

DOSSIER DE PRESSE
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE
ÉDITION 2018

LA BANANE FRANÇAISE ET ÉQUITABLE



www.bananeguadeloupemartinique.com



LA BANANE FRANÇAISE ET SES NOUVEAUX DÉFIS

Dans le cadre de la 55^{ème} édition du Salon International de l'Agriculture, la filière Banane de Guadeloupe & Martinique accueillera les visiteurs, au sein du pavillon Outre-mer, sur un espace de 230m² (Hall 5.I n° stand E6).

Une dizaine de producteurs viendront faire découvrir au grand public les vertus de la banane française, la banane la plus transparente et la plus respectueuse de l'environnement et des Hommes.

LES ENJEUX DE LA BANANE FRANÇAISE

RENAÎTRE APRÈS L'OURAGAN MARIA

Les exploitations de bananes de Guadeloupe & Martinique ont grandement souffert du passage de l'ouragan Maria des 18 et 19 septembre 2017.

Pour rappel, en Guadeloupe, ce sont 100 % des exploitations qui ont été détruites et 70 % en Martinique.

L'arrêté de catastrophe naturelle a permis toutefois aux 600 producteurs d'être soutenus par les fonds européens. Des mesures d'activités partielles ont été

également mises en place au niveau de la filière. Plus de 250 000 heures de formation ont été planifiées, pour les producteurs de Guadeloupe et Martinique, en 2017 et 2018, dans le cadre de l'après Maria.

Le retour de production à la normale (avant ouragan Maria) est prévu à horizon 2019.

AVANT L'OURAGAN MARIA LA PRODUCTION AUX ANTILLES ÉTAIT RÉPARTIE AINSI :

En Guadeloupe :

70 000 tonnes
de bananes / an contre 20 000 tonnes aujourd'hui

En Martinique :

200 000 tonnes
de bananes / an contre 80 000 tonnes aujourd'hui

LE SAVIEZ-VOUS ?

15 techniciens et ingénieurs font partie des services agro-techniques des coopératives Banamart (Martinique) et Les Producteurs de Guadeloupe (LPG). Ils accompagnent les producteurs au quotidien dans toutes les phases de culture.

DÉCOUVREZ LE TÉMOIGNAGE DE 2 PRODUCTEURS SUITE AU PASSAGE DE L'OURAGAN MARIA

Philippe Mirre - Producteur à Capesterre - Belle-Eau en Guadeloupe

Philippe Mirre possède 30 hectares pour une production annuelle de 1500 tonnes et emploie 18 salariés.



«Les événements climatiques désastreux comme Maria nous déstabilisent vraiment, mais avec la passion du métier et beaucoup de travail, on se relève toujours. J'ai terminé la première phase qui consiste à nettoyer les parcelles. Maintenant, la sélection des bons rejets va donner de jeunes bananiers. Ça fait du bien de quitter la phase de nettoyage pour voir enfin se concrétiser la renaissance des parcelles !

Le mois prochain, j'aurai déjà des fleurs de bananiers, la popotte va montrer le bout de son nez ! Chez moi, j'ai aussi des calebassiers. Cet arbre, originaire d'Amérique tropicale, produit de grands fruits secs qui peuvent servir de récipients ou à la fabrication de divers objets de décoration .»



Sandra Bartel - Productrice à Morne-Capot en Martinique

Sandra Bartel est productrice dans la commune du Lorrain au nord-est de la Martinique.

Elle possède 2 hectares de terre pour 100 tonnes de production annuelle. Elle travaille seule, aidée de son mari par ailleurs ouvrier agricole sur une autre exploitation.

Sandra produit de la banane équitable. L'agroécologie lui permet de produire tout en préservant l'environnement et cela lui tient à cœur. Elle n'utilise plus de désherbant et procède au désherbage mécanique. Sandra a constaté sur son exploitation le retour des abeilles et des vers de terre, ce qui l'encourage fortement à poursuivre ces nouvelles pratiques culturales.

Comment préparez-vous les sols avant de planter ?

