

Profil de Marché 2003

Market Brief 2003

Marché français du riz

The French Rice Market

BORDEAUX
école
de
management

En collaboration avec le
Centre du commerce international
CNUCED/OMC

Ce travail a été préparé par Édouard Jeaneau, Damien Langlois, Sébastien Lienhardt, Geoffrey Michel, Charles Ponchon, étudiants du programme European Business Programme de Bordeaux École de Management sous la direction du Professeur Jacques-Olivier Pesme.

This report was prepared by Édouard Jeaneau, Damien Langlois, Sébastien Lienhardt, Geoffrey Michel, Charles Ponchon, students from the European Business Programme of Bordeaux Business School under the supervision of Professor Jacques-Olivier Pesme.

Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Centre du commerce international CNUCED/OMC aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites, ou l'approbation d'une société commerciale ou d'un produit.

The terms used in the present document and its presentation of data should not be deemed to be an expression by the International Trade Center UNCTAD/WTO of an opinion regarding the legal status of the countries, territories, cities or zones mentioned herein; their civilian authorities; or their borders, or the endorsement of a commercial company or product.

Le présent document n'a fait l'objet d'aucune modification par le Centre du Commerce International CNUCED/OMC quant à sa rédaction.
Les opinions exprimées dans ce rapport sont celles des auteurs et ne sont pas nécessairement confirmées par le Centre du Commerce International.

*The drafting of the present document was not subjected to any alteration by the International Trade Center.
Opinions contained in this report are those of the authors and are not necessarily endorsed by the International Trade Center.*

De brefs extraits de ce document peuvent être librement reproduits, pourvu que la source en soit dûment mentionnée. Une autorisation est nécessaire pour réaliser une reproduction ou traduction plus étendue. Un exemplaire du matériel reproduit ou traduit devra être envoyé au CCI et à Bordeaux Ecole de Management.

Brief extracts from the present document can be reproduced without prior authorisation, as long as the source has been duly mentioned. Authorisation is required for any extensive reproduction or translation. Copies of materials that have been reproduced or translated must be sent to the ITC (International Trade Center) and to Bordeaux Business School.

Jacques-Olivier Pesme

Professeur, Bordeaux Ecole de Management
Professor, Bordeaux Business School

Ouvrir nos économies pour élargir les perspectives de marché et poursuivre ainsi le rééquilibrage des rapports Nord-Sud. Ce principe simple dont le fondement s'inspire de la théorie classique demeure plus que jamais d'actualité car le **commerce international**, et notamment l'émergence des pays à bas revenus dans les échanges mondiaux, reste l'un des moteurs de la croissance de l'économie mondiale.

La principale crainte que l'on puisse opposer à ce précepte classique serait d'oublier d'intégrer les nations moins favorisées dans la dynamique libre-échangiste.

A cet égard, parmi les contraintes multiples auxquelles se trouvent confrontées ces **Etats en développement**, l'accès à une information pertinente adaptée à une réalité de marché et paramétrée pour répondre à des potentialités de production issues de ces mêmes nations se révèle déterminante.

Fruit d'un travail de recherche précis tout en restant synthétique, les **Profils de Marché** publiés dans le cadre de cette collection sont avant tout destinés aux organismes de promotion des exportations et aux producteurs locaux des pays en développement.

On doit attendre de ces recherches qu'elles nourrissent l'analyse de l'entrepreneur sur l'opportunité d'investir le marché présenté. Elles ont pour ambition légitime d'éclairer les choix stratégiques que doit faire le décideur dans le contexte de la mondialisation. Le cas échéant, cet **outil d'aide à la décision** sera agrémenté d'une étude de marché plus ciblée et approfondie.

Dans une économie de plus en plus mondialisée, la contribution des Business Schools s'envisage nécessairement au travers du développement et de la transmission de la connaissance à tous les acteurs du jeu économique.

