DOSSIER DE PRESSE
TOUR DE FRANCE 2026

BANANE OFFICIELLE

À PLEIN RÉGIME AVEC LA BANANE FRANÇAISE





SUIVEZ-NOUS SUR

SOMMAIRE

EDITO 03

LA BANANE FRANÇAISE SUR LE TOUR DE FRANCE

1. Des animations au plus près du public 04
2. Une grande chaîne de solidarité avec le KM97 le 10 juillet 06
3. Des relais en points de vente 08
4. Empreinte carbone et solidarité alimentaire 08

UN MARCHÉ FRANÇAIS À DEUX VITESSES

1. Une consommation croissante 09
2. L'agrandissement de l'atelier à Dunkerque, preuve du succès de La Banane Française enrubannée 10
3. Des normes de production à géométrie variable 11

UNE PRODUCTION DE RÉFÉRENCE EN AGROÉCOLOGIE

1. Des pratiques exemplaires innovantes 11
2. L'agroforesterie à l'étude 13

LES DÉFIS À COURT ET MOYEN TERMES

1. L'utilisation des drones en bananeraie 14
2. Une main d'œuvre qui se raréfie 15
3. Une nouvelle génération porteuse d'espoirs 17

L'UGPBAN

1. Qui sommes-nous ? 19
2. Les chiffres-clés 20

DU CHAMP À L'ASSIETTE

1. Les grandes étapes de culture 21
2. La couleur comme indice de maturité 22
3. Les recettes express 23

RÉDACTION DES TEXTES
A. Ktourza – **UGPBAN**

CONTACT PRESSE
Marie-Christine Duval - Agence **COMÉCLA**
06 61 50 98 09
mc.duval@comecla.fr



Pierre Monteux

Directeur général de l'Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe et Martinique (UGPBAN)

Fournisseur officiel et banane officielle du Tour de France, la banane française s'est imposée au fil des éditions comme un acteur engagé, représentant l'agriculture ultramarine et, plus largement, l'agriculture française au sein de cet événement sportif majeur.

Au-delà de la visibilité offerte par cette grande fête populaire, notre présence illustre la volonté de partager les valeurs qui animent les producteurs : proximité, solidarité, innovation et engagement environnemental. Des animations au bord des routes aux actions solidaires menées avec les associations partenaires, la banane française démontre qu'elle est bien plus qu'un fruit du quotidien.

Dans un marché en pleine évolution, la consommation continue de progresser, confirmant la place centrale de la banane dans le panier des Français.

Toutefois derrière cette dynamique positive, la réalité du terrain révèle un marché à deux vitesses : celui des productions françaises soumises à des exigences fortes, et celui de produits importés évoluant dans des cadres normatifs trop souvent différents.
Dans ce paysage contrasté, la production de bananes françaises conserve des atouts majeurs. Une demande croissante et un succès notable du concept de La Banane Française enrubannée ainsi que sa capacité à faire référence en matière d'agroécologie.

Cependant comme l'ensemble du monde agricole, la filière doit relever des défis majeurs.
Les aléas du changement climatique, l'intégration des nouvelles technologies, la question du renouvellement des générations ou encore l'attractivité des métiers agricoles constituent autant d'enjeux qui façonneront son avenir.
Face à ces challenges, les producteurs de Banane de Guadeloupe & Martinique font le choix de l'innovation, de l'investissement et de la transmission.

À travers ce dossier de presse, vous découvrirez une filière qui ne cesse de se réinventer, portée par des femmes et des hommes engagés, convaincus que l'agriculture française a toute sa place dans la construction d'un modèle alimentaire durable et responsable.

Pierre Monteux

LA BANANE FRANÇAISE SUR LE TOUR DE FRANCE

1 DES ANIMATIONS AU PLUS PRÈS DU PUBLIC

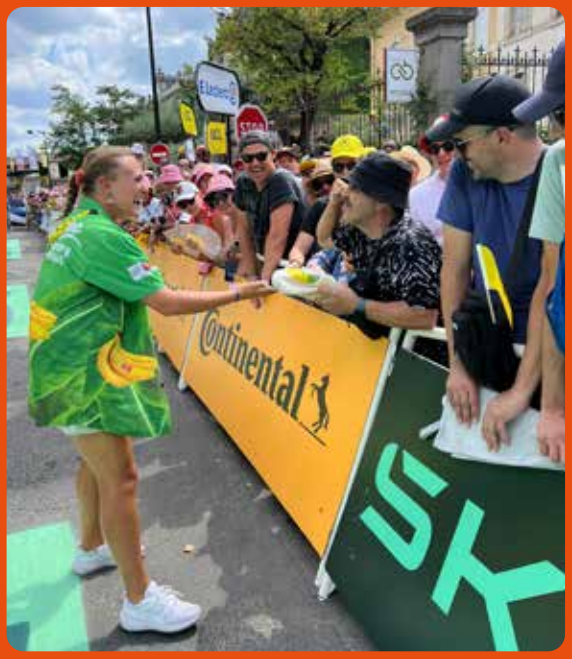


La banane française ira à la rencontre des spectateurs à chaque étape, en multipliant les temps forts et les occasions de partage.

