DOSSIER DE PRESSE
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE
ÉDITION 2019

Banane DE GUADELOUPE & MARTINIQUE

LA SEULE BANANE AU MONDE

respectueuse des normes françaises et européennes

www.bananeguadeloupemartinique.com

LA FILIÈRE BANANE POURSUIT SON ENGAGEMENT VERS L'EXCELLENCE

L'enjeu de la filière, cette année au Salon International de l'Agriculture, sera de présenter aux professionnels et au grand public, le travail des 600 producteurs Hommes et Femmes qui permettent à la Banane de Guadeloupe & Martinique de se hisser au rang des filières agricoles d'excellence.

Cette exigence, caractéristique du travail des producteurs est ainsi en parfaite adéquation avec la thématique de la 56ème édition du salon « Des Femmes, des Hommes, des talents ! ».

UNE BANANE VERTUEUSE ISSUE DE L'AGRICULTURE DURABLE

La Banane de Guadeloupe & Martinique est produite selon les principes de **l'agroécologie** et de **l'agriculture durable :** ses modes de production sont économiquement viables, socialement équitables et respectueux de l'environnement et ce, malgré un climat tropical humide propice aux maladies des plantes.

Le contrôle des parasites et des maladies végétales, dans le respect de l'environnement est donc un défi majeur pour les producteurs.

« ŒUVRER POUR LA TERRE, LES HOMMES ET L'ÉCONOMIE »

La filière a mis en place, avec l'aide des pouvoirs publics et en collaboration avec le Centre de Coopération International de Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD) et l'Institut Technique Tropical (IT2), **2 Plans Banane Durable :**

1er Plan Banane Durable de 2008 à 2015
2éme Plan Banane Durable de 2016 à 2020

Le 1er Plan Banane Durable visait à améliorer les modes de production et réduire ainsi l'utilisation des pesticides par l'utilisation de techniques spécifiques telles que :

- la rotation des cultures avec la canne ou l'ananas,
- les jachères assainissantes,
- l'usage des couverts végétaux,
- l'utilisation de vitroplants (plants sains),
- la lutte biologique contre le charançon noir du bananier (par le piégeage),
- l'effeuillage sanitaire.

Les résultats de ce premier Plan Banane Durable ont été concluants puisque, dès 2011, ces nouvelles techniques ont permis une réduction de 50% de l'utilisation des pesticides

Le 2ème Plan Banane Durable poursuit ce même objectif de transition agroécologique et regroupe des défis sociaux, économiques et environnementaux.

Charles Henri Adolphe

Joanna Quetty

Christian Zéléla

Nathalie Laurent

Jean Pierre Perianin

LE SAVIEZ-VOUS ?

La Banane de Guadeloupe & Martinique est la seule filière organisée au monde à lutter contre la maladie du bananier (la cercosporiose noire) sans recours au traitement aérien.

Rédaction des textes : UGPBAN – Agence COMÉCLA.

Contact Presse
Agence COMÉCLA / Marie-Christine Duval - Portable : 06 61 50 98 09 - Mail : mc.duval@comecla.fr

DÉFIS SOCIAUX

MAINTENIR LES 10 000 EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS INDUITS PAR LA FILIÈRE

La filière fait appel aux jeunes. **Un club des jeunes producteurs** a été mis en place l'an dernier et a pour objectif de fédérer les jeunes agriculteurs autour de la filière banane.

MAINTENIR L'EFFORT DE FORMATION :

en collaboration avec le FAFSEA, la filière a financé plus de 500 000 heures de formation professionnelle à ses salariés ces 6 dernières années. Ces formations concernent l'ensemble des producteurs et salariés et abordent différents domaines **avec un accent particulier portant sur les pratiques innovantes.** Par ailleurs, la formation des producteurs et salariés aux mesures alternatives aux traitements phytosanitaires s'est intensifiée avec la programmation conjointe d'activités entre les groupements des producteurs Banamart (Martinique), Les Producteurs de Guadeloupe (LPG) et l'Institut Technique Tropical (IT2).