«J'utilise des couverts végétaux soit sous forme de rotations culturales, soit en les implantant comme plantes compagnes de la production. Mon objectif est d'utiliser sous ma bananeraie, 100 % des plantes de couverture.

Grâce à cela, plus de mauvaises herbes, un meilleur contrôle des bio-agresseurs, davantage de biodiversité et de fertilité des sols. Et puis c'est plus joli !

Ça compte de se sentir bien dans sa bananeraie même dans ces moments difficiles !»



LE SALON DE L'AGRICULTURE : UNE OPPORTUNITÉ POUR LA FILIÈRE DE COMMUNIQUER SUR SES NOUVEAUX DÉFIS

La Banane de Guadeloupe & Martinique participe, au salon International de l'Agriculture, depuis plus de 10 ans. Le Salon International de l'Agriculture est un événement agricole de référence et incontournable pour la filière.

Rappel des chiffres de fréquentation 2017 :

620 000 visiteurs
dont 32 000 professionnels et 1 000 exposants

LA BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE : LA BANANE LA PLUS VERTE AU MONDE !

Depuis plus de 15 ans, la filière Banane de Guadeloupe & Martinique s'attèle à produire une banane d'exception aux saveurs inégalées et multiples.

Les modes de production de la banane de Guadeloupe & Martinique, issus d'une agriculture durable accompagnée d'une démarche en agroécologie, sont économiquement viables, socialement équitables et respectueux de l'environnement.

Le respect de l'environnement est une des préoccupations majeures de la filière et ce, malgré le fait que le climat antillais, tropical humide, reste très propice aux maladies des plantes.

Ce contexte a conduit les 600 producteurs à mettre en place, avec l'aide des pouvoirs publics et en collaboration avec le Centre de Coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD) et l'Institut Tropical (IT2), un plan inédit et ambitieux : **le Plan Banane durable.**

Pour rappel, la filière a adopté 2 plans banane durables pour une durée totale de 12 années :

1^{er} plan banane durable : 2008 - 2015
2^{ème} plan banane durable : 2016 - 2020

OBJECTIFS DU PLAN BANANE DURABLE 2

Lancé depuis 2 ans, ce plan a pour objectif de poursuivre la transition agroécologique de la Banane de Guadeloupe & Martinique. Il regroupe à la fois des objectifs :

► environnementaux :

- **25 % de réduction supplémentaire** de l'utilisation des pesticides chimiques d'ici 2020 et

50% d'ici 2025.

- **couverture végétale permanente du sol.**

Clé de voute de l'agroécologie la couverture végétale est passée de 10 % à 25 % depuis 2015 à aujourd'hui. C'est une progression constante et rapide qui laisse espérer atteindre une couverture quasi totale de notre bananeraie à horizon 5 ans. Cette technique favorise grandement la biodiversité et limite l'érosion. Elle permet également d'avoir un sol vivant qui régule l'eau, les éléments minéraux et la matière organique.

- **Protection de la biodiversité dans les exploitations**

La filière a également fait des efforts en termes de fertilisation azotée organique qui atteint aujourd'hui environ 10%. Le frein est actuellement la faible disponibilité de matière organique fertilisante aux Antilles compte tenu notamment du faible développement de l'élevage.

► sociaux

- **préservation des emplois directs et indirects de la filière,**

- **maintien de l'effort de formation** engagé au sein de la filière pour l'ensemble des producteurs et des salariés avec un accent particulier sur toutes les pratiques innovantes. Par ailleurs, la formation des producteurs et salariés aux mesures alternatives aux traitements phytosanitaires s'est également intensifiée, par l'intermédiaire des groupements des producteurs BANAMART, Les Producteurs de Guadeloupe (LPC) et l'Institut Technique Tropical (IT2).

- **Insertion des jeunes** - renouvellement des générations

► **Coopération Régionale**

- **Plan Banane Durable Caraïbes**

LE SAVIEZ-VOUS

Le colibri, symbole d'une filière durable ! La réduction drastique de l'utilisation de pesticides et d'insecticides (-75%) a permis le retour de nombreuses espèces animales dans les bananeraies antillaises. Les producteurs constatent notamment le retour de 3 espèces de colibris : le madère, le fofou et le falle vert.