Apporter notre contribution à la réflexion empirique sur les échanges internationaux, apprendre à identifier les opportunités de marchés pour promouvoir les flux d'échanges commerciaux avec les pays tiers et concourir ainsi à notre niveau à l'établissement d'un **développement plus durable**, voilà quels sont les objectifs poursuivis par Bordeaux Ecole de Management dans le cadre de cette collection.

Open our economies in order to broaden the perspectives on the market and thus pursue the readjustment of the relations between North and South. This fundamental principle which is based on classic theory, is, more than ever, a reflection of the current economic situation since **international trade**, in particular the emergence of low-income countries on the world market, remains one of the factors of growth in the global economy.

The principal fear which might be used to refute this classic precept would result in omitting the integration of developing countries in the dynamic of trade liberalization.

In this regard, considering the multiple constraints which **developing countries** are confronted with, the access to pertinent information adapted to the reality of the market and designed to respond to the production potential of these same nations, becomes an essential and determining factor.

Result of precise research, the **Market Briefs** published in this collection are above all destined to organisms which promote exportation and to local producers in developing countries.

From this collection, one should expect that the research contributes to the analysis of the entrepreneur who has the opportunity to invest in the present market. The research has the legitimate aim of clarifying the strategic choices which the decision-maker must consider within the context of globalization. If needed, this **decision-making tool** will be supplemented with a thorough and more precisely targeted market study.

In an economy which is becoming more and more globalized, the contribution of Business Schools plays a necessary role through the development and transmission of knowledge to all actors on the economic scene.

Make our contribution to empirical reflection through international trade, learn to identify marketing opportunities in order to promote the flow of commercial trade with Third world countries, and thus, work towards the establishment of a **sustainable development**: these are the objectives pursued by Bordeaux Business School as expressed in this collection.

>>> **Caractéristiques du marché** **Market characteristics**

- Importations : 204 000 tonnes/an / *Imports: 204,000 tonnes/year*
- Marché stable en volume / *Market that has stabilised in volume*
- 28,12 % du marché des féculents / *28.12% of total starch market*
- Production française ne couvrant qu'1/3 de la consommation
French output only covers 1/3 of consumption

>>> **Consommation** **Consumption**

- 2001 : 240 000 tonnes/an (4,5 kg/an/hab) / *2001: 240,000 tonnes/yr. (4.5kg/yr/person)*
- Hausse de 3,7 % sur 2000/2001 / *Up 3.7% over 2000/2001*
- 2^e rang des féculents consommés / *2nd most consumed starch*

>>> **Opportunités / Segments** **Opportunities / Segments**

- Produits à forte valeur ajoutée : riz parfumés
High value-added product: perfumed rice

>>> **Accès au marché** **Market access**

- Relativement aisé / *Relatively easy*

>>> **Perspectives** **Outlook**

- Marché en évolution / *Market undergoing change*
- Ouverture européenne / *Opening doors to Europe*
- Agriculture biologique / *Organic farming*

L'Avis de l'expert

Après une nette évolution au cours de la dernière décennie, la consommation en volume de riz en France tend à se stabiliser. Mais le marché pourrait repartir à la hausse bientôt grâce à l'apparition de nouveaux segments et au développement d'un mode d'alimentation des Français de plus en plus tourné vers les cuisines du monde fortement utilisatrices de riz.

Les Français découvrent et apprécient progressivement de nouveaux riz. Les provenances exotiques renforcent ce sentiment de découverte.

En outre, la pénétration du marché français ouvre les portes du marché européen. Sur un marché français pas encore stabilisé, les perspectives sont bien réelles.

Expert opinion

After a decade of significant growth, rice consumption has recently started to stabilise in France, in volume terms at least. This market could however soon embark on a new upwards course, thanks to the advent of new market segments and due to the French public's increased interest in rice-based world cuisines.

The French have been progressively discovering and learning to appreciate new types of rice. Exotic origins reinforce this sense of discovery.

In addition, penetrating France means opening doors to the wider European market. Given that the French market has not stabilised yet, the outlook here is truly promising.

