.2. Problèmes de la statistique commerciale	23
4.3. Belgique et Luxembourg	24
4.4. République fédérale d'Allemagne	25
4.5. France	28
4.6. Italie	32
4.7. Pays-Bas	37
4.8. L'ensemble de la CEE	39
4.9. Royaume-Uni	41
4.10. Etats-Unis	41
4.11. Autres pays	42

CHAPITRE 5 - COMMERCE DE GROS

5.1. Introduction	47
5.1.1. Généralités	47
5.1.2. Belgique et Luxembourg	48

	<u>Pages</u>
5.1.3. République fédérale d'Allemagne	49
5.1.4. France	50
5.1.5. Italie	51
5.1.6. Pays-Bas	54
5.2. Délai entre l'arrivée au port et la vente par le détaillant	55
5.3. La maturation des bananes	56
5.3.1. Belgique et Luxembourg	56
5.3.2. République fédérale d'Allemagne	57
5.3.3. France	58
5.3.4. Italie	59
5.3.5. Pays-Bas	61
5.3.6. Coûts	62

CHAPITRE 6 - COMMERCE DE DETAIL

6.1. Introduction	63
6.2. Concentration dans le commerce de détail	63
6.3. Structure du commerce de détail des bananes	65

CHAPITRE 7 - PRIX

7.1. Prix à l'importation	72
7.2. Structure des prix du commerce intérieur	75
7.3. Valeur CAF	75

	<u>Pages</u>
7.4. Coûts de débarquement	76
7.5. Coûts de transport	77
7.6. Taxes et droits en 1967	78
7.7. Marges bénéficiaires	79
7.8. Prix de gros	80
7.9. Prix de détail	80
7.9.1. Belgique	80
7.9.2. République fédérale d'Allemagne	82
7.9.3. France	82
7.9.4. Italie	84
7.9.5. Pays-Bas	84
7.10. Incidences saisonnières	85

CHAPITRE 8 - ANALYSE ECONOMETRIQUE

8.1. Méthode suivie	100
8.2. Variables utilisées	101
8.2.1. Prix de détail des bananes	101
8.2.2. Quantités consommées	101
8.2.3. Population	102
8.2.4. Revenu national	102
8.2.5. Déflation	103

	<u>Pages</u>
8.3. Résultats par pays	103
8.3.1. Belgique/Luxembourg	103
8.3.2. République fédérale d'Allemagne	104
8.3.3. France	105
8.3.4. Italie	107
8.3.5. Pays-Bas	108
8.4. Potentiel d'importation de la CEE	109
8.5. Formules	110
8.6. Tableaux et graphiques	111
8.7. Elasticité statique et dynamique des revenus	122
8.8. Consommation maximale	124

APPENDICE

9.1. Sources consultées	127
9.1.1. Bibliographie	127
9.1.2. Information orale	129
9.2. Consommation et dépenses par ménage, pour quelques espèces de fruits	129

LISTE DES TABLEAUX

	<u>Pages</u>
1. Solde de l'importation de bananes à l'intérieur de la CEE, par pays d'importation, en milliers de tonnes	17
2. Population moyenne, en millions	17
3. Consommation de bananes par tête, en kg, par an	17
4. Importation de bananes par pays d'origine, en %	46
5. Nombre de magasins à libre-service (y compris les super-marchés) dans le commerce de détail d'alimentation, au 1er janvier 1967; répartition suivant le mode d'exploitation	70
6. Chiffre d'affaires du commerce de détail d'alimentation, sui- vant le mode d'exploitation	71
7. Magasins à libre-service (y compris les super-marchés) dans le commerce de détail d'alimentation en 1963-1967	71
8. Prix d'importation moyen des bananes par pays et par année en 1962-1967	74
9. Prix d'importation moyen des bananes en 1966 par pays de pro- venance et d'importation	74
10. Prix des bananes au kilo en Belgique en 1962-1967	87
11. Prix de détail des bananes de première qualité dans la république fédérale d'Allemagne en 1965-1966	88
12. Prix de détail des bananes dans la région parisienne en 1961-1967	88
13. Prix de détail des bananes en Italie en 1961-1968	89
14. Prix de gros des bananes en Italie en 1966	89
15. Coûts de transport depuis les ports jusque chez les grossistes en Italie	90

	<u>Pages</u>
16. Prix de détail des fruits au marché central d'Amsterdam en 1966	90
17. Prix de détail mensuel moyen des bananes en UC, pendant les années 1964-1967	91
18. Prix de gros des bananes dans la république fédérale d'Allemagne	93
19. Structure des prix des bananes, en UC les 1.000 kilos	94
20. Structure des prix des bananes exprimée en pourcentage du prix moyen au consommateur	95
21. Structure des prix des bananes, en pourcentage du prix CAF	96
22. Prix de détail des bananes par kg, en 1962-1967 Prix réels	113
23. Prix de détail des bananes au kg, en 1962-1967 Prix 1953	113
24. Revenu national en 1962-1967	114
25. Solde d'importation des bananes dans la CEE, en milliers de tonnes, en 1962-1967	115
26. Consommation moyenne de bananes par tête et par an, en kg, y compris le poids des hampes	115
27. Prévision relative au revenu national par tête, en 1970 et 1975	116
28. Indices du coût de la vie, 1953 = 100	116
29. Prévision relative à la consommation de bananes, en kg, par tête, en 1970 et 1975	116
30. Consommation et dépenses par ménage pour quelques espèces de fruits	144

LISTE DES GRAPHIQUES

	<u>Pages</u>
1. Prix de détail mensuel moyen des bananes	92
2. Structure des prix des bananes, en UC par kg, en 1967	97
3. Structure des prix des bananes en pourcentage du prix moyen, en 1967	98
4. Structure des prix des bananes en pourcentage du prix CAF en 1967	99
5. Consommation de bananes en kg par tête Belgique/Luxembourg	117
6. République fédérale d'Allemagne	118
7. France	119
8. Italie	120
9. Pays-Bas	121
10. Consommation de bananes en fonction de la consommation globale	126

5382/VIII/69-F

INTRODUCTION

N.V. v/h Nederlandse
Stichting voor Statistiek

RAPPORT A 2865 JUILLET 1968
CONFIDENTIEL

TOME C

LE MARCHÉ DES BANANES DANS LES PAYS DE LA CEE

Etude effectuée à la demande de la Commission de la Communauté économique européenne, direction générale de l'aide au développement - direction de la production et des échanges commerciaux

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

1.1. Cadre de l'étude

En 1963 une étude fut publiée, sous le titre "Le marché du café, du cacao et des bananes dans les pays de la CEE". Cette étude, qui se rapportait à l'évolution jusqu'en 1961 et qui comportait une prévision pour 1970, fut effectuée, à la demande de la Commission européenne, par INRA-Europe.

En 1967 la Commission prit la décision de poursuivre l'étude du marché des bananes sous une forme légèrement modifiée. Suite à cette décision, l'étude fut divisée en trois parties. L'"Istituto Agronomico d'Oltremare" à Florence, fut chargé de la partie de l'étude portant sur les problèmes de production. M. Wolfgang Suhren à Wedel/Holstein, assumait la responsabilité de la partie concernant les problèmes du transport maritime, tandis que la N.V. v/h Nederlandse Stichting voor Statistiek s'est

occupée de la partie ayant trait à la commercialisation et à la vente. Ce rapport contient les résultats de cette dernière partie de l'étude. Notons cependant que certaines références aux problèmes appartenant aux deux autres parties ont été nécessaires.

La N.V. v/h Nederlandse Stichting voor Statistiek fut chargée de :

"la réalisation de la partie de l'étude sur la commercialisation dans le cadre de la demande spécifique de la Commission, d'étudier les possibilités de la promotion de la vente de bananes en provenance des Etats africains et malgache associés. Le but de l'étude est de trouver des moyens appropriés pour stimuler la consommation de ces bananes dans les pays membres de la CEE. Les moyens de promotion doivent profiter à la fois aux pays exportateurs associés et aux consommateurs. La recherche des moyens doit également tenir compte des problèmes particuliers se rapportant à la production, au transport et à la commercialisation".

1.2. Objet de la recherche

Objet général de la recherche :

- description des difficultés auxquelles se heurte, dans les pays membres de la CEE, l'accroissement de la consommation de bananes en provenance des pays associés;
- identification des causes de ces difficultés dans les pays producteurs et dans les pays consommateurs, depuis le débarquement (marchandise CAF) jusqu'au commerce de détail inclus;
- exposé de mesures de promotion de la vente dans la zone étudiée, mesures que la Commission peut recommander aux Etats associés et aux groupements concernés (producteurs, emballeurs dans le pays producteur et fabricants d'emballages, affréteurs et transporteurs maritimes) en vue d'améliorer la situation actuelle.

1.3. Méthode de recherche

L'importance quantitative du commerce des bananes a été étudiée en partant surtout des statistiques d'importation des pays de la CEE. Nous avons également repris dans ce rapport quelques données sur les importations en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis d'Amérique, étant donné que ces deux pays reflètent des situations différentes.

En ce qui concerne la structure des échanges, on a pu utiliser, d'une part, certaines informations déjà recueillies antérieurement et, d'autre part, des données puisées à des sources bibliographiques. La majeure partie des informations a été recueillie au cours d'entretiens avec des experts, dans les Etats membres de la CEE.

Les données concernant les prix furent beaucoup plus difficiles à recueillir. Cela découle, en partie, des fluctuations importantes des prix et des différences de région à région et, d'autre part, de la réserve dont font preuve les milieux commerciaux lorsqu'il s'agit de fournir des informations complètes concernant la structure des prix et des coûts. En dépit de ces difficultés, nous sommes parvenus à construire un ensemble de renseignements, cohérent et réaliste, sur la structure des prix.

La détermination de la consommation des bananes n'a pas soulevé de difficultés. Etant donné la rapidité avec laquelle la banane passe par les diverses phases de la commercialisation, on peut dire que la consommation est égale au solde des importations, compte tenu des pertes dues à l'emballage, aux déchets, et à la freinte.

Au cours des entretiens, on a également saisi l'occasion pour demander l'opinion des experts sur les ventes futures et sur les facteurs qui influenceront celles-ci.

1.4. Unité monétaire

Pour faciliter la comparaison, tous les prix sont donnés en unités de compte européennes (UC). Le taux de conversion suivant a été appliqué :

- DM 100 = 25 UC
- NF 100 = 20,225 UC
- Lit. 10.000 = 16 UC
- F 100 = 27,625 UC
- FB 1.000 = 20 UC

RESULTATS DE L'ETUDE

CHAPITRE 2

RESUME

2.1. But et contenu

Ce rapport donne un aperçu de l'évolution du marché des bananes dans les pays de la CEE depuis 1961, complétant ainsi la partie consacrée au marché des bananes dans le rapport "Le marché du café, du cacao et des bananes dans les pays de la CEE" (Série "Développement des pays d'outre-mer" n° 1), Bruxelles 1963.

Le rapport considère aussi l'évolution future et les mesures à prendre pour promouvoir la vente des bananes en provenance des Etats associés.

2.2. Principaux changements depuis 1961

La consommation de bananes dans les pays de la CEE a augmenté de 65 % depuis 1961. Cette année-là le volume de la consommation était de 1,1 million de tonnes (avec les hampes). En 1967, ce volume était passé à 1,6 million de tonnes (presque exclusivement sans les hampes). La consommation de bananes dans la CEE rejoint ainsi celle des Etats-Unis. La CEE absorbe près d'un tiers du tonnage mondial des importations de bananes.

Au cours des six dernières années, quelques changements spectaculaires ont contribué en partie à l'accroissement rapide du volume des importations.

2.2.1. En Italie, le monopole d'Etat a été remplacé en 1965 par un système de commerce privé réglementé. Depuis lors, la consommation a fortement augmenté dans ce pays. Les importations supplémentaires proviennent principalement de pays tiers.

2.2.2. En 1961, la presque totalité des bananes était encore importée en régimes entiers. Depuis lors, les méthodes d'emballage se sont radicalement transformées et pratiquement les bananes sont importées en mains, sans la hampe, et emballées en boîtes de carton ou en caisses. Cela a facilité la commercialisation, comprimé les prix et diminué les pertes. Etant donné que dans le passé le poids des hampes était inclus dans le chiffre des importations, l'accroissement réel de la consommation est plus grand qu'il ne ressort des statistiques.

2.2.3. Les bananes "Gros Michel" cèdent graduellement du terrain en faveur des "Cavendish" (surtout les "Valéry", cultivées par United Fruit, et presque identiques aux "Poyo"). La "Cavendish", réfractaire à la maladie de Panama, est jugée plus savoureuse, mais elle est aussi plus délicate à traiter.

2.2.4. La position dominante de l'Equateur comme pays fournisseur de bananes s'est un peu affaiblie. Par contre, l'importance du Honduras a fortement augmenté. La Colombie a également trouvé de nouveaux débouchés, surtout dans le Benelux. Ces nouvelles tendances s'expliquent par le déplacement de certains intérêts de United Fruit.

En ce qui concerne les territoires associés, le Congo Kinshasa a pratiquement disparu du marché comme fournisseur. L'importance du Cameroun et de la Côte-d'Ivoire a aussi nettement diminué. La Guadeloupe et surtout la Martinique ont trouvé de plus en plus de débouchés en France,

et aussi en Italie. Dans ces derniers pays, Madagascar et le Surinam commencent à revêtir une certaine importance comme fournisseurs de bananes. Les arrivages des bananes de la Somalie étaient très irréguliers. Actuellement ils sont freinés par la fermeture du canal de Suez.

2.2.5. Le nombre de mûrisseries a tendance à diminuer, ce qui va de pair avec l'amélioration de l'outillage technique.

2.2.6. Comme en Italie, la consommation moyenne par habitant a notablement augmenté aux Pays-Bas et en Allemagne. Dans ce dernier pays, la consommation a même atteint en 1967 le chiffre record de 12 kg environ par tête.

2.2.7. Les bananes vendues sous marque, Chiquita en particulier, ont renforcé leur position. Cela se traduit, entre autres, par des prix plus élevés.

2.2.8. Une partie sans cesse croissante des bananes est vendue par l'intermédiaire des super-marchés.

2.2.9. Une tendance vers l'intégration apparaît à tous les niveaux de la distribution.

Sauf en Italie, la structure du commerce n'a guère sensiblement changé. L'opposition entre le commerce contrôlé en France et en Italie, d'une part, et le commerce libre en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg, d'autre part, n'a guère ou fort peu changé. Dans les années passées, les prix ont fluctué considérablement mais aucune tendance à l'augmentation ou à la baisse ne peut être détectée. Considérant toutefois l'ensemble du niveau des prix dans la CEE on peut parler d'une baisse de prix relative.

2.3. Prévisions

Pour 1970, les importations de bananes dans la CEE sont estimées à environ 2 millions de tonnes, avec les hampes, ou à 1,7 million de tonnes sans les hampes.

Pour 1975, ces chiffres sont respectivement de 2,6 millions et 2,2 millions de tonnes environ.

Ces estimations sont valables aux conditions mentionnées à la page 110.

2.4. Recommandations

La vente des bananes exige un écoulement garanti, qui ne peut être obtenu que par une organisation très solide.

Cela implique une relation permanente avec un ou plusieurs importateurs actifs, qui se chargent d'une répartition efficace entre les mûrisseurs/grossistes. Le lien de l'importateur avec le mûrisseur/grossiste doit permettre la vente de toutes les bananes; donc, le mûrisseur doit réserver une place suffisante pour l'entreposage des lots qui sont annoncés. Les mûrisseurs peuvent vendre soit sur les marchés, soit directement aux détaillants. Ils doivent disposer d'un système de vente qui leur permette d'écouler rapidement les bananes, dès qu'elles sont mûres.

D'autre part, la demande de bananes doit être bien réglée. Cela implique que les bananes soient reconnaissables comme bananes d'une qualité déterminée et désirée, que le public soit informé de la qualité des bananes

par la publicité et que les bananes puissent en tout temps être obtenues en quantité suffisante. Le pays d'origine n'a aucune importance pour le consommateur.

La fragilité de la banane, qui a pour conséquence que la qualité est en partie fonction du stockage et du traitement chez le détaillant, doit être compensée par un contrôle permanent et efficace de la qualité de la part de l'importateur.

Il faut considérer qu'un certain nombre d'importateurs disposent d'un système de commercialisation bien organisé sur le marché libre. Ils ont avec les mûrisseurs des liens étroits qui peuvent dans certains cas aller jusqu'à faire de l'entreprise de mûrissement une filiale de la maison d'importation. Une qualité constante, d'un niveau élevé, est assurée par un programme de contrôle de la qualité. Grâce à une publicité de grand style, les importateurs s'efforcent - parfois avec beaucoup de succès - de susciter chez les consommateurs une préférence pour les bananes qu'ils importent.

La conquête d'une partie du marché exigera une organisation semblable et un effort commercial très important.

LES PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE

CHAPITRE 3

LA CONSOMMATION

3.1. Généralités

La consommation de bananes au cours d'une année déterminée peut pratiquement être considérée comme le solde des importations et des exportations de cette année, le stockage étant exclu. Cela étant, on peut néanmoins commettre un certain nombre d'erreurs :

- a) on comptabilise le poids des hampes, si celles-ci sont également importées. Ainsi le poids vendu au consommateur sera de 15 % inférieur au poids des bananes importées sur la hampe;
- b) entre l'importation et le commerce de détail, interviennent les pertes et la freinte, qui représentent un léger pourcentage. Ceci ne pose pas de problèmes, puisque c'est un pourcentage constant pour tous les pays et pour toutes les années, à moins qu'une nouvelle espèce de bananes n'entraîne une modification de ce pourcentage;
- c) dans certains pays à prix élevés, les achats frontaliers peuvent constituer une importation supplémentaire invisible. Etant donné la superficie des pays en question, l'importance relative de ces achats ne peut guère être significative;
- d) imprécisions éventuelles des statistiques relatives aux importations. Celles-ci ne seront pas importantes, parce que la banane est un article bien défini, faisant l'objet d'importations sous forme de lots massifs, en nombre restreint.

La plus grande erreur consiste donc à inclure les hampes dans le poids. Le passage de l'importation de bananes sur la hampe à l'importation de bananes en boîtes signifie que la consommation réelle a augmenté plus fortement que la consommation recensée. Il ne nous a pas été possible de corriger davantage ce calcul, car on ne dispose de données précises à cet égard que pour la France et l'Italie.

La consommation par tête a été calculée en divisant le solde des importations par le chiffre moyen de la population de cette année. Le tableau 1 indique les soldes des importations, le tableau 2 les chiffres moyens de la population et le tableau 3 la consommation par tête (page 17).

3.2. Belgique et Luxembourg

Antérieurement, la consommation par tête y était plus élevée qu'aux Pays-Bas. L'accroissement y a été moins prononcé, si bien que les deux pays se trouvent actuellement à peu près au même niveau en ce qui concerne la consommation.

3.3. République fédérale d'Allemagne

Avec 10,5 kg par tête pour l'année 1966, ce pays connaît une des consommations de bananes les plus fortes du monde. Seule, la Nouvelle-Zélande a probablement une consommation plus élevée encore. On ne peut pas expliquer ce phénomène. Il est toutefois certain que l'Allemagne ne connaît aucune entrave sous forme de prix élevés ou de lacunes dans l'approvisionnement.

3.4. France

La consommation de 9,3 kg par tête se situe au-dessus de la moyenne de la CEE, qui est 8,6 kg. Cela est d'autant plus surprenant que les prix des bananes sont plutôt élevés en France. L'accroissement a été assez irrégulier. Le bond spectaculaire a été réalisé de 1965 à 1966.

3.5. Italie

C'est le pays où l'accroissement de la consommation a été le plus sensible, alors qu'en 1966, ce pays avait encore la consommation la plus faible de la CEE. Il est probable que cette faible consommation concerne surtout le sud du pays où l'on ne dispose pas encore d'un appareil de distribution complet. Le fait que les bananes sont plus chères en Italie que partout ailleurs constitue indubitablement une sérieuse entrave. La consommation de bananes est beaucoup plus forte dans le nord que dans le sud de l'Italie.

3.6. Pays-Bas

La consommation par tête s'est accrue au cours des dernières années. En dépit d'une longue tradition et de bas prix, les Pays-Bas ont toujours connu une consommation relativement réduite. Dans ce domaine, la Belgique a été dépassée pour la première fois en 1966.

3.7. L'ensemble de la CEE

Par rapport à 1961, la consommation y est passée de 1,1 million de tonnes, le poids des hampes compris, à 1,6 million de tonnes, non compris le poids des hampes, en 1967. Compte tenu de la correction pour le poids des hampes, l'accroissement est donc de 65 % environ.

Dans le même temps, la consommation par tête est passée de 6,2 kg à 9 kg par an. Cette augmentation n'est pas répartie régulièrement entre les pays. L'augmentation, de loin la plus forte, a été enregistrée en Italie. Ce pays reste néanmoins celui où la consommation est la plus faible. D'autre part, des accroissements considérables ont été enregistrés en Allemagne et aux Pays-Bas. En revanche, l'augmentation a été très faible en France et en Belgique. Pour la Belgique, les chiffres ne traduisent même pas d'augmentation, celle-ci étant masquée par l'adoption du système d'importation de bananes détachées de la hampe.

Lorsqu'on compare la CEE avec d'autres pays économiquement forts, on constate que l'importance de la CEE en tant qu'acheteur de bananes a relativement progressé. En Grande-Bretagne, la consommation par tête a baissé, tandis que le marché des Etats-Unis montre également une régression de la consommation par tête jusqu'en 1966. Ce n'est que cette dernière année que l'on a constaté une nouvelle augmentation. En 1961 les Etats-Unis étaient de loin les plus gros acheteurs de bananes. En 1967 la CEE a presque atteint le même niveau que les Etats-Unis.

Le rapport de 1963 (1) prévoyait que la consommation de la CEE atteindrait en 1970 un maximum de 1,74 million de tonnes, poids des hampes inclus. Il apparaît que cette quantité était déjà dépassée en 1966 (1,75 million, poids des hampes inclus).

L'accroissement a donc été plus rapide que prévu. Il semble qu'il y a à cela plusieurs explications qui ne pouvaient pas encore être prévues ou prises en considération lors de l'élaboration du rapport, à savoir :

.../...

(1) Le marché du café, du cacao et des bananes dans les pays de la CEE série "Développement des pays d'outre-mer", n° 1, 1963.

1. la suppression du monopole en Italie;
2. l'introduction de l'emballage en boîtes, qui a simplifié le transport et le traitement;
3. l'abandon, dans certains pays, de la "Gros Michel" au profit de la Cavendish (dont la Valéry), banane de qualité supérieure;
4. la majoration considérable des budgets consacrés à la publicité, allant de pair avec l'augmentation des ventes de produits de marque;
5. un partage plus équitable des revenus;
6. la croissance du revenu plus rapide que prévu.

L'incidence de ces facteurs est confirmée par l'analyse économétrique (cf. chapitre 8).

Tableau 1 - Solde des importations de bananes à l'intérieur de la CEE, par pays d'importation, en milliers de tonnes (sans doubles comptages)

Pays	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique et Luxembourg	66	64	67	69	77	77
RF d'Allemagne	463	472	484	583	602	626
France	396	361	365	399	460	444
Italie	135	161	98	318	322	318
Pays-Bas	70	71	68	81	100	100
Total CEE	1.130	1.129	1.082	1.450	1.561	1.565

Tableau 2 - Chiffre moyen de la population, en millions d'habitants

Pays	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique et Luxembourg	9,5	9,6	9,7	9,8	9,9	10,0
RF d'Allemagne	56,9	57,6	58,3	59,0	59,7	59,8
France	47,0	47,9	48,4	48,9	49,4	49,9
Italie	50,2	50,6	51,1	51,6	52,0	52,4
Pays-Bas	11,8	12,0	12,1	12,3	12,5	12,7
Total CEE	175,4	177,7	179,6	181,6	183,5	184,8

Tableau 3 - Consommation annuelle de bananes par tête, en kg

Pays	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique et Luxembourg	6,9	6,7	6,9	7,0	7,8	7,7
RF d'Allemagne	8,1	8,2	8,2	9,9	10,1	10,8
France	8,4	7,5	7,5	8,2	9,3	9,0
Italie	2,7	3,2	4,1	6,2	6,2	6,1
Pays-Bas	5,9	5,9	5,6	6,6	8,0	7,9
CEE	6,5	6,4	6,6	7,5	8,5	9,2

.../...

3.8. La banane dans le budget des ménages

Les statistiques relatives aux dépenses des ménages dans les pays de la CEE permettent de déterminer la consommation de bananes dans les diverses couches de la population, ainsi que les sommes qui y sont consacrées. La dépense moyenne est le quotient de la division de ces deux facteurs. Ceci ne vaut pas pour tous les produits, car on peut également consommer des produits que l'on a cultivés. Ceux-ci, bien entendu, sont repris dans les quantités consommées, mais non dans les dépenses.

Les chiffres les plus récents pour tous les pays de la CEE concernant la période 1963-1964. Le tableau 30 de l'appendice donne un résumé concernant les bananes et quelques autres fruits. Les quantités consommées se rapportent aux ménages et aux unités de consommation. Elles ne sont donc pas directement comparables aux chiffres de la consommation par tête figurant ailleurs dans le présent rapport. Une autre différence réside dans le fait que la statistique des dépenses des ménages donne les quantités nettes achetées, tandis que la consommation par tête a été calculée à partir des importations, donc sans tenir compte des pertes enregistrées au cours de la commercialisation.

Les chiffres expriment à peu près les mêmes tendances dans tous les pays, ce qui permet de tirer un certain nombre de conclusions générales.

a) La consommation de bananes est beaucoup plus élevée dans les ménages ayant beaucoup d'enfants que dans les ménages ayant peu d'enfants. Dans la plupart des pays la consommation dans les ménages sans enfants est très faible. Seuls les Pays-Bas constituent une exception à cet égard.

b) On trouve, notamment dans les catégories de ménages à faible revenu, une corrélation évidente entre le revenu et la consommation de bananes. Cette corrélation est la plus évidente en Italie et en France, moins apparente en Allemagne et aux Pays-Bas. En Italie les ménages à revenus faibles ne consomment presque pas de bananes. L'influence du revenu est moins prononcée chez les employés et les fonctionnaires que chez les ouvriers. Ceci s'explique en partie par le niveau plus élevé du revenu minimum des employés et des fonctionnaires.

c) Dans les villes on consomme plus de bananes par unité de consommation que dans les villages, mais il y a peu de différence entre les grandes villes et les petites villes. Quelques pays montrent une consommation légèrement plus faible dans les grandes villes. La consommation des employés ne varie guère avec l'importance de la localité.

d) Les ouvriers agricoles et les agriculteurs consomment beaucoup moins de bananes que les travailleurs industriels et les employés. La consommation est plus faible chez les ouvriers que chez les employés, mais si on ajuste les revenus, on assiste au phénomène inverse.

e) Les prix payés varient peu selon les catégories. Dans la mesure où il y a des variations, celles-ci ne procèdent pas d'une orientation bien définie. Il est possible qu'elles soient imputables aux hasards de l'échantillonnage.

f) Dans les grandes lignes, le tableau est identique pour les autres fruits, quoique, notamment pour les poires et les raisins, l'incidence du nombre d'enfants sur la consommation familiale est beaucoup plus faible. L'influence du revenu est importante, sauf aux Pays-Bas. A la campagne on consomme par unité de consommation plus de pommes et de poires que dans les

viles, sauf en Italie. Il est possible qu'il s'agit d'une question de revenu.

On consomme plus de raisins, d'oranges et de bananes dans les villes qu'à la campagne.

Les conclusions suivantes peuvent être reliées à ce qui précède :

1. en partie, on peut attribuer l'augmentation de la consommation des bananes à l'augmentation des revenus, notamment des revenus les plus bas. Plus le revenu augmente, plus son influence est faible. Si, à l'avenir, les revenus augmentent dans la même proportion que dans le passé, cela aura moins d'influence sur la consommation des bananes, sauf si cette augmentation affecte davantage les catégories de ménages jouissant des revenus les plus bas;
2. la diminution du nombre d'enfants et de l'importance des ménages entraîne la baisse de la consommation par ménage, mais une augmentation de la consommation par tête; quant à savoir si l'augmentation de la consommation de bananes sera plus ou moins forte à l'avenir que précédemment, cela dépendra du fait que le nombre d'enfants ira en diminuant plus ou moins fortement;
3. la concentration urbaine constitue éventuellement un autre élément qui a pour effet d'augmenter la consommation de bananes. Dans les pays où la population rurale ne représente qu'une partie minime de la population totale (la Belgique, l'Allemagne, les Pays-Bas), on ne doit donc s'attendre, de ce fait, qu'à une faible augmentation de la consommation;
4. les statistiques relatives aux budgets des ménages n'autorisent aucune déduction sur l'incidence des prix.

CHAPITRE 4

IMPORTATION DE BANANES

4.1. Structure de la distribution

Schématiquement on peut distinguer les stades suivants :

- les importateurs;
- le commerce de gros du premier stade;
- le commerce de gros du second stade;
- le commerce de détail.

La fonction de l'importateur consiste à acheter les bananes, et à en prendre soin au cours du déchargement et de la vente au grossiste. Au premier stade, le grossiste achète à l'importateur et, en général, il est mûrisseur. Il vend les bananes mûries au grossiste du second stade, soit, le plus souvent sur les marchés de gros, soit en fournissant directement à de gros acheteurs. Le commerce de gros du second stade approvisionne les détaillants.

Dans un petit pays comme les Pays-Bas, les deux stades du commerce de gros sont confondus; le marché de gros est pour ainsi dire inexistant.