Dès les villes départ, Popote, la mascotte de la marque, animera le podium avec des quiz ludiques et pédagogiques.

Sur les zones de départ et d'arrivée, le public pourra profiter de distributions de bananes et de goodies aux couleurs de la marque.

.La Banane de Guadeloupe & Martinique sera également proposée dans les espaces de restauration dédiés aux invités et aux officiels, ainsi qu'au sein du paddock de départ, où les cyclistes bénéficieront d'une distribution privilégiée.



168 000
bananes françaises mises à disposition pour l'évènement

85 **villes animées par l'équipe de la Banane de Guadeloupe & Martinique**

500 **valorisations en points de vente**



Les espaces de rencontres itinérants se positionneront dans trois villes à chaque étape afin d'offrir aux spectateurs une expérience conviviale autour de vélo-smoothies, photos souvenirs et autres surprises.

Pendant les trois semaines du Tour de France, l'équipe de la Banane de Guadeloupe & Martinique animera près de 85 villes.
Grâce à sa présence tout au long de la Grande Boucle, elle ira à la rencontre de plusieurs millions de spectateurs, renforçant ainsi la visibilité de la marque et valorisant le savoir-faire des producteurs de Guadeloupe et de Martinique.











2 UNE GRANDE CHAÎNE DE SOLIDARITÉ AVEC LE KM 97 LE 10 JUILLET EN GIRONDE

Pour la 7ème année consécutive, la banane française donne rendez-vous au public du Tour de France avec le **KM97**, une opération solidaire destinée à soutenir une association de lutte contre la précarité. Son nom fait référence aux départements de la Guadeloupe (971) et de la Martinique (972).

À chaque édition, les suiveurs et les internautes sont invités à se mobiliser autour d'un point symbolique du parcours, situé à 97 kilomètres du départ ou de l'arrivée de l'étape, afin de permettre le don du plus grand nombre de bananes.

L'événement se tiendra cette année sur l'**étape 7 Hagetmau-Bordeaux**. La mobilisation sur le Tour et les réseaux sociaux débutera mercredi 1er juillet.
Un simple scan du QR code générera le don d'une banane. **Tout le monde peut y contribuer sans limite.**



1 clic = 1 banane offerte aux Restos du Cœur

Clôture le 10 juillet

Le volume de bananes sera offert aux Restos du Cœur et révélé vendredi 10 juillet lors d'une journée festive à Saint-Symphorien, située à 97 km du départ de la course.
Il s'agit d'une commune rurale de la Gironde comptant 1 878 habitants, située au cœur du Parc naturel régional des Landes de Gascogne.

L'étape du 10 juillet sera ainsi placée sous le signe de la solidarité et du partage, rythmée par un groupe de carnaval antillais composé de danseurs et de percussionnistes.
Saint-Symphorien sera décorée de bananiers, de nombreuses animations ainsi que des dégustations de bananes seront proposées au public tout au long de la journée.

« Nous sommes fiers d'avoir été choisis pour accueillir cette animation, autour du Tour , qui met en valeur les producteurs de bananes des Antilles tout en soutenant une association caritative telle que les Restos du Coeur »

Bruno Gardère,
Maire de Saint-Symphorien

« Depuis six ans, le KM97 démontre qu'un événement populaire peut aussi être porteur de solidarité. En associant la convivialité du Tour de France à une action concrète contre la précarité, nous donnons une résonance particulière aux valeurs de partage défendues par la filière de Bananes de Guadeloupe & Martinique. »

Pierre Monteux,
Directeur général de l'UGPBAN





Depuis sa création par Coluche en 1985, l'association des Restaurants du Cœur lutte de manière bénévole contre la pauvreté et l'exclusion sous toutes ses formes. Les valeurs fondamentales des Restos (accueil inconditionnel, gratuité, indépendance associative, lutte contre le gaspillage alimentaire) se retrouvent en Gironde au travers des différentes actions de distribution alimentaire, d'aides à la personne, sur des chantiers d'insertion et dans une structure d'hébergement.

3 DES RELAIS EN POINTS DE VENTE

Au-delà des routes, le Tour de France se décline aussi en points de vente avec l'accroche « À plein régime avec la banane française ». Inspirée de l'arche d'arrivée emblématique du Tour de France, sa traverse arrondie plonge le consommateur dans l'univers de la course et crée une expérience immersive en magasin.

Au-delà de son impact visuel en rayon, ce kit de mise en avant assure une continuité avec le dispositif déployé sur les routes du Tour.