Table des matières / *Table of contents*

Le riz (blanchi et semi-blanchi, même poli ou glacé / *Rice (whitened and semi-whitened polished or coated)*

A. Description du produit / <i>Product description</i>	8
B. Données statistiques / <i>Statistical data</i>	12
C. Caractéristiques du marché français / <i>Market characteristics</i>	14
D. Accès au marché français / <i>Market access</i>	16
E. Prix / <i>Price</i>	20
F. Circuits de distribution / <i>Distribution channel</i>	21
G. Pratiques commerciales / <i>Commercial practices</i>	23
H. Emballage et étiquetage / <i>Packaging and labelling</i>	23
I. Promotion des ventes / <i>Sale promotion</i>	24
J. Perspectives du marché / <i>Market prospects</i>	25
Annexe I : Données du commerce extérieur / <i>Trade data</i>	27
Annexe II : Liste des Importateurs / <i>List of importers</i>	29
Annexe III : Adresses utiles / <i>Useful addresses</i>	32

Le marché français du riz

Ce profil de marché concerne les riz regroupés sous la classification du Système Harmonisé (SH) 10.06.30 : riz blanchi et semi-blanchi, même poli ou glacé.

Le riz est la troisième principale céréale produite dans le monde, derrière le blé et le maïs. Il est une base de l'alimentation mondiale, et fait donc partie des marchés relativement stables. Si celui-ci n'évolue plus en volume, il vient de connaître une forte croissance en terme de chiffre d'affaires : les vingt dernières années furent en effet propices au lancement de nouveaux produits tels que le riz parfumé (en grande partie responsable de la bonne santé financière du secteur), le riz précuit ou encore le riz à cuisson rapide.

La France importe du riz blanchi et semi-blanchi à hauteur de 204 000 tonnes par an, dont 46 800 tonnes de pays hors Europe. L'importante différence entre ces deux chiffres s'explique par d'importantes réexportations des pays européens entre eux. En dehors du marché européen, les principaux exportateurs vers la France sont les États-Unis (en baisse) et les pays d'Asie, la Thaïlande en tête.

La consommation française de riz représente 240 000 tonnes par an, soit environ 4,5 kg/an par habitant : une consommation relativement faible. La production nationale ne couvre qu'un tiers de cette consommation qui a triplé ces trente dernières années. Le marché est caractérisé par une forte segmentation et par l'essor du riz parfumé et des riz à cuisson rapide. Le marché est stable en volume, mais il a connu une croissance en chiffre d'affaires grâce à ces produits à forte valeur ajoutée.

The French rice market

The present market profile refers to rice as categorised under Harmonised System classification (HS) 10.06.30: whitened and semi-whitened rice, whether polished or coated.

Rice is the world's third biggest grain crop, behind wheat and corn. Given that this is a staple foodstuff for billions of persons, the rice market is one of the more stable ones around. However, and even though volumes have varied little in recent times, rice revenues have risen sharply over the last 20 years, due to the launch of new products like perfumed rice (largely responsible for the sector's strong financial position), pre-cooked rice or fast-cooking rice.

France imports up to 204,000 tonnes a year of whitened and semi-whitened rice, including 46,800 tonnes from non-European countries. A major explanation for the difference between these two numbers is internal European re-exporting. Outside of Europe, the main exporters to France are the U.S. (albeit to an ever-lesser degree) and Asia, led by Thailand.

With a consumption of 240,000 tonnes annually (or 4.5 kg/year in per capita terms) the French are not big rice-eaters, at least not in relative terms. National production only covers one-third of this consumption - which has tripled over the past 30 years. The market is characterised by its segmentation and by the success of perfumed and fast-cooking rices. Volumes are stable but turnover has risen thanks to these high valued-added products.

La tendance de la consommation début 2003 montre que les riz précuits représentent 8 à 10 % du marché alors que les riz étuvés comptent pour plus de 50 % du marché mais connaissent actuellement un ralentissement. Par contre, toutes variétés confondues, la demande pour les riz parfumés ne cesse d'augmenter, entre 15 à 20 % par an. Les variétés plus anciennes, comme le riz rond, perdent de façon constante des parts de marché au profit des riz longs ou très longs.