Karl Poumaroux

Régime de bananes CIRAD 925

DÉFIS RÉGIONAUX

La coopération régionale menée en collaboration avec le CIRAD et l'IT2, avec l'aide du programme INTERREG Caraïbes, a permis de mettre au point une variété de bananes résistantes à la cercosporiose noire : **la CIRAD 925.**

Cette coopération régionale technique avec les îles voisines, comme Sainte-Lucie, permettra vraisemblablement de mener, dans un avenir proche, des partenariats commerciaux, même si il est à noter que la production des Windward Islands, que sont Sainte-Lucie, la Dominique et Saint-Vincent, a énormément chuté face à une concurrence mondiale féroce et à des évènements climatiques de plus en plus fréquents (cyclones).

DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX

OBJECTIFS DU PLAN BANANE DURABLE N°2

25 % de réduction supplémentaire de l'utilisation des pesticides chimiques à horizon 2020,

et **50 %** supplémentaires à horizon 2025,

A noter que fin 2017, déjà 10 % de réduction supplémentaire ont été **atteints** par les producteurs,

ce qui porte à **60 %** la réduction de l'usage des pesticides depuis 2008.

Couverture végétale de l'ensemble des bananeraies : cette technique favorise la biodiversité, limite l'érosion et permet d'avoir un sol vivant qui régule l'eau, les éléments minéraux et la matière organique.

LE SAVIEZ-VOUS ?

La filière de bananes de Guadeloupe et Martinique est le premier employeur privé des deux îles.

L'ÉVOLUTION DE LA BIODIVERSITÉ DANS LES BANANERAIES DE GUADELOUPE ET DE MARTINIQUE

Avec la mise en place du Plan Banane Durable 1, les producteurs de bananes de Guadeloupe et Martinique ont constaté le retour de nombreux insectes, oiseaux et grenouilles.

Cet épanouissement de la biodiversité a été confirmé par une étude réalisée en 2014 et 2015* en Guadeloupe et en Martinique, par 14 éminents spécialistes de la biodiversité tropicale, lesquels ont rendu un diagnostic au delà des espérances.

Sur les 12 parcelles examinées, le constat est sans appel : **plusieurs centaines d'espèces ont été recensées,** les insectes sont les plus nombreux. Certains sont des auxiliaires c'est-à-dire des prédateurs d'insectes dits « nuisibles » comme les charançons qui attaquent les bananiers. D'autres sont les pollinisateurs comme les abeilles qu'il faut protéger.

Les bananeraies des Antilles regorgent également d'espèces « endémiques » car elles n'existent nulle part ailleurs dans le monde comme l'hylode de Martinique (petite grenouille se logeant dans les feuilles des bananiers), la grive à pieds jaunes (existant uniquement en Guadeloupe), certaines chauves-souris ou encore certains colibris.

Les bananeraies sont aujourd'hui des refuges pour toutes ces espèces.

Le retour de la biodiversité est devenu le meilleur allié des cultures de bananes aux Antilles.

COMMENT EXPLIQUER CE FLORISSEMENT MASSIF DE LA BIODIVERSITÉ DANS LES EXPLOITATIONS DE BANANES DE GUADELOUPE ET DE MARTINIQUE ?

Le Plan Banane Durable et ses techniques de production agroécologiques a développé la biodiversité dans les bananeraies en permettant l'arrêt de l'utilisation des insecticides et des herbicides et en installant des couverts végétaux dans les parcelles. Ces « tapis » de plantes variées sont des refuges pour un grand nombre d'insectes et d'amphibiens – reptiles comme les grenouilles et les lézards, qui sont la base des écosystèmes complexes et riches des Antilles comprenant de grand nombre d'oiseaux, chauve souris, petits mammifères…dont beaucoup sont endémiques et patrimoniaux.

Une collaboration pérenne et fructueuse avec l'IT2 et le CIRAD

Le partenariat de la filière banane avec l'Institut Technique Tropical et le Centre de Coopération International de Recherche Agronomique pour le Développement a permis à la filière d'atteindre des conditions de production exemplaires.