L'intégration entre les différents stades est fréquente et revêt des formes diverses. L'importateur a besoin d'être étroitement lié avec le grossiste du premier stade pour être certain d'écouler la marchandise.

Ce lien peut revêtir la forme d'un contrat, mais il peut aussi aller jusqu'à l'intégration complète, la maison de gros du premier stade n'étant qu'une filiale de la maison d'importation. Dans ce cas, on voit l'importateur opérer comme vendeur sur le marché de gros et comme fournisseur des acheteurs importants.

Il est fréquent qu'un certain nombre d'importateurs opèrent en collaboration parce que cette combinaison permet d'importer et de vendre d'une manière plus efficace. Certaines grosses maisons d'importation sont issues de telles combinaisons, mais il arrive également que les liens entre les membres d'une combinaison sont très lâches.

L'intégration entre détaillants et grossistes, qui existe d'ores et déjà et qui est très développée dans certains pays (chaîne volontaire, groupement d'achat, coopération, succursales multiples), peut aller plus loin et déboucher sur le commerce de gros du premier stade. Dans ce cas, ils achètent directement aux importateurs et exploitent des mûrisseries.

La fonction de l'importateur peut, comme c'est le cas en France, être remplie par des organisations de producteurs, qui confient leurs intérêts à un agent. Contrairement à l'importateur, l'agent ne court pas de risques en matière de prix, mais il est rémunéré suivant un système de commissions. Pour le reste, l'organisation de la commercialisation est conforme à ce qui est dit ci-dessus.

Le développement de la concentration et de l'intégration a accru les possibilités d'occuper une position dominante sur les marchés, tant de la part des importateurs, qui peuvent jouer sur les marges bénéficiaires aux stades ultérieurs, que de la part des organisations de détaillants, qui, plus que les détaillants isolés, ont la possibilité de vendre à des prix calculés au plus juste.

.../...

4.2. Problèmes de la statistique commerciale

Les données relatives aux importations de bananes sont empruntées aux statistiques du commerce extérieur du pays concerné. Malheureusement, les chiffres relatifs au tonnage des bananes importées ne sont pas entièrement comparables de pays à pays ni d'une année à l'autre. Antérieurement, les bananes étaient importées en gros régimes, avec la hampe. Celle-ci représentait à peu près 15 % du poids total. Dans la plupart des pays, le poids recensé à l'importation englobait la hampe, sauf en Amérique. La consommation réelle de bananes était donc de 15 % inférieure au volume importé. Dans les années soixante on a progressivement adopté l'emballage en boîtes de carton, de mains détachées de la hampe. Les grandes boîtes, d'un poids net de 18 kg, ont une tare qui représente 8 à 9 % du poids brut. Pour les petites boîtes en carton, d'un poids net de 12 kg, cette tare est de 9 à 10 %. Dans la plupart des pays on détermine le poids brut tandis que le poids net fait l'objet d'estimations. Etant donné que l'absence de hampes réduit le poids de 15 %, l'augmentation de la consommation au cours des six dernières années a été beaucoup plus forte que ne l'indiquent les chiffres des importations.

A défaut de chiffres exacts concernant la tare des boîtes d'emballage et le poids des hampes, nous n'avons pas corrigé les chiffres relatifs aux importations, sauf pour l'analyse économétrique.

Le tableau 4 donne un aperçu des importations des pays de la CEE, de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis, pour les années 1962 à 1967. Les chiffres sont donnés séparément d'après le pays de provenance, en % du total.

4.3. Belgique et Luxembourg

Dans l'union économique belgo-luxembourgeoise (UEBL) le commerce des bananes est entièrement libre. En ce qui concerne les droits d'entrée, la situation est la même qu'aux Pays-Bas, à cette différence près qu'en Belgique on a, depuis longtemps déjà, pris l'habitude de percevoir le droit d'entrée sur la base d'une valeur forfaitaire, fixée de mois en mois d'après les sommes facturées et les prix du commerce de gros. Le taux de la taxe de transmission perçue à l'entrée est de 14 %; il est calculé sur la valeur d'importation, majorée des droits d'entrée.

Importateurs :

- a) Spears and Sons, à Anvers. Depuis peu propriété de United Fruit. Port d'importation : Rotterdam. Variété : Valéry, provenant surtout de la Colombie;
 - b) Banacopera, à Bruxelles. Etroitement liée à United Fruit. Il s'agit d'une coopérative de mûrisseries qui n'importe pas directement des pays d'origine mais des Pays-Bas. Port d'importation : Rotterdam. Variété : Valéry, provenant surtout de la Colombie.
- Spears et Banacopera couvrent ensemble près de 60 % du marché;
- c) Léon van Parijs, à Anvers;
 - d) Gérard Koninckx Frères, à Anvers.

Ces deux maisons appartiennent au groupe Belhoba, qui opère également aux Pays-Bas (C. van den Brink et Velleman en Tas, tous deux à Rotterdam). Ensemble ils contrôlent les Belgian Fruit Lines. Ils disposent également de leurs propres mûrisseries, mais, en outre, ils approvisionnent des mûrisseries indépendantes. Ils représentent environ 30 % du marché. Port d'importation : Anvers. Provenance : surtout de l'Equateur;

- e) Eurobana, à Hambourg, qui groupe Astheimer et T. Port, à Hambourg, et Gebr. Kamstra (Internationale Fruitmaatschappij), à Rotterdam avec succursale à Bruxelles, liée à la Standard Fruit. Ce groupe expédie la majeure partie de ses bananes en Allemagne, mais vend aussi en Belgique. Port d'importation : Anvers. La position sur le marché est faible. Provenance : surtout du Honduras, de Costa-Rica et de l'Equateur;
- f) Sol, à Bruxelles. Importe de petites quantités du Congo et des Iles Canaries. La position sur le marché est négligeable. Port d'importation : Anvers.

La Belgique est le seul pays de la CEE qui, par rapport à ses importations, exporte de grandes quantités de bananes. Les raisons de ce phénomène sont exposées au paragraphe consacré aux Pays-Bas. Pour estimer le volume des importations, il est préférable de se référer uniquement au solde, car les importations, prises isolément, comportent des doubles emplois avec les Pays-Bas. Pendant des années, ce solde s'est maintenu avec une stabilité remarquable. Ce n'est qu'en 1966 qu'on note une augmentation significative. Les bananes proviennent à peu près des mêmes pays que celles importées aux Pays-Bas. Toutes les bananes proviennent de pays tiers, malgré les différences de tarifs. Ces pays sont presque uniquement l'Equateur et la Colombie. Les arrivages de bananes en provenance du Congo ont cessé ces dernières années.

4.4. République fédérale d'Allemagne

La plupart des importateurs se sont groupés et ils possèdent ou affrètent en commun des navires. En général, chaque groupement n'utilise qu'un seul port d'importation. Les principaux importateurs et groupements sont :

- a) United Fruit. Les importations sont réglées par le bureau principal européen, à Rotterdam. Les ports d'importation sont Rotterdam et Bremerhafen. En Allemagne, les importations sont assurées par Atlanta Handelsgesellschaft Harder und Co, à Brême, en collaboration avec les firmes Harder Meiser und Co, à Brême et Olf Köppke und Co à Hambourg. Les importations proviennent surtout du Honduras, du Guatemala, de la Colombie, de Panama, de Costa Rica. La part de United Fruit sur le marché allemand était estimée entre 40 % et 44 % en 1967. Les bananes sont pour la plupart des Cavendish (Valéry);
- b) L'Allgemeine Bananengruppe (Alba-Gruppe) à Hambourg, auquel sont affiliés Lehmann und Söhne, Edeka Fruchtkontor GmbH, Afrikanische Fruchtkompagnie Laeisz und Co (AFC), tous à Hambourg, Kontinentale Frucht Import Gesellschaft Meder und Co, à Munich et A. Van Hoboken en Zonen, à Rotterdam. Les importations proviennent principalement de l'Equateur. Le port d'importation est Hambourg. Part du marché en 1967 estimée à 18 - 20 %. Variétés : principalement Gros Michel, parfois Cavendish. Le groupe possède un bureau d'exportation à Guayaquil (Equateur);
- c) Hamburger Bananen-Importgruppe. A ce groupe appartiennent Willy Bruns, August Stier et J.A. Kahl, tous à Hambourg. Port d'importation : Hambourg. Part du marché estimée en 1967 : 14 % à 15 %. Espèce : principalement Gros Michel. Le groupe possède également son bureau d'exportation à Guayaquil, travaillant sous le nom de Union Bananeros Ecuatorianos. Le groupe est étroitement lié à une entreprise maritime qui assure le transport. En Allemagne, on a adopté comme nom de marque "Bajella";
- d) Internationale Frucht-Importgesellschaft Weichert und Co. Port d'importation : Hambourg. Importation en provenance de la Colombie. Part du marché estimée à 10 - 12 %. Variété : Gros Michel.

.../...

- e) Belhoba. A ce groupe appartiennent Léon van Parijs, à Anvers, Gérard Koninckx Frères, à Anvers, Van den Brink et Velleman en Tas, à Rotterdam. Importations de l'Equateur. Port d'importation : Anvers. Part du marché estimée à 5 - 7 %. Variété : Gros Michel. Vendent aussi aux Pays-Bas, en Belgique, en Suisse, etc.;
- f) Eurohana. A ce groupe appartiennent Astheimer et T. Port, à Hambourg et Gebr. Kamstra (Internationale Fruitmaatschappij), à Rotterdam. Ce groupe est étroitement lié à la Standard Fruit and Shipping Co, à New Orleans. Port d'importation : Anvers. Part du marché estimée à 7 - 10 %. Variété : principalement Cavendish du Honduras et de Costa Rica et Gros Michel de l'Equateur.

A côté des groupes importateurs mentionnés, il en existe encore quelques autres, de moindre importance, qui importent des bananes des îles Canaries.

En Allemagne, l'importation de bananes suit une courbe ascendante continue (tableau 1). Les plus gros fournisseurs sont l'Equateur, la Colombie et, depuis peu, le Honduras. La part de ce dernier pays sur le marché a progressé par bonds depuis 1965. En revanche, après une augmentation initiale, la part de l'Equateur a fortement diminué. Cette évolution est liée à la politique de United Fruit, qui a liquidé ses plantations en Equateur en même temps qu'elle développait ses plantations en Amérique centrale, en invoquant le taux élevé des droits à l'exportation perçus par l'Equateur.

Par ordre d'importance, les bananes de United Fruit proviennent du Honduras, du Guatemala, de la Colombie, de Panama et de Costa Rica. Les groupes Allgemeine, Hamburger et Belhoba importent la majeure partie de leurs bananes de l'Equateur. Weichert und Co n'importe que des bananes

de Colombie. Eurobana achète les bananes de Standard Fruit en provenance de l'Equateur, du Honduras et de Costa Rica.

L'Allemagne n'importe pas, ou presque pas, de bananes des territoires associés à la CEE, qui sont estimées trop chères.

4.5. France

Contrairement à ce qui se passe en Allemagne, l'importation et la commercialisation des bananes sont fortement contrôlées en France. L'organisation en est assurée par le comité interprofessionnel bananier, au sein duquel siègent des représentants des producteurs, des armateurs, des importateurs et des mûrisseurs. Ainsi, la France veut, d'une part, assurer la protection des producteurs dans ses départements d'outre-mer et dans les pays de la zone franc et, d'autre part, approvisionner les consommateurs de bananes à des prix raisonnables. On atteint ce double but en fixant des contingents par pays, en organisant les arrivages en fonction des ventes et en stabilisant les prix d'importation et de détail. Dans la pratique, cela revient, pour la France, à importer principalement des bananes de ses départements d'outre-mer et de la zone franc, sauf accords particuliers avec d'autres pays et en cas d'offre insuffisante.

Le contingent pour les EAMA et les PTCM ne faisant pas partie de la zone franc (en vertu de l'article 33 du traité instituant la CEE) a atteint 20.000 tonnes en 1968. Le reste est fourni par des pays tiers.

A cause de cette structure, les importateurs de bananes en France ne sont pas des importateurs au sens habituel du terme, mais plutôt des commissionnaires, situation qui ne se rencontre guère ailleurs dans le commerce des bananes. Il y a environ 50 importateurs, dont 35 sont membres

de l'organisation professionnelle SNBF. La plupart des importateurs sont spécialisés pour un pays producteur déterminé.

Les importateurs les plus importants sont :

- de la Martinique	: <u>Unibana</u>	45.000 tonnes	10 %
	<u>Sifa</u>	30.000 tonnes	7 %
	<u>André Pierre</u>	25.000 tonnes	5 %
- de la Guadeloupe	: <u>Deravin et autres</u>	40.000 tonnes	9 %
	<u>Sodepa et autres</u>	30.000 tonnes	7 %
- de la Côte-d'Ivoire	: <u>OCP</u>	60 à 80.000 tonnes (pratiquement un monopole)	14-18 %
- du Cameroun	: <u>CG des bananes</u>	45.000 tonnes	10 %
- du Surinam	: <u>CG des bananes</u>	15.000 tonnes	3 %
- de pays divers	: <u>Pomona</u>	35.000 tonnes environ au total	8 %
			<hr/> 73-77 %

Pomona importe la plupart de ses bananes de la Guadeloupe, de la Martinique, du Congo, de Madagascar et du Surinam. En outre, cette firme assure également la maturation de 55.000 tonnes de bananes pour le compte d'autres importateurs.

La compagnie générale des bananes est étroitement liée à United Fruit. En dehors des entreprises mentionnées, il existe encore un grand nombre d'importateurs plus petits qui importent de la Guadeloupe et de la Martinique. Le principal importateur de bananes du Congo est Charmasson.

La banane Gros Michel est en voie de disparition sur le marché français. En 1967, elle ne représentait plus que 2 % du marché (en

provenance du Congo-Kinshasa et du Cameroun). Les bananes en provenance de la Martinique, de la Guadeloupe et de la Côte-d'Ivoire sont du type Poyo, obtenu par mutation de la Cavendish. La plupart des français préféreraient cette variété.

L'importation de bananes, en France (tableau 1) a une allure irrégulière. En 1963 et 1964, on a enregistré une régression, imputable aux mauvaises récoltes de la Guadeloupe et de la Martinique. La France a dû importer une grosse quantité de bananes en provenance de pays situés en dehors de la zone franc, notamment en 1964.

Parmi les fournisseurs, la Martinique occupe une place de plus en plus importante. En 1967, 41 % des bananes vendues en France provenaient de cette île. En revanche, les arrivages en provenance de la Guadeloupe ont régressé, les plantations ayant été dévastées par des tempêtes. En 1961 la part de ce dernier pays sur le marché était encore de 32 %; en 1967, ce pourcentage n'était plus que de 15,5 %. Les importations en provenance de la Côte-d'Ivoire augmentent légèrement. Les importations en provenance du Cameroun, qui avaient d'abord augmenté, ont de nouveau diminué. L'importance de Madagascar et du Surinam en tant que fournisseurs augmente sensiblement, bien que la part de ces pays sur le marché soit encore minime.

Une part toujours plus importante des bananes est importée en mains, dans des boîtes de carton ou en caisses. Pour 1967 on estime à 92 % la proportion de bananes importées en boîtes. Seules, les bananes en provenance de Madagascar arrivent encore attachées à la hampe. Le pourcentage des bananes importées en boîtes, par rapport au volume global des importations, est :

.../...

- pour 1961 de 7,2 %
- pour 1962 de 8,4 %
- pour 1963 de 17,8 %
- pour 1964 de 32,8 %
- pour 1965 de 63,9 %
- pour 1966 de 80,1 %
- pour 1967 de 92 % (estimation)

Les statistiques commerciales donnent les poids, éventuellement avec les hampes. Cela signifie que, dans le passé, les poids nets étaient sensiblement inférieurs aux chiffres des statistiques relatives aux importations. Aujourd'hui, les quantités mentionnées correspondent de plus en plus au poids réel. L'accroissement réel a donc été plus grand que celui qui ressort des statistiques. Cet accroissement a surtout été spectaculaire dans les années 1965 et 1966. Après correction, l'accroissement est, en 1966, de 42 % par rapport à 1961, mais il s'est surtout produit au cours des deux dernières années de la période considérée.

Près de la moitié des bananes en provenance de la Martinique et de la Guadeloupe arrivent à Dieppe et le reste à Rouen. Les bananes en provenance de la Côte-d'Ivoire arrivent pour la plupart à Marseille et, pour une part minime, à Dieppe. Les bananes du Cameroun arrivent au Havre et celles de Madagascar à Marseille. La plupart des bananes de l'Equateur arrivent à Dieppe, celles des îles Canaries, pour 2/3 à Marseille et pour 1/3 à Dieppe. Dans l'ensemble, Dieppe est donc le port le plus important pour l'importation de bananes (33 % au total), suivi de Rouen (28 %) et de Marseille (25 %). Ces pourcentages valent pour 1966.

Les importations sont plus nombreuses au printemps que pendant le reste de l'année. Depuis quatre à cinq ans, la France importe, outre le contingent de 10.000 tonnes des îles Canaries, quelque 20.000 tonnes de bananes en provenance de pays associés situés en dehors de la zone franc. Il n'existe pas de critère déterminé pour l'octroi des licences; la répartition du contingent a lieu après consultation de l'organisation professionnelle des importateurs, du gouvernement et du comité de la banane.

En principe, le bénéfice supplémentaire réalisé sur ces importations est versé à un organisme désigné d'avance. Après le cyclone qui a ravagé la Guadeloupe, ces bénéfices ont été versés à un fonds en faveur des sinistrés; en 1968, ces bénéfices sont versés à un fonds destiné à financer la promotion de la vente des bananes.

4.6. Italie

De 1935 à 1965, l'Etat italien détenait le monopole de l'importation de bananes, dont la maturation incombait à des concessionnaires-grossistes, affiliés au monopole. Celui-ci avait pour objet d'assurer la vente de bananes en provenance de la Somalie. Au départ, toutes les bananes provenaient de ce pays. Après la guerre, on a également importé des bananes en provenance d'autres pays, parce que la Somalie seule ne pouvait pas couvrir les besoins. Toutefois, en valeur absolue, les importations de la Somalie ont augmenté jusqu'en 1966. Le monopole procurait à l'Etat des rentrées qui ont atteint 9 milliards de liras en 1960/1961 (14 millions d'UC européennes). Le monopole a été aboli en 1965 et on a alors mis en oeuvre la politique suivante :

- a) adaptation aux accords internationaux, principalement avec la Somalie et avec la CEE;

.../...

- b) perception d'un droit s'ajoutant aux droits d'entrée, garantissant à l'Etat des rentrées au moins égales à celles que lui procurait le monopole;
- c) maintien en service de la flotte bananière italienne;
- d) éviter que la stabilité du marché des fruits indigènes et la structure des prix soient compromises par des transactions non contrôlées.

A cette fin on a introduit un système de contingentement pour les importations en provenance de la Somalie et d'autres pays, et un prélèvement supplémentaire de 70 lires au kg (0,11 UC). L'utilisation de navires ne battant pas pavillon italien a été subordonnée à une autorisation spéciale. Les contingents ont été répartis sur 3 périodes de 4 mois. Il s'avéra rapidement que, grâce à l'abolition du monopole, les ventes augmentaient à un point tel que les contingents initiaux étaient absolument insuffisants. C'est pourquoi on fixa de nouvelles règles pour 1966 : les restrictions frappant les navires ne battant pas pavillon italien furent abolies. Le contingent initial fut porté de 180.000 à 320.000 tonnes. Le prélèvement fut porté de 70 lires à 90 lires (0,14 UC), sauf pour les bananes de Somalie sur lesquelles on préleva 60 lires (0,10 UC) sur une tranche n'excédant pas 100.000 tonnes par an et ce pendant deux ans.

Les bananes en provenance des pays associés sont admises en franchise. Le tarif extérieur est fixé à 20 %. Le contingent annuel n'est plus réparti sur des périodes de 4 mois, mais sur des périodes de deux mois. En outre, tous les deux mois, on fixe pour chaque port la quantité de bananes admises à l'entrée pendant cette période.

Depuis 1965, les importations sont surtout aux mains des groupes suivants :

.../...

- a) ComAfrique, à Milan, un groupe français qui, ces dernières années, est étroitement lié aux producteurs de la Côte-d'Ivoire; part du marché estimée à 30 %;
- b) Compagnie Italiana Frutta (CIF), à Milan, propriété de United Fruit; part du marché estimée à 30 %.

Ensemble, les deux groupes importent la majeure partie des bananes de la Somalie, mais ils importent également de grandes quantités de bananes en provenance de pays associés et de pays tiers. La CIF achète les bananes sur place, au Surinam, au Honduras, en Colombie, etc., et elle les vend à ses propres clients. En revanche, ComAfrique joue le rôle de concessionnaire pour les producteurs et vend en leur nom. Les bananes proviennent surtout de la Somalie, de la Côte-d'Ivoire, de la Guadeloupe, de la Martinique, des îles Canaries et de l'Equateur;

- c) Compagnia Generale Interscambi (COGIS) est un groupe dans lequel de grandes firmes italiennes comme la Montecatini, Fiat et Pirelli ont des participations. Cette compagnie achète et vend de la même manière que la CIF. Les importations proviennent en majeure partie de l'Equateur et de la Somalie. Part du marché estimée à 30 %.

Au début de 1965, les deux groupes qui jusqu'alors collaboraient en Somalie au sein de la FEBAS, dans le cadre du monopole, ont suivi des voies différentes sur le plan commercial. SACA a conclu un accord avec ComAfrique pour la vente à la commission. Cet accord a duré jusqu'en 1966, année où SACA a passé un contrat avec COGIS pour la vente FOB en Italie. Au début de 1965, le groupe SAG a passé un contrat avec CIF, également sur la base de livraisons fob.

Ces deux contrats, celui de SACA avec COGIS et celui de SAG avec CIF, ont été dénoncés lors de la fermeture du canal de Suez, les deux importateurs invoquant le cas de force majeure. La fermeture du canal de

Suez a créé une situation de crise. Les deux groupements d'exportateurs ont dû accepter que leurs produits soient vendus à la commission. Cette situation a duré jusqu'en 1967, lorsque les échanges ont repris sur la base de livraisons fob, entre SACA et COGIS, son partenaire d'avant la crise, et entre SAG et SMO (Societa Mercantile Oltremare), une nouvelle firme que SAG avait fondée en collaboration avec COGIS.

En juillet 1968, une nouvelle société, Somalbanane, à laquelle SACA et SAG participent chacune à raison de 50 %, a été créée avec l'aide de sociétés de financement fictives. Cette société devait s'occuper du contrôle technique, de l'organisation et de la vente des bananes. Elle détient toutes les parts de SMO, qui se consacrera entièrement à la vente de la production totale de la Somalie.

Outre ces importateurs, il existe encore un certain nombre de petits importateurs, qui achètent surtout à Munich, à Hambourg, et à Anvers et dont la part représente environ 10 % du marché.

Il est vraisemblable que Standard Fruit opérera également sur le marché italien, au départ de son bureau de Hambourg.

Variétés importées en Italie en 1966 :

- Gros Michel	38 %	- Cavendish	14 %
- Poyo	38 %	- Valéry	9 %
		- autres	1 %

La Cavendish est en nette régression. En revanche, la Gros Michel progresse, tandis que la Poyo enlève une plus grande part du marché en 1966 qu'en 1967 et 1967.

Exprimées en pourcentage des importations totales, les importations en cartons représentent en :

- 1963 : 0 %
- 1964 : 5 %
- 1965 : 20 %
- 1966 : 80 %
- 1967 : 98 %

Les importations de bananes ont augmenté d'une manière spectaculaire en Italie. Elles ont plus que triplé depuis 1961. Cette évolution n'a pas été régulière (cf. tableau 1). A l'époque du monopole, il y avait déjà une tendance manifeste à l'augmentation. Cependant, les ventes ont fortement diminué en 1964, alors que les importations de 1965 atteignaient le double de celles de 1963. Il est probable que ces fluctuations importantes doivent être attribuées à l'abolition du monopole en 1964. Cette mesure provoqua une lacune, qui a été comblée en 1965. Il est donc vraisemblable qu'il ne faut pas y attacher trop d'importance. Depuis 1965, la situation s'est stabilisée, en raison du contingentement. La part de la Somalie dans les importations a fortement diminué. En 1966, elle ne dépassait pas 27 %. Pour 1967, on s'attend à un pourcentage analogue ou encore inférieur. La fermeture du canal de Suez y est pour quelque chose, mais ce n'est pas le seul facteur en cause. A l'heure actuelle, le principal fournisseur est l'Equateur. En 1963, on n'enregistrait encore aucune importation en provenance de ce pays. La part du Honduras a également augmenté de façon spectaculaire, et ce, en dépit du droit d'entrée de 20 % et du prélèvement de 0,14 UC. Les autres fournisseurs importants sont la Colombie, les Antilles françaises et la Côte-d'Ivoire. En 1966, 52 % des bananes provenaient des pays associés. Il semble que ce pourcentage diminuera encore à l'avenir.

Les principaux ports d'importation sont Gênes, Naples et Civittavecchia, où l'on enregistre respectivement 45 %, 40 % et 13 % des importations.

4.7. Pays-Bas

Comme en Allemagne, les importations sont complètement libres dans ce pays, bien qu'on y perçoive un droit d'entrée. Les bananes en provenance du Surinam, des Antilles néerlandaises, du Congo-Kinshasa, du Burundi et du Ruanda sont importées en franchise. Outre les droits d'entrée, on perçoit une taxe de transmission de 7,6 %.

Les importateurs sont :

- a) United Fruit Continental, à Rotterdam. Port d'importation : Rotterdam. Part du marché estimée à 64 %. Variété : Valéry (Cavendish), provenant principalement de la Colombie;
- b) Internationale Fruitmaatschappij (Gebr. Kamstra), à Rotterdam, propriété du groupe Eurobana, avec Astheimer et T. Port à Hambourg, à son tour associé à Standard Fruit. Port d'importation : Anvers. Part du marché estimée à 13 %. Variétés : Cavendish, principalement en provenance de l'Equateur, mais également du Honduras et de Costa Rica;
- c) Velleman en Tas, à Rotterdam, propriété du groupe Belhoba, avec Léon van Parijs et Gérard Koninckx Frères à Anvers. Port d'importation : Anvers. Part du marché estimée à 11%. Variété : Gros Michel, de l'Equateur;
- d) Van den Brink, à Rotterdam, également propriété du groupe Belhoba. Port d'importation : Anvers. Part du marché estimée à 8 %. Variété : Gros Michel, de l'Equateur;

.../...

- e) Van Hobcken, à Rotterdam, propriété de Allgemene Bananengruppe, à
Hambourg. Port d'importation : Hambourg. Part du marché estimée à 4 %.
Variété : Gros Michel, de l'Equateur.

Il ressort de cette liste que United Fruit est le seul groupe dont les bananes sont directement débarquées dans un port néerlandais. Cette entreprise bénéficie d'un monopole de fait pour l'utilisation des installations du port de Rotterdam.

Les importations de bananes ont fortement augmenté jusqu'en 1966 (cf. tableau 1). En 1967 les chiffres n'ont pas varié par rapport à 1966. Etant donné que la transition des bananes importées attachées à la hampe aux bananes importées en boîtes a été plus lente aux Pays-Bas que dans les autres pays, l'accroissement du poids net est encore plus fort.

En fait, il ne reste plus guère que deux pays producteurs importants pour les Pays-Bas, à savoir la Colombie et l'Equateur. En 1962, la République dominicaine et le Guatemala étaient encore des fournisseurs importants, mais les bananes en provenance de ces pays ont progressivement disparu du marché néerlandais. Il est probable que ceci doit être imputé au fait que United Fruit a modifié sa politique d'importation. Le chiffre élevé des importations en provenance des autres Etats membres de la CEE, qui a atteint 28 % des importations totales en 1966, est significatif. Parmi ces autres pays, la Belgique est de loin le principal fournisseur.

En 1967, les importations en provenance de la Belgique ont fortement régressé. Il y a à cela deux raisons : d'une part, la position de United Fruit, qui importe par Rotterdam, a été renforcée par la politique agressive de vente; d'autre part, au cours de cette année, la douane néerlandaise a également adopté le système de fixation d'un prix forfaitaire,

qui est plus avantageux pour les importateurs de bananes, et qui était déjà appliqué depuis longtemps à Anvers.

Il n'y a pas de frontière douanière entre les Pays-Bas et la Belgique. Les bananes, reprises dans les statistiques comme provenant des autres Etats membres de la CEE, proviennent en grande partie de l'Equateur. On est frappé de l'absence totale d'importations en provenance de pays associés, et notamment du Surinam, ce que l'on explique par le prix généralement trop élevé des bananes en provenance de la zone franc, et, en ce qui concerne les bananes en provenance du Surinam, par le fait que les consommateurs néerlandais, contrairement aux consommateurs français et italiens, ne les apprécient guère, en raison de leur aspect moins appétissant.

4.8. L'ensemble de la CEE

Avec les Etats-Unis, la CEE, dont les importations représentent environ 1,6 million de tonnes, figure parmi les plus gros importateurs de bananes. Plus de la moitié de la production mondiale est donc absorbée par ces deux importateurs. Ainsi, le sort du marché mondial des bananes dépend pour une large part de la CEE. Les importations ont surtout atteint ce niveau élevé à partir de 1965. L'Equateur et la Colombie sont les principaux fournisseurs. L'importance du Honduras augmente. Seule la France n'importe pratiquement pas de bananes provenant de ces pays. Elle achète presque toutes ses bananes dans ses départements d'outre-mer et dans les Etats associés. L'Allemagne et le Benelux achètent presque toutes leurs bananes dans des pays tiers. L'Italie s'engage progressivement dans la même voie. Certains indices montrent que dans un marché libre, les Etats associés ne peuvent concurrencer les pays producteurs de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud, malgré le droit de douane protecteur de 20 %. Nous tirons cette conclusion du fait que les prix à l'importation sont

.../...

sensiblement plus élevés et que les pays à marché libre (l'Allemagne, le Benelux et les Etats-Unis) n'achètent pas dans les Etats associés. En ce qui concerne les causes du côté de l'offre, nous renvoyons au rapport ad hoc (tome A).