A. Description du produit

Ce profil de marché concerne le riz blanchi ou semi blanchi, même poli ou glacé regroupés sous les classifications suivantes du Système Harmonisé (SH) :

10.06.30

Les statistiques regroupent les 16 codes suivants sous l'appellation riz blanchi ou semi-blanchi, même poli ou glacé.

- 10.06.30.21** riz semi-blanchi, étuvé, à grain ronds.
- 10.06.30.23** riz semi-blanchi, étuvé, à grain moyens.
- 10.06.30.25** riz semi-blanchi, étuvé, à grain longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur (>) à 2 mais inférieur (<) à 3.
- 10.06.30.27** riz semi-blanchi, étuvé, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ou égal (>=) à 3.
- 10.06.30.42** riz semi-blanchi, à grains ronds (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.44** riz semi-blanchi, à grains moyens (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.46** riz semi-blanchi, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur (>) à 2 mais inférieur (<) à 3 (à l'exclusion du riz étuvé).

Early 2003 consumption trends show that pre-cooked rice accounts for 8 to 10% of the French market, whereas steamed rice accounts for more than 50% (even though it is currently experiencing a slowdown). On the other hand, demand for all categories of perfumed rice combined has risen continually, at a rate of 15 to 20% per annum. Older varieties, like round grain rice, are constantly losing market share to long or very long grain rice.

A. Product description

This market profile covers the different varieties of whitened or semi-whitened rice (whether polished or coated) as grouped under the following Harmonised System (HS) classifications:

10.06.30

Statistics combine the 16 following codes under the heading of "whitened or semi-whitened rice (whether polished or coated)":

- 10.06.30.21** *semi-whitened rice, steamed, with round grains.*
- 10.06.30.23** *semi-whitened rice, steamed, with medium grains.*
- 10.06.30.25** *semi-whitened rice, steamed, with long grains, with a length/width ratio of greater than (>) 2 but less than (<) 3.*
- 10.06.30.27** *semi-whitened rice, steamed, with long grains, with a length/width ratio at least equal to (>=)3.*
- 10.06.30.42** *semi-whitened rice, with round grains (except for steamed rice).*
- 10.06.30.44** *semi-whitened rice, with medium grains (except for steamed rice).*
- 10.06.30.46** *semi-whitened rice, with long grains, with a length/width ratio of greater than (>)2 but less than (<) 3 (except for steamed rice).*

- 10.06.30.48 riz semi-blanchi, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ou égal (\geq) à 3 (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.61 riz blanchi, étuvé, à grains ronds.
- 10.06.30.63 riz blanchi, étuvé, à grains moyens.
- 10.06.30.65 riz blanchi, étuvé, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ($>$) à 2 mais inférieur ($<$) à 3.
- 10.06.30.67 riz blanchi, étuvé, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ou égal (\geq) à 3.
- 10.06.30.92 riz blanchi à grains rond (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.94 riz blanchi, à grains moyens (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.96 riz blanchi, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ($>$) à 2 mais inférieur ($<$) à 3 (à l'exclusion du riz étuvé).
- 10.06.30.98 riz blanchi, à grains longs, présentant un rapport longueur/largeur supérieur ou égal (\geq) à 3 (à l'exclusion du riz étuvé).

- « riz blanchi » ou « riz mat »
ou « riz fleur » ou « riz »

Riz dont les grains ont été débarrassés de leur pericarp. Sont compris le riz semi-blanchi, le riz entièrement blanchi et le riz étuvé. La totalité du germe, dans le cas du riz long et semi-long, a été éliminé mais il peut, selon la législation française, subsister des stries blanches sur 10 % des grains au maximum. Seuls les grains respectant cette législation peuvent prétendre à l'appellation riz blanchi.