QUELS NOUVEAUX DÉFIS DEVRA RELEVER LA FILIÈRE BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE ?

DÉFI 1 : ORGANISER LE RETOUR DE LA PRODUCTION DE LA BANANE DE GUADELOUPE & MARTINIQUE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS ET EUROPÉEN, SUITE AU PASSAGE DE L'OURAGAN MARIA.

Quelles actions sont mises en place ?

Le passage de l'ouragan Maria et ses conséquences dévastatrices sur les exploitations de bananes ont été une épreuve très difficile à vivre pour les producteurs.

En effet, un an avant, les producteurs de Guadeloupe et Martinique avaient déjà subi l'ouragan Matthew qui avait grandement fragilisé les exploitations.

Dans une configuration post ouragan, le rôle de l'Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe et Martinique (UCPBAN), des groupements Les Producteurs de Guadeloupe (LPG) en Guadeloupe et Banamart en Martinique sont essentiels.

Une série de mesure a été ainsi mise en place conjointement :

- **mobiliser les pouvoirs publics nationaux** sur l'état de catastrophe naturelle dans laquelle se trouvait la filière

banane en Guadeloupe et en Martinique afin de pouvoir mettre en place un plan de remontée progressive de la production,

- **mobiliser les Fonds Européens,**
- **obtenir de l'Etat qu'il accompagne les producteurs** dans la mise en œuvre du dispositif de l'activité partielle pour les salariés de leur exploitation.

Au niveau local, ont également été initiées des actions spécifiques par LPG et Banamart telles que la mise en place de formations, avec la FAFSEA, à l'attention des producteurs et de leurs salariés afin de limiter ainsi leur temps d'inactivité et de maintenir le lien avec la filière.

RENCONTRE AVEC PHILIPPE ALIANE, DIRECTEUR DU GROUPEMENT LES PRODUCTEURS DE GUADELOUPE



« Lors d'un ouragan tel que Maria notre groupement se doit d'être au plus près de chacun des producteurs. »

Il est effectivement primordial pour nous d'être encore plus près des producteurs suite au passage d'un ouragan tel que Maria.

A partir de la fin février, les producteurs vont récolter leurs premiers régimes qui seront d'abord commercialisés sur le marché local et à partir de fin avril, 90 % des exploitations vont commencer à récolter leurs régimes et les exportations vont repartir. Le retour à une production normale (d'avant Maria) est prévu pour 2019.

De manière plus générale et hors Maria, notre groupement poursuit avec le groupement en Martinique Banamart et l'UCPBAN, la mise en place du plan banane durable à 10 ans.

En Guadeloupe, le groupement a investi dans des hangars de conditionnement afin que les producteurs des petites et moyennes exploitations disposent d'outils collectifs et mutualisent ainsi leurs moyens.

Il est capital pour nous de poursuivre, au sein de la filière, la mise en place de nouveaux défis dont, le dernier en date, celui de la banane française équitable.



RENCONTRE AVEC PIERRE MONTEUX, DIRECTEUR DE BANAMART



« Le cyclone devient à un moment donné un événement fédérateur. »

Dans la période de post ouragan Maria, nous avons également organisé des actions communes avec les producteurs guadeloupéens qui ont profité de cette période calme pour rencontrer les producteurs martiniquais et échanger, avec eux, sur les techniques culturales mises en place.

Sur toutes les exploitations depuis le mois de décembre, nous avons noté le retour des popottes ! Aujourd'hui, des exploitations sont en production mais sur de petites quantités.

Depuis quelques semaines, nous sommes dans un processus de comptage des régimes.

En ce moment, la production avoisine les 1.000 à 1.200 tonnes ce qui représente à peine 20% de notre potentiel. Avec le carême et le retour du soleil, la récolte va se généraliser dans toutes les exploitations.

2018 sera une année moyenne qui avoisinera les 135.000 tonnes pour un régime de croisière classique de 200.000 tonnes. Un retour à la normale est programmé pour 2019.