Origine des bananes consommées dans la CEE - 1967

<u>Pays d'origine</u>	<u>Pourcentages</u>
<u>Amérique</u>	
Equateur	32
Colombie	15
Honduras	11
Guatemala	2
Total	60 %
<u>Zone franc</u>	
Martinique	13
Guadeloupe	6
Total	19 %
<u>Etats associés</u>	
Surinam	1
Côte-d'Ivoire	8
Cameroun	3
Somalie	4
Total	16 %
Iles Canaries	1 %
Origine indéterminée	4 %
Total général	100 % = 1,6 million de tonnes

TOME C

LE MARCHÉ DES BANANES DANS LES PAYS DE LA CEE

Etude effectuée à la demande de la Commission de la
Communauté économique européenne, direction générale
de l'aide au développement - direction de la production
et des échanges commerciaux

N.V. v/h Nederlandse Stichting voor Statistiek
Bankplein 1A
La Haye

4.9. Royaume-Uni

Comme la France, l'Angleterre protège les marchés de ses associés, en l'occurrence les Etats membres du Commonwealth. Alors qu'en 1962 29 % des bananes provenaient encore de pays tiers, ce pourcentage était tombé à 2 % en 1967. Aujourd'hui, presque toutes les bananes importées en Angleterre proviennent de la Jamaïque et de l'archipel des îles Dominique, Grenade, St. Vincent et Ste. Lucie.

Les importations n'ont pas augmenté au cours de la période considérée. Elles se situent au niveau de 350 à 375 milliers de tonnes par an. Ce chiffre dépasse celui des importations italiennes, mais il est nettement inférieur à celui des importations françaises. On n'a pas recherché les causes de cette stagnation, qui est peut-être liée à la situation défavorable de la balance des paiements ces dernières années.

4.10. Etats-Unis

Les Etats-Unis sont de loin le plus grand pays importateur de bananes du monde. Le marché y est totalement libre, à part un droit d'entrée minime. Les importations n'accusent guère de fluctuations importantes. De 1962 à 1965, les importations ont toujours oscillé entre 1.550 et 1.600 milliers de tonnes ce qui, étant donné l'accroissement de la population, implique une diminution de la consommation par tête. En 1966, les importations ont été beaucoup plus fortes que les années précédentes. On peut prévoir qu'elles se maintiendront à ce niveau en 1967.

Lorsqu'on compare les chiffres des Etats-Unis avec ceux des autres pays, il faut tenir compte du fait que dans ce pays les poids des bananes importées sont toujours mentionnés sans les hampes, même lorsque les bananes sont importées attachées à la hampe. L'accroissement de la

consommation, masqué par l'adoption des emballages en carton, qui figure dans les statistiques des autres pays, ne se retrouve donc pas dans les statistiques américaines.

Les bananes proviennent surtout de l'Equateur, de la république du Honduras, de Panama et de Costa Rica. L'Equateur est en forte régression. Par contre, les exportations de Panama et du Honduras augmentent. Les quantités importées des Antilles françaises sont négligeables.

4.11. Autres pays

Les pays de la CEE, le Royaume-Uni et les Etats-Unis absorbent environ les deux tiers des exportations mondiales de bananes. Le reste de l'Europe occidentale en absorbe 10 % environ, le reste de l'Amérique du Nord 8 % environ, le Japon un peu plus de 7 % et le reste du monde également 7 %. Dans certains pays les importations sont entravées par des droits d'entrée très élevés, par exemple, au Japon où le droit d'entrée est de 70 % et en Finlande où il est de 90 %. Ces chiffres ne tiennent pas compte des pays communistes qui ne représentent qu'un marché insignifiant à l'heure actuelle, mais cette situation pourrait changer considérablement dans un proche avenir.

Il est compréhensible que la consommation de bananes dans les pays producteurs ne soit guère connue. L'Espagne fait ici exception. Les îles Canaries couvrent ses besoins. La consommation par tête y est comparable à celle des pays de la CEE, en dépit d'un écart considérable sur le plan du bien-être (en 1966 : 300.000 tonnes en provenance des îles Canaries).

En ce qui concerne la provenance des bananes dans les autres pays, on peut souligner ce qui suit : Du point de vue de la provenance,

les importations dans des pays scandinaves, de la Suisse et de l'Autriche offrent à peu près le même tableau que l'Allemagne et le Benelux. Les ports d'importation pour les pays scandinaves sont Bremerhafen (pour le Danemark), Göteborg et Oslo. La Suisse et l'Autriche sont approvisionnées par Hambourg, Brême, Rotterdam et Anvers. La Finlande s'approvisionne presque exclusivement aux îles Canaries, en vertu d'un accord. L'Irlande, elle aussi, achète beaucoup de bananes des Canaries. De petites quantités de bananes, la plupart de provenance africaine, sont importées dans l'Europe de l'Est, par Rostock, Leningrad et Koper (Yougoslative). En ce qui concerne les importations et la consommation par tête, le Canada est comparable aux Etats-Unis. L'Argentine, l'Uruguay et le Chili sont des clients sérieux pour les autres Etats de l'Amérique du Sud et de l'Amérique centrale. L'Argentine achète beaucoup au Brésil, tandis que le Chili importe la majeure partie de ses bananes de l'Equateur et de la Colombie. Dans ces pays, on profite souvent de surplus à bas prix, qui ne peuvent pas être transportés à temps en Europe ou en Amérique du Nord. Le Japon importe la plupart de ses bananes de Formose et, depuis quelques années, également des îles Philippines. L'Australie importe également une certaine quantité de bananes en provenance de ces pays.

Tableau 4 - Importations de bananes, par pays d'origine, en %

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
<u>RF d'Allemagne</u>						
Amérique	95	96	97	98	98	
dont :						
Equateur	43	45	58	56	53	276
Colombie	28	30	22	26	25	101
Rép. dominicaine	14	8	4	3	0	-
Guatémala	7	11	10	3	5	30
Honduras	2	2	3	5	13	181
Autres	1	0	0	5	2	3
Afrique	5	4	3	2	2	7
dont :						
Iles Canaries	4	3	3	2	2	8
Autres	1	1	0	-	0	1
Total importations en 1.000 t	467	475	487	585	606	606
<u>France</u>						
Amérique	61	56	45	56	62	62
dont :						
Zone franc	(61)	(55)	(39)	(54)	(57)	(56)
Guadeloupe	29	38	15	16	19	15
Martinique	32	27	22	38	38	41
dont : Etats associés à la CEE	(-)	(0)	(0)	(0)	(1)	(3)
dont : Autres pays	(-)	(1)	(8)	(2)	(4)	(3)
Afrique	39	44	53	44	38	38
dont :						
Zone franc	(37)	(41)	(46)	(40)	(34)	(35)
Côte-d'Ivoire	22	23	22	16	11	21
Cameroun	13	15	20	19	18	10
Autres pays de la zone franc	2	3	4	5	5	4
dont : Etats associés à la CEE	(1)	(1)	(2)	(1)	(1)	(1)
dont : Autres pays	(1)	(2)	(5)	(3)	(3)	(2)
Autres pays	0	0	0	0	0	-
Total importations en 1.000 t	398	362	353	399	453	444

Tableau 4 - Importations de bananes, par pays d'origine, en % (suite)

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
<u>Italie</u>						
Amérique	11	4	4	28	57	59
dont :						
Etats associés à la CEE	(11)	(4)	(-)	(9)	(11)	(8)
Antilles françaises	9	2	-	7	9	5
Surinam	2	2	-	2	2	3
dont : Autres pays	(-)	(-)	(4)	(19)	(46)	(51)
Equateur	-	-	4	7	24	35
Honduras	-	-	-	-	8	16
Afrique	77	85	89	70	41	31
dont :						
Etats associés à la CEE	(71)	(80)	(80)	(66)	(39)	(31)
Somalie	57	55	59	38	27	23
Cameroun	-	-	8	15	2	-
Côte-d'Ivoire	13	25	13	12	6	8
Autres pays	1	0	0	2	4	-
dont : Autres pays	(6)	(5)	(9)	(4)	(2)	(-)
Divers	12	11	7	14	16	10
dont : Etats associés à la CEE	(-)	(-)	(-)	(1)	(2)	
dont : Autres	(12)	(11)	(7)	(13)	(14)	
Total importations en 1.000 t	135	161	98	318	322	319
<u>Pays-Bas</u>						
Amérique	84	89	91	81	71	96
dont : Etats associés à la CEE	(2)	(5)	(2)	(1)	(0)	(0)
dont : Autres pays	(82)	(84)	(89)	(80)	(71)	(96)
Colombie	17	48	54	61	64	63
Equateur	18	16	21	11	5	32
Rép. dominicaine	23	16	10	8	0	-
Guatémala	15	3	3	-	0	-
Autres pays	9	1	1	1	2	1
Afrique, Etats associés à la CEE	0	0	0	-	1	
Europe, CEE	16	11	9	19	28	4
Total importations en 1.000 t	70	72	68	81	100	100

Tableau 4 - Importations de bananes, par pays d'origine, en % (suite)

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
<u>Belgique et Luxembourg</u>						
Amérique (non CEE)	84	78	83	87	89	94
dont :						
Equateur	44	42	48	52	56	56
Colombie	11	33	35	35	33	38
Guatemala	14	3	-	-	-	-
Rép. dominicaine	15	-	-	-	-	-
Afrique, Congo Kinshasa	14	13	6	-	-	-
Europe, CEE	0	0	0	0	0	-
non spécifié	2	9	11	13	11	6
Total importations (en 1.000 t)	68	65	68	80	98	93
Total exportations (en 1.000 t)	2	1	1	11	21	16
Solde des importations	66	64	67	69	77	77
<u>Grande-Bretagne</u>						
Commonwealth (y compris l'Irlande)	71	77	86	95	97	98
dont :						
Jamaïque	40	41	45	48	51	51
Dominique, Grenade, etc.	30	35	40	46	44	45
Autres pays	1	1	1	1	2	2
Autres pays	29	23	14	5	3	2
Total importations en 1.000 t	374	365	353	376	369	349
<u>Etats-Unis (1)</u>						
Etats associés à la CEE	0	1	1	0	0	0
Commonwealth	0	0	2	1	0	1
Autres pays	100	99	97	99	100	99
dont :						
Equateur	45	45	46	37	30	28
Honduras	21	18	16	26	30	25
Panama	13	16	16	20	22	25
Costa Rica	16	14	15	15	14	15
Guatemala	3	3	1	0	1	3
Autres pays	2	3	3	1	3	3
Total importations en 1.000 t	1.311	1.369	1.448	1.565	1.618	1.638
Source : Statistiques du commerce extérieur des pays considérés						
(1) Aux Etats-Unis, on mentionne le poids des bananes importées en régimes entiers, sans compter le poids des hampes						

CHAPITRE 5

COMMERCE DE GROS

5.1. Introduction

5.1.1. Généralités

L'organisation la plus efficace est celle où les bananiers sont déchargés au commencement de la semaine, de préférence le lundi, et où la maturation a lieu immédiatement, de sorte que les bananes sont vendues dans les magasins à la fin de la semaine. Pour aboutir à cette organisation, il faut que :

- a) les bananiers arrivent à temps;
- b) le déchargement s'effectue très rapidement, ce qui exige du matériel moderne, même si les installations ne sont utilisées qu'en début de semaine;
- c) le transport vers les mûrisseries s'effectue rapidement;
- d) le transport des mûrisseries aux détaillants, par voie directe ou par le marché de gros, ne subisse aucun retard.

En réglant les arrivages, on ne peut, naturellement, pas prévoir l'évolution de la demande; l'arrivage de fruits doux, notamment, peut faire diminuer sensiblement la demande de bananes, ce qui, étant donné la fragilité de celles-ci, peut aboutir à des ventes à perte. Les diverses phases de la distribution courent donc un risque considérable en ce qui concerne les prix.

5.1.2. Belgique et Luxembourg

En Belgique et au Luxembourg, la structure du commerce correspond dans les grandes lignes à celle des Pays-Bas, à cette différence près qu'en Belgique on vend relativement plus de bananes par l'intermédiaire des grossistes et, au niveau du commerce de détail, dans les grands magasins à rayons multiples. Il existe un petit nombre d'importateurs, dont les principaux sont United Fruit (représenté par Spears and Sons) et Banacopera. La première société est la propriété de United Fruit; la seconde résulte de la coopération entre mûrisseries. Les liens qui unissent Banacopera et United Fruit semblent se limiter au fait que les deux firmes vendent la même marque de bananes, soit celles de United Fruit. Ce dernier groupe est le plus actif sur le marché belge et sa part du marché paraît encore devoir augmenter.

Le débarquement a lieu à Anvers, sur un quai spécialement équipé à cette fin. Il est conçu de telle sorte que l'isolation thermique des fruits à l'abri de la température ambiante est garantie. Les bananes sont ensuite expédiées dans les moindres délais. On évite l'entreposage. Les mûrisseurs remplissent en même temps la fonction de grossistes. Grâce à l'excellente organisation de la vente en Belgique, on peut facilement se procurer des bananes chez tous les détaillants. Cependant, la consommation par tête y reste inférieure à celle de la plupart des pays de la CEE. L'accroissement de la consommation doit donc encore être possible. On pourrait peut-être y arriver en abaissant les prix, au détriment des marges bénéficiaires extraordinairement fortes des grossistes et des détaillants mais la Belgique compte un grand nombre de petits détaillants qui se cramponnent à ces marges élevées.

Le consommateur belge préfère généralement une grande banane, pas trop mûre. Il a généralement l'impression que la banane Chiquita est la

meilleure. C'est pourquoi Léon van Parijs et Gérard Koninckx Frères cherchent d'autres fournisseurs, afin de s'assurer une banane de qualité supérieure à celle qu'ils distribuent à l'heure actuelle.

5.1.3. République fédérale d'Allemagne

La structure du commerce de bananes ne s'est guère modifiée en Allemagne fédérale, depuis 1961. Comme dans les pays du Benelux, un petit nombre d'importateurs dominant le marché. Les plus importants d'entre eux versent les bananes de United Fruit. Cette compagnie importe une partie de ses bananes par Brême et le reste par Rotterdam. La plus grande partie des bananes qui entrent par Rotterdam sont destinées à l'Allemagne du Sud; les bananes entrant par Brême approvisionnent le nord du pays. Les bananes sont transportées directement du bateau vers les mûrisseries, dont un grand nombre jouent le rôle de grossistes. Toutefois, il arrive encore assez fréquemment qu'entre la mûrisserie et le détaillant, intervient un grossiste du second stade, qui ne dispose pas de sa propre mûrisserie. A côté des magasins de détail, on trouve les kiosques et les forains. Les supermarchés augmentent en nombre et en importance. Le libre-service a ses propres exigences en rapport avec la vente des bananes. Il n'est plus possible d'y vendre des bananes tavelées, ce qui a fait du tort aux bananes des Canaries.

Dans la république fédérale d'Allemagne, le commerce des bananes est entièrement libre à l'intérieur du pays. Cela signifie qu'on n'y connaît aucun système d'accords en matière de prix comme c'est le cas en France. Le prix se forme exclusivement par le jeu de l'offre et de la demande. Le commerce y est organisé de façon efficace. Il est possible d'approvisionner tous les points de vente du pays en un minimum de temps. En général, le transport est assuré par les mûrisseurs qui enlèvent les bananes au port ou à un endroit donné du trajet ferroviaire.

.../...

Les bateaux arrivent à des jours fixes, de sorte que les mûrisseuses savent exactement à quel moment elles doivent passer leurs commandes. La plupart du temps, elles achètent à l'avance, de sorte que les bananes sont déjà vendues quand elles arrivent au port.

5.1.4. France

En France, les importateurs jouent, en fait, le rôle de commissionnaires au service des producteurs ou des acheteurs de bananes. Il y a donc lieu de les distinguer, en ce qui concerne leur fonction, des importateurs des autres pays de la CEE, qui assument personnellement certains risques et qui sont, dès lors, plus vulnérables en cas de perturbation du marché. L'importateur vend les bananes à des mûrisseurs ou à des commerçants spécialisés, qui en assurent la revente. Parfois il y a une intégration entre les fonctions d'importateur et de mûrisseur ou de revendeur (Pomona). Les mûrisseurs assurent le transport du port à leurs dépôts et, dans certaines conditions, vers d'autres points de vente après la maturation. Ils approvisionnent directement des détaillants ou des grossistes, qui se chargent de la livraison aux points de vente. Au total, il y a environ 50 importateurs, dont 25 seulement sont affiliés au syndicat professionnel de la banane français (SNBF).

Malgré l'adoption de l'emballage en boîtes, il existe encore une grande différence entre la consommation des bananes dans les villes et à la campagne. Les populations rurales sont encore très attachées aux traditions et consomment en général moins de fruits que les citadins. En outre, une grande partie de la population rurale possède un potager ou un verger et ses revenus sont généralement plus bas que ceux de la population des villes. Ce niveau de consommation plus bas se répercute sur l'organisation de la distribution. Celle-ci se ramifie en un grand nombre de points de vente, ce qui rend plus difficile l'approvisionnement régulier. Les livraisons y sont ainsi plus espacées qu'en ville. Souvent les détaillants des

.../...

régions rurales ne sont approvisionnés en bananes qu'une fois par semaine ou même une fois tous les 15 jours. Ils préfèrent ne pas détenir de stock plutôt que de subir des pertes par déchets. L'approvisionnement des régions rurales n'est donc pas encore très régulier.

D'un autre côté, même dans les villages, un nombre croissant de consommateurs dispose d'une voiture. Ce phénomène va de pair avec le développement des super-marchés. Les habitants des villages en profitent de plus en plus pour se rendre à la ville voisine où les possibilités de choix sont plus grandes, et où les prix plus bas compensent les frais de voyage. Bien que les prix des bananes soient nivelés par des taxes, les super-marchés vendent en dessous du prix pour des raisons d'ordre commercial.

5.1.5. Italie

On ne possède pas de données utilisables, au sujet du transport de bananes en Italie. Après déchargement, contrôle et sélection, les bananes sont directement expédiées aux mûrisseries par chemin de fer, en wagons réfrigérants ou en camions spéciaux. Le transport par chemin de fer diminue et à l'heure actuelle, il concerne 30 % des bananes importées. Le transport par chemin de fer a encore la préférence, surtout pour les longues distances, et il joue donc un rôle dans le transport de Gênes à Rome et de Naples vers le Nord. Il est compréhensible qu'il en résulte des écarts considérables dans les coûts de transport.

Les bananes de Somalie sont toutes déchargées à Naples; celles de l'Equateur à Naples et à Civita Vecchia tandis que celles en provenance de l'Amérique centrale arrivent presque toutes à Gênes. Ceci se répercute naturellement sur la consommation. Dans le sud de l'Italie, les Chiquita sont pratiquement inconnues; la plupart de celles-ci sont vendues dans

.../...

le Nord où se trouvent également les bureaux des grands importateurs. Le siège de ComAfrique est à Gênes, ceux de CIF et de COGIS à Milan.

Le débarquement des bananes se heurte encore à certaines difficultés en Italie. A Naples, on n'a pas encore pu mécaniser les opérations à cause de l'opposition du syndicat auquel sont affiliés des dockers. Les bananes ne sont presque jamais emmagasinées dans le port. On évite ainsi des coûts de stockage, ce qui implique une sérieuse économie.

Il existe également des différences en ce qui concerne les pays de provenance des bananes consommées dans les diverses régions.

A cet égard, nous pouvons fournir les estimations suivantes :

Dans le Nord

- Honduras	50 %
- Equateur	25 %
- Somalie	25 %
	<hr/>
	100 %

Dans le Centre

- Honduras, Equateur	30 %
- Somalie, Martinique, Côte-d'Ivoire	70 %
	<hr/>
	100 %

Dans le Sud

- Somalie	70 %
- Autres pays	30 %
	<hr/>
	100 %

.../...

La consommation de bananes est très faible en Italie dans les premiers mois de l'année. Elle augmente ensuite jusqu'à la fin du mois de juin, pour diminuer jusqu'au mois de septembre; après quoi on enregistre une nouvelle reprise, qui se maintient à un niveau peu élevé. Avant l'importation de bananes en boîtes, les grossistes établis dans les villages éprouvaient des difficultés pour faire mûrir les bananes; le délai nécessaire pour le transport suscitait des difficultés. L'adoption des boîtes a considérablement facilité le transport. A l'heure actuelle on peut admettre que toutes les localités de plus de 5.000 habitants sont approvisionnées en bananes. Le consommateur préfère les bananes de la Somalie pour leur goût, leur parfum et leur taille. Dans le centre et dans le sud du pays, on a une préférence marquée pour les bananes dont le poids ne dépasse pas 100 grammes.

L'Italie est le pays de la CEE où le prix de vente des bananes est le plus élevé, bien que les grossistes y disposent maintenant d'excellentes installations de maturation et que la vente soit parfaitement organisée. Il reste cependant quelques points qui freinent le développement du marché. Par exemple, la marge bénéficiaire du détaillant est très élevée, ce qui majore exagérément le prix au consommateur. Puisque 90 % de la vente totale se fait par le canal du petit détaillant, le niveau des prix est pour une large part déterminé par l'attitude des détaillants. Mais le plus grand obstacle est la taxe de consommation. En outre, les frais de débarquement sont beaucoup plus élevés en Italie que dans les autres pays de la CEE. On étudie en ce moment la possibilité de mécaniser davantage les installations de débarquement du port de Naples et d'améliorer celles du port de Gênes.

5.1.6. Pays-Bas

La plupart des bananes consommées aux Pays-Bas sont fournies par United Fruit. Le principal port d'importation est Rotterdam. Les importations par Hambourg sont peu importantes aux Pays-Bas. United Fruit dispose dans le port de Rotterdam d'excellentes installations pour le déchargement des bananes. Ces installations sont la propriété de la firme Müller und Co. Les relations entre Müller und Co et United Fruit ne sont pas très précises. En principe, il est possible que d'autres importateurs utilisent également ces installations, mais en raison des liens étroits existant entre ces deux sociétés, il n'y ont guère intérêt.

En outre, la capacité des autres importateurs étant beaucoup plus restreinte, ceux-ci sont plus ou moins contraints de collaborer entre eux et comme une grande partie des bananes ne font que transiter, il n'est pas tellement important qu'elles entrent par Rotterdam ou par Anvers. Grâce aux installations modernes les coûts de stockage sont réduits au minimum. Les bananes sont directement déchargées du bateau sur camion ou sur wagon et transportées aux mûrisseries. Pour la firme Van Hoboken en Zonen s'ajoutent des frais de transport d'Hambourg à Rotterdam; ceux-ci s'élèvent à environ 25 fl (6 UC) par tonne. Aux Pays-Bas, il n'y a aucun importateur qui soit en même temps grossiste. Cette fonction est remplie par les mûrisseurs et par un grand nombre de petits grossistes (spécialisés dans le commerce des fruits) qui achètent surtout chez les mûrisseurs.

L'organisation de la vente des bananes a atteint aux Pays-Bas un tel degré qu'il n'est presque plus possible de promouvoir les ventes de bananes en améliorant cette organisation. Le passage de l'importation de bananes attachées à la hampe à l'importation de mains en boîtes a contribué au perfectionnement de cette organisation. En réalité, l'importateur cesse de s'occuper des bananes dès qu'elles sont chargées sur le wagon ou

sur le camion. Les grossistes font mûrir les bananes dans leur emballage. Seuls quelques grossistes continuent à trier les bananes après le mûrissement et à les ranger dans des caisses. Outre l'avantage de faciliter le transport, l'emballage en boîtes, comparé aux caisses de jadis, limite les pertes des mûrisseurs. Sur demande, on dispose à l'intérieur des boîtes une feuille en matière plastique, mais normalement on ne le fait pas, parce que cela freine la maturation. Pour la facilité du détaillant, United Fruit vend ses bananes en boîtes, c'est-à-dire séparées de la couronne.

5.2. Délai entre l'arrivée au port et la vente par le détaillant

On peut dire que le temps que nécessite le transport par mer depuis les Caraïbes jusque dans chaque pays de la CEE est à peu près le même et comporte 10 à 16 jours. L'importation de bananes de Somalie est rendue plus difficile par la fermeture du canal de Suez. La durée du transport en est considérablement prolongée.

Le temps nécessaire pour le déchargement et le transport vers les mûrisseries est de 1 à 3 jours. Ici, on constate une assez grande différence de pays à pays. En Italie, le débarquement est encore peu mécanisé, ce qui implique une durée plus longue. A Hambourg, à Rotterdam ou à Anvers on peut débarquer 100.000 boîtes en 15 heures environ tandis qu'il faut de 30 à 36 heures à Gênes.

Le transport par voie de terre prend souvent de 1 à 2 jours en Italie, suivant la distance. Aux Pays-Bas et en Belgique, ces distances sont peu importantes, mais dans les pays ayant un hinterland plus vaste, comme l'Allemagne, la France et, jusqu'à un certain point, l'Italie également, ces distances peuvent prolonger le transport de quelques jours. On veille souvent à ce que les bateaux accostent à quai en début de semaine. La maturation prend notamment 3 à 4 jours. Les bananes peuvent alors être

vendues par les détaillants au cours des grandes ventes qui précèdent le week-end. On peut aussi prolonger le temps de maturation jusqu'à 7 à 10 jours. Il n'est absolument pas possible de retarder la maturation davantage, si l'on veut éviter des déchets importants. Les bananes mûres sont vendues par les détaillants en 2 à 4 jours.

Il existe plusieurs types de boîtes de bananes. En Belgique, on parle de boîtes "américaines" et de boîtes "européennes". Les premières ont un poids approximatif de 18 kg, les secondes de 13 kg. Le contenu des boîtes plus lourdes est parfois réemballé par les mûrisseurs dans des boîtes de 7 et de 10 kg, en vue de la distribution. La taille des boîtes varie suivant les pays de production. Le transport de bananes en boîtes suppose une présélection avant l'embarquement, ce qui réduit les déchets des mûrisseries. En outre, il n'est plus nécessaire de retourner les boîtes de cartons aux mûrisseurs, comme on le faisait pour les caisses en bois.

5.3. La maturation des bananes

5.3.1. Belgique et Luxembourg

Il y a environ 50 mûrisseries en Belgique. Le groupe United Fruit en possède 26 à 28, réparties à peu près également entre Spears and Sons et Banacopara. Le groupe Belhoba possède 6 mûrisseries, soit LVP et GKF chacun 3. En outre, ce groupe approvisionne encore 17 ou 18 mûrisseries. Le nombre de mûrisseries est assez stable. D'une part, il suffit pour couvrir les besoins globaux du marché et, d'autre part, Léon van Parijs et Gérard Koninckx Frères subissent, de la part des indépendants, une certaine pression, qui les dissuade d'augmenter le nombre de mûrisseries.

5.3.2. République fédérale d'Allemagne

A l'heure actuelle, il existe en Allemagne fédérale et à Berlin-Ouest environ 200 à 250 entreprises de maturation. Leur nombre n'a cessé de diminuer depuis 1961, passant de 358 à l'effectif actuel. Dans ces deux relevés, on n'a pas tenu compte d'un certain nombre de petites mûrisseries. La diminution du nombre d'entreprises n'implique cependant pas que la capacité diminue également. Il y existe notamment une forte tendance à la concurrence. On peut admettre que la capacité a augmenté à peu près dans les mêmes proportions que les importations. Les mûrisseries sont équipées d'installations excellentes.

Chaque centre de consommation compte une ou plusieurs mûrisseries. Les relations entre l'importateur et le mûrisseur ne sont pas partout les mêmes. Dans certains cas, le mûrisseur est entièrement indépendant, dans d'autres cas, il est fortement tributaire de l'importateur, souvent par le biais du financement. Il existe également des situations intermédiaires. Il ne faut pas perdre de vue que les importateurs de bananes ont souvent des intérêts dans d'autres secteurs fruitiers et que le mûrisseur est en même temps grossiste pour d'autres fruits, notamment pour les agrumes.

Le nombre de mûrisseries rattachées à Harder, Meiser und Co est de 50 environ.

Harder, Meiser und Co a des succursales à Aix-la-Chapelle, Augsburg, Berlin, Bielefeld, Bochum, Bonn, Brunswut, Brême, Dortmund, Duisburg, Düsseldorf, Emden, Essen, Francfort, Fribourg, Giessen, Göttingen, Hagen, Hambourg, Hannover, Heidelberg, Heilbronn, Kaiserslautern, Karlsruhe, Kessel, Kiel, Cologne, Krefeld, Mayence, Mannheim, Munich, Münster, Nurenberg, Oldenburg, Osnabrück, Ratisbonne, Rendsburg, Reutlingen, Siegen, Stuttgart, Ulm, Vilingen, Wiesbaden, Wuppertal et Würzburg.

Olf, Köpke und Co a des succursales à Aalen, Ansbach, Bamberg, Bayreuth, Berlin, Bielefeld, Dortmund, Duisburg, Flensburg, Francfort, Fulda, Gelsenkirchen, Hambourg, Kiel, Krefeld, Lübeck, Munich, Neumünster, Nuremberg, Passau, Ratisbonne, Rendsburg, Schleswig, Straubing, Weiden, Westerland, Wuppertal et Wyk.