Le kit composé d'arches, de totems et de jupes palettes, sera déployé dans près de 500 points de vente jusqu'à la fin de l'événement.
Cette forte présence en magasin permettra d'assurer une visibilité optimale à la Banane de Guadeloupe & Martinique pendant les trois semaines de la Grande Boucle.

Pour renforcer son identification en magasin, un ruban ainsi qu'un sticker ont été créés afin de permettre aux consommateurs de repérer immédiatement le produit en rayon et son statut de banane officielle du Tour de France.





4 DE LA RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE À LA SOLIDARITÉ ALIMENTAIRE

Chaque année une réflexion est menée afin de réduire progressivement l'empreinte carbone sur le Tour de France. Les peaux de bananes sont récupérées à chaque étape pour être recyclées.

La logistique est optimisée avec un camion dédié permettant aux mûrisseries Fruidor du groupe Solveg, situées à Lyon et Bordeaux à proximité du parcours du Tour de France, de fournir 31 tonnes de bananes.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est au cœur des préoccupations, en contribuant notamment à l'action de Sodexo avec Stop Hunger.

La solidarité alimentaire se concrétise également par le don de bananes pour le petit déjeuner et le goûter dans le cadre de l'opération « Un vélo pour tous ». 200 vélos seront offerts à des enfants de familles accompagnées par le Secours populaire et d'autres associations humanitaires à l'occasion d'une randonnée à vélo en marge du départ de la 11ème étape à Toulouse le 16 juillet.

UN MARCHÉ FRANÇAIS À DEUX VITESSES

1 UNE CONSOMMATION CROISSANTE

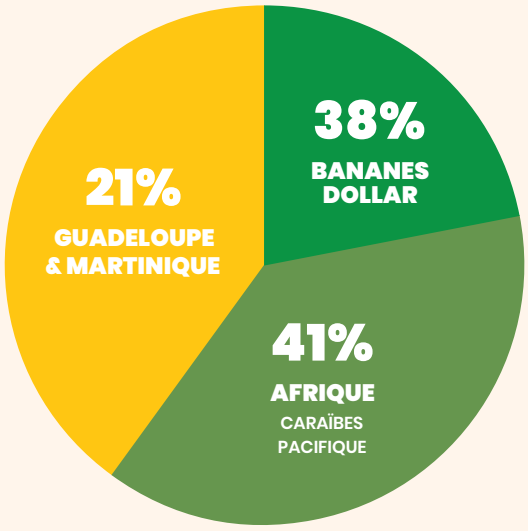
En dix ans, la consommation de bananes en France a augmenté de 4 kg par personne et par an, passant à 12.5 kg. Cette forte croissance est liée à une abondance de l'offre de bananes dollar, produites en Amérique latine (Colombie, Équateur, Costa Rica, ...) qui bénéficient d'une baisse significative des droits de douane qui leur sont appliqués. Elle résulte également des qualités intrinsèques de la banane qui en font un produit santé, pratique et très attractif en termes de prix.



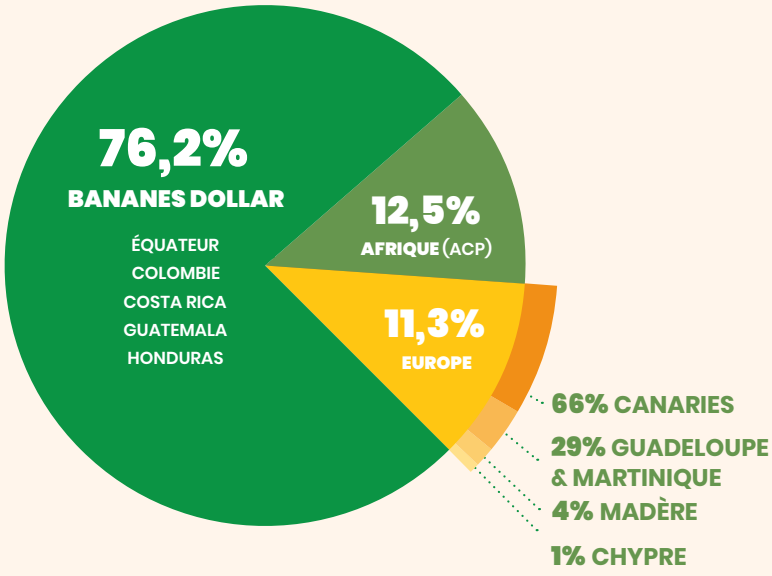
Bien que sa consommation en France soit en dessous de la moyenne européenne (13.3 kg/habitant/an), la banane est depuis 2024 **le premier fruit consommé en France, devant la pomme**, représentant 20% des volumes de fruits vendus.