Propos recueillis par Marie-Christine Duval, Agence COMÉCLA.



RENCONTRE AVEC DAVID DURAL DIRECTEUR DE L'INSTITUT NATIONAL TROPICAL TECHNIQUE (IT2)

« La Banane est une plante qui en moins de 9 mois repart en production, elle est donc bien adaptée aux territoires comme les nôtres qui connaissent des phénomènes cycloniques récurrents. »

L'objectif principal de l'Institut Technique Tropical (IT2) est d'apporter des solutions techniques efficaces et durables dans les domaines

LE SAVIEZ-VOUS ?

9 mois c'est le temps qu'il faut pour qu'un bananier pousse jusqu'à la récolte du régime.

définis comme prioritaires par les producteurs agricoles des Antilles, en réalisant le changement d'échelle et le transfert des résultats de la

recherche. Il permet de maintenir l'accès à l'innovation pour la production agricole et sert d'articulation entre les organismes de recherche et les producteurs. LIT2 formalise les outils afin que les producteurs les utilisent.

Suite au passage de l'ouragan Maria, l'IT2 en lien étroit avec les services techniques des groupements et avec le CIRAD a participé au renforcement de la cellule d'appui à l'installation des couverts végétaux car beaucoup de producteurs ont été contraint de mettre leurs parcelles en jachère. Les

couverts végétaux permettent en effet d'assainir les sols et d'en augmenter la fertilité pendant ces périodes de repos.

Depuis février 2018, l'IT2 a également mis en place les formations suivantes spécifiques post ouragan Maria :

- couverts végétaux,
- parasites du bananier,
- maladies de conservation après récolte.

LIT2 a également été directement impacté par le passage de l'ouragan Maria puisque toutes les parcelles d'essais ont été rasées en Guadeloupe et en partie détruites en Martinique.

Malgré ce contretemps, le travail de recherche continue sur la variété CIRAD 925 tolérante à la cercosporiose noire. La CIRAD 925 est commercialisée depuis plusieurs années en Guadeloupe. Le dernier point technique à solutionner est le brunissement de sa peau quand on la manipule. Suite à des études du CIRAD, une cire naturelle a été identifiée pour limiter ce brunissement. Il s'agit de la cire d'un palmier originaire du Brésil, le Carnauba. Après Maria la CIRAD 925 reviendra sur le marché local avant la Cavendish car elle repart en production plus rapidement (cycle de 6 mois). Les travaux se poursuivent pour une commercialisation de la variété CIRAD 925 dans l'hexagone d'ici 1 ou 2 ans.

Depuis le mois de février, les activités de l'IT2 ont été reconnues au niveau national, l'IT2 faisant dorénavant partie du cercle restreint des instituts techniques agricoles qualifiés par le Ministère de l'Agriculture et regroupés au sein de l'ACTA (Tête de réseau des ITA). Au-delà de l'illustration de la capacité des Outre-mer et d'une filière agricole organisée à se hisser au plus haut niveau de l'expérimentation agricole, cette qualification va nous ouvrir des voies d'activités, de façon plus autonome, et avec de nouveaux partenaires.



UNE NOUVELLE INITIATIVE : LA CRÉATION DU CLUB DES JEUNES PRODUCTEURS DE GUADELOUPE & MARTINIQUE

Dans ce contexte post Maria et afin de fédérer les jeunes agriculteurs autour de la filière banane, un Club des Jeunes Producteurs vient d'être créé. L'objectif de ce club sera de permettre aux jeunes agriculteurs de mieux connaître la filière banane et d'en être les ambassadeurs. Des actions spécifiques leur permettront de découvrir la stratégie et le fonctionnement des outils de mise en marché et de promotion de la filière Banane de Guadeloupe & Martinique et de ses partenaires. Ce club sera également un lieu d'échanges et de réflexion permettant de travailler à des sujets d'améliorations et pourra porter des projets d'innovation ou de développement. Il aura également pour vocation de prendre en compte les aspirations de la jeune génération.

DÉFI 2 : POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT DE LA BANANE FRANÇAISE EN MAGASINS

Objectif : valoriser La Banane Française en magasins par la mise en place d'un positionnement commercial novateur.