- 10.06.30.48 *semi-whitened rice, with long grains, with a length/width ratio at least equal to (\geq)3 (except for steamed rice).*
- 10.06.30.61 *whitened rice, steamed, with round grains.*
- 10.06.30.63 *whitened rice, steamed, with medium grains.*
- 10.06.30.65 *whitened rice, steamed, with long grains, with a length/width ratio of greater than ($>$)2 but less than ($<$)3.*
- 10.06.30.67 *whitened rice, steamed, with long grains, with a length/width ratio at least equal (\geq) to 3.*
- 10.06.30.92 *whitened rice, with round grounds (except for steamed rice).*
- 10.06.30.94 *whitened rice, with medium grains (except for steamed rice).*
- 10.06.30.96 *whitened rice, with long grains, with a length/width ratio of greater than ($>$)2 but less than ($<$) 3 (except for steamed rice).*
- 10.06.30.98 *whitened rice, with long grains, with a length/width ratio at least equal to (\geq) 3 (except for steamed rice).*

- **“Whitened rice” or “mat rice”
or “flowered rice” or “rice”**

Rice whose grains have been separated from their pericarp. This includes semi-whitened rice, entirely whitened rice and steamed rice. In the case of long and semi-long rice, the entire seed will have been eliminated, although under French legislation white stria can still cover up to 10% of the grains. Only grains complying with this legislation can be called whitened rice.

- **riz blanchi ou semi-blanchi « glacé »**

Riz obtenu par l'enrobage de glucose et de talc. Selon la législation, le glucose doit répondre aux prescriptions réglementaires, et le talc être propre à l'usage alimentaire. Cette dernière substance ne doit être utilisée qu'à la dose maximale de 500 g pour 100 kg de riz. Le riz poli est un riz blanc, débarrassé des farines qui adhèrent aux grains.

- **« riz de luxe » ou « riz long »**

Riz dont les grains ont une longueur d'au moins 6 mm (avec une tolérance de 10 % de grains compris entre 5,5 et 6 mm).

- **« riz moyen » ou « riz demi-long » ou « riz médium »**

Riz dont les grains ont une longueur moyenne supérieure (>) à 5,2 mm mais inférieure ou égale (<=) en moyenne à 6 mm.

- **« riz courant » ou « riz rond »**

Riz dont les grains ne répondent pas aux caractéristiques dimensionnelles fixées ci-dessus pour les riz « long ».

- **« riz paddy »**

Désigne les riz à l'état brut après récolte (grains proprement dit, ou caryopses, protégés de glumes et de glumelles). À ce stade ils sont impropres à la consommation. Ces grains sont encore entourés de leurs enveloppes très dures (la « balle »), riches en silice et cellulose dont ils doivent être débarrassés.

- **“Coated” whitened or semi-whitened rice**

This sort of rice has been coated in glucose and talcum. Depending on the legislation, the glucose must comply with regulatory stipulations. Moreover, the talcum has to be edible. The maximum dosage of talcum is 500 g for 100 kg of rice. Polished rice is a white rice, separated from any flour that may stick to the grains.

- **“Deluxe rice” or “long rice”**

Rice whose grains are on average more than 6 mm in length (with a tolerance of 10% for grains between 5.5 and 6 mm in length).

- **“Medium rice” or “semi-long rice”**

Rice whose grains have an average length of more than (>) 5.2 mm but less than or equal to (<=) 6 mm on average.

- **“Common rice” ou “round rice”**

Rice whose grains do not satisfy the size characteristics set above for “long” rice.

- **“Paddy rice”**

Raw rice right after it has been harvested (with the grains themselves [i.e., the caryopses] having been protected from glumes). At this stage the rice is still unfit for consumption, since the grains are still enveloped in very hard silica- and cellulose-rich husks (“balls”) from which they will have to be separated

- « **riz cargo** » ou « **riz complet** »
ou « **décortiqué** »

Riz qui ne pèse plus que 60 % à 70 % du poids initial. Il subit tout d'abord un blanchiment léger qui, en faisant gonfler le grain, fait craquer l'enveloppe dont il est ensuite simplement débarrassé après séchage. Il est de couleur beige car il conserve encore les couches dures superficielles du péricarpe et le germe qui contiennent l'essentiel des vitamines, fibres, protéines et sels minéraux du riz (aussi appelé « son »). Très en vogue dans l'alimentation « macrobiotique » et les chaînes d'alimentation saine et naturelle, il est plus nutritif que dans ses autres présentations (probablement aussi par l'attention portée à sa mise en oeuvre (cuisson lente prolongée à basse température) par sa cible de clientèle). Il est très long à cuire.