MARCHÉ DE LA BANANE DESSERT

855 000 T
MARCHÉ FRANÇAIS*



6 000 000 T
MARCHÉ EUROPÉEN*



**Part de marché par origine (source : Fruitrop février 2026)*

2 L'AGRANDISSEMENT DE L'ATELIER À DUNKERQUE, PREUVE DU SUCCÈS DE LA BANANE FRANÇAISE ENRUBANNÉE



Sur ce marché porteur, les consommateurs sont attachés à la Banane de Guadeloupe & Martinique qu'ils ont reconnue comme Marque Préférée des Français en août 2024, suite à une étude Opinion Way auprès de 1051 répondants.

Représentant aujourd'hui un quart de la production des Bananes de Guadeloupe & Martinique, La Banane Française enrubannée est le fer de lance de la filière et détient à elle seule 6% du marché français. Ce concept, qui a fêté ses 10 ans en 2025, permet une rémunération plus importante pour les producteurs, une meilleure rentabilité du rayon pour les distributeurs et une facilité d'achat pour les consommateurs.

En 2025, ce segment a totalisé **42 500 tonnes**, soit une augmentation de 8% par rapport à 2024. La demande croissante et le déploiement dans toutes les enseignes de la grande distribution ont nécessité l'agrandissement de l'atelier à Dunkerque, port d'arrivée des bananes françaises et lieu de pose du ruban bleu-blanc-rouge.
L'outil de conditionnement y a été conçu de toute pièce en 2015, afin de positionner le ruban autour des mains de bananes avant leur cycle de mûrissage assuré par le réseau Fruidor, racheté par les producteurs en 2008 pour maîtriser la chaîne de l'amont à l'aval.
Robots palettiseurs, botteleuses, convoyeurs automatisés, tout a été pensé pour que les mains de bananes de La Banane Française subissent le moins de chocs possibles lors de l'enrubannage.



Les travaux réalisés en 2025 ont consisté à augmenter la capacité de production en ajoutant une ligne de conditionnement. Ainsi de 3 lignes totalisant 26 botteleuses, l'atelier est passé à 4 lignes avec l'ajout de 12 botteleuses. **Cette nouvelle ligne est équipée d'un dépalettiseur et d'un robot palettiseur permettant une amélioration des conditions de travail, en termes d'ergonomie, d'accessibilité et de sécurité.** Chaque botteleuse pouvant enrubanner jusqu'à 2 200 colis hebdomadaires, l'objectif est d'**atteindre les 60 000 tonnes d'ici 2 ans.**

Cette augmentation de la capacité industrielle du site a été accompagnée par la Communauté Urbaine de Dunkerque (CUD) et la région des Hauts-de-France dans le cadre de l'innovation et de la création d'emplois. Aujourd'hui, 200 personnes travaillent sur le site industriel de Dunkerque, consacré à la pose des rubans. L'installation de la quatrième ligne va permettre **l'embauche de 60 personnes supplémentaires.** Une cinquième ligne dédiée à la fabrication de La Banane Française pour le drive sera opérationnelle en septembre 2026.



3 DES NORMES DE PRODUCTION À GÉOMÉTRIE VARIABLE

La filière de production de la Banane de Guadeloupe & Martinique contribue à l'indépendance alimentaire de la France en assurant un accès privilégié à la banane, premier fruit acheté par les Français. Elle se heurte cependant à un marché complexe. Les producteurs français sont soumis à des normes strictes de plus en plus contraignantes en matière sanitaire, environnementale et sociale, qui influent sur leurs coûts de production. À l'inverse, les productions d'Amérique latine notamment, sont issues de systèmes agricoles répondant à des exigences beaucoup plus souples, leur permettant pourtant d'être commercialisées sur le marché français sans restriction.

Si l'on compare, par exemple, les quantités de matières actives utilisées par an. Elles s'élèvent aux Antilles en moyenne à 3 kg, quand certains pays d'Amérique latine et centrale peuvent utiliser 80 à 100 kg de matière active par hectare et par an.

Cette distorsion de concurrence est renforcée par la disparition quasi-complète des droits de douane, de l'utilisation facilitée de produits phytosanitaires et de coûts de main-d'œuvre très bas pour les productions non européennes.

A cela s'ajoute le changement climatique qui génère tempêtes tropicales, sécheresses et pluies abondantes de plus en plus dévastatrices pour les cultures.

Pour autant, ce sombre tableau n'empêche pas les producteurs français de poursuivre la culture de la banane dans des conditions exemplaires.

La filière banane française a entamé son virage vers l'agroécologie en 2008.

Elle a d'ailleurs réduit son utilisation de produits phytosanitaires de plus de 83% depuis. C'est la seule filière agricole française à avoir réussi cet exploit, grâce à la mise au point et à la généralisation de méthodes de production plus respectueuses de l'environnement, faisant de la filière une référence en agroécologie.