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'IT2 a été reconnu, en février 2018, par le Ministère de l'Agriculture et fait ainsi partie du cercle restreint des instituts techniques agricoles dans le réseau ACTA.

* Etude Cihence 2015

QUEL EST LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE AUQUEL DOIT FAIRE FACE LA BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE ?

RAPPEL DES CHIFFRES :

600 000 tonnes de bananes commercialisées sur le marché français toutes origines confondues dont : **200 000 tonnes** (hors période post cyclonique) de Bananes de Guadeloupe & Martinique commercialisées à l'année.

600 producteurs en exploitations familiales de 13 ha en moyenne.

8 500 ha dont **2 000** en jachères enherbées ou en rotations culturales.

270 000 tonnes de production par an.

LA BANANE FRANÇAISE RESPECTE LES NORMES LES PLUS ÉLEVÉES AU MONDE

La banane française est la seule banane au monde qui respecte 100% des normes sociales, environnementales, phytosanitaires, de sécurité et de traçabilité alimentaire définies par la France et l'Europe.

Dès sa récolte en Guadeloupe et en Martinique, elle est soumise à un contrôle drastique : les producteurs contrôlent sa longueur, son calibre, son poids, la qualité de sa pulpe et sa qualité visuelle selon un cahier des charges préétabli. Les techniciens des groupements de Guadeloupe et Martinique : Banamart et LPG, établissent également des contrôles réguliers.

Ces différents contrôles permettent de vérifier la conformité de la banane pour l'export et la mise en marché.

À son arrivée à Dunkerque, la banane française est de nouveau soumise à une autre série de contrôles par le service qualité de l'entrepôt Dunfresh.

La Banane de Guadeloupe & Martinique **se doit de respecter une réglementation rigoureuse**, imposée à la fois par l'Europe et la France. Cette règlementation est beaucoup plus stricte que celle des pays de la Caraïbe et d'Amérique Centrale : par exemple, certaines bananes dites bio, importées des zones de production hors Union Européenne, ne respectent pas le cahier des charges de production de l'agriculture biologique européenne.

Les producteurs communautaires de produits bio doivent se conformer à un cahier des charges précis, rigoureux, dont le respect est efficacement contrôlé et protecteur de la santé des consommateurs, alors que, les producteurs des pays tiers se voient, eux, reconnaître un système d'équivalence qui laisse place au laxisme.

D'autre part, la banane de Guadeloupe et Martinique, au même titre que la banane des Canaries et de Madère, dénonce l'ouverture de la Commission européenne à une possible renégociation à la baisse des tarifs douaniers sur les importations de bananes en provenance de pays tiers.

Face à une concurrence accrue et déloyale la Banane de Guadeloupe & Martinique doit mettre en place des stratégies marketing lui permettant de conforter sa place sur le marché français et européen.

UNE PRIORITÉ POUR LA BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE : LE RENFORCEMENT DE SON POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

OBJECTIF 1 : POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT DE LA BANANE FRANÇAISE ENRUBANNÉE EN MAGASINS

Depuis quelques années déjà, la filière banane a été une des premières filières à choisir la valorisation de son origine française comme axe de développement.

Pour rappel, La Banane Française est née de différents constats :

- une guerre des prix en GMS, mortifère pour les filières agricoles,
- le rayon banane manque de clarté et de visibilité et la banane est trop souvent positionnée comme un produit d'appel,
- la casse dans le rayon bananes constitue une perte significative pour le magasin, sans compter le gaspillage qui lui est associé,
- l'origine de la banane n'est pas clairement identifiée par les consommateurs en raison de l'étiquetage trop souvent approximatif.

Ce concept innovant nous permet, depuis 4 années, de :

- vendre la banane à la pièce, en bouquets de 3, 4, 5 et 6 fruits,
- mettre en évidence l'origine française par la pose d'un ruban bleu-blanc-rouge entourant les bouquets, indiquant le nombre de fruits et limitant l'usage du plastique au seul petit ruban,
- doter le ruban d'un code-barres pour faciliter les passages en caisses et permettre au consommateur de gagner du temps en évitant la pesée,
- réduire significativement la casse, clarifier l'offre en rayon et lutter contre le gaspillage alimentaire.