La Banane Française plus que jamais combattive pour 2018 !

Quelques rappels sur ce mode de commercialisation :

Rappel des constats qui ont amené la filière Banane de Guadeloupe & Martinique à



réfléchir aux moyens à mettre en œuvre pour mieux valoriser la banane des Antilles sur le marché national :

- une guerre des prix en CMS, 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 3 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 et indiquant le nombre de fruits,
- 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.



Quelles évolutions pour La Banane Française en magasins depuis son lancement ?

Initiée par la filière banane et lancée depuis maintenant 3 ans, par Stéphane Le Foll au Salon International de l'Agriculture, La Banane Française remporte de beaux succès auprès des enseignes et des consommateurs.

CAP DES 2 104 MAGASINS ATTEINT !

Evolution de La Banane Française en magasins

Année	Nombre de magasins clients de la Banane Française
2015	486
2016	1366
2017	2104
Janvier 2018	2147

soit une progression de 340% en 3 ans.

Les ventes sont actuellement de 24 300 colis / semaine en moyenne soit : **1 944 000 bananes par semaine** (80 fruits par carton).

A noter : Malgré l'ouragan Maria de septembre 2017 La Banane Française poursuit néanmoins sa conquête du marché français. Avec son cahier des charges très strict, le segment restera solide puisque toute la gamme premium de l'origine Guadeloupe et Martinique lui est désormais consacrée. Une opportunité pour La Banane Française qui occupe une place de plus en plus importante au sein de la production.

Liste des enseignes participant aujourd'hui au déploiement du concept de La Banane Française * :

Après 3 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	Ouest (Charente Maritime, Loire Atlantique) Normandie, Ile de France, Sud, Est
Casino	Bordeaux, Sud, Lyon, Ile de France
Carrefour	Nord, Ile de France, Sud
Auchan	Ile de France, Centre, Sud, Nord

* la Banane Française est présente sur tout le territoire national

L'objectif de cette année est également de conquérir de nouvelles enseignes ou de développer notre volume dans des enseignes déjà séduites par le concept.

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

2150 magasins sont clients de La Banane Française.

L'objectif de la filière est d'atteindre les **20 000 tonnes en fin 2018**.

Même si ce n'est qu'en 2019 que les volumes de production de la filière seront à nouveau comparables aux années précédentes, **2018 sera l'année de la croissance réparatrice**.

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

Afin d'appuyer ce déploiement, depuis fin 2017, 16 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 la présentation du produit que dans l'implantation du rayon, son suivi, et sa pérennité.

Port de Dunkerque : de nouvelles machines pour optimiser le conditionnement de la Banane Française

De manière à optimiser la pose du ruban bleu-blanc-rouge autour des fruits, la filière a mis au point, depuis Septembre 2017 un nouvel outil industriel avec de nouvelles machines, plus performantes et qui protègent encore mieux les fruits lors de cet enrubannage. Depuis septembre 2017, deux nouvelles lignes de conditionnement La Banane Française ont remplacé l'ancienne machine dans les locaux de Dunfresh à Loon Plage.

Auparavant, la capacité de production atteignait les 15 000 colis par semaine, elle passe désormais à 27 000 colis hebdomadaires. Ces nouveaux outils permettent un gain de productivité, une réduction de la pénibilité du travail, une optimisation de l'espace au sol et un gain également en termes de qualité. Palettiseurs, botteuses, convoyeurs, tout a été modifié afin que les mains de bananes La Banane Française subissent le moins de chocs possibles lors de l'enrubannage. Sur chaque ligne, il y a 9 machines de « banabottelage » qui peuvent chacune enrubanner 1500 colis hebdo. Soit 27000 colis aujourd'hui effectivement.

Après 3 années, comment le concept de 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 - mise en avant de l'origine France.

Le consommateur semble également être satisfait du concept. Les raisons motivant son achat sont les suivantes : souhait de consommer français - gain de temps car pas de pesée - confort d'achat - propreté du rayon.