UNE PRODUCTION DE RÉFÉRENCE EN AGROÉCOLOGIE

1 DES PRATIQUES EXEMPLAIRES INNOVANTES



Le contrôle des parasites et des maladies végétales constitue un enjeu majeur pour la culture de la banane française. Avec le **Plan Banane Durable**, signé en 2008 avec les pouvoirs publics, les producteurs de Guadeloupe et de Martinique sont engagés dans une réforme en profondeur de leur mode de production tournée vers **l'agroécologie.**

Les producteurs observent, analysent leurs sols et développent, avec l'aide de l'Institut Technique Tropical (IT2) des techniques innovantes toujours plus respectueuses de l'environnement.

> ***« Le laboratoire de l'agroécologie est aux Antilles. »***
>
> ***Denis Loeillet**, agro-économiste et responsable de l'Observatoire des marchés du Cirad*, janvier 2026 - France 5 - Emission C pas si loin.*

Pour **régénérer les sols et respecter la biodiversité**, les producteurs pratiquent des **rotations culturales** notamment avec la canne à sucre et les jachères assainissantes. Le sol est ainsi reposé et prêt pour un nouveau cycle de bananes. La **lutte biologique contre les ravageurs** est assurée par un piégeage à phéromones, évitant ainsi l'utilisation des insecticides.

La généralisation de l'utilisation de **vitroplants** sur les deux îles permet aux bananiers une croissance saine, exempte de maladies. Il s'agit d'une jeune plante produite en laboratoire, à partir de tissus végétaux cultivés in vitro (sur un milieu nutritif stérile), puis acclimatée avant d'être plantée en pleine terre.

Contre la **pousse des mauvaises herbes**, le **désherbage** peut être assuré de manière mécanique. Des techniques alternatives sont aussi possibles : 86 % de la sole bananière est enherbée par des **plantes de couverture**, permettant aussi de lutter contre l'érosion et de maintenir l'équilibre des sols et des réserves d'eau.

L'éco-pâturage avec une espèce endémique de moutons, est en test chez quelques producteurs, nécessitant néanmoins de leur part une connaissance de l'élevage.





Keny Brunie

« Le mouton est discipliné et se contente de manger. La qualité de l'enherbement sur la parcelle leur convient parfaitement » précise Keny Brunie, le premier producteur à avoir accueilli des moutons de la race Martinik sur son exploitation en Guadeloupe. Les moutons se nourrissent des repousses de l'herbe autour du bananier et « cela permet au rejet de recevoir une luminosité suffisante ».

La diversification est également avantageuse sur le plan environnemental puisque l'association de plusieurs cultures favorise la santé des sols et le moindre recours aux produits phytosanitaires. Le développement des cultures de diversification en milieu tropical (avec l'ananas, les agrumes ou le maraîchage) répond au défi des territoires de tendre vers l'autonomie alimentaire tout en diminuant la dépendance aux importations.

**(Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement)*





2 L'AGROFORESTERIE À L'ÉTUDE

Des producteurs expérimentent aussi **l'agroforesterie** pour augmenter la fertilité des sols, stocker le CO2 et restructurer les sols.



Patrick Aubéry

C'est le cas de Patrick Aubéry en Martinique ou de Jairo Marin en Guadeloupe.

Patrick Aubéry, ingénieur mécanique avec une spécialisation en écologie est pionnier en agroécologie. Il détient une exploitation familiale sur laquelle il multiplie les expériences.

Son enjeu est de préserver le « cortège bactérien » de ses sols afin d'entretenir leur fertilité.

Patrick expérimente l'agroforesterie en faisant cohabiter des arbres de Mahogany (acajou), au milieu des rangs de bananes qui créent des zones d'ombre pour les bananiers et les protègent du vent. Il teste également des jachères enherbées en associant des plantes de couverture : crotalaria (à fleurs jaunes), brachiaria et nabo foragero (radis). Ces techniques permettent d'éliminer naturellement les parasites et de restructurer ses sols physiquement, biologiquement et chimiquement.

« Quand on multiplie les plantes, on multiplie les services rendus car chaque plante a son cortège de micro-organismes. »

Patrick Aubéry





Jairo Marin

Jairo Marin est d'origine colombienne, installé en Guadeloupe depuis 30 ans. Ingénieur agronome, il prône la généralisation de l'agriculture régénératrice, « l'ensemble des pratiques agricoles qui visent à produire de la banane tout en restaurant et enrichissant la santé des sols, la biodiversité et les écosystèmes. » Il teste également des jachères améliorées (enherbées) et partage ses résultats d'analyse avec son homologue martiniquais.

« Le sol retrouve sa porosité, l'eau s'infiltre et nous restaurons les cycles naturels. »

Jairo Marin

L'ensemble de ces bonnes pratiques agricoles issues de l'agroécologie font des bananeraies **de véritables refuges pour de nombreuses espèces.**

On y dénombre jusqu'à 200 lombrics au m², plus de 200 espèces d'insectes...

(Études Cihence 2015 et Biotope 2023). Ces prédateurs naturels contrôlent les ravageurs du bananier et protègent les cultures.