Quelles évolutions pour La Banane Française depuis son lancement ?

CAP DES 3 000 MAGASINS ATTEINT !

Année	Nombre de magasins clients de La Banane Française
2016	**1 366**
2017	**2 104**
2018	**3 000**

soit une progression de 120 % en 3 ans

Les ventes sont actuellement de 10 colis par semaine par magasin en moyenne soit :
2 400 000 bananes par semaine.

Après 4 ans de développement, 7 enseignes de la grande distribution ont adopté le concept.

Enseignes	Régions
E.Leclerc	Toute la France
Intermarché	Toute la France
cora	Nord, Ile de France, Est
U	Toute la France
Casino	Toute la France
Carrefour	Toute la France
Auchan	Toute la France

LA BANANE FRANÇAISE EST PRÉSENTE SUR TOUT LE TERRITOIRE NATIONAL

L'objectif est de poursuivre le développement de notre volume dans des enseignes déjà séduites par cette innovation.

Malgré l'impact du cyclone Maria, l'objectif de la filière est d'atteindre les 25 000 tonnes à fin 2019.

Les promoteurs des ventes : un rouage essentiel du dispositif pour le déploiement du concept

Afin d'appuyer ce déploiement, 17 promoteurs des ventes sont répartis sur tout le territoire national assurant ainsi une proximité avec les responsables des magasins et les chefs de rayon. Cette force de vente est très impliquée tant dans l'implantation du produit que dans la présentation du rayon, son suivi, et sa pérennité.

Les objectifs de la filière, à court et moyen terme, concernant la présence de La Banane Française en magasin sont les suivants :

EN 2019 : 25 000 TONNES ET UNE PRÉSENCE DANS ENVIRON 3 500 MAGASINS.

De manière à optimiser la pose du ruban bleu-blanc-rouge autour des fruits, la filière a mis au point, depuis l'an dernier, un nouvel outil industriel avec de nouvelles machines, plus performantes, plus productives et qui protègent encore mieux les fruits lors de cet enrubannage.
Malgré le passage de l'ouragan Maria, le concept de La Banane Française a continué de progresser.

Après 4 années, comment le concept de La Banane Française est-il perçu par la grande distribution et les consommateurs ?

Le concept est toujours très favorablement accueilli par les grandes et moyennes surfaces et les raisons évoquées sont les suivantes : réduction de la casse - clarté et meilleure présentation en rayon - volumes additionnels.
Le consommateur est également satisfait du concept. Les raisons motivant son achat sont les suivantes : souhait de consommer français - gain de temps car absence de pesée - confort d'achat - propreté du rayon.

Le concept de La Banane Française s'est imposé comme une segmentation à part entière et supplémentaire dans l'univers Banane.

C'est de l'amont à l'aval le résultat des forces conjuguées de la filière Banane de Guadeloupe & Martinique, des producteurs, jusqu'à la force de vente en magasins.

La Banane Française fait dorénavant partie du paysage de la grande distribution.

Le succès de ce concept s'explique par un partenariat triplement gagnant : gagnant pour le consommateur, gagnant pour le distributeur et gagnant pour le producteur.

OBJECTIF 2 :
DÉPLOYER LA BANANE FRANÇAISE ÉQUITABLE EN MAGASINS

Le commerce équitable consiste à utiliser le commerce comme un levier de développement et de réduction des inégalités en veillant à **une juste rémunération des producteurs.**

A cette perspective économique, s'ajoutent des préoccupations éthiques, sociales et environnementales.

RAPPEL DES PRINCIPES FONDAMENTAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE

- Prix juste et rémunérateur pour les producteurs,
- Partenariat commercial sur la durée,
- Renforcement des compétences organisationnelles et techniques des organisations de producteurs,
- Respect des conventions de l'OIT (Organisation Internationale du Travail),
- Protection de la biodiversité.