Allgemeine Bananen Import approvisionnerait 200 mûrisseries, Hamburger Bananen Import 140. On peut présumer que ces chiffres, publiés dans la presse, englobent également de petites mûrisseries.

Certains indices permettent de penser que les magasins à succursales multiples vont s'intéresser à la maturation des bananes. Pour le moment, on observe qu'ils veillent à disposer d'une capacité de maturation inférieure à celle qui correspond à leurs ventes, et qu'ils se procurent le complément au marché libre.

D'une manière générale, on peut dire que la fonction du marché de gros est compromise; il est plus avantageux pour les grandes organisations de détaillants d'acheter directement aux mûrisseurs. En outre, ceux-ci peuvent souvent vendre leurs surplus éventuels à meilleur prix en traitant avec les organisations disposant de nombreux points de ventes et d'un système de promotion, qu'en passant par les grossistes secondaires. Edeka Fruchtkontor achète pour ses détaillants 8 % environ des bananes importées en Allemagne, en majeure partie de la variété Onkel Tuca.

La position du mûrisseur, entre l'importateur, d'une part, et un nombre assez restreint d'acheteurs importants de l'autre, devient vulnérable du point de vue commercial.

5.3.3. France

La France compte à peu près 1.000 mûrisseries. Il est cependant difficile de citer un chiffre exact, car pour la plupart d'entre elles,

l'activité principale déclarée n'est pas la maturation de bananes. Il ressort d'une étude effectuée en 1962 par l'IFAC que le nombre d'entreprises dotées d'une installation de maturation et d'une capacité satisfaisante était de 124. A la suite du transfert des Halles de Paris à Rungis, un grand nombre de petites mûrisseries de la banlieue parisienne sont appelées à disparaître ou à être absorbées par de plus grandes entreprises.

En province, on s'est attaché ces dernières années, avec l'aide des pouvoirs publics, à développer l'outillage industriel des entreprises, dont la capacité a été portée de 5 à 10.000 tonnes. Il est encore possible d'augmenter le nombre des mûrisseries en France. Pour l'heure on s'efforce cependant d'accroître la capacité de maturation en créant de plus grandes mûrisseries.

5.3.4. Italie

En Italie, l'abolition du monopole a également apporté des changements dans la distribution et l'organisation de la maturation des bananes. A l'époque du monopole, il y avait 82 mûrisseurs (concessionnaires et grossistes). Leur position privilégiée leur assurait une marge bénéficiaire satisfaisante, tandis qu'il leur était facile de décommander leur contingent. Les mûrisseries étaient généralement bien équipées et 60 % d'entre elles disposaient d'excellentes installations, dont la moitié étaient, de l'avis des experts italiens, les meilleures d'Europe. Après l'abolition du monopole, le nombre de mûrisseries est passé à 300 en quelques années. Bien que la plupart ne soient pas aussi grandes ni aussi industrialisées que dans les autres pays d'Europe, elles sont excellentes. Un grand nombre de grossistes indépendants possèdent leur propre mûrisserie. Ils livrent soit à des détaillants des environs, soit à des grossistes d'autres provinces (environ 800), qui, dans certains

cas, disposent de leur propre mûrisserie. 80 % des grossistes qui ont fait leur apparition depuis l'abolition du monopole disposent d'installations modernes. Ceux qui existaient déjà au temps du monopole ont modernisé leurs installations, de sorte que l'Italie dispose d'un certain nombre d'excellentes mûrisseries.

55 % des mûrisseries sont implantées au nord de Florence. Entre Florence et Frosinone (au sud de Rome) on en trouve environ 25 % et plus au sud encore 20 %.

Il en est résulté très rapidement la disparition d'un grand nombre de nouveaux venus; une grande partie de la vente est aux mains d'un nombre relativement restreint de grossistes. L'échantillon suivant donne un aperçu de la situation :

<u>Nombre de grossistes</u>	<u>Pourcentage des ventes</u>
10	35 %
45	50 %
245	15 %
<u>300</u>	<u>100 %</u>

Après l'abolition du monopole, un grand nombre de marchands de légumes se sont également intéressés à la vente de bananes, pour laquelle ils pouvaient utiliser l'appareil de vente dont ils disposaient. Le grossiste-mûrisseur répartit globalement ses ventes de la manière suivante : il vend à peu près 90 % de ses bananes directement aux détaillants installés dans sa propre zone ou province, les 10 % restants vont aux grossistes des environs. Cette dernière catégorie assure la vente dans les villages isolés. Les grossistes s'efforcent constamment d'avoir le plus grand nombre de points de vente possible,

de sorte que l'on peut admettre qu'à l'heure actuelle tous les détaillants qui sont à même de le faire vendent des bananes.

Il y a environ 27.000 magasins de fruits et légumes. Le nombre de super-marchés et de grands magasins était de 630 en 1967. A côté des points de vente en magasin, il existe encore d'innombrables marchés publics qui assument près de la moitié des ventes. L'amélioration de l'emballage combinée avec l'accroissement du revenu, a permis d'atteindre une nouvelle couche de consommateurs, surtout dans le Sud.

5.3.5. Pays-Bas

En règle générale, les bananes sont déjà vendues aux mûrisseries lorsqu'elles arrivent dans les ports néerlandais. Par rapport au nombre de grossistes en pommes de terre, fruits et légumes (2.700 environ), les mûrisseries sont peu nombreuses (quelque 130). 85 de celles-ci opèrent pour le compte de United Fruit. Il n'est plus possible de ventiler les chiffres pour les autres importateurs. En effet, ceux-ci ne travaillent plus exclusivement pour un importateur donné, mais ils sont plutôt des grossistes indépendants, possédant leur propre mûrisserie. A côté d'eux, il y a encore quelques entreprises de maturation, par exemple les grands magasins De Gruyter. En règle générale, la collaboration entre importateurs et mûrisseurs a lieu sur la base d'accords librement conclus.

Seul United Fruit semble imposer certaines conditions. Les distributeurs de Chiquita ne peuvent pas faire mûrir des fruits des autres marques et les bananes doivent être payées d'avance. Il est difficile de préciser dans quelle mesure cette organisation aide financièrement l'installation de la mûrisserie. Toujours est-il que United Fruit contrôle les installations et donne son avis pour la construction de nouvelles

cellules. Les mûrisseurs opérant pour d'autres importateurs déclarent être entièrement indépendants vis-à-vis de ceux-ci.

La maturation a lieu à une température de 11 à 14 degrés, suivant le pays d'origine. Pour une maturation accélérée, on peut faire monter la température jusqu'à 15 à 20 degrés.

On sait qu'un des magasins à succursales envisage de construire une mûrisserie. Les mûrisseurs vendent dans une large mesure directement aux détaillants et aux grossistes en fruits. Les marchés de gros sont l'exception; celui d'Amsterdam est le seul où l'on connaît des mercuriales.

5.3.6. Coûts

Les coûts de maturation sont estimés à quelque 20 \$ la tonne; ils varient en fonction du rendement de l'installation et du type de bananes. Nous n'avons pas pu recueillir de données sûres concernant les pertes pour chaque variété de bananes, parce qu'il y a beaucoup trop d'autres facteurs qui entrent en jeu. Les pertes sont minimales, soit 0,5 % environ chez le mûrisseur contre 4 % chez le détaillant.

CHAPITRE 6

COMMERCE DE DETAIL

6.1. Introduction

On a assisté ces dernières années à des transformations structurelles, variables selon les pays, qui influent et influenceront sans aucun doute sur la vente de bananes. A cet égard, il convient de distinguer deux phénomènes : une concentration plus poussée dans le sens des achats groupés, et l'adoption de méthodes de vente qui exigent moins de main-d'oeuvre.

6.2. Concentration dans le commerce de détail

La dernière décennie a été marquée par l'apparition de phénomènes se traduisant par des concentrations importantes dans le commerce de détail; ces phénomènes revêtent trois aspects :

- a) le rôle des grands magasins, y compris les coopératives, a augmenté dans le commerce de détail;
- b) le commerce de détail du type artisanal tend de plus en plus à s'intégrer soit dans des groupements d'achats, soit dans des chaînes volontaires;
- c) le nombre des points de vente diminue, tandis que leur taille moyenne augmente.

Ces phénomènes sont interdépendants; les grands magasins et les groupements d'indépendants peuvent plus facilement que les indépendants isolés fournir le capital (et les connaissances techniques

.../...

nécessaires) pour exploiter un libre-service ou un super-marché modernes, et ils sont plus rapidement informés des développements parallèles à l'étranger.

Les tableaux 5 à 7 donnent quelques chiffres. Certaines lacunes sont imputables au manque d'uniformité des statistiques nationales.

On observe que :

- c'est en Allemagne et aux Pays-Bas que le libre-service a le plus progressé; en ce qui concerne les super-marchés, l'Italie accuse encore un retard considérable. D'autres informations, non reprises dans les tableaux, on peut déduire que les magasins à libre-service et les super-marchés sont surtout rares dans le centre et le sud de l'Italie;
- l'accroissement du nombre de magasins à libre-service a été spectaculaire au cours de ces dernières années; on peut présumer que ce développement s'étendra aux pays où le mouvement n'est pas encore très avancé;
- le chiffre d'affaires d'un libre-service varie entre 150 % et 400 % de celui d'un magasin d'alimentation traditionnel; le chiffre d'affaires d'un super-marché est encore beaucoup plus élevé;
- les libres-services des grands magasins et des coopératives sont beaucoup plus importants que ceux des indépendants.

Il est difficile d'exprimer en chiffres dans quelle mesure les magasins d'alimentation indépendants coopèrent au sein de groupements d'achats ou de chaînes volontaires, d'autant plus que les membres de ces chaînes ont la faculté de s'approvisionner ailleurs qu'auprès d'autres fournisseurs que leur centrale d'achat jusqu'à concurrence de 30 % de leurs achats. Il semble que cette forme de concentration s'est

.../...

surtout imposée aux Pays-Bas, en Allemagne et en Belgique, beaucoup moins en France et en Italie. Ici aussi une sélection s'opère : le groupement n'accepte comme membres que les entreprises les plus importantes et les plus saines et il y a tendance à n'écarter que les très petits magasins et un certain nombre de magasins d'alimentation spécialisés.

Le grossiste "cash and carry" représente une nouvelle forme de concentration; en Allemagne, quelques-uns de ces grossistes ont un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 30 millions d'UC, ils vendent aux hôtels, cafés et restaurants aussi bien qu'aux détaillants. Cette forme d'activité économique aboutit à réduire encore davantage le nombre de grossistes en alimentation.

Jusqu'à présent le commerce des bananes est caractérisé par l'existence d'un nombre réduit d'importateurs, dont chacun approvisionne un nombre considérable de clients. La position de l'importateur est donc relativement forte. Cette position s'affaiblira à mesure que le nombre d'acheteurs diminuera.

Les importateurs ont donc intérêt à importer là où ils trouvent le plus grand nombre d'acheteurs. Les ports où les arrivages de bananes sont modestes auront toujours moins d'attrait aux yeux des importateurs, car ils ne leur permettent pas de satisfaire un grand nombre de clients.

6.3. Structure du commerce de détail des bananes

Les principaux canaux par lesquels les bananes sont vendues au consommateur sont :

.../...

- les magasins de fruits et légumes;
- les marchés en plein air;
- les forains (appelés "casseurs" dans la profession);
- les magasins d'alimentation au sens large (à l'exclusion des épiceries proprement dites) qui se subdivisent en :
 - super-marchés (conditions : surface minimum et vaste assortiment);
 - libres-services;
 - magasins traditionnels;
- les départements d'alimentation des grands magasins.

En se basant sur le mode d'exploitation, on peut également distinguer :

- les magasins à succursales multiples (grands magasins);
- les coopératives;
- les chaînes volontaires;
- les indépendants, négociants en alimentation.

En premier lieu, le nombre et le genre des débouchés sont importants pour la vente des bananes. On peut dire que tous les magasins de fruits et légumes vendent également des bananes tout au moins dans les pays de la CEE. A la campagne, les magasins de fruits et légumes sont rares, notamment parce que l'on y pourvoit à ses propres besoins ou parce que l'on achète directement chez les producteurs. En général, il sera plus difficile d'y acheter des fruits importés. Cette hypothèse est confirmée par le fait que l'on consomme plus de fruits indigènes et moins de fruits importés à la campagne qu'en ville.

En dehors de la disponibilité, la façon de présenter la marchandise joue un rôle. La banane n'étant pas destinée à couvrir un besoin vital primordial, une partie des achats a le caractère d'achats impulsifs. Le système du libre-service aura probablement un effet stimulant sur la vente. L'accroissement des ventes par le système du libre-service aura alors pour effet d'accroître la consommation de bananes. En outre, les super-marchés utilisent fréquemment la banane comme article destiné à appâter le chaland, surtout en Allemagne et aux Pays-Bas. Pour l'avenir, cela signifie que la vente de bananes augmentera surtout dans les pays où la vente dans les libres-services et les super-marchés est encore peu développée.

Il ressort du tableau 7 qu'en Allemagne, en quatre ans, le chiffre d'affaires du département alimentation des magasins à libre-service est passé de 45 à 72 % du chiffre d'affaires total du secteur alimentation. Aux Pays-Bas ce pourcentage est passé de 46 à 62 % en quatre ans. En Belgique il est passé de 10 à 21 % en trois ans (les derniers chiffres se réfèrent à 1965) et en France de 8 à 16 %.

Pour l'Italie, on ne dispose pas de chiffres exacts. Les estimations varient de 1.300 à 2.200. En se basant sur le fait que cela signifie que moins de 1 % du total des magasins d'alimentation possèdent un libre-service, on peut en déduire que leur chiffre d'affaires ne représente qu'un pourcentage très minime du total.

On enregistre la même évolution en ce qui concerne le nombre de super-marchés (libres-services couvrant une superficie d'au moins 200 à 400 m² avec un large assortiment de produits alimentaires, les autres articles ne représentant pas plus d'un tiers de l'ensemble).

.../...

Par million d'habitants, il y avait, au 1er janvier 1967, 25 super-marchés en Allemagne, 14 en France, 5 environ en Italie, 16 aux Pays-Bas et 20 en Belgique.

On peut admettre que l'ouverture de libres-services va diminuer à mesure que l'on se rapprochera du taux de 100 %. Pour cette raison, l'évolution vers le libre-service sera plus lente en Allemagne au cours des cinq années à venir que précédemment. Il en sera bientôt de même aux Pays-Bas. Pour les autres pays, le taux d'accroissement maximum est encore à venir. S'il est vrai que le développement du libre-service a pour effet d'accroître la vente des bananes, cet accroissement sera, à l'avenir, plus lent en Allemagne et aux Pays-Bas que les années précédentes, tous autres facteurs mis à part. Pour cette même raison, en France, en Belgique et surtout en Italie, on enregistrera une évolution accélérée.

D'autre part, le commerce de gros cash and carry peut être considéré comme un phénomène nouveau.

L'avènement des super-marchés n'est important que dans la mesure où - comme on peut le présumer - tous ces établissements vendent des fruits, ce qui n'est, certes, pas toujours le cas pour les magasins d'alimentation. L'augmentation du nombre de super-marchés peut donc signifier l'augmentation du nombre de points de vente de bananes; en outre, ces points de vente attirent beaucoup plus de clients que des points de vente normaux.

L'augmentation du nombre de voitures est importante dans tous les pays de la CEE. La voiture n'a pas seulement contribué indirectement au développement du libre-service et du super-marché; elle permet en outre d'acheter un assortiment différent, qui peut comprendre davantage d'articles lourds et encombrants. Il est possible que cela vaut

.../...

également pour les bananes. S'il en est ainsi, on peut prévoir que le nombre croissant de voitures à la disposition des ménagères pendant les jours ouvrables pourra, à l'avenir, avoir un effet stimulant. En résumé :

- a) la multiplication des libres-services a probablement une incidence positive sur la vente de bananes. En Allemagne et aux Pays-Bas, cette évolution est pour ainsi dire arrivée à son terme, de sorte que l'on peut escompter un ralentissement de la croissance dans ces pays. Pour la France, la Belgique et surtout pour l'Italie, on peut s'attendre à une croissance accélérée;
- b) la création de super-marchés peut se traduire par l'augmentation du nombre de points de vente de bananes d'une certaine importance. Il n'est pas possible de déterminer si cet effet stimulant sera plus ou moins fort à l'avenir que dans le passé;
- c) les courses dans les magasins seront facilitées à mesure qu'un plus grand nombre de ménagères disposeront d'une voiture pour faire leurs achats. Ce facteur a une incidence positive;
- d) les transformations des méthodes de vente enregistrées depuis 1961 ont été plus importantes que celles qui s'étaient produites précédemment. Ceci pourrait également expliquer pourquoi les prévisions ont été trop faibles en Allemagne et aux Pays-Bas, où le marché de la banane n'est pas contingenté.

.../...

Tableau 5 - Nombre de magasins à libre service (y compris les super-marchés) dans le commerce de détail des denrées alimentaires au 1er janvier 1967 (1), suivant le mode d'exploitation

	Belgique	RF d'Allemagne	France	Pays-Bas
NOMBRE DE MAGASINS LIBRE SERVICE				
appartenant aux :				
magasins à succursales et grands magasins	194	5.059	4.259	1.157
coopératives	184	5.092	1.123	335
indépendants	1.077	62.090	7.211	5.227
total	1.455	72.241	12.593	6.719
IDEM EN %				
magasins à succursales et grands magasins	13	7	34	17
coopératives	13	7	9	5
indépendants	74	86	57	78
total	100 %	100 %	100 %	100 %
SUPERFICIE TOTALE DES LOCAUX AFFECTES A LA VENTE				
x 1.000 m ²				
magasins à succursales et grands magasins	.	924	703	160
coopératives	.	858	135	44
indépendants	.	4.818	658	460
total	.	6.600	1.496	664
SUPERFICIE TOTALE EN %				
magasins à succursales et grands magasins	.	14	47	24,2
coopératives	.	13	9	6,6
indépendants	.	73	44	69,2
total	.	100 %	100 %	100 %
SUPERFICIE MOYENNE DES LOCAUX AFFECTES A LA VENTE				
en m ²				
magasins à succursales et grands magasins	.	182	165	138
coopératives	.	168	120	131
indépendants	.	77	91	88
total	.	92	119	99
(1) En ce qui concerne l'Italie "Zelfbediening en supermarkt" (février 1968) cite le chiffre de 2.185 magasins à libre service, dont 287 super-marchés, au 1er janvier 1967. Le ministère italien des affaires économiques donne un peu plus de 1.300 magasins à libre service, dont 250 super-marchés (plus de 400 m ²) et 155 superettes (200 à 400 m ²). On ne dispose pas de données pour la Belgique.				
Source : Zelfbediening en Supermarkt, février 1968				

Tableau 6 - Part du chiffre d'affaires du commerce de détail des denrées alimentaires, suivant le mode d'exploitation (1) - 1964

	Belgique	Allemagne	France	Italie	Pays-Bas
		en pour cent			
Magasins à succursales	10,8	15,3	19,1	0,8	22,8
Coopératives	8,0	8,8	9,2	3,6	6,1
Grands magasins	15,2	4,5	9,9	2,8	2,7
Groupements d'achat	3,4	30,5	16,0	1,9	11,4
Chaînes volontaires	35,1	37,2	22,9	4,6	54,9
Indépendants	<u>27,5</u>	<u>3,7</u>	<u>22,9</u>	<u>86,3</u>	<u>2,1</u>
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

(1) Ferrero et C. Ure

Tableau 7 - Magasins à libre service (y compris les super-marchés) dans le commerce de détail des denrées alimentaires, 1963-1967

	Belgique	Allemagne	France	Italie	Pays-Bas
Nombre de magasins à libre service, y compris les super-marchés	1963 709	40.094	4.305	605	3.490
	1967 1.455	72.241	12.593	2.185 (1)	6.719
en % du nombre total de magasins	1967 .	49,8	3,9	0,4(1)	32,3
Chiffre d'affaires en % du chiffre d'affaires global sur les denrées alimentaires	1963 10	45	.	.	.
	1967 .	72	17	.	62
Nombre de super-marchés	1963 77	500	207	45	63
	1967 189	1.500	700	287 (1)	203
Nombre de magasins par million d'habitants en 1967 :					
total des magasins d'alimentation	.	2.424	6.365	9.610	2.512
libres-services	.	1.208	252	42 (1)	529
super-marchés	19	25	14	5,5 (1)	16

(1) Cf. note 1, tableau 5

Source : Zelfbediening en supermarkt, février 1968

CHAPITRE 7

PRIX

7.1. Prix à l'importation

Les statistiques commerciales, qui mentionnent aussi bien le poids que la valeur des produits importés, nous permettent de calculer la valeur moyenne des importations par pays de provenance et par année. Dans le tableau 8, page 74 ces chiffres sont repris par année et par pays d'importation, tandis que dans le tableau 9, page 74 on ne trouve que les prix moyens de 1966, par pays de provenance. Il ne faut pas attacher une trop grande importance à ces prix, parce qu'ils sont en partie fictifs. Ils sont néanmoins intéressants pour l'étude des tendances et pour la comparaison entre les pays.

En Allemagne, les prix sont montés de 14 % de 1963 à 1965 et ils sont restés constants en 1966. En France, on a connu une hausse continue jusqu'en 1964 (24 % par rapport à 1962), après quoi les prix se sont maintenus à un niveau relativement constant. En Italie, on a enregistré une légère hausse de 1962 à 1964; ensuite, les prix ont recommencé à baisser jusqu'en 1967. Aux Pays-Bas, les prix ont légèrement augmenté entre les années 1962 et 1965; en 1966 il y a eu une baisse et en 1967 les prix rejoignirent le niveau de 1965. La situation est la même en Belgique qu'aux Pays-Bas : hausse jusqu'en 1965, suivie d'une baisse, bien que le mouvement ait été ici moins spectaculaire.

De ces chiffres, se dégage la tendance générale que les prix ont monté jusqu'en 1965, mais qu'ils ont baissé en 1966 pour se stabiliser à

un niveau légèrement supérieur à celui de 1964. Notons ici que la hausse de 1965 est probablement liée à l'emballage en boîtes, qui, dans un premier stade, a fait monter les prix, mais qui, dans la suite, a réduit les pertes. L'année 1967 a été caractérisée par une hausse des prix dans tous les pays de la CEE, sauf en Italie. En Grande-Bretagne les prix sont restés relativement stables durant toute cette période. Aux Etats-Unis, le tableau est totalement différent : les prix ont doublé entre 1962 et 1965.

Les écarts entre les prix moyens à l'importation dans les divers pays sont frappants. Les diverses procédures administratives n'influent sur ces écarts que dans la mesure où on travaille avec des prix forfaitaires (Benelux) ou avec des prix réels (Allemagne). Tous les pays de la CEE définissent de la même manière la valeur des importations. En partie, les écarts s'expliquent par le fait que les produits proviennent de pays différents.

L'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique importent presque exclusivement des bananes à bas prix en provenance de l'Amérique latine. La France, au contraire, importe la plus grande partie de ses bananes des Antilles françaises. Les prix de ces bananes sont beaucoup plus élevés, également parce qu'ils ne sont pas grevés du tarif extérieur de 20 %. L'Italie achète d'assez grandes quantités de bananes en Somalie. Celles-ci sont également beaucoup plus chères, tout au moins à l'entrée en Italie.

Le tableau 9 montre que ceci ne peut être la seule explication. Les bananes de l'Equateur, importées en France et en Italie, coûtent une fois et demie plus cher que dans les pays du Benelux. En Allemagne, elles sont 25 % plus chères que dans ces derniers pays. Ces différences sont moins marquées pour les bananes en provenance de la Colombie. Seule l'Italie fait exception. Jusqu'ici nous n'avons pu trouver l'explication de ce phénomène. Il est vraisemblable que celle-ci doit être recherchée en partie dans la façon relativement arbitraire dont la valeur des importations est déclarée. Une autre explication possible est que les divers pays importeraient des bananes d'un pays de provenance donné à des époques différentes de l'année. Le tonnage du lot importé peut également jouer un rôle.

.../...

Tableau 8 - Prix moyen CAF des bananes importées, par pays et par année (1962-1967)

en UC la tonne (1.000 kg)

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Pays d'importation						
UEBL	99	104	104	114	110	116
RF d'Allemagne	121	121	126	139	139	151
France	170	194	206	208	206	216
Italie	181	190	194	190	177	171
Pays-Bas	125	131	130	136	114	137
Grande-Bretagne	172	175	180	175	164	170
Etats-Unis	49	51	81	102	106	102
Source : Statistiques des importations des divers pays						

Tableau 9 - Prix moyen CAF des bananes importées en 1966, par pays de provenance et par pays importateur

Pays de provenance

en UC par tonne (1.000 kg)

	Equa- teur	Colom- bie	Hon- duras	Antil- les fr	Suri- nam	Côte- d'Ivoire	Cama- roun	Soma- lie	Moyen- ne
Pays impor- tateur									
UEBL	112	105							110
RF d'Alle- magne	143	114	155						139
France	165	112 (1)		217	170	219	185	138	206
Italie	162	145	189		189	178	193	200	177
Pays-Bas	114	101			152		91 (1)		114
Etats-Unis	96		111						106
(1) En très petite quantité									
Source : Statistiques des importations des divers pays									

7.2. Structure des prix du commerce intérieur

Dans les tableaux 19 à 21, pages 94-96 et dans les graphiques 2-4, pages 97-99 nous donnons un aperçu de la structure des prix des bananes dans les pays de la CEE. Les données nous ont été communiquées par les importateurs, les mûrisseurs et les détaillants.

En étudiant ces données, il faut tenir compte de la situation du marché français qui diffère totalement de celle des autres pays de la CEE. En France, les prix sont stabilisés, ce qui signifie que les marges bénéficiaires le sont également. Théoriquement le commerce peut également subir des pertes, mais, dans la pratique, cela arrive rarement, voire même pas du tout, car les importations y sont réglées de telle sorte que les prix ne descendent pas en dessous du niveau fixé et qu'ils ne subissent pas de fluctuations importantes. Il en va tout autrement dans les autres pays où le commerce des bananes est libre. Les prix de détail et, par contre-coup, les marges des importateurs et des mûrisseurs, sont sujets à de fortes fluctuations. Régulièrement on vend aussi à perte. Dès lors, les chiffres du tableau n'ont qu'une valeur indicative, car ils représentent un moment d'une situation en évolution constante.

Afin de donner au lecteur une idée des écarts de prix au niveau du commerce de détail, nous reproduisons également les prix maxima et minima que nous avons enregistrés. La plupart des prix minima ont été relevés dans des super-marchés et dans des grands magasins, les prix maxima auprès de petits détaillants.

7.3. Valeur CAF

De tous les pays de la CEE, la France est celui où le prix à l'importation des bananes est le plus fort. Ceci concerne surtout les bananes en provenance de la Martinique, de la Guadeloupe et de la Côte-d'Ivoire, qui représentent le plus fort pourcentage des importations françaises. En Italie,

le prix à l'importation est également élevé, comparé aux prix en Allemagne ou dans les pays du Benelux. Dans ces derniers pays, le prix est formé par les bananes importées de l'Amérique latine. L'origine de l'écart des prix doit être recherchée soit au niveau des pays producteurs, soit au niveau du tonnage importé, car il est peu probable que les frets maritimes accusent des écarts importants.

En France, le prix CAF représente à peu près la moitié du prix payé par le consommateur au terme du circuit. Par comparaison avec les autres pays de la CEE, ce prix est relativement bas. En Belgique et en Italie, le prix CAF est encore majoré de 200 % avant que la banane soit achetée par le consommateur. En Belgique, cette majoration est imputable aux marges bénéficiaires élevées des mûrisseurs/grossistes et des détaillants, tandis qu'en Italie il s'y ajoute la taxe de consommation.

7.4. Coûts de débarquement

Dans tous les pays de la CEE, les coûts de débarquement n'excèdent pas 3 % du prix de détail. En chiffres absolus, ils sont toutefois plus élevés en France et en Italie que dans les autres pays. Les pays du Benelux disposent d'excellentes installations mécaniques pour le débarquement des bananes.

En Italie les frais de débarquement sont exceptionnellement élevés. Il est fréquent que l'on y paie des salaires élevés pour des heures de travail supplémentaires, parce que les bateaux ne peuvent pas être déchargés en temps voulu. Seules, les installations du port de Gênes peuvent être plus ou moins comparées à celles des ports des pays du nord de la CEE, mais on ne les utilise qu'avec parcimonie et elles sont très souvent hors d'usage. Dans le port de Naples, on se heurte à une vive opposition de la part du syndicat des dockers, qui combat la mécanisation en raison du chômage qui sévit dans la région.

.../...

7.5. Coûts de transport

Dans l'ensemble, les coûts de transport du quai de débarquement au magasin du détaillant sont relativement bas dans les pays du nord de la CEE. Les pays du Benelux ont un hinterland peu profond, de sorte que les bananes ne doivent être transportées que sur de courtes distances. En outre, ces pays disposent d'une excellente organisation de vente; il en est de même pour la république fédérale d'Allemagne qui est approvisionnée en partie par Hambourg et par Brême et en partie par Rotterdam. En France, les coûts de transport sont plus élevés que la marge bénéficiaire de l'importateur. Cela est imputable à une organisation moins rationnelle du transport et de la vente, plutôt qu'aux longues distances que les bananes doivent encore parcourir à l'intérieur du pays après le débarquement. Le facteur organisation joue également le premier rôle dans la formation des coûts de transport élevés en Italie. Il arrive encore fréquemment que les bananes arrivées à Naples soient expédiées dans les provinces du Nord, tandis que celles qui arrivent à Gênes sont expédiées dans le Sud. Ceci n'est évidemment pas de nature à faire baisser le prix au consommateur.