Jachère enherbée

LES DÉFIS À COURT ET MOYEN TERMES

La transition agroécologique a néanmoins un coût significatif. À titre d'exemple, le remplacement dans les bananeraies des herbicides par des méthodes alternatives (enherbement, désherbage mécanique) a un coût 5 fois plus élevé.
Ce coût de la production est impossible à répercuter sur le prix de vente, donc sur le consommateur, déjà contraint par l'inflation.
Seul le soutien des pouvoirs publics permettra le déploiement de l'agriculture verte que l'Union européenne et l'État français veulent mettre en avant.

1 L'UTILISATION DES DRONES EN BANANERAIE

La banane antillaise est gravement menacée par la cercosporiose noire, une maladie fongique très présente en zone tropicale humide. Ce champignon microscopique brûle les feuilles des bananiers, diminuant les rendements et la qualité des fruits.

Classée parmi les maladies les plus virulentes par l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), la cercosporiose noire est présente dans quasiment toutes les zones tropicales productrices de bananes.

Depuis 2014, **la Banane de Guadeloupe & Martinique est toutefois la seule au monde à combattre ce fléau sans recours au traitement aérien** interdit en France, mais permis au sein de l'Union européenne sous conditions.

Actuellement c'est la technique de l'effeuillage sanitaire qui est généralisée en production pour éviter au maximum la progression de la maladie, cumulée à un traitement de biocontrôle qui se fait soit à dos d'homme, soit avec des canons. Si ces techniques présentent des limites, l'utilisation de drones en production pourrait aider la filière à lutter plus efficacement contre la maladie tout en réduisant la pénibilité du travail des salariés agricoles.





Feuille touchée par la cercosporiose

Sur le plan réglementaire, la loi du 23 avril 2025 encadre l'usage des drones en agriculture.

L'arrêté interministériel publié le 31 mai 2026 au Journal Officiel fixe les conditions pour l'épandage par drone dans les bananeraies. Son utilisation est cependant strictement réglementée et concerne exclusivement les produits de biocontrôle et les produits utilisables en agriculture biologique. Des molécules plus efficaces, déjà utilisées au sol, ne sont toutefois pas encore autorisées par drone.

Les producteurs devront donc conserver les dispositifs actuels de traitement terrestre et prévoir des investissements importants, notamment pour le déploiement des drones et la formation du personnel. Une évaluation précise des coûts est en cours.

Le contexte réglementaire évolue donc mais ne permet pas encore à la filière française d'envisager sereinement son avenir. Un enjeu de taille concerne également le recrutement de salariés agricoles.

2 UNE MAIN D'ŒUVRE QUI SE RARÉFIE



Acteur économique majeur en Guadeloupe et en Martinique, la filière y est **le premier employeur agricole.** Elle compte plus de 5 000 emplois directs, dont 90 % sont des CDI. Une fois cultivés, les régimes de bananes sont découpés en mains. Celles-ci sont ensuite rincées, triées et stickées avant de pouvoir être emballées puis finalement exportées. **Un des problèmes majeurs en production est le recrutement de salariés agricoles** sur cette dernière étape. Ces métiers, physiques et exigeants, souffrent d'un manque d'attractivité à cause de leur pénibilité.

En Martinique, le groupement de producteurs Banamart a créé en novembre dernier le premier GEIQ agricole de l'île : un Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification.

Il s'agit d'un projet piloté à l'échelle territoriale, co-construit avec les services de l'Etat (DEETS) qui doit **favoriser l'insertion professionnelle**. Les apprenants intégrés dans ce Geiq seront en contrat de professionnalisation et pourront bénéficier d'une formation en alternance (Certificat de qualification professionnelle Tractoriste ou Opérateur polyvalent de la banane). A l'issue de la formation, les stagiaires qualifiés intégreront une exploitation agricole adhérente de Banamart ou une autre structure agricole présente sur le territoire.



En 2024, les Geiq Agroalimentaires comptent 93 entreprises adhérentes. Le dispositif démontre son efficacité auprès des publics les plus éloignés de l'emploi : 84 % des salariés accompagnés relèvent d'un critère prioritaire, avec un âge moyen à l'embauche de 33 ans. 69 % des parcours débouchent sur une qualification, 57 % vers un emploi durable.

les Geiq
la plus belle façon d'embaucher



Christopher Christine

Membre du tout nouveau Conseil d'Administration du Geiq « Agricole de Martinique », Christopher Christine est un jeune producteur (30 ans) du Lorrain en Martinique. Sur une exploitation de 3 hectares, il est déjà très investi dans la formation et la transmission de connaissances. Il intervient régulièrement auprès des élèves de son ancien lycée agricole en Martinique. « **Je suis fier d'avoir été élu vice-président du Geiq, c'est un challenge que je suis prêt à relever** ».

En Martinique comme en Guadeloupe, la jeune génération de producteurs redessine les contours de la filière. Portés par la passion, l'engagement et l'innovation, ils insufflent un nouvel élan et ravivent l'espoir d'un avenir durable.