ÉVOLUTION DU COMMERCE ÉQUITABLE

A l'origine, le commerce équitable est fondé sur une relation plus directe entre les consommateurs du nord et les producteurs du sud.

La loi sur l'Economie Sociale et Solidaire du 31 juillet 2014 et le décret d'application du 02 août 2015, font évoluer la définition du commerce équitable en étendant son champ d'application aux échanges avec les producteurs au nord, notamment la France, jusqu'ici réservé aux échanges sud-nord.

Apparaît alors un nouveau concept : celui du commerce équitable nord-nord également appelé commerce équitable local.

Le commerce équitable en France représente aujourd'hui plus d'1 milliard d'euros.

C'est ce contexte qui a permis à la filière Banane de Guadeloupe & Martinique de créer le concept de La Banane Française Équitable.

La Banane Française Équitable concerne les petits producteurs de Guadeloupe et Martinique, issus de petites exploitations familiales de moins de 5 ha, soit 400 producteurs au total.

La superficie moyenne des exploitations concernées est de 3 hectares.

Une rémunération fixe est garantie à nos petits producteurs de La Banane Française Équitable. Cette rémunération est supérieure à la fois au prix moyen du marché et au coût de production. À cette rémunération directe vient s'ajouter une contribution pour projets collectifs bénéficiant aux seuls producteurs de La Banane Française Équitable.
La rémunération et la prime collective revenant à nos petits producteurs représentent une augmentation de + 40 % par rapport à la rémunération moyenne perçue par les autres producteurs de notre filière.

RAPPEL DES OBJECTIFS DU CONCEPT DE LA BANANE FRANÇAISE ÉQUITABLE :

- pérenniser les petites exploitations familiales des producteurs et pour les plus âgés, les inciter à convaincre les plus jeunes de leur succéder,
- inciter la jeune génération à investir dans cette production,
- améliorer encore l'itinéraire technique pour une production encore plus agro-écologique et protectrice de la biodiversité,
- investir dans du matériel et des installations de conditionnement directement ou de manière collective,
- améliorer la qualité et le taux de label pour pouvoir bénéficier d'un complément de revenu.

LE CONCEPT DE LA BANANE FRANÇAISE ÉQUITABLE EST UNE NOUVELLE SEGMENTATION INSPIRÉE DU CONCEPT DE LA BANANE FRANÇAISE ENRUBANNÉE.

Comme elle, elle est :

- vendue à la pièce, en bouquets de 3, 4, 5 et 6 fruits,
- mise en évidence par un ruban vert feuille et bleu-blanc-rouge entourant les bouquets et indiquant le nombre de fruits,
- dotée d'un code-barres pour faciliter les passages en caisses et permettre au consommateur de gagner du temps en évitant la pesée,

Chiffres concernant la production :

EN 2018 : 250 TONNES APRÈS UN LANCEMENT RÉCENT

PRÉVISION POUR 2019 :
3 000 TONNES

Chiffres concernant la commercialisation :

Présence dans 3 enseignes (Match, Leclerc, Système U).

L'objectif sera, en 2019, de développer le concept à la fois dans les enseignes existantes et dans de nouvelles enseignes.
La promotion de La Banane Française Équitable représente un nouveau challenge pour la filière.

Il s'agit d'aider nos petits producteurs, tout en positionnant la Banane de Guadeloupe & Martinique comme une banane familiale, artisanale, la plus vertueuse au monde.

OBJECTIF 3 : DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

LA BANANE FRANÇAISE BIO

Michel La Rougery, producteur en Martinique, se consacre depuis plusieurs années à une production de bananes Bio aux normes européennes, en milieu tropical humide, spécifique au climat des Antilles.

En véritable pionnier, il a dû surmonter toutes les difficultés de la transition vers le Bio.
Il a ainsi développé une production avec un recours très limité aux intrants (engrais organiques, biopesticides) dans le pur esprit de l'agriculture biologique.
Il développe actuellement un élevage d'œufs bio afin d'assurer une complémentarité entre les deux productions, notamment en utilisant les fientes de poules pour fertiliser les bananeraies. **Sa production certifiée ECOCERT est aujourd'hui reconnue** et vendue chez Naturalia depuis septembre 2018. Le modèle économique n'est cependant pas encore stabilisé.