.../...

7.6. Taxes et droits en 1967

Les taxes diffèrent beaucoup suivant les pays.

	Belgique/ Luxembourg	RF d'Allemagne	France	Italie	Pays- Bas
Droits d'importation	18 % (1)	-	- (2)	20 % (3)	18 % (1)
Taxe à l'importation	0,4 %	-	1,9 %	0,7 %	0,4 %
Taxe sur le chiffre d'affaires à l'im- portation	14 %	3,7 %	-	-	6,75 %
Taxe de consommation grevant les produits importés	-	-	-	0,11 UC/ kg (4)	-
Taxe sur le chiffre d'affaires :					
du mûrisseur au grossiste	0,07 %	-	-	-	-
du grossiste au détaillant	0,07 %	-	-	-	-
du détaillant au consommateur	5 %	5 %	-	-	-

Il ressort de ce tableau qu'en France le commerce de bananes est presque exonéré de tout prélèvement fiscal. En Allemagne, les charges fiscales sont également faibles parce que ce pays est exempté de la perception des droits d'entrée. En Italie, les taxes sont extrêmement élevées, plus encore que dans les pays du Benelux où elles ne sont déjà pas particulièrement modestes.

.../...

- (1) En franchise pour les importations en provenance du Congo-Kinshasa, du Rwanda, du Burundi et du Surinam; 3,7 % sur les exportations des autres Etats associés.
- (2) 5 % sur les importations en provenance de la zone franc et des EAMA et des PTOM ne faisant pas partie de la zone franc; 20 % sur les importations en provenance de pays tiers.
- (3) Pays tiers, en franchise : EAMA, PTOM
- (4) Importations en provenance de la Somalie, 0,096 UC/kg; autres importations : 0,144 UC/kg.

7.7. Marges bénéficiaires

Lorsque l'on compare les marges bénéficiaires des importateurs dans les différents pays de la CEE, il ne faut pas perdre de vue que les importateurs français remplissent une autre fonction que ceux des autres pays de la Communauté. Ils traitent uniquement au nom de producteurs ou d'acheteurs ou de groupements de producteurs ou d'acheteurs et ils courent donc peu de risques. La marge bénéficiaire des importateurs français est donc généralement moins élevée que dans les autres pays. En règle générale, les marges bénéficiaires sont fortes à tous les échelons de la vente en Belgique et en Italie, faibles en Allemagne et en Hollande. En France, les marges sont relativement fortes pour les mûrisseurs et pour les détaillants.

La marge du détaillant varie en fonction de la nature du point de vente. Les grands magasins et les super-marchés se contentent souvent d'une marge réduite, ou ils disposent de leurs propres mûrisséries, ce qui leur permet de vendre à plus bas prix puisqu'ils éliminent la marge bénéficiaire du mûrisseur.

On calcule le montant total des marges bénéficiaires en comparant les coûts totaux aux prix de détail. La France est le seul pays où la ventilation entre les divers stades est régie par des prescriptions réglementaires. Dans les autres pays, il n'est pas possible de répartir les marges bénéficiaires entre les divers stades de la commercialisation. Les chiffres cités constituent un exemple de situation type. En définitive, la répartition exacte des marges dépend de la situation du marché et du degré de concurrence aux différents stades de la commercialisation.

Les écarts considérables des prix de détail aboutissent à de fortes fluctuations des marges. Les minima et les maxima pour le total des marges bénéficiaires atteindront à peu près les niveaux suivants, en UC par 1.000 kg :

	Prix de détail minimum	Marge	Prix de détail maximum	Marge
Belgique	200	4	450	254
RF d'Allemagne	175	6	380	192
France	360	123	410	173
Italie	400	52	660	312
Pays-Bas	190	7	360	177

7.8. Prix de gros

Pour calculer la structure des prix des bananes, qui figure au tableau 19, page 94 nous disposons des données suivantes sur les prix de gros :

Belgique, 1967 : 0,29 UC, d'après le tableau 10, page 87

RF d'Allemagne, 1967 : 0,60 UC le kg, emprunté à "Statistischen der Zentralen Markt-und Preisberichtsstelle"

France, 1967 : 0,31 UC le kg, communiqué par United Fruit

Italie : 0,4 UC le kg

Pays-Bas : 0,23 UC le kg, communiqué par la Produktschap van Groenten en Fruit

7.9. Prix de détail

7.9.1. Belgique

Le tableau 10, page 87 donne un aperçu de l'évolution des prix du commerce de détail entre 1962 et 1967. Les prix sont donnés en francs belges le kilo. Le tableau donne, pour chaque semaine, les prix maxima et minima au niveau des détaillants et des consommateurs. Ces prix ont été relevés au marché matinal et au marché public de Bruxelles.

Bien que les prix soient sujets à des fluctuations, celles-ci ne sont pas nécessairement dues à l'influence des saisons. Ces fluctuations

.../...

imputables à la concurrence d'autres fruits, étaient plus fortes dans le passé. L'implantation plus rationnelle des ~~mûrisseries~~ et des maisons de gros, ainsi que l'amélioration des techniques de conservation ont tassé ces fluctuations. A l'heure actuelle, l'offre peut s'ajuster plus aisément à la demande. Il est rare que les entreprises de maturation liquident leur stock, si ce n'est par grand froid ou par forte chaleur.

Le tableau 10, page 87 montre que les prix minima ont remonté vers la fin de 1966. Cela est surtout dû à l'emploi des boîtes qui permettent une meilleure sélection des premier, deuxième et troisième choix. En général, les prix des bananes ont plutôt tendance à baisser qu'à monter.

Les prix sont à peu près les mêmes dans toutes les régions du pays. Parfois on paie un peu plus cher dans les villages écartés. Les écarts de prix étant nuls de région à région sont d'autant plus grands entre les diverses variétés de bananes et les divers types de points de vente. Pour Bruxelles et Anvers, nous avons relevé les prix suivants :

Grand magasin	0,28 - 0,30 UC/kg (rare)
Magasin de primeurs	0,38 - 0,46 UC/kg pour les Gros Michel
Petit détaillant	0,62 - 0,66 UC/kg pour les bananes des Canaries 0,50 - 0,60 UC/kg pour les autres bananes

Il va de soi que les magasins de primeurs vendent des bananes soigneusement sélectionnées. Une explication supplémentaire pour l'écart de prix en fonction du point de vente est la structure différente du système de vente. On peut notamment concevoir un système dans lequel on trouverait, d'une part, une entreprise où les fonctions de mûrisseur et d'importateur sont intégrées et, d'autre part, une entreprise qui combine les fonctions de grossiste et de détaillant. A l'opposé, on aurait un système où viendraient s'intercaler des mûrisseurs, des grossistes et des détaillants indépendants. Ce dernier système aboutit donc à un prix beaucoup plus élevé.

7.9.2. République fédérale d'Allemagne

En Allemagne, on dispose, en ce qui concerne les prix de détail des bananes et leur évolution, des données recueillies auprès de 800 détaillants par le "Statistisch Bundesamt".

Ces chiffres ne concernent ni les offres spéciales, ni les kiosques ni les forains, ni les magasins situés dans les communes de moins de 500 habitants.

On constate un écart assez systématique entre les prix des bananes sans marque et ceux des bananes de marque, parmi lesquelles Chiquita est en moyenne à peu près 0,05 UC plus cher. La Bajella n'étant apparue sur le marché que depuis quelques mois, il est encore prématuré d'émettre un avis. Quand on compare ces écarts de prix aux sommes consacrées à la publicité (celles-ci ne sont pas payées par l'importateur, mais par United Fruit et elles ne rentrent donc pas dans les coûts que nous avons analysés), le rendement semble encore très élevé. Cette comparaison indique qu'il est possible de majorer le prix des bananes en recourant à des méthodes modernes de marketing ce qui, en plus d'une publicité efficace exige encore l'amélioration et le contrôle de la qualité.

7.9.3. France

En France, le prix au détaillant était fixé à 0,4 UC. A partir du 1er janvier 1968, ce prix a été majoré, mais il est encore trop tôt pour en tirer des conclusions. Pour mars 1968, on donne 0,44 UC. La politique fiscale des dernières années a quelque peu grignoté les marges bénéficiaires aux différents échelons de la distribution. Cette marge pour le détaillant peut parfois atteindre 1 UC au kilo au niveau du détaillant, pour les bananes de premier choix seulement. Dans le tableau 12, page 88 nous donnons un aperçu de l'évolution des prix dans la région parisienne. Le prix se

.../...

situé au même niveau dans les différentes régions, bien que dans les régions situées à proximité des ports d'importation, il puisse parfois être un peu plus bas. En général, on ne constate pas de différences très nettes entre les régions. Les prix varient plutôt suivant les points de vente. L'écart entre les prix pratiqués par les petits détaillants et ceux des super-marchés est parfois de l'ordre de 0,04 UC. Sur les marchés publics, les prix sont encore plus bas. Il s'agit alors de bananes de deuxième choix, que les magasins ayant pignon sur rue refusent de vendre, ou de bananes provenant du surplus des mûrisseries qui les écoulent au rabais pour éviter de devoir comptabiliser tout le lot au poste des pertes.

En principe, il n'existe pas de différence de prix pour les différentes qualités de bananes. C'est pour cette raison que les détaillants s'opposent à la fixation des prix, car ils estiment que cette politique favorise la mauvaise qualité et empêche que les bananes de qualité supérieure soient payées à leur juste valeur. Le prix imposé annule aussi presque toute incidence saisonnière sur les prix. Les fluctuations éventuelles proviennent uniquement de retards dans les arrivages ou de circonstances climatologiques exceptionnellement mauvaises.

En général, les commerçants sont mauvais juges pour apprécier la qualité d'une banane. Les détaillants ignorent le plus souvent d'où proviennent les bananes et en quoi consistent les différentes variétés, encore que ceci ne vaille pas uniquement pour la France. Dans les autres pays, les détaillants sont satisfaits dès lors que la banane est bien mûre et n'a pas une couleur foncée. Le détaillant fait entièrement confiance à son fournisseur. Au niveau du consommateur, les connaissances sont encore plus vagues. Le pays de provenance des bananes, voire les variétés, sont plus que probablement inconnus du consommateur. On observe bien une différence en ce qui concerne la maturité et la qualité, mais il semble que l'on n'établisse aucun rapport entre ces observations et un pays d'origine ou une variété. Il n'y a guère de variétés renommées comme pour les pommes, par exemple.

.../...

7.9.4. Italie

A l'époque du monopole, il y avait en Italie des prix uniformes pour le commerce de détail. Les prix subissaient néanmoins certaines fluctuations à cause des différences de provenance ou de variété des bananes (tableau 13, page 89). A l'heure actuelle, le consommateur italien paie encore les bananes au plus haut prix à l'intérieur de la CEE. L'écart entre les prix italiens et ceux des autres pays n'est pas tellement imputable à la provenance des bananes, mais plutôt aux coûts de transport vers les diverses régions du pays auxquels s'ajoutent les droits d'entrée, ou au type de point de vente qui les offre au public.

Nous donnons ci-après un aperçu des prix de détail, selon les marques ou la provenance (en UC par kilo) :

	Chiquita	Equateur	Somalie
Super-marchés et grands magasins	0,51	0,46/0,48	0,45/0,53
Petits magasins	0,64	0,56	0,56
Marchés publics	0,61	0,56	0,48/0,56
Kiosques	0,64	0,56	0,48/0,56

L'écart avec les prix que paient les grossistes est pour une large part dû aux différences des coûts de transport (cf. tableaux 14-15 pages 89-90).

7.9.5. Pays-Bas

L'écart de la fourchette des prix de détail des bananes aux Pays-Bas est de 0,08 UC (cf. tableau 16, page 90). Les derniers mois de l'année sont les plus mauvais en ce qui concerne le prix des bananes. On peut admettre que cette situation résulte, en grande partie, de la consommation plus

.../...

intense de fruits indigènes et d'agrumes. L'emballage des bananes en cartons a permis d'améliorer la distribution, ce qui a eu pour effet de niveler les prix. Ainsi, on ne constate pas d'écart entre les prix pratiqués dans les diverses régions du pays. Cela résulte également du fait que les distances à parcourir sont tellement courtes aux Pays-Bas que les coûts de transport n'ont qu'une incidence minime sur le prix final au consommateur.

Les coûts de la distribution et les droits d'accises sont compris dans le prix d'achat et payés par l'importateur. Selon un revendeur de Chiquita, le prix d'achat de cette marque comprend 1 cent au kilo pour financer la promotion des ventes. Le prix de Chiquita est considéré comme indicatif et il est suivi par les autres importateurs aux Pays-Bas où le commerce est bien organisé. Ceci explique également pourquoi les marges bénéficiaires peuvent rester relativement faibles. Dans les super-marchés, les prix des bananes et des autres fruits sont généralement plus bas que dans les petits magasins de détail et ce, également, parce que les bananes sont souvent utilisées comme appât pour attirer les chalands, ce qui explique qu'on les vend parfois en dessous du prix ou avec une marge bénéficiaire réduite.

Le nombre de points de vente où l'on vend des bananes est de 12.000 environ. Leur nombre ne cesse de diminuer, mais le volume moyen augmente. Les détaillants se procurent souvent les bananes directement chez les mûrisseurs. Les détaillants qui ne disposent pas de leur propre moyen de transport sont approvisionnés soit par les mûrisseurs, soit par les grossistes.

7.10. Incidences saisonnières

En France les incidences saisonnières ne jouent pour ainsi dire aucun rôle, comme il faut s'y attendre dans un système de prix contrôlés.

Dans les autres pays, le tableau est à peu de choses près le même partout : prix forts en été, prix faibles en hiver.

L'offre de fruits indigènes, peu périssables, qui a lieu en automne, jouera un grand rôle à cet égard.

Le tableau 17, page 91 donne les prix moyens de quatre années; ces prix sont repris au graphique 1, page 92.

Le tableau 18, page 93 donne l'évolution, de mois en mois, des prix de gros en Allemagne.

Tableau 10 - Prix des bananes en Belgique, en francs belges le kilo, 1962-1967

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Prix au détaillant (1) 1962	(24/36(3)	24/36	24/36	24/36	24/36	24/36	24/36	24/40	22/38	20/36	16/34	16/34
Prix au consommat. (2)	(28/44	28/44	28/44	28/46	28/46	28/46	28/46	28/46	28/46	26/46	20/46	20/44
Prix au détaillant (1) 1963	(16/34	16/38	16/38	16/34	20/42	24/44	28/46	20/46	20/46	22/38	22/38	24/38
Prix au consommat. (2)	(20/44	20/48	20/48	20/48	28/50	32/54	30/54	26/50	26/50	24/50	24/50	28/50
Prix au détaillant (1) 1964	(24/44	24/26	30/46	22/44	24/44	20/44	30/52	24/38	20/38	20/38	28/44	20/38
Prix au consommat. (2)	(28/54	30/54	30/60	30/56	26/56	30/56	30/56	28/48	24/48	28/48	36/54	26/48
Prix au détaillant (1) 1965	(20/36	20/36	24/38	24/38	24/36	24/38	24/38	22/38	24/38	24/38	24/38	24/38
Prix au consommat. (2)	(26/48	26/48	30/50	30/50	36/48	32/50	32/50	30/50	30/50	30/50	30/50	30/50
Prix au détaillant (1) 1966	(24/38	24/38	24/34	24/36	24/36	26/38	26/36	24/34	20/34	26/34	28/36	28/35
Prix au consommat. (2)	(30/50	30/50	30/50	30/50	30/50	32/52	32/50	30/46	30/46	36/46	36/50	36/50
Prix au détaillant (1) 1967	(28/34	30/38	30/38	30/36	28/34	26/34	26/34	30/38	30/38	30/38	30/38	-/-
Prix au consommat. (2)	(36/46	40/52	40/52	40/50	38/48	34/44	34/44	40/52	40/52	40/52	40/52	40/48

(1) Prix au détaillant relevés au marché matinal de Bruxelles
 (2) Prix au consommateur relevés sur les marchés publics, à Bruxelles
 (3) Minimum/maximum

Source : Statistique belge des prix

Tableau 11 - Prix de détail des bananes de premier choix, dans la république fédérale d'Allemagne, 1965-1966 (1)

Mois	en UC par 100 kg	
	1965	1966
Janvier	36	34
Février	37	35
Mars	37	37
Avril	39	36
Mai	41	36
Juin	41	38
Juillet	39	34
Août	37	34
Septembre	36	31
Octobre	35	31
Novembre	36	32
Décembre	34	29
Moyenne annuelle	37	34

(1) Preise und Löhne

Tableau 12 - Prix de détail des bananes dans la région parisienne, 1961-1967(1)

	en UC par 100 kg						
	1961	1962	1963	1964 (2)	1965	1966	1967
Janvier	35	38	38	40	40	40	40
Février	39	36	37	40	40	40	40
Mars	39	36	39	40	40	40	40
Avril	38	38	45	40	40	40	40
Mai	39	41	46	40	40	40	40
Juin	34	44	46	40	40	40	40
Juillet	35	45	41	40	40	40	40
Août	37	45	42	39	40	39	40
Septembre	38	42	46	40	40	40	40
Octobre	46	38	41	41	40	40	39
Novembre	44	37	41	40	40	40	-
Décembre	39	37	41	40	39	39	-
Moyenne annuelle	39	42	40	40	40	40	40

(1) Institut national de la statistique
 (2) Depuis 1964 : prix maximum F. 2,00

Tableau 13 - Prix de détail des bananes en Italie, 1961-1968 (1)

	Honduras	Equateur	Somalie
	en UC par 100 kg		
1961	-	-	64
1962	-	-	56
1963	-	-	53
1964	-	-	53
1965 (2)	64/72	48/61	53/64
1966	64/72	40/56	45/56
1967	53/56	42/48	45/56
1968 (3)	56	45/48	45/48

(1) Informazione Ricerche Economico Statistiche

(2) Le premier chiffre s'applique à la deuxième qualité, le deuxième chiffre à la première qualité

(3) Pour les deux premiers mois

Tableau 14 - Prix de gros des bananes en Italie, 1966 (1)

	Moyenne	
	Prix minimum	Prix maximum
	en UC par 100 kg	
Turin	30	36
Milan	29	38
Gênes	29	36
Vérone	28	34
Padoue	27	34
Bologne	30	36
La Spezia	30	35
Florence	31	38
Ancône	31	37
Rome	29	37
Pescare	30	35
Bari	30	34
Naples	30	35
Messine	30	35
Cagliari	33	38
Moyenne	30	36

(1) Informazione Ricerche Economico Statistiche

Tableau 15 - - Coûts de transport du port de débarquement au magasin de gros, en Italie

	Ports		
	Naples	Gênes	Civitavecchia
	en UC par 100 kg		
Rome	6,4	12,8	3,2
Milan	16,0	4,8/6,4	12,8/14,4
Vénétie (Venise, Trieste)	19,2	4,8/6,4	19,2
Centre-Nord (Florence, Pescara)	12,8/14,4	8,0	9,6
Sud (Bari)	8,0	16,0	11,2
Calabre	12,8/14,4	20,8	17,6
Sicile	19,2	24,0/25,6	24,0

Tableau 16 - Prix de détail des fruits d'Amsterdam, 1966

	Bananes	Pommes	Poires	Oranges (1)	Fraises	Prunes
	en UC par 100 kg					
Janvier	27,34	25,19	28,30	36,73	-	-
Février	32,25	23,85	34,46	38,56	-	-
Mars	31,17	26,83	36,40	36,80	-	-
Avril	30,39	29,60	43,09	41,12	254,83	-
Mai	30,39	34,59	43,95	38,20	130,91	-
Juin	30,39	33,99	44,13	40,15	64,23	71,16
Juillet	30,98	31,92	35,95	31,93	79,44	54,06
Août	29,59	22,83	25,13	38,48	141,01	45,51
Septembre	29,40	20,72	23,70	45,43	130,23	58,10
Octobre	25,20	19,42	21,63	43,56	123,32	-
Novembre	26,26	19,90	21,78	35,65	-	-
Décembre	27,48	21,10	25,49	29,48	-	-

(1) 7 pièces au kilo

Source : Centrale Markt à Amsterdam

.../...

Tableau 17 - Moyenne mensuelle des prix de détail des bananes en UC, pendant les années 1964-1967

	Belgique	RF d'Allemagne (1)	France	Italie	Pays-Bas
prix au kilo en UC					
Janvier	0,46	0,34	0,40	0,56	0,31
Février	0,47	0,36	0,40	0,58	0,33
Mars	0,48	0,37	0,41	0,59	0,33
Avril	0,48	0,37	0,40	0,59	0,33
Mai	0,49	0,38	0,41	0,61	0,36
Juin	0,49	0,39	0,40	0,63	0,35
Juillet	0,48	0,37	0,40	0,62	0,35
Août	0,48	0,35	0,40	0,61	0,33
Septembre	0,48	0,34	0,40	0,60	0,33
Octobre	0,46	0,33	0,40	0,59	0,30
Novembre	0,45	0,34	0,40	0,59	0,29
Décembre	0,44	0,34	0,40	0,58	0,29
Moyenne	0,47	0,36	0,40	0,60	0,33
(1) Cf. également le texte de la page 82					
<u>Source</u> : Statistiques officielles des divers pays					

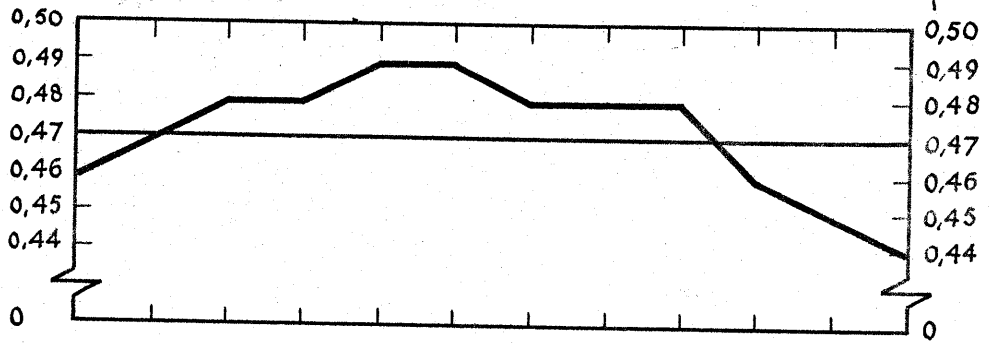
.../...

moyenne mensuelle des bananes 1964-1967

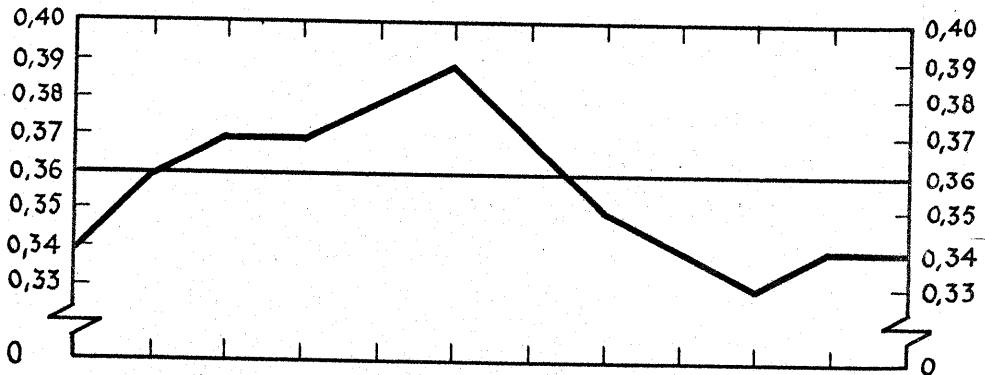
en U.C. par kg

en U.C. par kg

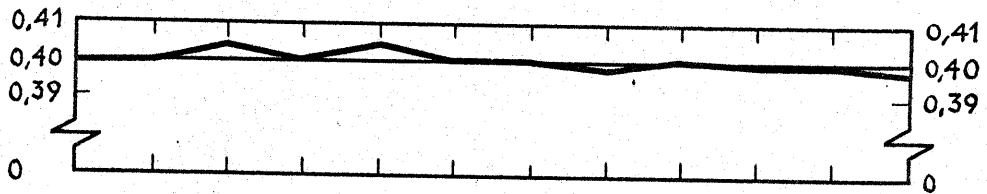
BELGIQUE-
LUXEMBOURG



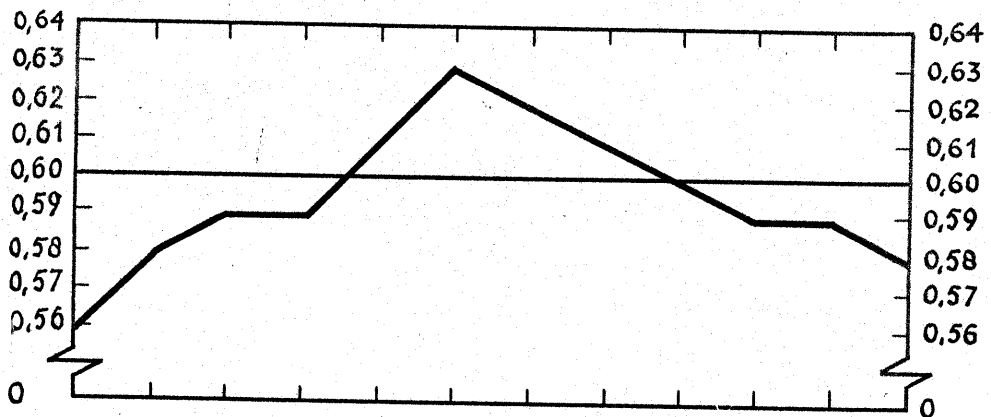
R.F. d
ALLEMAGNE



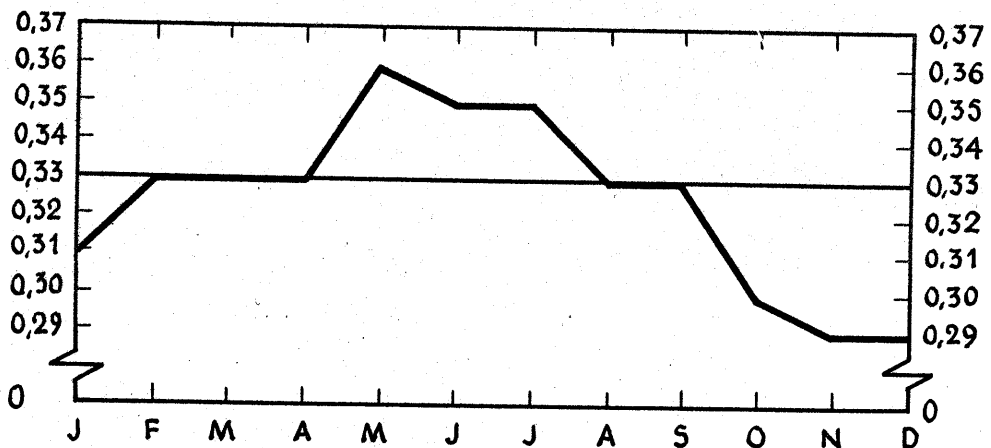
FRANCE



ITALIE



PAYS BAS



— prix mensuel moyen

Tableau 18 - Prix de gros des bananes dans la RF d'Allemagne (1)

	1966					1967	
	Essen	Cologne	Franc- fort	Munich	Ham- bourg	Moyenne	Moyenne
	Prix en UC les 1.000 kilos						
Janvier	160	188	160	196	188	178	162
Février	214	196	214	248	198	214	224
Mars	190	222	192	216	210	206	198
Avril	230	264	228	214	210	228	226
Mai	236	272	236	256	228	226	230
Juin	196	280	176	262	202	224	222
Juillet	174	236	178	196	186	194	218
Août	144	212	148	166	162	166	162
Septembre	144	190	160	160	158	162	216
Octobre	150	186	176	174	178	172	172
Novembre	166	216	172	164	184	180	194
Décembre	126	192	150	140	144	150	170
Moyenne	176	220	182	198	186	192	198

(1) Statistiken der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle

Tableau 19 - Structure des prix des bananes en UC par 1.000 kg
Obtenus par observations directes ou empruntés à des sources
statistiques :
prix d'importation, prix de gros, prix au consommateur

	Belgique/ Luxembourg	RF d'Alle- magne	France	Italie	Pays-Bas
Prix à l'importation CAF) (1)	140	140	210	170	140
Débarquement	8	8	11	16	8
Taxes/droits d'entrée/ taxe de consommation/	25	-	6	34	27
Taxe sur le chiffre d'affaires	<u>22</u>	<u>6</u>	<u>-</u>	<u>120</u>	<u>11</u>
Total des coûts	195	154	227	340	186
Coûts de transport	4	6	10	8	4
Marge de l'importateur	20	9	8	18	9
Marge du mûrisseur/ grossiste	76	36	61	48	37
Taxe sur le chiffre d'affaires	<u>2</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
Total	<u>102</u>	<u>51</u>	<u>79</u>	<u>74</u>	<u>50</u>
Prix pratiqué par les grossistes	297	205	306	414	236
Marge du détaillant	102	89	94	112	69
Taxe sur le chiffre d'affaires	<u>21</u>	<u>16</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
Total	<u>123</u>	<u>105</u>	<u>94</u>	<u>112</u>	<u>69</u>
Prix pratiqué par les détaillants	420	310	400	526	305

(1) Pour la Belgique et les Pays-Bas, le prix statistique (statistiques d'importation) est majoré, parce qu'il est notoirement trop bas

(2) Y compris les coûts de maturation, estimés à 20 environ

NB : Nous nous sommes efforcés de calculer approximativement les prix moyens qui, dans certains cas, sont inférieurs aux prix basés sur les relevés effectués auprès de certaines catégories de détaillants et mentionnés dans les publications officielles.