3 UNE NOUVELLE GÉNÉRATION PORTEUSE D'ESPOIRS

Steeve Descas, âgé de 35 ans est producteur de bananes et d'agrumes au Lorrain en Martinique.

Passionné de sport depuis l'enfance, il visait une carrière dans le football, avant que son asthme ne mette fin à ses espoirs. Après des études d'informatique, il s'est laissé porter par l'univers de l'agriculture. « C'est mon père qui m'a tiré vers ce métier », explique-t-il.

Il récupère en 2015 l'exploitation de son père, qui l'avait lui-même hérité de son propre père, de 12 hectares ; 7 en bananes et 5 en diversification. Aujourd'hui, il produit 1 114 tonnes de bananes Cavendish sur 24 hectares. Il cultive également des bananes plantain (2 ha), des agrumes (1 ha) et possède une surface de 2 hectares en jachère.

Steeve fait la démonstration d'un vrai savoir-faire sur la production de bananes avec un des meilleurs rendements sur la Martinique.

Citrons, oranges, pamplemousses, il se plaît à cultiver différentes variétés.

La diversification présente l'avantage de nécessiter une main-d'œuvre limitée tout en garantissant une rentabilité à court terme. « Je vends mes agrumes sur le marché local. C'est un marché de niche qui me permet néanmoins d'avoir des rentrées d'argent rapides ».

Comme l'ensemble des producteurs, Steeve rencontre des problèmes de main d'œuvre.

« Mon père n'a pas connu autant de problématiques au niveau social. »



Letycia Lavital est bercée par l'agriculture depuis son enfance. Petite, elle jouait déjà dans les bananeraies de son grand-père. « J'aime la terre » précise-t-elle.

Ouvrière agricole depuis 10 ans, elle décide en 2023 de reprendre l'exploitation de son grand-père dont elle a hérité quelques années plus tôt.

« J'aime participer à toutes les étapes de la production mais ce que je préfère, c'est la sélection. Je vise la qualité ! Je parle à mes bananes, je leur donne le maximum ». Sur son exploitation de 3 hectares, cette exigence lui permet de produire 80 tonnes en respectant le cahier des charges le plus exigeant de la banane française.

Bien que le métier soit difficile et que sa bananeraie soit située à la Sarde, dans une région montagneuse avec une forte pression de la maladie de la cercosporiose, Letycia ne manque pas de motivation.

Soutenue par ses homologues et conseillée par le groupement Les Producteurs de Guadeloupe, elle suit actuellement une formation en distanciel pour obtenir le Brevet professionnel responsable d'entreprise agricole (BPREA). Neuf points sont à valider avant le passage en commission.

Letycia prévoit d'augmenter prochainement son exploitation de 4 hectares et de commencer à faire du maraichage pour le marché local.



« C'est important pour moi de perpétuer la chaine familiale, d'exercer un métier qui me plait et d'essayer de laisser quelque chose à mes enfants. »



L'UGPBAN

1 QUI SOMMES-NOUS ?

Créée en 2003, l'Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe et Martinique (UGPBAN) représente les 450 producteurs de Guadeloupe et de Martinique afin de mutualiser les coûts, mettre en place un outil commun de commercialisation et défendre d'une voix unique le dossier de la banane auprès des instances nationales et européennes.



LES GRANDES DATES

2003
Les groupements BANAMART et Les Producteurs de Guadeloupe (LPG) créent l'UGPBAN

2005
Première campagne de communication de la Banane de Guadeloupe & Martinique : Rien ne peut la battre

2007
Mise en place du nouveau dispositif de soutiens communautaires à la production : POSEI

2008
Acquisition du réseau de mûrisseries Fruidor auprès du groupe Pomona. Fruidor est leader du mûrissage sur le marché français (11 mûrisseries).

La filière Banane de Guadeloupe & Martinique est l'unique filière agricole française à maîtriser ses métiers de l'amont à l'aval.

—

Lancement du Plan Banane Durable

2015
Création du concept de La Banane Française enrubannée

2018
La Banane de Guadeloupe & Martinique devient fournisseur officiel du Tour de France

—

Déclinaison du concept avec La Banane Française Équitable.

2024
Obtention du titre de Marque Préférée des Français*

**Etude Opinion Way - 1051 répondants - août 2024 - catégorie bananes*

2 LES CHIFFRES-CLÉS

450
EXPLOITATIONS FAMILIALES

5000
EMPLOIS DIRECTS

200 000
TONNES DE BANANES PRODUITES PAR AN

1ER
EMPLOYEUR AGRICOLE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE

UNE PRODUCTION AGROÉCOLOGIQUE

UNE RICHE BIODIVERSITÉ : + DE 200 ESPÈCES D'INSECTES !**



MARQUE PRÉFÉRÉE des Français® Banane* N°1 GOÛT

La Banane de Guadeloupe & Martinique a été élue Marque Préférée des Français*, avec un écart significatif devant 9 marques concurrentes de sa catégorie.