Dans cette lignée et grâce aux techniques agroécologiques développées dans le cadre des Plans Banane Durable, d'autres producteurs ont décidé de relever le défi de l'agriculture biologique en milieu tropical.

Certains ont choisi de le faire avec la variété « classique » Cavendish. Il s'agit de producteurs situés dans les zones de faible pression cercosporiose noire comme le sud de la Martinique et la Grande Terre en Guadeloupe. Ils sont à ce jour 3 producteurs.

D'autres ont choisi de le faire avec la variété CIRAD 925 résistante aux cercosporioses.

LA CIRAD 925

6 producteurs se sont lancés dans la production de la CIRAD 925.

Il s'agit d'une variété de bananes créée par le CIRAD en 2000. **Elle est inédite puisqu'elle est produite sans aucun produit phytosanitaire.**

Cette variété est l'aboutissement de plus de 10 ans de travail.

Elle a été obtenue en croisant des bananiers « sauvages », présents dans la collection du CIRAD de Guadeloupe. La CIRAD 925 est le fruit d'une sélection parmi près de 10 000 autres bananiers hybrides. Sa grande tolérance aux cercosporioses ainsi que son goût sucré, très légèrement acidulé, en font une banane d'exception. Sa petite taille et sa forme plus ronde (qui rappelle la figue pomme bien connue aux Antilles) devrait séduire les futurs consommateurs.

2 hectares de cette variété sont actuellement en conversion biologique depuis 2017. Cette banane à la peau fine devra être manipulée avec précaution. Sa durée de conservation est équivalente à la Cavendish.

La CIRAD 925 devrait arriver dans les rayons d'ici fin 2019. Une animation sera lancée pendant toute la durée du salon de l'agriculture afin de lui trouver un nom commercial.
4 noms seront proposés au vote à la communauté Facebook de la Banane de Guadeloupe & Martinique de plus de 74 000 fans : Pointe d'Or - Nélaba - Fwiéco et L'amétisse. Ce vote du grand public sera confronté à celui des experts pour un choix définitif en fin de salon.

Malheureusement sa fragilité et sa typicité ne permettent pas d'envisager son développement à grande échelle. D'autres recherches sont en cours avec les obtenteurs de plants afin de pouvoir disposer d'une autre variété résistante à la cercosporiose noire d'ici 3 à 5 ans.

OBJECTIF 4 : RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT POUR LA PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ

LE RETOUR MASSIF DES ABEILLES DANS LES BANANERAIES : MARQUEUR SIGNIFICATIF DE LA BIODIVERSITÉ AUX ANTILLES

En Guadeloupe, on recense plus d'une centaine de ruches sur 4 exploitations bananières, dont les premières, ont été installées il y a une dizaine d'années chez René Beauvarlet, pionnier en matière d'agroécologie.

En Martinique, ce sont 3 producteurs qui accueillent également des apiculteurs sur leurs exploitations.
Cette cohabitation entre la bananeraie et les abeilles a été possible grâce aux nouveaux modes de production mis en place par la filière banane (notamment la réduction de pesticides en faveur de l'utilisation de plantes de couvertures méllifères).

Afin de généraliser cette expérience au plus grand nombre, Les Producteurs de Guadeloupe (LPG) et les producteurs de Martinique (Banamart) ont signé une convention avec des associations locales Apigua (Association des Apiculteurs) pour la Guadeloupe et l'association Fredon pour la Martinique.

Les objectifs de cette convention sont multiples :

- généraliser les pratiques culturales les plus respectueuses de l'environnement et protectrices de la biodiversité,
- caractériser le potentiel mellifère des bananeraies et des plantes de service afin d'optimiser les conditions d'accueil des abeilles,
- permettre aux apiculteurs de développer leurs activités sur de nouveaux espaces et de varier les senteurs de leur miel,
- former les producteurs à l'apiculture.