Tableau 20 - Structure des prix des bananes, en % du prix moyen au consommateur

	Belgique/ Luxembourg	RF d'Allemagne	France	Italie	Pays-Bas
Prix à l'importa- tion (1)	33	45	53	33	45
Débarquement	2	3	3	3	3
Coûts de transport, total taxes	1	2	2	2	1
Droits d'entrée	6	-	-	6	9
Taxe de consommation	-	-	-	23	-
Taxe sur le chiffre d'affaires	5	2	-	-	4
Total des coûts	47	52	59	67	62
Marge de l'importa- teur	5	3	2	3	3
Marge du mûrisseur/ grossiste	18	11	15	9	12
Marge des détaillants	25	29	24	21	23
Total des marges (2)	48	43	41	33	38
Prix avant perception de la taxe sur le chiffre d'affaires	95	95	100	100	100
Taxe sur le chiffre d'affaires et autres taxes	5	5	-	-	-
Prix moyen au consommateur	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

(1) Pour la Belgique et les Pays-Bas le prix statistique est majoré, parce qu'il est notoirement trop bas

(2) Y compris les coûts de maturation

.../...

Tableau 21 - Structure des prix des bananes, en % du prix CAF

	Belgique/ Luxembourg	RF d'Allemagne	France	Italie	Pays-Bas
Prix à l'importa- tion (1)	100	100	100	100	100
Débarquement	6	6	5	9	6
Coûts de transport, total taxes	3	4	5	5	3
	-	-	3	-	-
Droits d'entrée	20	-	-	20	20
Taxe de consommation	-	-	-	70	-
Taxe sur le chiffre d'affaires à l'impor- tation	16	4	-	-	8
Total des coûts	145	114	113	204	137
Marge de l'importa- teur	14	6	4	11	6
Marge du mûrisseur/ grossiste	53	26	29	28	26
Marge des détaillants	72	64	45	66	49
Total des marges (2)	139	96	78	105	81
Prix avant perception de la taxe sur le chiffre d'affaires	284	210	191	309	218
Taxe sur le chiffre d'affaires et autres taxes	16	11	-	-	-
Prix moyen au consommateur	300 %	221 %	191 %	309 %	218 %

(1) Pour la Belgique et les Pays-Bas le prix statistique est majoré, parce qu'il est notoirement trop bas

(2) Y compris les coûts de maturation

.../...

STRUCTURE DES PRIX DES BANANES 1967, EN U.C. PAR TONNE

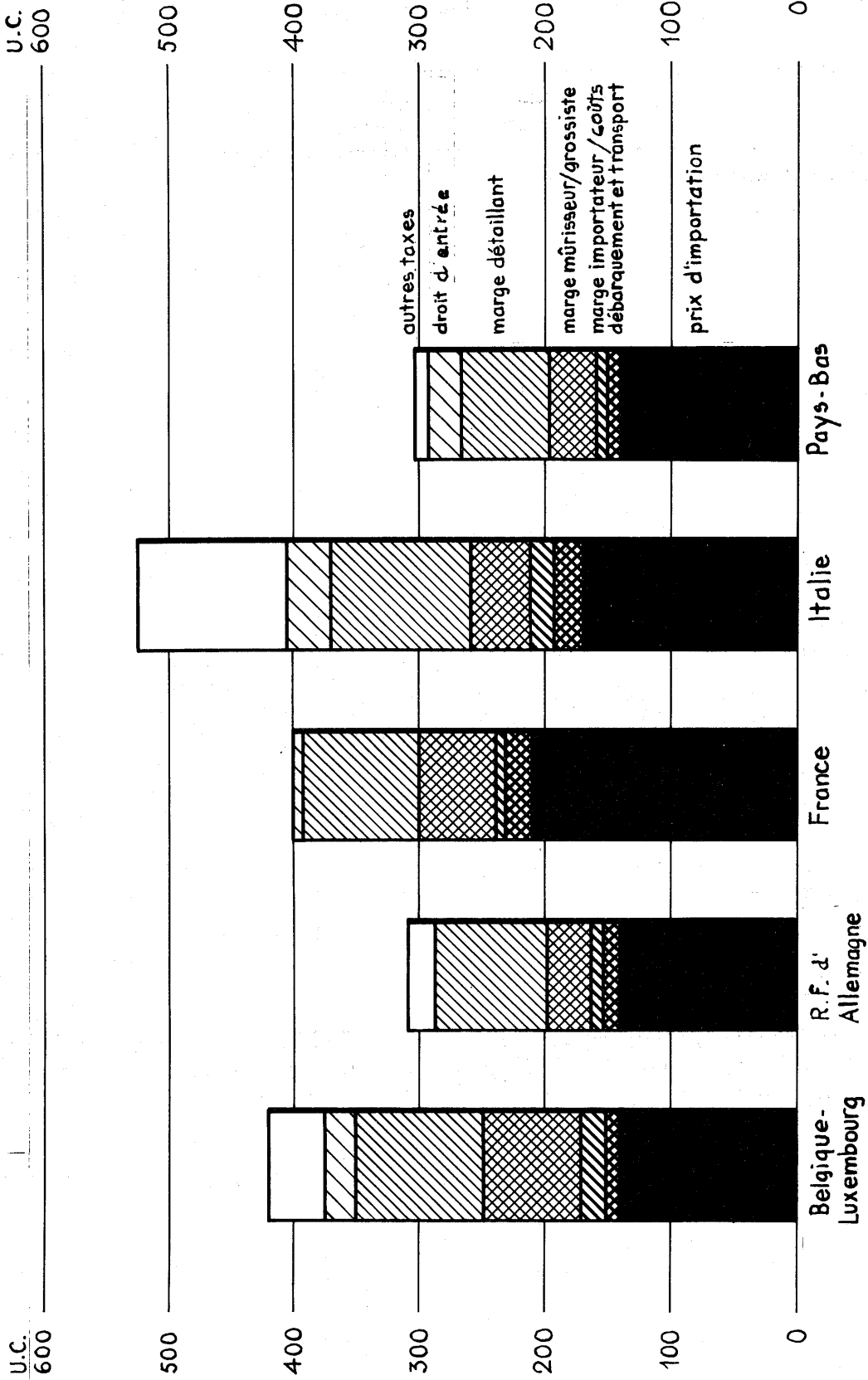


fig.2

STRUCTURE DES PRIX DES BANANES 1967, EN POURCENT DU PRIX MOYEN AU CONSOMMATEUR

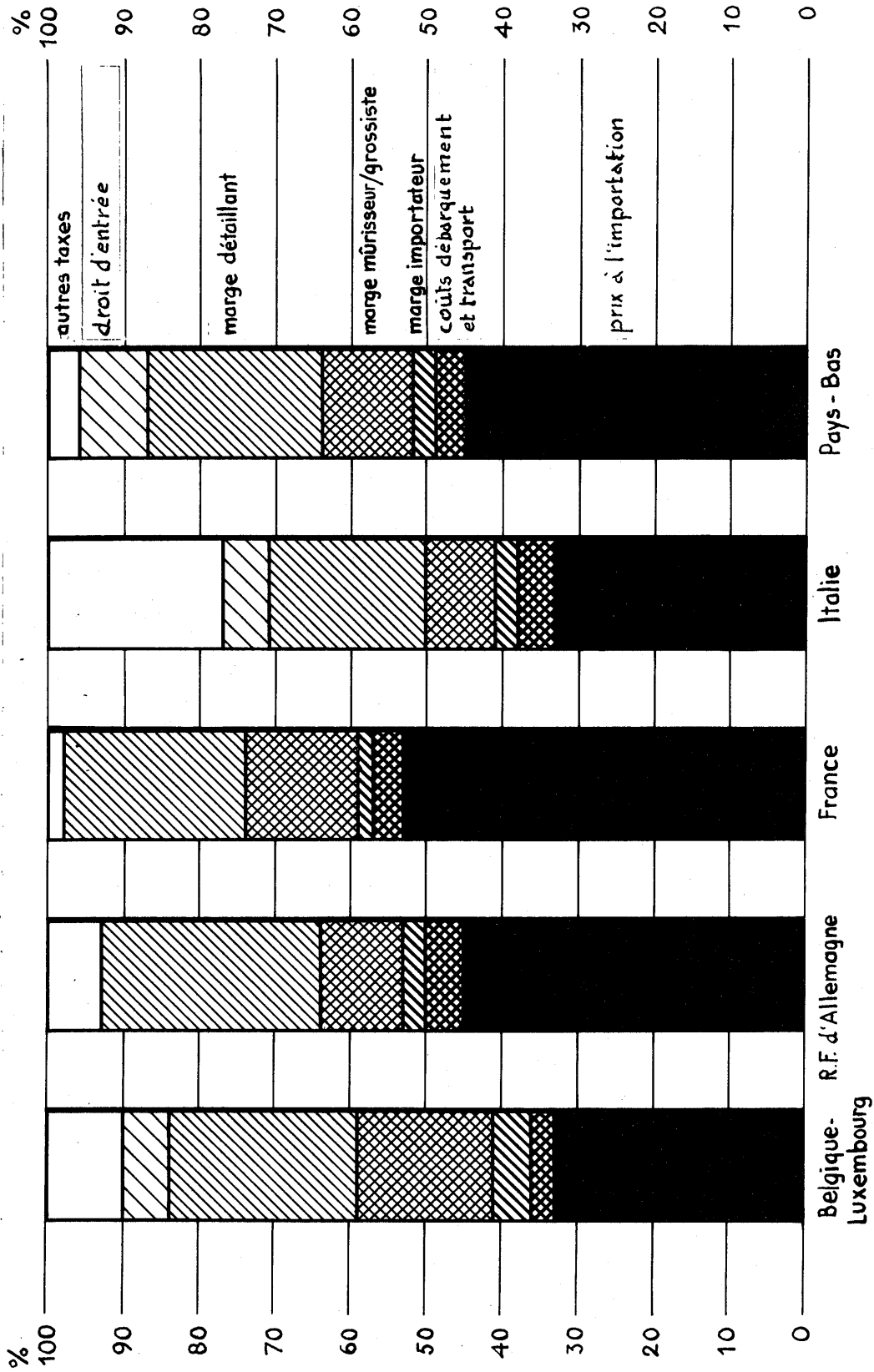


fig. 3

STRUCTURE DES PRIX DES BANANES 1967, EN POURCENT DU PRIX C.A.F.

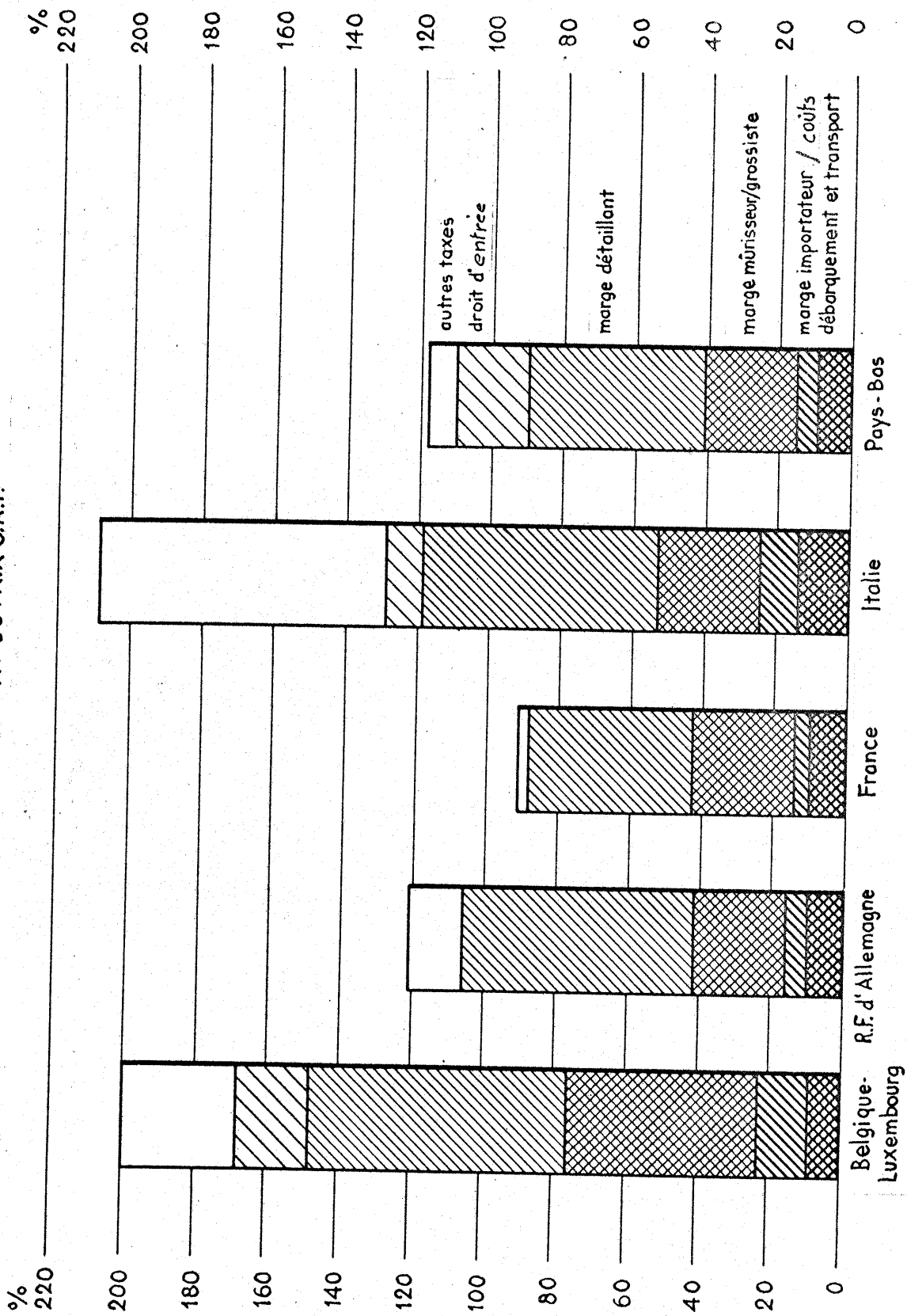


fig. 4

CHAPITRE 8

ANALYSE ECONOMETRIQUE

8.1. Méthode suivie

Les formules de régression, développées dans l'étude effectuée en 1961, ont été extrapolées en trois phases.

La première phase couvre la période de 1961 à 1967, la deuxième phase va jusqu'en 1970 et la troisième jusqu'en 1975.

Dans les études qui sont la continuation d'analyses antérieures, on a toujours le choix entre l'extrapolation du modèle préexistant et le développement d'un nouveau modèle. Cette dernière possibilité offre certains avantages si l'étude ne vise qu'à formuler une prévision optimale. Il est évident qu'une formule de régression qui couvre une période relativement plus longue, permet d'avoir plus de confiance dans l'évaluation des facteurs constants, et, partant, dans la prévision basée sur les calculs.

Cependant, la méthode qui consiste à extrapoler le modèle préexistant a, elle aussi, ses avantages :

1. d'abord, elle permet d'analyser les écarts entre les valeurs calculées et les valeurs réelles pour les années 1961 à 1967, ce qui permet de mieux connaître ce qui se passe;
2. elle permet de faire entrer en ligne de compte dans l'analyse des facteurs qui ne peuvent pas être intégrés dans les modèles, soit parce qu'ils ne peuvent pas être extrapolés, soit parce qu'ils ne sont pas quantifiables.

.../...

L'analyse donne l'impression que ces facteurs sont importants, et qu'une extrapolation entre 1970 et 1975, basée sur le modèle de 1961, corrigée ensuite pour tenir compte de l'influence de ces facteurs, fournira davantage d'informations.

Toutefois, nous avons également effectué des calculs de corrélation pour la période de 1950 à 1967, calculs dont les résultats sont repris dans les graphiques des pages 110 et 111.

Pour les formules et la liste des tableaux, il y a lieu de consulter les pages 110 et 111.

8.2. Les variables utilisées

8.2.1. Prix de détail des bananes

On a utilisé les séries, dans la mesure où l'on pouvait s'y fier. Il ne faut pas perdre de vue que les prix de détail ne sont relevés exactement dans aucun pays, parce qu'il y a toujours des liquidations et des soldes, dont on ne connaît ni les prix, ni le volume. D'autre part, il n'y a, en général, aucune raison de croire que les écarts qui découlent de cette situation varient beaucoup d'une année à l'autre.

8.2.2. Quantités consommées

Pour la consommation, on a utilisé les statistiques relatives aux importations et aux exportations. Les formules étant calculées sur la base du poids d'importation des bananes avec la hampe, on a corrigé les chiffres relatifs aux importations des dernières années en tenant compte de ce facteur.

.../...

Bien qu'il soit certain que les variations des stocks de bananes en fin d'année sont négligeables, il est possible que des retards dans les services administratifs de la douane aient pour effet de faire figurer des importations dans un exercice qui n'est pas exactement le même que pour la consommation.

Pour cette raison, il est vraisemblable que la consommation de bananes en Italie a été sous-estimée en 1964 et surestimée en 1965. Au demeurant, les importations de bananes en provenance de la Côte-d'Ivoire ont cessé en Italie en 1964, parce que ces bananes ont été vendues en France, à la suite du cyclone qui a ravagé la Guadeloupe.

8.2.3. Population

On a utilisé les statistiques et les prévisions officielles relatives à la population.

8.2.4. Revenu national

Il a paru plus pratique de substituer la consommation nationale au revenu national. En 1961 on a envisagé les deux possibilités et opté pour le revenu national parce qu'à cette époque la consommation nationale n'était pas encore connue pour tous les pays. L'écart entre revenu national et consommation nationale représente essentiellement la part consacrée à l'épargne.

Pour la prévision 1970 on a utilisé les chiffres publiés par le Centraal Plan Bureau néerlandais; pour 1975 on a utilisé les indices de croissance, qui semblent normaux.

8.2.5. Déflation

Pour déterminer la déflation, on a eu recours aux indices du prix du coût de la vie des années prises en considération. Pour les diverses prévisions, on a supposé que les prix restent constants. Cette méthode, à défaut d'autre, meilleure, est normalement appliquée dans le calcul prévisionnel.

8.3. Résultats par pays

8.3.1. Belgique/Luxembourg

De prime abord, on constate la même stagnation qu'en Allemagne et aux Pays-Bas. Les choses ont changé à partir de 1965, mais on a enregistré une nouvelle stagnation en 1967.

On peut supposer qu'ici aussi, le développement des points de vente modernes qui, en fait, accuse un certain retard sur l'Allemagne, a pour effet de freiner l'accroissement des ventes, tandis qu'en 1966, l'avènement de la publicité vient lui donner une nouvelle impulsion.

La formule de régression calculée pour la période 1950-1967 répond mieux que l'ancienne formule aux chiffres relevés; elle permet de prévoir une consommation voisine de 10 kg par tête pour 1970 et de 11 kg par tête pour 1975.

Ce pronostic est plus faible, d'une part, à cause de la structure de la formule et, d'autre part, à cause de l'inclusion dans le calcul de la période postérieure à 1962. Par rapport à la tendance générale de l'évolution de la période précédente, cette période accuse un ralentissement.

.../...

Lequel de ces deux pronostics faut-il considérer comme le plus probable ? Cela dépend surtout du rythme de la modernisation de l'appareil de distribution sur lequel la vente des bananes en Belgique peut s'appuyer. On peut admettre que l'on atteindra 11 kg par tête en 1975, ce qui correspond au pronostic le plus faible.

8.3.2. République fédérale d'Allemagne

La consommation a été inférieure aux calculs prévisionnels en 1963 et en 1964, d'après l'ancienne formule de régression, et au cours de la période 1961/1964, d'après la nouvelle formule. Les écarts enregistrés pour les années suivantes sont moins importants.

Il semble que la consommation de bananes évolue par étapes dans la république fédérale d'Allemagne; depuis 1950, l'accroissement de la consommation est énorme et ce phénomène a persisté après 1956, lorsque la croissance du revenu national est entrée dans une période plus stable. C'est au cours de ces années que le commerce des bananes se réorganise.

Les importateurs organisent le commerce à travers un réseau de grossistes et ceux-ci, à leur tour, organisent le commerce de détail. Cette évolution arrive à son terme vers 1959, et la consommation par tête reste manifestement au même niveau jusqu'en 1964. Pendant ce temps, il se produit un changement radical dans le secteur de la distribution des denrées alimentaires en Allemagne. De 1963 à 1967, le nombre de magasins à libre-service a doublé; en 1967, ces établissements représentent la moitié du nombre de points de vente et ils assument les trois quarts du volume des ventes de denrées alimentaires. Le nombre de super-marchés a triplé au cours de la même période, qui est caractérisée par l'apparition de méthodes de vente agressives dans la distribution des produits d'alimentation, méthodes dont le libre-service ne représente qu'un des aspects.

.../...

L'évolution vers le libre-service a débuté avant 1964, mais il s'agit d'un phénomène autonome, en marge de la vente des bananes. Le libre-service a débuté avec des produits emballés, poussés par la publicité de marque des producteurs.

Il était nécessaire d'emballer les bananes dans des cartons afin d'adapter la vente au libre-service. Il est évident que la fin de cette évolution est en vue. On ne peut plus espérer un stimulant important de ce côté.

Pour 1967, on constate un écart positif entre la consommation réelle et les prévisions; toutefois, cet écart n'est pas très significatif.

Il est malaisé de prévoir quelle sera, sur la consommation, l'influence du nouveau statut de la banane, dérivant de méthodes de vente modernes, ainsi que le délai nécessaire pour que cette influence se fasse sentir.

Il y a tout lieu d'être optimiste. Le calcul prévisionnel pour 1970 peut très bien être dépassé de 0,5 kg environ par tête; il est probable que le chiffre prévu pour 1975 ne pourra être atteint, à moins d'une relance du commerce.

8.3.3. France

Depuis 1960, la consommation reste inférieure aux estimations. Il semble qu'il faille en rechercher la cause, non pas du côté de la demande, mais du côté de l'offre. Les pays d'où la France importe exclusivement ses bananes n'ont qu'une production restreinte; on retrouvera notamment dans les statistiques d'importation une diminution de la production des Antilles françaises.

.../...

En ce qui concerne la commercialisation, on décèle également certains facteurs défavorables en France. Le contrôle systématique des prix et des marges bénéficiaires n'incite guère le détaillant à vendre un produit. Le parallélisme entre la courbe de la consommation réelle et la courbe prévisionnelle après la mauvaise récolte de 1963 à la Guadeloupe, laisse à penser que ce dernier facteur est à l'origine du fait que le niveau de la consommation est resté constamment en dessous des prévisions.

L'interprétation des résultats des deux formules de régression laisse à penser que la nouvelle formule est trop sensible aux facteurs en rapport avec l'offre. Comme il y a tout lieu de croire que l'offre se rétablira à un niveau plus élevé, le pronostic basé sur la nouvelle formule est trop faible. On peut admettre que la consommation par tête pourrait atteindre quelque 11,5 kg en 1970 et 13 kg en 1975.

D'autres circonstances peuvent entrer en jeu.

a) Développement des libres-services et des super-marchés

Dès lors que les mûrisseurs y trouvent leur intérêt, et qu'ils y voient un débouché important, la vente de bananes par les magasins à libre-service sera stimulée.

Il semble qu'en Allemagne cette influence peut - encore que temporairement - avoir pour effet d'accroître la consommation de bananes de près de 1 kg par tête et par an. Si l'offre le permet, la consommation pourrait atteindre le niveau prévu.

.../...

b) Influence de la publicité

La relance peut venir d'une politique de marque pour les bananes. Cette politique, qui présente pour les producteurs l'attrait de pouvoir majorer le prix des bananes, peut également influencer sur le volume des ventes. Elle peut notamment accroître l'intérêt du magasin moderne à vendre cet article. L'intérêt de cette politique peut se traduire par un accroissement de la consommation de l'ordre de 0,5 kg par tête.

De ce qui précède, on peut conclure que les prévisions peuvent être atteintes, à la condition que le niveau antérieur des importations de bananes puisse être rejoint et que la commercialisation des bananes revête le même caractère que celle des produits industriels.

8.3.4. Italie

La solution de continuité de la courbe calculée pour 1964 et 1965 est imputable à une majoration considérable des prix, facteur dont l'influence ne peut pas être déterminée, parce que la consommation de 1965 est probablement surestimée.

D'autre part, il est évident qu'en Italie, le seul pays où un nombre important d'habitants ne connaissent pas effectivement la banane, le calcul revêt toujours un aspect spéculatif.

En tout état de cause, on peut constater une variation du niveau de la consommation, ce qui nous permet d'envisager que la prévision pour 1970 peut être atteinte.

Il est probable qu'à la longue, une distribution plus équitable du revenu, découlant du développement des régions pauvres, avec

.../...

l'organisation moderne de la distribution que cela implique, sera plus importante que l'accroissement du revenu national. Pour ce pays, la substitution de la consommation au revenu national est de la plus grande importance pour l'analyse. Toutefois il faut se faire à l'idée que dans un pays où de vastes régions sont en plein développement, toute prévision, qu'il s'agisse des bananes ou de la consommation nationale, est affectée de facteurs d'incertitude plus forts que dans les autres pays.

Jusqu'à présent le contingent de bananes a été suffisant pour satisfaire la demande.

La prévision a été calculée au moyen d'une formule qui ne tient pas compte d'une saturation possible. Cette méthode de calcul est indispensable parce que la consommation est encore loin d'atteindre le point de saturation et que les prévisions à long terme sont encore hasardeuses.

En conclusion, on peut poser en principe que la prévision pour 1970 est raisonnable et que la prévision pour 1975, quoique possible, est trop optimiste. Le niveau de 10 à 11 kg par tête pourra être atteint.

8.3.5. Pays-Bas

Les courbes montrent une stagnation de 1961 à 1964, phénomène également constaté en Allemagne et en Belgique.

La reprise qui se dessine après 1964 peut en premier lieu être attribuée à l'adoption de la banane par le libre-service. Il est probable qu'en 1966 la publicité a exercé une certaine influence mais il n'est pas possible d'isoler ce facteur.

La prévision pour 1970 sera dépassée et il est probable qu'il en sera de même pour celle de 1975.

Le niveau de la consommation est beaucoup plus bas que dans les pays limitrophes. Cela peut s'expliquer par une publicité continue et intensive en faveur des fruits et légumes indigènes. Cette publicité qui a, entre autres, pour objet de stimuler l'écoulement des récoltes abondantes et d'informer les ménagères, chaque jour par la radio et chaque mois par une brochure, des possibilités d'achats, ne peut aboutir qu'à une réduction relative de la consommation de fruits importés, sauf des oranges très populaires en raison de leur richesse en vitamines.

On peut donc s'attendre à ce que le niveau de la consommation de bananes soit constamment plus bas aux Pays-Bas que dans les autres pays de la CEE. Pour arriver à 10 kg en 1970 et à 11,5 kg en 1975, les importateurs et les revendeurs de bananes devront déployer une activité intense.

8.4. Potentiel d'importation de la CEE

Compte tenu des conditions énoncées ci-dessus, les importations globales de la CEE peuvent atteindre en 1970 2 millions de tonnes de bananes, avec les hampes, ce qui correspond à 1,7 million de tonnes de bananes sans les hampes.

Pour 1975, les importations globales de la CEE pourront atteindre 2,6 millions de tonnes de bananes avec les hampes, ce qui correspond à 2,2 millions de tonnes de bananes sans les hampes.

.../...

Les principales conditions à remplir sont :

- a) les prévisions relatives à l'évolution de la consommation nationale doivent être sûres;
- b) confirmation de l'hypothèse que le prix réel restera au même niveau qu'en 1967;
- c) possibilité de satisfaire la demande en autorisant des importations en quantités suffisantes;
- d) continuation du développement des méthodes modernes de distribution et de la vente par des magasins à libre-service et des super-marchés, un réseau de mûrisseries modernes et actives, une publicité de grande envergure qui, d'une part, peut convaincre le consommateur de la qualité du fruit, et qui, d'autre part, facilite les ventes par le détaillant. La structure des importations devra s'adapter progressivement aux exigences de la commercialisation ainsi conçue.

8.5. Formules

Pour l'analyse plus poussée et la prévision de la consommation de bananes dans les pays de la CEE, on a eu recours aux modèles suivants (1) :

Belgique	: $Q = -0,144 P + 0,215 I - 0,285$
République fédérale d'Allemagne	: $\log Q = -0,935 \log P - (1600) \frac{1}{I} + 1,424$
France	: $\log Q = -0,433 \log P - (150,8) \frac{1}{I} + 2,276$
Italie	: $\log Q = -2,065 P + 2,181 \log I + 0,032$
Pays-Bas	: $Q = -1,872 P + 0,00287 I - 0,077$

.../...

(1) Q = consommation par tête, en kilos (poids des hampes inclus)

P = prix réel au kilo, en monnaie nationale, sur la base des prix 1953

I = revenu national réel par tête en monnaie nationale sur la base de 1953

Pour assurer la continuité, on a utilisé les mêmes modèles que dans le rapport "Série développement des pays d'outre-mer, n° 1, 1963", dont les séries ne vont pas au-delà de 1961. Pour calculer les prix et les revenus réels, on a utilisé les indices du coût de la vie (cf. tableau 29).

Dans le souci d'être complet on a également développé des modèles sur la base des données des années 1950 à 1967. La formule utilisée pour l'Allemagne et pour la France a été adaptée à la structure existant en Belgique et aux Pays-Bas.