En 3 ans, le concept de La Banane Française s'est imposé comme une segmentation à part entière et supplémentaire dans l'univers Banane.

C'est le résultat d'un travail d'équipe réalisé sans relâche pour le déploiement du concept, de l'amont à l'aval de la filière banane de Guadeloupe et Martinique, des producteurs, dans leurs champs et leurs stations d'emballage, jusqu'à la force de vente en magasins.





DÉFI 3 : LANCEMENT DE « LA BANANE FRANÇAISE ÉQUITABLE » : LE PARI GAGNANT-GAGNANT POUR LES PETITS PRODUCTEURS DE LA FILIÈRE

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.

EVOLUTION 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.

Dorénavant apparaît 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.

Ce contexte permet aujourd'hui à la filière de créer La Banane Française Equitable.

La Banane Française Equitable concerne les petits producteurs de Guadeloupe & Martinique, issues de petites exploitations familiales, soit 420 producteurs au total.

La superficie des exploitations concernées est de 3 hectares en moyenne.

Une rémunération garantie aux producteurs de + 40 % entre l'augmentation du prix d'achat et le financement d'actions collectives.

2 petits producteurs, référents équitable, dans chaque île seront présents sur le stand de la Banane de Guadeloupe & Martinique afin de faire découvrir aux visiteurs le concept de La Banane Française Equitable.

QUELS SONT LES OBJECTIFS DU CONCEPT 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,

- attirer des jeunes générations 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 regroupée.
- améliorer la qualité et le taux de label pour pouvoir bénéficier d'un complément de revenu.

Le concept de La Banane Française Equitable est une nouvelle segmentation inspirée du concept de la Banane Française enrubbannée. Comme elle, elle sera :

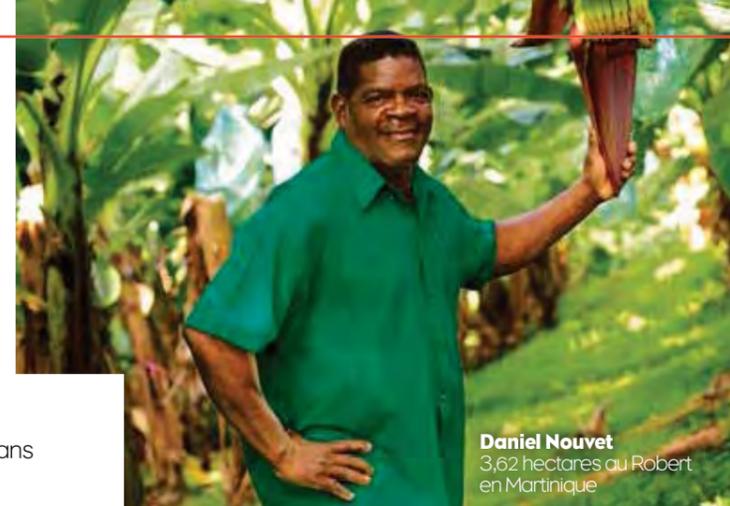
- vendue à la pièce, en bouquets de 3, 4, 5 et 6 fruits,
- mise en évidence par un ruban vert feuille et bleu blanc rouge entourant les bouquets et indiquant le nombre de fruits,
- dotée d'un code-barres pour faciliter les passages en caisses et permettre au consommateur de gagner du temps en évitant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

La Banane Française Equitable, au vu de l'exceptionnelle qualité de ses modes de production, saura séduire les consommateurs sur le marché français, face aux bananes équitables sud-nord.