« Les pollinisateurs sont un excellent indicateur de l'état de santé de l'écosystème » comme l'a d'ailleurs précisé Karenu Vella, commissaire à l'Environnement, lors de son annonce en juin dernier sur les mesures à mettre en place pour surveiller et protéger les abeilles et pollinisateurs menacés.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les abeilles sont des indicateurs de pollution

UN PARTENARIAT AVEC DISNEY POUR LANCER LE NOUVEAU SEGMENT LA BANANE FRANÇAISE ENFANT

MICKEY A LA BANANE !

À l'occasion du lancement de La Banane Française Enfant, un fruit adapté aux modes de consommation des enfants, La Banane de Guadeloupe & Martinique s'associe avec The Walt Disney Company France, et propose une banane avec un ruban à l'effigie de Mickey. Ce partenariat permettra à la Banane Française Enfant de bénéficier de la notoriété forte des personnages Disney et de séduire ainsi petits et grands.

UN ENGAGEMENT FORT DE DISNEY DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES

Depuis plusieurs années, The Walt Disney Company France s'est engagée dans le cadre du programme Disney Tous en Forme à accompagner les parents et les enfants à adopter une bonne hygiène de vie, en s'appuyant sur le lien très fort entre les personnages et les enfants.

La confiance qu'accordent les familles à Disney, confère à l'entreprise une responsabilité majeure : celle d'associer ses programmes et ses personnages à des choix et un mode de vie équilibré.

S'associer à la Banane de Guadeloupe & Martinique, représente pour Disney une étape de plus dans la volonté de proposer des produits sains aux enfants ainsi qu'à leurs familles.
« Nous sommes fiers de notre partenariat avec La Banane de Guadeloupe et Martinique qui s'attache à proposer des fruits de la plus haute qualité adaptés au mode de consommation des enfants », précise Anne-Florence Sattonnay, Directrice du programme Disney Tous en Forme.

UN PARTENARIAT NATUREL : ASSOCIER LA BANANE FRANÇAISE AVEC LE PERSONNAGE PRÉFÉRÉ DES ENFANTS

« Les producteurs de Guadeloupe et Martinique sont effectivement heureux et particulièrement fiers de ce partenariat avec Disney, en particulier avec Mickey, bien connu et très apprécié par les enfants, mais aussi par les parents en France et aux Antilles Françaises. Les enfants sont les prescripteurs d'aujourd'hui et de demain : les ventes de ces bananes françaises, avec un ruban à l'effigie de Mickey, à destination des enfants seront ainsi valorisées », précise Jean-Claude Marraud des Grottes producteur en Martinique, Président de la Commission commerce et en charge du développement de La Banane Française.

« Chez Disney, les personnages sont très nombreux et tous attachants mais la volonté pour commencer ce segment et séduire tout de suite le public, a été de choisir le plus emblématique d'entre eux « Mickey », star internationale reconnue de 2 à 90 ans. C'est un ambassadeur parfait pour expliquer aux plus jeunes les atouts de notre banane française » précise Audrey Ktourza, Chef de groupe marketing de l'UGPBAN.

UNE BANANE ADAPTÉE AU MODE DE CONSOMMATION DES ENFANTS

C'est ainsi que très prochainement « La Banane Française Enfant », une petite banane produite en Guadeloupe et Martinique, avec son ruban à l'effigie de Mickey, sera présentée sur les étals des magasins. *« La Banane Française Enfant, dans le cadre du partenariat avec The Walt Disney Company, fera en effet l'objet d'une sélection spécifique. Un itinéraire agronomique adapté permettra de produire ces fruits d'une taille plus petite, d'un poids moyen inférieur et d'un niveau qualitatif supérieur »* ajoute Jean-Claude Marraud des Grottes.

Comme le précise Audrey Ktourza ce partenariat est novateur puisque *« La Banane de Guadeloupe & Martinique sera le 1er fruit du programme Disney Tous en Forme en France ».*

La Banane Française Enfant sera lancée en magasin à compter d'avril 2019. Elle sera vendue en bouquets de 3, 4, 5 et 6 fruits.