La marque obtient la première place sur les items de goût, engagement, qualité, confiance, proximité et utilité.

**Etude Opinion Way - 1051 répondants - août 2024 - catégorie bananes*
*** Études Cihence 2015 et Biotope 2023*

DU CHAMP À L'ASSIETTE

1 LES GRANDES ÉTAPES DE CULTURE



1 La plantation



2 La culture et les soins



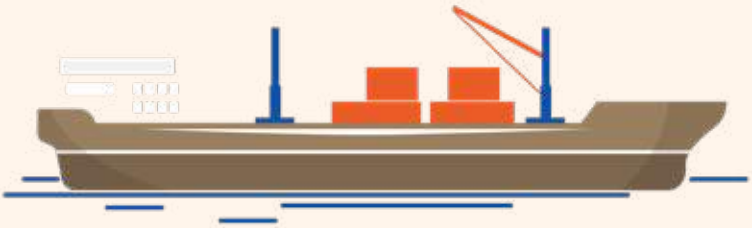
3 La récolte



4 La préparation et l'étiquetage



5 Le transport



6 Le contrôle et la préparation



7 Le mûrissage



8 En magasin



2 LA COULEUR COMME INDICE DE MATURITÉ

VERTE - JAUNE



À conserver
La banane n'a pas fini de développer ses arômes : conservez-la à température ambiante.

JAUNE À BOUTS VERTS

+ 2 JOURS
À 20° C



Ferme et acidulée
Croquante et peu sucrée, vous pouvez consommer votre banane nature ou cuisinée, à votre goût !

JAUNE

+ 1 JOUR
À 20° C



Tendre et sucrée
Retrouvez le goût classique de la banane française.

TIGRÉE

+ 4 JOURS
À 20° C



Souple et très sucrée
C'est à ce stade que la banane révèle toutes ses saveurs, nature ou dans vos bonnes recettes !



3 LES RECETTES EXPRESS



FEUILLETÉS BANANE-CHOCO 971/2

- **9** rondelles de banane française
- **7**0g de chocolat pâtissier (environ 9 carrés)
- **1** pâte feuilletée rectangulaire
- **2** pincées de sésame

Pour 9 roulés.
A l'aide d'un couteau ou d'une roulette, découper la pâte feuilletée rectangulaire en 9 carrés. Dans chaque carré, disposer 1 rondelle de banane française et 1 morceau de chocolat.
Refermer chaque carré en rabattant les angles vers le centre et pincer les bords entre eux pour sceller le tout.
Saupoudrer de sésame et faire cuire le tout à 200°C pendant 15 minutes.
Déguster tiède ou chaud.



PANCAKES PROTÉINÉS BRAVO

- **B**anane de Guadeloupe & Martinique
- **R**aisins secs ou râpé de coco
- **Av**oine
- **O**euf

Pour 2 personnes.
Dans un bol, réduire **1 banane** en purée, battre **1 œuf** à la fourchette et y ajouter **50g de flocons d'avoine**.
Selon votre goût ajouter **quelques raisins secs ou 40g de noix de coco râpée** et faire cuire le tout dans une poêle chaude des 2 côtés.
Déguster les pancakes encore chauds, idéalement au petit déjeuner.



WOK DE BANANES C'BON

- **C**revettes décortiquées
- **B**anane de Guadeloupe & Martinique
- **O**ignon rouge
- **N**ouilles

Pour 4 personnes.
Commencer par cuire **200g de nouilles** selon le temps indiqué sur le paquet.
Couper **2 bananes** en rondelles et **1 oignon** en lamelles.
Dans une poêle chaude, faites revenir avec un peu d'huile, l'oignon, **125g de crevettes** et les bananes.
Ajouter un peu de sauce soja, à doser selon votre goût et déguster bien chaud.



GUACAMOLE BANCO

- **B**anane de Guadeloupe & Martinique
- **A**vocats
- **N**oix de cajou
- **C**itron vert
- **O**ignon rouge

Pour 4 personnes.
Dans un saladier, écraser à la fourchette la chair d'**1 banane** et de **2 avocats**.
Ajouter un **demi-oignon rouge** coupé en petits morceaux, le jus d'**1 citron** et **quelques noix de cajou**.
Assaisonner avec du sel, du poivre, une pointe de piment et des dés de tomates lorsque c'est la saison.

CONTACT PRESSE
AGENCE COMÉCLA
Marie-Christine Duval / 06 61 50 98 09
mc.duval@comecla.fr

RETOUR EN IMAGES SUR L'ÉDITION 2025

UNION DES GROUPEMENTS DE PRODUCTEURS DE BANANES DE GUADELOUPE ET MARTINIQUE

UGPBAN
38 rue du Séminaire - Centra 401
94616 Rungis cedex

www.bananeguadeloupemartinique.com