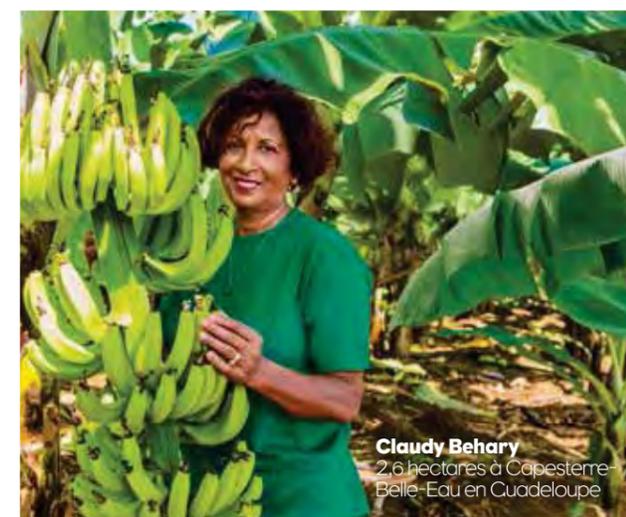
La promotion de La Banane Française Equitable représente un nouveau challenge, celui de **renforcer l'image de la Banane de Guadeloupe & Martinique, comme une banane familiale, artisanale, la plus vertueuse au monde.**

LE SAVIEZ-VOUS ?

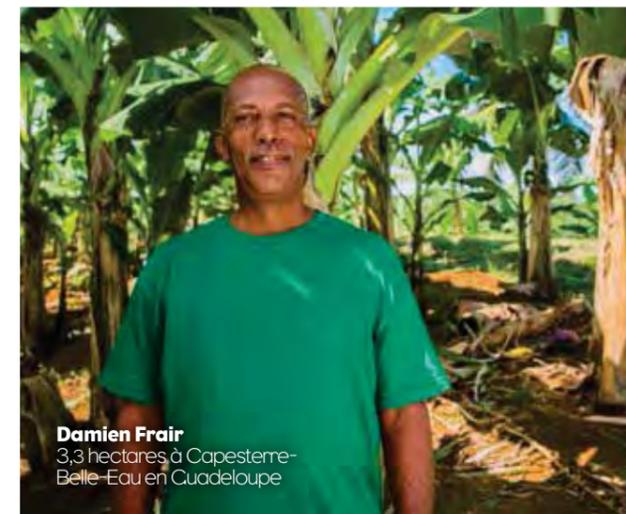
Pour 88% des français, le commerce équitable est une démarche positive.



Daniel Nouvet
3,62 hectares au Robert en Martinique



Claudy Behary
2,6 hectares à Capesterre-Belle-Eau en Guadeloupe



Damien Frair
3,3 hectares à Capesterre-Belle-Eau en Guadeloupe



Sandra Bartel
2 hectares au Lormain en Martinique



LE STAND DE LA BANANE FRANÇAISE CULTIVÉE EN GUADELOUPE & MARTINIQUE

Sur son stand de 230 m² la banane française proposera à ses visiteurs, plusieurs espaces animations :



1 espace vente et dégustation : les producteurs accueilleront les visiteurs et leur feront découvrir les qualités gustatives de la Banane de Guadeloupe & Martinique tout en leur expliquant ses modes de production issues d'une Agriculture durable.



1 espace La Banane Française

Equitable : 4 producteurs de Guadeloupe & Martinique (Sandra Bartel, Claudy Behary, Daniel Nouvet et Damien Frair) présenteront aux visiteurs les enjeux de la Banane Française Equitable.

1 espace immersif :

cet espace plongera les visiteurs dans une bananeraie. Ils pourront ainsi observer les différentes étapes de la pousse du bananier : du vitro plant à la taille du régime (précédent sa coupe).

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 ».

1 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.



1 espace enfant :

- lecture de contes antillais
- ateliers culinaires
- tressage de feuilles de bananiers
- coloriages
- maquillage

1 espace de soutien à la Banane de Guadeloupe & Martinique :

avec un livre d'or géant : les visiteurs pourront témoigner leur soutien aux producteurs, suite au passage de l'ouragan Maria, en signant le livre d'or.

Un Social Wall permettra aux visiteurs de découvrir en direct, sur grand écran, les publications faites sur les réseaux sociaux de la filière.

1 espace VIP accueillera des personnalités politiques et influentes, ainsi que des journalistes afin de leur rendre compte des évolutions notables au sein de la filière, des innovations et des enjeux.

Danielle, notre animatrice, apprendra aux enfants, à partir de 6 ans, à concocter des recettes sucrées, salées, faciles et gourmandes !

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



Daniel Martinvallet, 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...