Ces modèles sont les suivants :

Belgique	: $\log Q = - 0,819 \log P - (18318) \frac{1}{I} + 2,271$
République fédérale d'Allemagne	: $\log Q = - 1,320 \log P - (1454) \frac{1}{I} + 1,417$
France	: $\log Q = - 0,578 \log P - (1102) \frac{1}{I} + 2,447$
Italie	: $\log Q = - 0,1996 \log P + (2,363) \log I - 5,068$
Pays-Bas	: $\log Q = - 0,898 \log P - (1170) \frac{1}{I} + 1,173$

8.6. Tableaux et graphiques

Le tableau 22 donne les prix de détail réels des bananes dans les pays de la CEE pendant les années 1962-1967.

Le tableau 23 donne les mêmes prix en prix 1953.

Le tableau 24 donne les revenus nationaux globaux et par tête, en prix réels 1953.

.../...

Le tableau 25 donne les soldes des importations de 1962 à 1967.

Le tableau 26 donne, en kg, la consommation moyenne par tête, de bananes importées avec la hampe.

Le tableau 27 donne les prévisions du revenu national par tête en 1970 et en 1975.

Le tableau 28 donne les indices du coût de la vie dans les divers pays, sur la base de l'année 1953.

Enfin, le tableau 29 donne les prévisions relatives à la consommation de bananes, en kg, par tête, pour 1970 et 1975, calculées à l'aide des formules.

Graphiques 5-9 : Consommation de bananes en kg par tête

- graphique 5 : Belgique/Luxembourg
- graphique 6 : République fédérale d'Allemagne
- graphique 7 : France
- graphique 8 : Italie
- graphique 9 : Pays-Bas

Tableau 22 - Prix de détail des bananes au kg, 1962-1967
Prix réels

		1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique	FB	23	23	25,09	24,76	22,66	21,83
RF d'Alle- magne	DM	1,48	1,51	1,51	1,49	1,34	1,38
France	F	1,93	2,09	1,98	1,98	1,97	1,97
Italie	Lit.	381	347	330	409	384	366
Pays-Bas	Fl	1,23	1,27	1,25	1,24	1,05	1,13
<p>Source : Statistiques officielles des Pays-Bas Produktschap voor groenten en fruit, La Haye</p>							

Tableau 23 - Prix de détail des bananes au kg, 1962-1967
Prix 1953

		1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique	FB	20,8	20,0	21,8	20,0	17,5	16,1
RF d'Alle- magne	DM	1,23	1,23	1,20	1,14	0,99	1,02
France	F	1,31	1,31	1,25	1,21	1,18	1,12
Italie	Lit.	352	302	272	322	291	267
Pays-Bas	Fl	0,98	0,98	0,91	0,87	0,70	0,73
<p>Source : Comptes nationaux CEE</p>							

.../...

Tableau 24 - Revenu national, 1962-1967

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique mrd. FB	535	573	644	701	744	
RF d'Alle- magne mrd. DM	272	289	317	342	362	362
France mrd. F	272	300	327	350	376	402
Italie mrd. Lit.	20.994	24.161	26.503	28.485	30.666	33.365
Pays-Bas mrd. Fl	40	43	51	57	61	67
Revenu national par tête						
Belgique FB	56.311	59.641	66.406	71.575	75.000	75.000
RF d'Alle- magne DM	4.778	5.018	5.429	5.807	6.064	6.047
France F	5.796	6.265	6.765	7.151	7.611	8.054
Italie 1000 Lit.	418	477	519	552	590	639
Pays-Bas Fl	3.355	3.594	4.221	4.607	4.912	5.239
Revenu national par tête Prix 1953						
Belgique FB	50.700	52.000	55.700	57.500	58.000	58.200 (1)
RF d'Alle- magne DM	4.000	4.100	4.300	4.500	4.500	4.500
France F	3.940	4.050	4.300	4.300	4.550	4.600
Italie 1000 Lit.	386	420	430	435	450	465
Pays-Bas Fl	2.680	2.780	3.080	3.300	3.260	3.360

(1) Estimation

Source : Comptes nationaux CEE

.../...

Tableau 25 - Solde des importations de bananes à l'intérieur de la CEE,
en 1.000 tonnes, 1962-1967

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique	66	64	67	69	77	74
en boîtes	-	-	-	50 %	100 %	100 %
+ 15 % de bananes en boîtes pour le poids des hampes	-	-	-	5	11	14
	66	64	67	74	88	88
RF d'Allemagne	463	472	484	583	602	626
en boîtes	-	-	40 %	40 %	80 %	100 %
+ 15 % de bananes en boîtes pour le poids des hampes	-	-	15	35	72	94
	463	472	499	618	674	720
France	396	361	365	399	460	462
en boîtes	8 %	18 %	33 %	64 %	80 %	92 %
+ 15 % de bananes en boîtes pour le poids des hampes	5	10	18	38	55	66
	401	371	383	437	515	528
Italie	135	161	98	318	322	319
en boîtes	-	-	5 %	20 %	80 %	100 %
+ 15 % de bananes en boîtes pour le poids des hampes	-	-	1	10	39	48
	135	161	99	328	361	367
Pays-Bas	70	71	68	81	100	100
en boîtes	-	-	25 %	50 %	100 %	100 %
+ 15 % de bananes en boîtes pour le poids des hampes	-	-	3	6	15	15
	70	71	71	87	115	115

Source : Statistiques des importations

Tableau 26 - Consommation moyenne annuelle de bananes par tête, en kg,
y compris le poids des hampes

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique	6,9	6,7	6,9	7,6	8,9	8,9
RF d'Allemagne	8,1	8,2	8,6	10,4	11,4	12,0
France	8,6	7,8	7,9	9,0	10,4	10,6
Italie	2,7	3,2	1,9	6,4	6,9	7,0
Pays-Bas	5,9	5,9	5,9	7,1	9,2	9,1

.../...

Tableau 27 - Prévisions relatives au revenu national par tête, 1970, 1975

		1970	Taux annuel de crois- sance	1975
Belgique	FB	86.000	3,4 %	98.000
RF d'Allemagne	DM	6.700	3,4 %	7.902
France	F	9.020	3,9 %	10.928
Italie	1.000 Lit.	728	4,3 %	891
Pays-Bas	F1	5.800	3,3 %	6.994
Revenu national par tête, 1970, 1975 en prix 1953				
Belgique	FB	64.000	3,4 %	72.500
RF d'Allemagne	DM	4.960	3,4 %	5.853
France	F	5.150	3,9 %	6.244
Italie	1.000 Lit.	530	4,3 %	650
Pays-Bas	F1	3.720	3,3 %	4.355

Source : Centraal Planbureau, La Haye

Tableau 28 - Indice des prix du coût de la vie, 1953 = 100

	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Belgique	111	115	119	124	128	135
RF d'Allemagne	120	123	126	130	135	135
France	147	154	158	163	167	175
Italie	108	114	121	127	131	137
Pays-Bas	125	129	137	142	151	156

Source : Comptes nationaux CEE

Tableau 29 - Prévisions relatives à la consommation de bananes, y compris le poids des hampes, en kg par tête, en 1975 (1)

	1975	
	ancienne formule	nouvelle formule
Belgique	13,0	10,6
RF d'Allemagne	13,9	14,3
France	14,0	12,2
Italie	13,8	13,2
Pays-Bas	11,1	11,8

(1) Sur la base des formules

BELGIQUE - LUXEMBOURG CONSOMMATION DE BANANES EN KG PAR TETE *

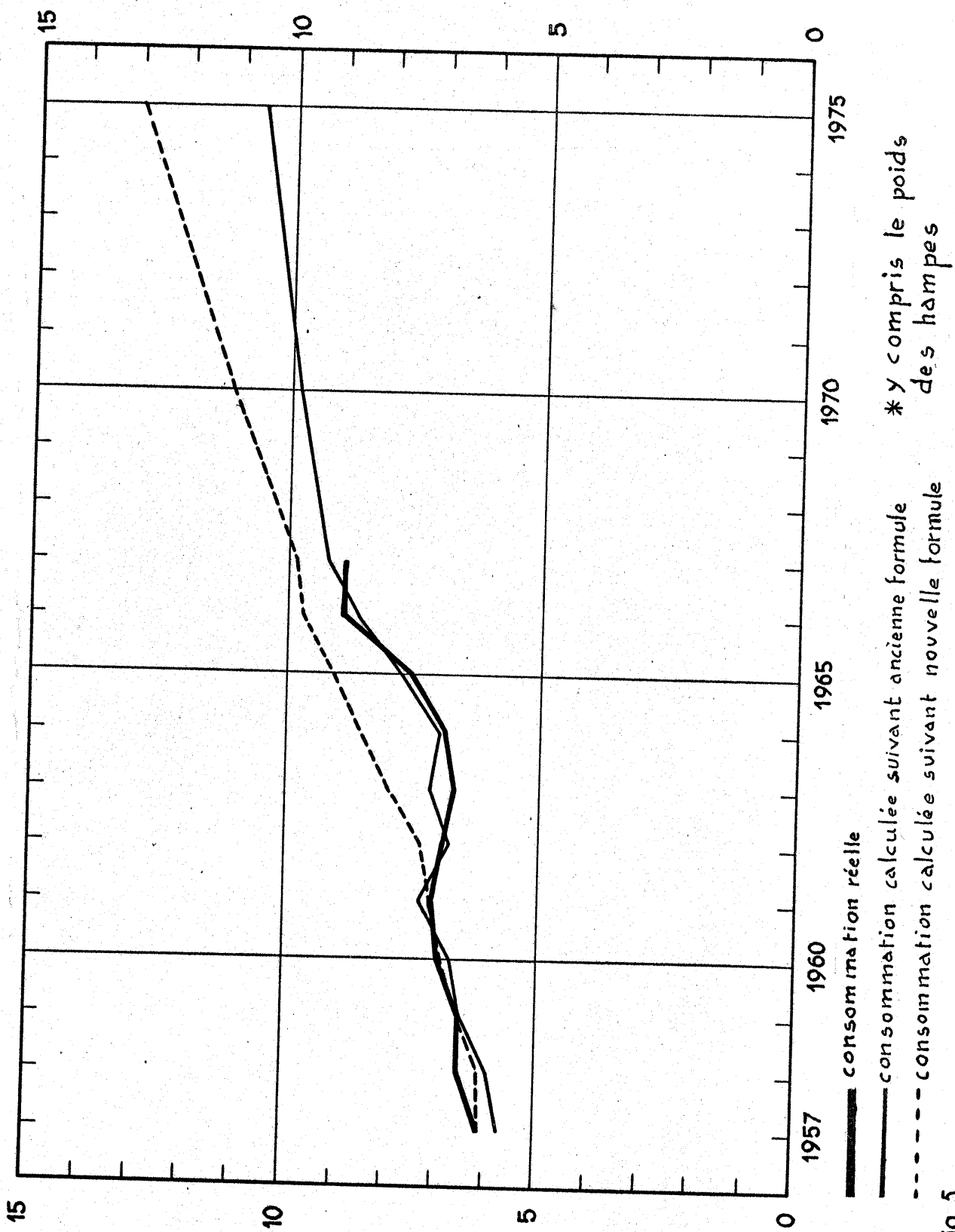


fig.5

R.F. d'ALLEMAGNE CONSOMMATION DE BANANES EN KG PAR TÊTE *

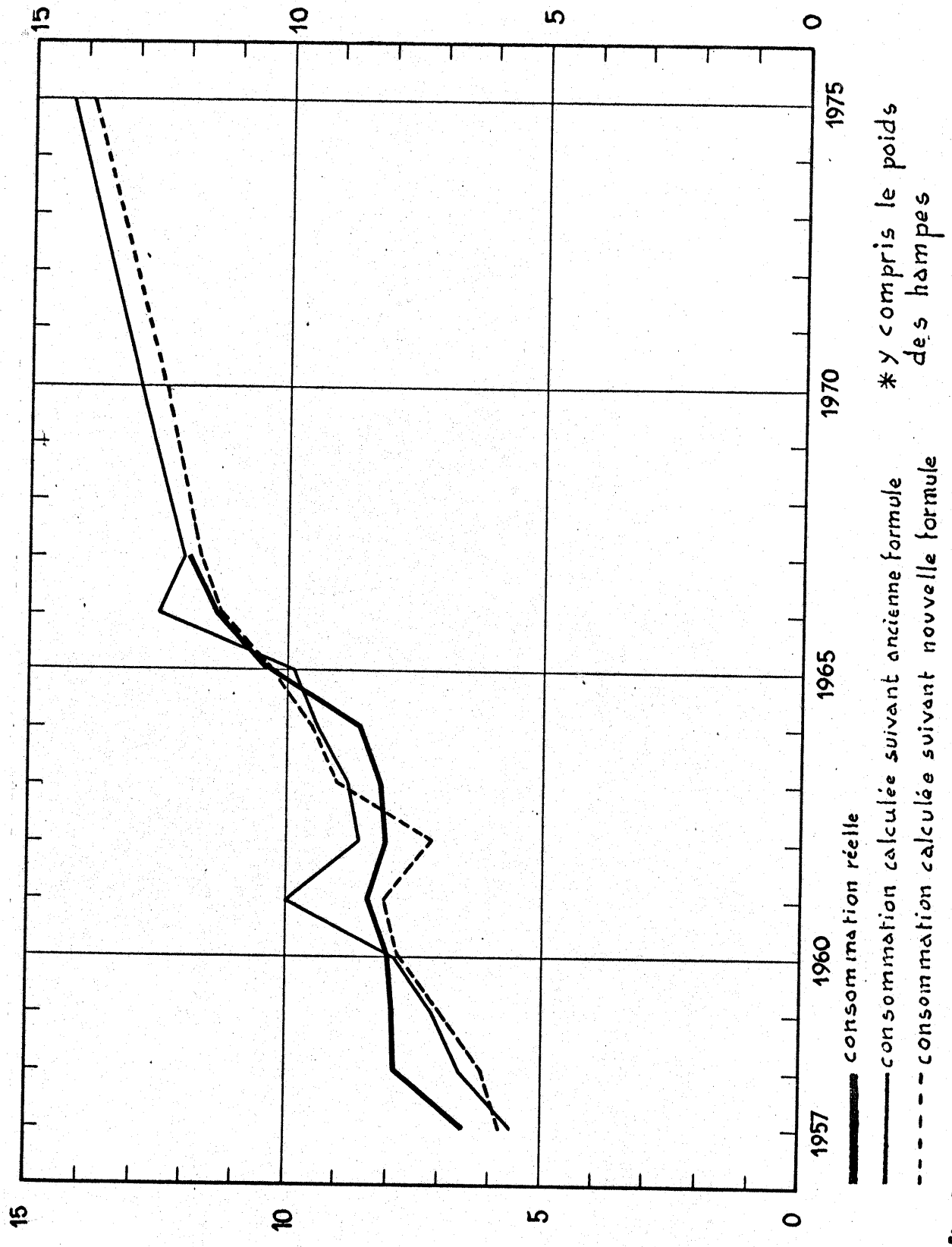


fig.6

FRANCE
CONSOMMATION DE BANANES EN KG PAR TETE*

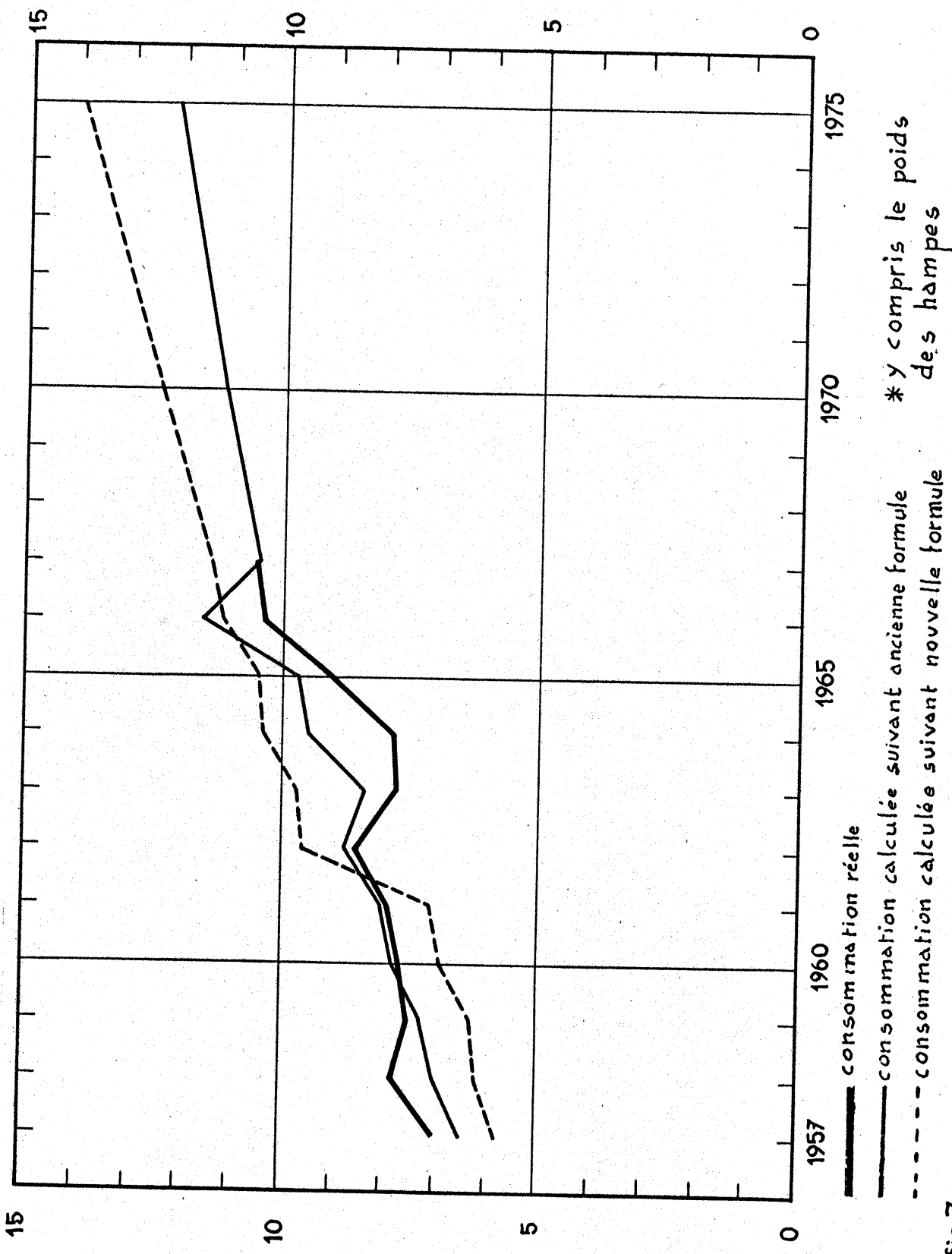


fig.7

ITALIE

CONSOMMATION DE BANANES EN KG PAR TETE*

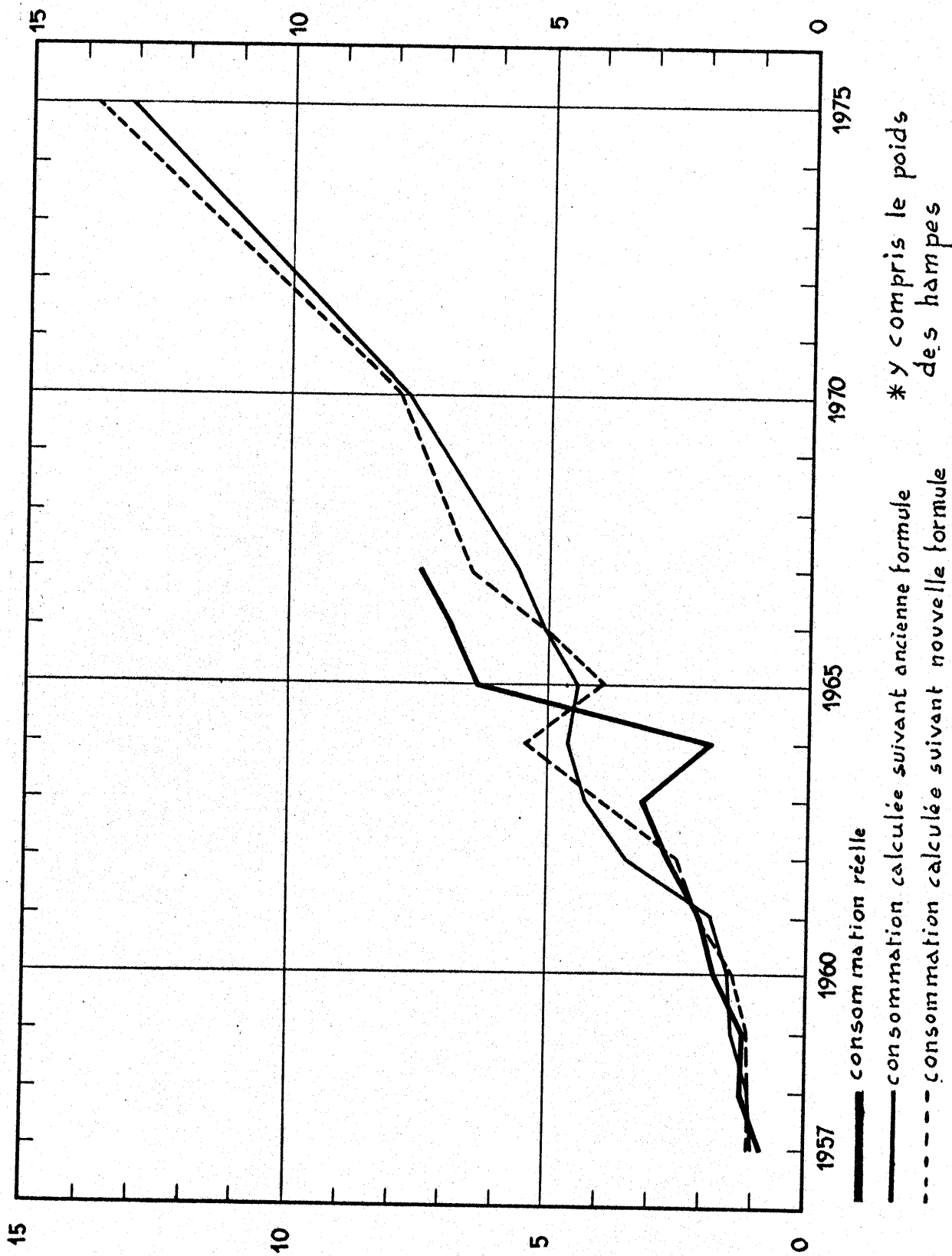
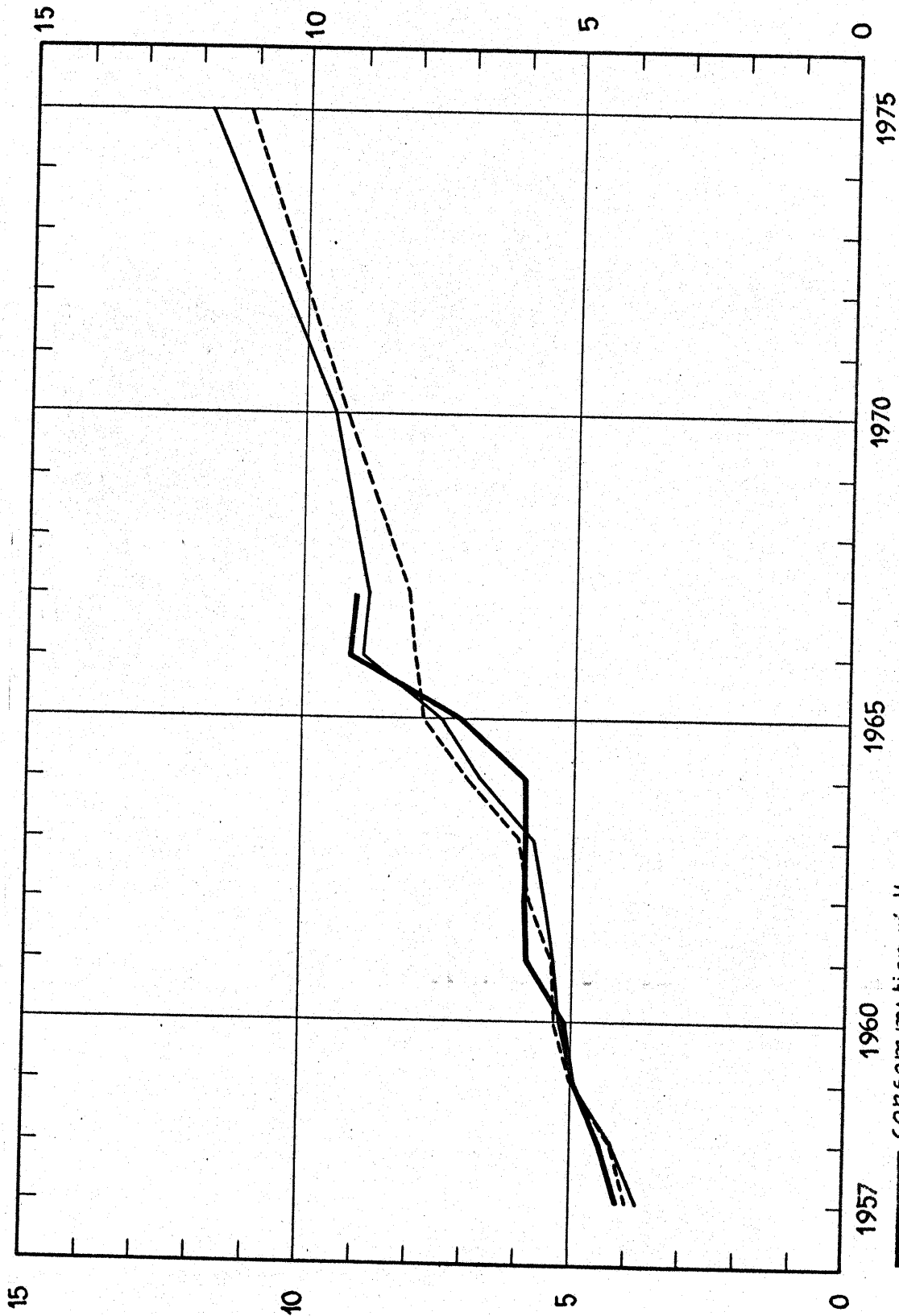


fig.8

PAYS BAS

CONSOMMATION DE BANANES EN KG PAR TETE*



— consommation réelle

- - - consommation calculée suivant ancienne formule

- - - consommation calculée suivant nouvelle formule

* y compris le poids des hampes

fig.9

8.7. Elasticité statique et dynamique des revenus

L'office statistique des Communautés a calculé l'élasticité de la consommation de bananes en fonction des revenus, à partir de l'étude des budgets familiaux de 1963/1964, qui a été effectuée dans tous les pays de la CEE. Il s'agit d'une élasticité statique, qui indique la relation entre la consommation de bananes et le niveau des revenus individuels; au contraire, l'élasticité dynamique, calculée à partir de séries temporelles, indique de quelle manière la consommation de bananes réagit aux variations du revenu moyen. L'élasticité statique est donc moins appropriée pour l'élaboration de prévisions; elle exprime cependant en une seule donnée l'accroissement de la consommation dans les diverses catégories de revenus.

On a distingué les relations ~~revenu-quantité consommée~~ (E_q) et ~~revenu-montant dépensé~~ (E_d) .

Les valeurs trouvées sont :

	E_d	E_q
Belgique : ouvriers	0,3	0,3
employés et fonctionnaires	0,2	0,2
République fédérale d'Allemagne	0,3	0,4
France	0,4	0,4
Italie	1,3	1,3
Pays-Bas : ouvriers	0,3	0,4
employés et fonctionnaires	0,0	0,1

Ce tableau permet de tirer les conclusions suivantes :

.../...

1. l'Italie est le seul pays où les ménages à revenu élevé consomment relativement beaucoup plus de bananes; dans les autres pays, la consommation de bananes est, certes, plus forte dans les ménages à revenu élevé que dans les autres, mais l'écart est proportionnellement beaucoup moins grand que l'écart entre les revenus;
2. en Belgique et aux Pays-Bas, on dispose de chiffres distincts pour les fonctionnaires et les employés; pour cette catégorie, l'élasticité statique est encore plus faible que pour l'ensemble de la population; cela signifie qu'au-delà d'un certain niveau de revenu, il ne faut plus s'attendre à un accroissement de la consommation;
3. les valeurs de E_d et de E_q étant pratiquement identiques, il faut en conclure qu'en 1963/1964, il n'y avait pas d'écart entre le prix des bananes achetées par les classes aisées et le prix de celles achetées par les ménages à revenu plus modeste.

Elasticité dynamique des revenus découlant de l'analyse économétrique :

	Nouvelle formule	
	<u>1970</u>	<u>1975</u>
Belgique	0,98	0,85
République fédérale d'Allemagne	0,91	0,68
France	0,70	0,53
Italie	2,2	2,2 (1)
Pays-Bas	0,81	0,70

.../...

(1) Cette estimation est trop forte; les données disponibles ne permettent pas une correction.

On voit que tous ces chiffres sont plus forts que ceux de l'élasticité statique. Cela signifie que l'augmentation du bien-être général se traduit par une consommation de bananes plus élevée que si l'augmentation du niveau des revenus était seule en jeu. Une explication est possible si l'on admet que l'accroissement du bien-être général va de pair avec l'égalisation des revenus et que les ménages à revenus modestes en sont, toutes proportions gardées, les plus grands bénéficiaires.