ANIMATIONS SUR LE STAND : LA BANANE FRANÇAISE ENFANT ET DISNEY

Sur le stand de la Banane de Guadeloupe & Martinique et afin de créer un teasing, un sticker Mickey sera caché et sera à retrouver par les petits et grands ! Des coloriages et des recettes seront proposés à l'effigie de Mickey. Enfin, une vidéo pédagogique permettra aux visiteurs de découvrir l'univers de la Banane de Guadeloupe & Martinique.

LES DIFFÉRENTS UNIVERS DU STAND DE LA BANANE FRANÇAISE

Sur un espace de 230 m² au sein du pavillon Outre-mer Hall 5.1, la Banane de Guadeloupe & Martinique sera fidèle au rendez-vous du salon de l'agriculture.

Le stand de la banane française, proposera aux visiteurs, plusieurs animations dans les différents univers ouverts au grand public :

L'espace vente et dégustation

Un groupe d'une quarantaine de producteurs accueillera les visiteurs pour leur faire découvrir ou redécouvrir les vertus de la banane française.

Sandra Bartel, Claudy Behary et Doris Abatuci.

Frédéric Jaunault

L'espace animations culinaires

Des démonstrations culinaires en sucré comme en salé avec des blogueurs et des chefs, notamment avec Frédéric Jaunault, Meilleur Ouvrier de France Primeur 2011 et ambassadeur de la Banane de Guadeloupe & Martinique.

2 jeux en réalité augmentée

- L'un pour découvrir le mode de production durable de la banane française : « Dans la peau d'un producteur »,
- l'autre présente un échantillon de la biodiversité dans les plantations : « La biodiversité dans nos bananeraies ».

L'espace promotion

Shirley Billot créatrice de **Kadalys,** première marque de cosmétique aux actifs de bananiers, présentera sa gamme issue de l'agro transformation et dévoilera les vertus si méconnues de la banane pour la peau et les cheveux.

Daniel Martinvalet, directeur du Musée de la Banane de Sainte-Marie (Martinique) fera découvrir au plus grand nombre l'histoire et la richesse de la banane.
Il présentera également sur son stand des produits à base de bananes : confiture, liqueurs, chips de bananes, ketchup…

L'espace Histoire

Une exposition présentera aux visiteurs la production de la banane des Antilles à travers 5 dates clés de son histoire centenaire.

L'espace VIP

accueillera des personnalités politiques et influentes, ainsi que des journalistes afin de leur rendre compte des évolutions au sein de la filière, des innovations et des projets futurs.

Un espace enfants

- ateliers culinaires,
- tressage de feuilles de bananiers,
- coloriages,
- maquillage.

L'EXCEPTION FRANÇAISE

La production de bananes obéit à des règles radicalement différentes d'un pays à l'autre. L'usage des produits phytosanitaires peut varier de 1 à 10, l'écart des salaires de 1 à 30. Certains produits, interdits dans l'Union Européenne, sont autorisés dans les pays tiers. Les droits sociaux les plus élémentaires sont encore souvent bafoués dans les principaux pays exportateurs. A travers le monde, les pratiques les plus vertueuses se confrontent aux moins scrupuleuses.

LA BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE, UNIQUE AU MONDE

Dans le respect des normes sociales et environnementales les plus élevées au monde, les normes françaises et européennes, les 600 producteurs indépendants de Guadeloupe et Martinique se battent pour l'agriculture familiale et le modèle coopératif. Pour l'agroécologie, en innovant et en employant les meilleures pratiques agricoles. Pour l'emploi durable, avec 90 % de salariés en CDI. Pour la biodiversité.

Banane DE GUADELOUPE & MARTINIQUE

Rendez-vous au Salon International de l'Agriculture, Pavillon 5.1, Stand B003

UCPBAN RCS Fort-de-France 450 833 314 cla.com groupe

www.bananeguadeloupemartinique.com