8.8. Consommation maximale

On peut essayer de déduire la consommation maximale sur laquelle on peut raisonnablement tabler en comparant la consommation dans les diverses couches de la population. Cela est surtout significatif lorsqu'on compare entre eux les maxima connus pour les divers pays. Cette comparaison s'impose certainement lorsqu'il apparaît que dans les ménages à revenu modeste, la consommation d'un produit - comme c'est le cas pour la banane - dépend beaucoup plus du niveau du revenu que dans les ménages disposant d'un revenu plus élevé. Ce phénomène est représenté graphiquement dans le graphique 10 (page 126), où la consommation de bananes par unité de consommation est exprimée en fonction de la consommation globale par unité de consommation.

On est surtout frappé par la dispersion des consommations maximales par pays. En ce qui concerne le niveau de la consommation, il faut tenir compte que, dans un certain nombre de pays, les ménages à revenu modeste et les familles nombreuses résident surtout dans des régions bien déterminées et que la consommation recensée peut également dépendre de la densité du réseau de distribution de bananes. La divergence entre les consommations maximales par pays souligne certaines différences structurelles entre les schémas de consommation, lesquels sont naturellement

.../...

tributaires aussi des écarts de prix. Il est indubitable que le Marché commun contribuera à réduire ces écarts et c'est l'activité des négociants en bananes qui déterminera dans quelle mesure et à quel rythme cela se réalisera.

.../...

CONSOMMATION DE BANANES EN FONCTION DE LA CONSOMMATION GLOBALE

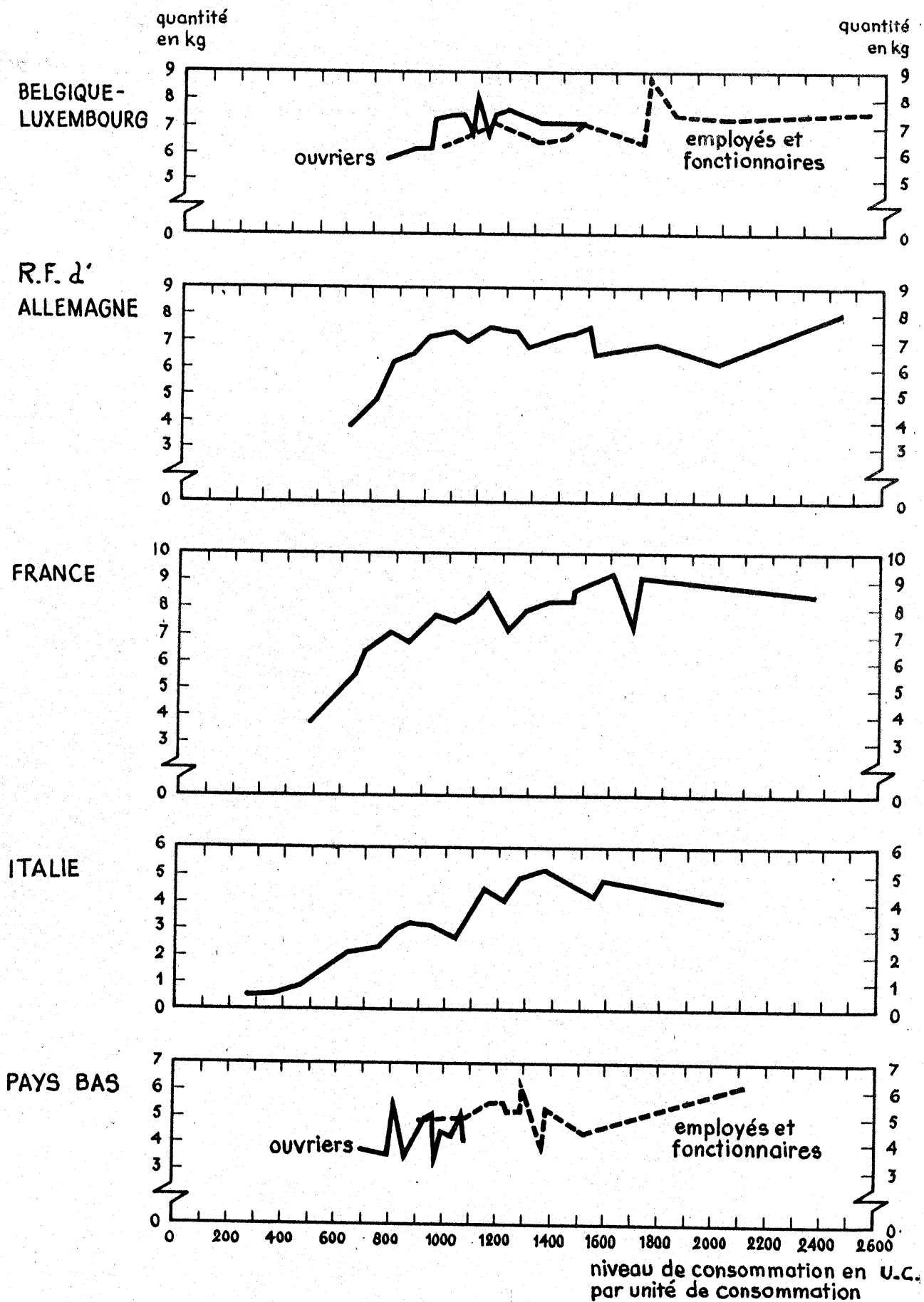


fig.10

APPENDICE

9.1. Sources consultées

9.1.1. Bibliographie

- Statistiques des importations et des exportations des divers pays.
- Commonwealth Secretariat, Economic Committee, A review of production and trade relating to fresh, canned, frozen and dried fruit, fruit juices and wine. Londres 1967.
- K. Rump, Bedeutsame Strukturwandlungen auf dem Weltbananenmarkt (Uebersee Rundschau, Hambourg, Avril 1967, n° 4).
- Monthly Bulletin of Agricultural Economics and Statistics, vol. 13, n° 12, vol. 15 n° 5 and vol. 16 n° 2 and 6.
- Verslag over de tweede FAO-bananenconferentie, Ministerie van Landbouw en Visserij, La Haye, 1967.
- Statistique interne Pomona, Paris.
- Revue de l'IFAC, n° 10, novembre 1967.
- Statistiques diverses de l'IFAC.
- Revue Pomona, édition bananes, plusieurs années.

- R. Naville. La place prise par les mains déoccupées dans le commerce bananier. Fruits, vol. 22 n° 10, 1967.
- Bulletin officiel des services des prix, Paris, 26 novembre 1967.
- Fruchthandel, Düsseldorf, diverses années.
- Bulletin statistique de la CEE, 1967, n° 9.
- Monthly bulletin of Statistics of the United Nations, August 1967.
- Trade in tropical products, GATT, Genève 1963.
- Fruit Intelligence, monthly publication of the Commonwealth Secretariat, Londres.
- The Fruit Annual, Yearbook and Directory of the World fruit trade. British Continental Press, Londres.
- Production of fruit and vegetables in OECD member countries : present situation and 1970 prospects.
- International Fruit World, review of the international fruit and vegetables wholesale trade, 1966, n° 2 et 1967, n°s 1 et 2.
- "Weltbananenhandel auf 5,4 Millionen Ton gestiegen", in "Aussenhandelsdienst der Industrie und Handelskammern und Wirtschaftsverbände", 21ème année, page 701.

- "Agricultural Exports from Temperate and Tropical Zones", Foreign Agricultural Report n° 29, US Dept. of Agriculture, Washington 1966.
- Foreign Agriculture Circular, October 1967, US Department of Agriculture : article on World Trade in Bananas, 1966.

9.1.2. Information orale

Dans tous les pays de la CEE, sauf au Luxembourg, on a procédé à des échanges de vues avec des spécialistes, exerçant diverses fonctions, à savoir :

- importateurs;
- mûrisseurs;
- grossistes;
- détaillants, dont grands magasins et chaînes volontaires;
- organisations professionnelles du commerce des fruits;
- ministères de l'agriculture et des finances;
- douane;
- représentations commerciales de divers pays;
- instituts agronomiques.

9.2. Consommation et dépenses par ménages pour quelques espèces de fruits

Commentaire

Le tableau 30 (avec sept suites) donne pour 1963/1964 la consommation en kg par ménage et par an, ainsi que le montant des dépenses et le prix moyen.

.../...

La consommation d'un article indique la quantité, obtenue par des achats, la production propre, les prestations en nature, etc.

Les dépenses pour un article se réfèrent aux montants effectivement déboursés. La production propre et les prestations en nature n'entrent donc pas en ligne de compte dans ce poste.

Si la consommation ne comprend que des produits achetés, le prix moyen a été calculé en divisant les dépenses par la quantité consommée.

Si la consommation comprend également des quantités n'ayant pas fait l'objet d'un achat, le prix n'a pas été calculé, sauf pour la Belgique, où le prix mentionné pour les pommes et les poires se réfère uniquement aux quantités achetées, et non à la consommation.

La consommation et les dépenses se réfèrent toujours à des moyennes annuelles par ménage.

.../...

Source : Budgets familiaux 1963/1964, Office statistique des Communautés européennes.

Tableau 30 - Belgique 1963/1964

	Bananes			Pommes			Poires			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
1. Ouvriers, ensemble des ménages	19,7	8,2	0,42	50,8	11,2	0,22	13,9	3,5	0,26	41,1	16,0	0,39
2. Employés et fonctionnaires, ensemble des ménages	20,0	8,1	0,41	62,5	13,1	0,24	13,0	3,4	0,28	44,8	16,9	0,38
3. Agriculteurs, ensemble des ménages	14,5	6,0	0,42	83,2	7,0	0,18	17,3	1,4	0,21	28,6	11,6	0,40
4. Ouvriers :												
ménages sans enfants	9,8	4,1	0,42	42,2	9,9	0,25	12,5	3,4	0,28	31,9	12,5	0,39
ménages avec 1 enfant	18,1	7,6	0,42	40,4	10,1	0,27	11,8	3,4	0,30	39,5	15,8	0,40
ménages avec 2 enfants	23,4	9,9	0,42	42,6	9,5	0,24	10,8	2,4	0,25	37,9	14,9	0,39
ménages avec 3 enfants	27,2	11,2	0,41	63,9	12,6	0,22	14,5	3,2	0,23	27,2	11,2	0,41
ménages avec 4-6 enfants	34,3	13,8	0,40	83,6	15,2	0,19	18,7	3,7	0,20	57,8	22,3	0,39
5. Employés et fonctionnaires :												
ménages sans enfants	8,8	3,7	0,43	42,0	11,6	0,29	10,7	3,3	0,33	32,3	12,2	0,38
ménages avec 1 enfant	19,7	8,3	0,42	49,7	11,3	0,26	10,1	2,9	0,30	44,0	16,6	0,38
ménages avec 2 enfants	25,0	10,3	0,41	48,9	10,7	0,24	11,2	2,9	0,28	41,5	15,8	0,38
ménages avec 3 enfants	27,6	11,2	0,41	69,3	14,1	0,23	13,1	3,4	0,28	53,3	19,7	0,37
6. Ouvriers habitant dans les communes :												
de moins de 2.000 hab.	19,0	8,2	0,43	42,9	7,0	0,19	12,7	2,9	0,26	38,9	16,0	0,41
de 2.000 à 100.000 hab.	20,5	8,4	0,41	52,5	11,8	0,24	14,1	3,5	0,26	41,8	16,2	0,39
de plus de 100.000 hab.	14,9	6,2	0,41	52,2	14,3	0,27	14,4	4,0	0,28	38,8	14,5	0,37
7. Ouvriers habitant dans les communes rurales, dont la consommation annuelle est comprise entre 100.000 et 150.000 FB	22,1	9,6	0,44	42,2	7,0	0,20	9,0	1,4	0,21	39,8	16,6	0,42
8. Ouvriers de la région flamande, total	20,5	8,5	0,41	55,3	11,1	0,22	13,4	2,8	0,23	42,0	16,1	0,38

...
...
...

Tableau 30 (suite 1)

	Bananes			Pommes			Poirés			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
	9. Ouvriers de la région wallonne, total	19,2	8,0	0,42	44,6	10,2	0,25	14,9	4,3	0,29	40,9	16,4
10. Ouvriers de la région flamande, dont la consommation annuelle est comprise entre 100.000 et 150.000 FB	18,8	7,6	0,40	48,1	10,1	0,22	11,3	2,4	0,24	38,7	14,9	0,38
11. Ouvriers de la région wallonne dont la consommation annuelle est comprise entre 100.000 et 150.000 FB	17,3	7,3	0,42	40,0	9,0	0,22	12,5	4,1	0,33	36,4	14,7	0,40

C = Consommation annuelle par ménage en kg, englobant achats, production propre et prestations en nature
D = Montant effectivement dépensé pour l'achat de l'article concerné
P = Prix moyen D/C* (C* = quantités achetées, non reprises dans le tableau) en FB par kg

.../...

Tableau 30 (suite 2) - République fédérale d'Allemagne

	Bananes			Pommes			Poires			Raisins			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
1. Ouvriers, ensemble des ménages	17,8	6,10	0,34	59,4	9,89	0,17	13,6	2,44	0,18	8,0	2,71	0,34	22,3	8,13	0,37
2. Employés et fonctionnaires, ensemble des ménages	21,0	7,08	0,34	62,0	11,65	0,19	18,0	2,78	0,16	10,4	3,56	0,34	30,4	10,95	0,36
3. Agriculteurs, ensemble des ménages	7,3	2,83	0,39	150,4	5,29	*	17,3	0,79	*	4,2	1,28	0,31	10,2	3,90	0,38
4. Ouvriers, dont la consommation annuelle est inférieure à 1.625 UC	8,3	2,93	0,35	25,2	4,95	0,20	5,0	1,06	0,21	4,6	1,55	0,34	11,1	4,20	0,38
Ouvriers, dont la consommation annuelle est supérieure à 4.250 UC	18,3	6,06	0,33	113,3	14,67	0,11	30,1	4,52	0,15	13,4	4,57	0,34	31,8	11,20	0,35
5. Ouvriers habitant dans des communes :															
de moins de 5.000 hab.	14,4	5,18	0,33	27,8	7,96	0,29	17,6	2,37	0,14	8,9	2,91	0,33	15,1	5,65	0,38
de 5.000 à 100.000 hab.	17,8	6,13	0,35	59,2	9,30	0,16	13,9	2,43	0,18	9,5	3,20	0,34	22,6	8,03	0,36
de plus de 100.000 hab.	20,7	6,90	0,33	45,0	12,15	0,27	9,9	2,75	0,26	5,7	2,08	0,37	28,3	10,43	0,37
6. Employés et fonctionnaires :															
de moins de 5.000 hab.	10,5	3,57	0,34	49,8	8,98	0,18	16,3	2,63	0,16	8,8	3,32	0,38	24,0	8,60	0,36
ménages sans enfants	22,6	7,81	0,35	54,0	10,47	0,19	16,7	2,36	0,14	9,4	3,26	0,35	30,0	10,81	0,36
ménages avec 1 enfant	28,9	9,63	0,33	67,2	11,17	0,17	16,8	2,83	0,14	8,9	2,94	0,33	26,1	9,45	0,36
ménages avec 2 enfants	31,1	10,51	0,34	77,8	14,68	0,19	15,3	2,80	0,18	10,1	3,27	0,33	35,3	12,46	0,35
ménages avec 3 enfants															
7. Employés et fonctionnaires :															
de moins de 5.000 hab.	15,8	5,28	0,33	32,0	7,88	0,25	10,3	2,53	0,25	4,4	1,57	0,36	20,1	7,27	0,36
de 5.000 à 100.000 hab.	22,9	7,89	0,35	70,7	16,04	0,23	23,7	4,54	0,19	16,9	6,27	0,37	40,6	15,58	0,38
de plus de 100.000 hab.															
8. Employés et fonctionnaires :															
de moins de 5.000 hab.	17,5	6,17	0,35	88,5	10,73	0,12	26,2	3,14	0,12	13,3	4,42	0,33	21,2	7,72	0,37
de 5.000 à 100.000 hab.	23,8	7,96	0,34	47,5	12,47	0,26	8,9	2,14	0,27	6,4	2,54	0,40	37,4	13,59	0,36
de plus de 100.000 hab.	21,7	7,86	0,37	50,0	11,75	0,24	18,9	2,41	0,15	11,5	3,73	0,33	32,6	11,54	0,35

.../...

Tableau 30 (suite 3)

	Bananes			Pommes			Poirs			Raisins			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
	9. Agriculteurs, dont la consommation annuelle est : inférieure à 2.125 UC supérieure à 3.500 UC	3,4 10,2	1,34 3,83	0,34 0,38	46,1 279,7	2,84 49,89	* *	6,8 28,7	0,40 8,11	* *	1,54 6,3	0,55 0,18	0,36 *	5,7 16,24	2,15 6,21
<p>C = Consommation annuelle par ménage en kg, englobant achats, production propre et prestations en nature D = Montant effectivement dépensé pour l'achat de l'article concerné P = Prix moyen D/C* (C* = quantités achetées, non reprises dans le tableau) en FB par kg * Cf. le commentaire du présent tableau</p>															

Tableau 30 (suite 4) - France 1963/1964

	Bananes			Pommes			Poires			Raisins			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
1. Ouvriers, ensemble des ménages	23,2	9,5	0,41	43,2	9,9	0,23	14,5	4,1	0,28	8,0	2,8	0,35	39,5	12,6	0,32
2. Employés et fonctionnaires, ensemble des ménages	21,1	8,7	0,41	53,9	13,0	0,24	17,9	5,1	0,28	10,8	4,1	0,37	45,8	14,6	0,32
3. Ouvriers agricoles	15,7	6,5	0,41	34,1	3,8	*	11,4	2,0	*	3,2	1,0	*	27,0	8,1	0,32
4. Agriculteurs	13,2	5,5	0,41	44,9	3,4	*	10,9	1,2	*	5,4	1,0	*	19,5	6,3	0,33
5. Ouvriers dont la consommation annuelle est : inférieure à 1.540 UC supérieure à 5.470 UC	11,1 38,7	4,7 16,2	0,42 0,42	20,5 82,3	4,5 17,2	0,22 0,22	6,7 21,2	1,8 6,5	0,27 0,31	3,7 13,2	1,2 5,1	0,33 0,38	18,3 67,7	5,7 21,9	0,31 0,32
6. Ouvriers habitant dans des communes de moins de 5.000 habitants 5.000 à 100.000 habitants plus de 100.000 habitants	19,7 24,7 24,9	8,3 10,1 10,1	0,42 0,41 0,41	31,3 47,9 48,9	5,5 10,3 12,8	* 0,21 0,26	10,7 15,1 17,0	2,4 3,8 5,3	* 0,26 0,31	5,7 8,1 9,6	1,8 22,6 3,6	0,32 0,32 0,38	28,9 40,3 46,8	9,3 12,6 14,8	0,32 0,31 0,32
7. Employés et fonctionnaires : ménages sans enfants ménages avec 1 enfant ménages avec 2 enfants ménages avec 3 enfants	10,6 17,5 25,2 35,1	4,5 7,3 10,5 14,4	0,42 0,42 0,42 0,41	46,5 36,3 59,0 65,9	11,3 9,3 13,2 15,4	0,24 0,26 0,22 0,23	15,0 14,9 16,9 21,8	4,7 4,5 4,9 6,1	0,31 0,30 0,31 0,30	8,0 8,6 9,7 15,2	3,4 3,2 3,6 5,3	0,39 0,38 0,37 0,35	34,2 39,4 47,1 56,5	10,9 13,0 14,8 17,8	0,32 0,33 0,31 0,32
8. Employés et fonctionnaires dont la consommation annuelle est : inférieure à 2.130 UC supérieure à 6.075 UC	11,1 28,1	4,5 11,5	0,40 0,41	29,8 85,2	6,9 20,5	0,23 0,24	11,0 22,0	3,0 6,9	0,31 0,31	6,0 15,5	2,0 6,1	0,34 0,39	26,7 63,2	8,5 20,7	0,32 0,33
9. Employés et fonctionnaires habitant dans des communes de : moins de 5.000 habitants 5.000 à 100.000 habitants plus de 100.000 habitants	18,6 20,8 22,0	7,9 8,5 9,1	0,43 0,41 0,42	35,7 55,5 58,0	6,3 12,4 14,8	* 0,24 0,26	14,9 19,9 18,0	3,0 4,9 5,7	* 0,28 0,31	10,1 11,2 10,8	3,4 4,1 4,1	0,34 0,36 0,37	33,7 44,6 49,5	11,3 13,6 15,8	0,34 0,30 0,32
10. Agriculteurs dont la consommation annuelle est : inférieure à 1.420 UC supérieure à 3.544 UC	6,7 20,6	2,8 8,7	0,42 0,42	20,2 94,0	1,4 8,7	* *	3,7 16,4	2,0 2,2	* *	2,5 9,2	2,0 2,2	* *	8,9 31,7	2,8 10,3	0,32 0,33

C = Consommation annuelle par ménage en kg, englobant achats, production propre et prestations en nature

D = Montant effectivement dépensé pour l'achat de l'article concerné

P = Prix moyen D/G* (G* = quantités achetées, non reprises dans le tableau) en FB par kg

* Cf. le commentaire du présent tableau

Tableau 30 (suite 5) - Italie 1963/1964

	Bananes			Pommes			Poires			Reisins			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
1. Employés et fonctionnaires, ensemble des ménages	11,2	6,5	0,58	65,4	13,3	0,20	37,9	9,4	0,25	25,8	15,0	0,58	56,5	15,0	0,27
2. Ouvriers agricoles, ensemble des ménages	2,3	1,3	0,58	36,8	5,2	*	13,8	2,4	*	13,1	1,9	*	20,3	4,0	0,20
3. Ouvriers, ensemble des ménages	7,4	4,3	0,58	56,1	10,1	0,18	27,3	6,1	0,22	17,6	3,6	0,20	37,0	9,5	0,26
4. Agriculteurs, ensemble des ménages	5,2	3,1	0,59	40,9	8,1	0,20	21,7	5,1	0,23	13,0	3,3	0,25	28,8	8,0	0,28
5. Ouvriers dont la consommation annuelle est :															
inférieure à 960 UC	1,2	0,7	0,56	18,3	2,9	0,16	10,8	1,6	*	6,7	1,2	0,17	12,0	2,3	0,19
supérieure à 4.000 UC	15,4	9,0	0,60	94,8	17,7	0,19	48,1	11,3	0,24	19,2	4,4	0,23	70,9	19,5	0,27
6. Ouvriers habitant dans des communes de :															
moins de 5.000 habitants	4,4	2,5	0,58	52,2	7,8	0,15	19,3	3,4	0,18	17,1	2,7	*	22,5	6,3	0,28
5.000 à 100.000 habitants	6,4	3,8	0,60	53,4	9,1	0,17	24,3	5,4	0,22	13,6	2,7	0,20	33,0	8,3	0,25
plus de 100.000 habitants	10,0	5,6	0,56	61,2	12,2	0,20	34,2	8,0	0,24	22,7	5,0	0,22	48,1	12,2	0,25
7. Employés et fonctionnaires : ménages sans enfants	5,7	3,3	0,57	40,1	8,7	0,22	33,3	8,9	0,27	19,5	5,5	0,28	35,2	10,5	0,30
ménages avec 1 enfant	12,9	7,5	0,58	56,4	11,3	0,20	34,9	8,7	0,25	17,9	4,8	0,27	51,5	14,4	0,28
ménages avec 2 enfants	14,9	8,7	0,58	68,5	13,9	0,20	36,5	9,1	0,25	25,9	5,9	0,23	60,3	14,7	0,24
8. Employés et fonctionnaires dont la consommation annuelle est :															
inférieure à 2.000 UC	4,1	2,4	0,60	45,7	8,5	0,19	25,6	6,1	0,24	17,1	3,4	0,20	28,1	6,5	0,23
supérieure à 4.800 UC	16,1	9,5	0,59	82,4	17,5	0,21	46,0	12,5	0,27	34,1	8,9	0,26	79,9	22,8	0,29
9. Employés et fonctionnaires habitant dans des communes de :															
moins de 5.000 habitants	5,5	3,2	0,59	57,5	9,5	0,17	19,4	4,1	0,21	10,1	1,7	0,17	38,6	11,0	0,29
5.000 à 100.000 habitants	11,3	6,6	0,59	61,3	12,2	0,20	32,5	8,1	0,25	20,4	4,6	0,23	55,1	14,5	0,26
plus de 100.000 habitants	11,9	6,9	0,58	70,2	14,9	0,21	45,4	11,4	0,25	32,9	8,2	0,24	60,5	16,0	0,27
10. Ouvriers agricoles															
ménages avec 0 et 1 enfant	2,1	1,2	0,58	27,3	3,9	*	11,9	2,0	*	10,2	1,8	*	15,9	3,4	0,22
ménages avec 2 et 3 enfants	3,3	2,0	0,60	49,3	6,4	*	16,0	2,7	*	16,3	2,0	*	23,8	4,4	0,18
11. Ouvriers agricoles dont la consommation annuelle est :															
inférieure à 960 UC	0,6	0,3	0,58	21,9	2,7	*	9,4	1,3	*	10,2	1,2	*	8,4	1,4	0,16
supérieure à 1.920 UC	6,3	3,7	0,59	48,7	7,4	*	23,3	4,5	*	17,1	2,9	*	33,9	7,7	0,23

.../...

Tableau 30 (suite 6)

	Bananes		Pommes			Poires			Raisins			Oranges				
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P	
12. Agriculteurs dont la consommation annuelle est :																
inférieure à 960 UC	0,4	0,2	0,61	17,6	1,4	*	7,9	0,4	*	9,3	0,4	*	8,6	1,3	0,16	
supérieure à 2.880 UC	4,8	2,8	0,58	91,7	9,1	*	42,0	3,2	*	20,8	5,4	*	31,3	9,2	0,29	

C = Consommation annuelle par ménage en kg, englobant achats, production propre et prestations en nature
D = Montant effectivement dépensé pour l'achat de l'article concerné
P = Prix moyen D/C* (C* = quantités achetées, non reprises dans le tableau) en FB par kg
* Cf. le commentaire du présent tableau

Tableau 30 (suite 7) - Pays-Bas 1963/1964

	Bananes			Pommes			Poires			Oranges		
	C	D	P	C	D	P	C	D	P	C	D	P
1. Ouvriers habitant dans des communes agricoles, dont la consommation annuelle varie entre 1930 et 2.760 UC	9,0	3,3	0,37	66,2	9,4	0,14	21,9	2,5	0,11	40,4	14,9	
2. Ouvriers habitant dans des communes non agricoles, dont la consommation annuelle varie entre 1.930 et 2.760 UC	13,6	4,7	0,35	69,2	11,3	0,16	18,9	3,0	0,16	38,1	14,0	
3. Ouvriers habitant dans des grandes villes	16,8	5,8	0,35	72,0	13,5	0,19	21,9	3,9	0,17	43,7	16,2	
4. Ouvriers habitant dans des petites villes	12,5	4,4	0,35	86,2	12,1	0,14	21,2	2,8	0,13	41,6	15,5	
5. Ouvriers dont la consommation annuelle varie entre 1.795 et 2.760 UC :												
ménages avec 3 enfants	15,2	5,0	0,33	87,9	12,7	0,14	28,9	4,4	0,15	32,9	12,4	
ménages avec 2 enfants	15,3	5,5	0,36	67,7	11,3	0,17	19,1	3,0	0,16	40,2	14,9	
ménages avec 1 enfant	12,2	4,4	0,36	54,9	9,4	0,17	19,8	2,8	0,14	38,8	14,4	
ménages sans enfants	10,0	3,6	0,36	54,4	10,2	0,19	15,5	2,8	0,17	38,3	14,0	
6. Ouvriers ayant 3 enfants, dont la consommation annuelle est :												
supérieure à 2.550 UC	21,1	6,9	0,33	95,8	13,0	0,14	23,7	3,6	0,15	41,9	15,5	
inférieure à 2.550 UC	14,9	5,0	0,33	88,0	12,7	0,14	27,8	4,1	0,15	33,7	12,7	
7. Ouvriers ayant 2 enfants, dont la consommation annuelle est :												
supérieure à 2.550 UC	16,5	6,1	0,37	89,1	13,0	0,15	22,1	3,6	0,16	41,9	15,5	
inférieure à 2.550 UC	15,6	6,1	0,39	65,0	11,0	0,17	20,1	3,0	0,15	39,5	14,6	
8. Ouvriers ayant 1 enfant, dont la consommation annuelle est :												
supérieure à 2.550 UC	16,5	5,8	0,35	82,3	12,1	0,15	26,8	3,3	0,12	39,3	14,6	
inférieure à 2.550 UC	12,2	4,4	0,36	49,6	8,3	0,17	15,3	2,2	0,15	36,9	13,8	
9. Ouvriers sans enfants dont la consommation annuelle est :												
supérieure à 2.550 UC	13,6	5,8	0,36	62,4	11,6	0,18	17,9	2,8	0,15	42,9	16,0	
inférieure à 2.550 UC	8,3	3,0	0,36	48,2	9,4	0,20	19,5	3,0	0,15	35,2	13,0	
10. Employés et fonctionnaires sans enfants ou ayant 1 enfant dont la consommation annuelle est :												
inférieure à 3.860 UC	12,9	4,4	0,34	55,7	10,4	0,19	16,6	3,3	0,20	35,7	13,2	
supérieure à 3.860 UC	14,5	5,2	0,36	71,7	14,6	0,20	13,9	2,8	0,20	47,1	17,7	
11. Employés et fonctionnaires ayant 2 ou 3 enfants dont la consommation annuelle est :												
supérieure à 3.860 UC	14,5	5,0	0,34	87,2	13,2	0,15	25,2	3,6	0,14	33,9	12,8	
inférieure à 3.860 UC	17,0	6,1	0,36	71,7	14,6	0,20	13,9	2,8	0,20	47,1	17,7	