- « **riz brun** »

Riz décortiqué débarrassé par grattage d'une petite partie de son enveloppe de son.

- « **riz étuvé** »

Le Riz Paddy subit, sous pression, un trempage dans l'eau, puis un étuvage à la vapeur, et enfin un séchage. L'amidon est gélatinisé, ce qui rend le grain moins friable. Les vitamines et minéraux sont mieux conservés et le grain est plus solide et donc se brisera moins facilement lors des opérations d'usinage (décorticage, grattage et polissage). Sa coloration est jaune pâle/ambrée, et son temps de cuisson légèrement rallongé. Toutefois ce riz est particulièrement résistant à la surcuisson ; il ne colle donc pas et est qualifié d'« incollable ».

- « **riz à cuisson rapide** »

De nouvelles techniques d'étuvage au stade paddy ou décortiqué permettent désormais d'obtenir des riz étuvés cuisant en 10 minutes, voire en 5 minutes.

- **“Cargo rice” or “wholegrain rice”
or “husked rice”**

Rice that weighs no more than 60% à 70% of its original weight after undergoing a light bleaching process during which the grain is puffed up, causing the husk to crack. This in turn makes it easy to separate the grain from the husk, once the rice has dried. At this stage the rice is still beige in colour, since it still features the hard outer layers of its pericarp and seed, these being the elements that contain most of its vitamins, fibres, proteins and mineral salts (known as its “bran”). Very fashionable in “macrobiotic” cooking and healthfood stores, this is a more nutritious type of rice - in part because its target market is prepared to cook it for a very long time at a low temperature.

- **“Brown rice”**

Husked rice, i.e. rice from which a small part of the “bran” husk has been scratched away.

- **“Steamed rice”**

Paddy Rice that is soaked under pressure in water before being steamed and dried. The starch mash is gelatinised so that the grain becomes less crumbly. This helps to conserve vitamins and minerals, and since the grain is more solid it will break less easily during any processing operations (husking, scratching and polishing). The colour is pale yellow/amber and cooking times are slightly longer. Moreover, this sort of rice is particularly resistant to overcooking and doesn't stick. In fact, it is sometimes called “non-sticky” rice.

- **“Fast-cooking rice”**

New techniques of steaming rice when it is at the paddy or husked stage mean that it is now possible to get steamed rice after only 10 (and sometimes 5) minutes of cooking.

- « riz précuit »

Pour certaines utilisations (plats cuisinés à préparer...) le riz blanchi ou étuvé peut être précuit afin de réduire le temps de cuisson.

- « riz naturellement parfumés » (sans adjonction d'arôme)

En provenance d'Inde et du Pakistan : le Riz « Basmati »

En provenance de Thaïlande : le riz « Thai parfumé »

Le Riz « Sauvage » est une graminée à grains de couleur noire très allongés. Il appartient à l'espèce du genre *Zizania*, improprement appelé riz. Il est originaire de la région des Grands Lacs du Nord de l'Amérique. Le riz sauvage est généralement mélangé à d'autres riz.

B. Données statistiques

(voir tableau en annexe I)

Consommation

Chaque année, la consommation de riz est de l'ordre de 240 000 tonnes à l'échelle de la France, soit environ 4,5 kg/hab. par an (un ménage français achète en moyenne 5,1 kg de riz par an).

Le riz est l'un des féculents les plus consommés en France. En effet, il occupe la deuxième place du marché (derrière les pâtes) et a progressé d'environ 3,7 % sur l'année 2001. Il représente de ce fait 28,12 % du marché des féculents.

Le volume global des importations de riz en France en 2001 a été de 204 000 tonnes, soit 40 000 tonnes de plus qu'en 1999. Cela est dû au volume des importations, en nette progression (25 % en deux ans) en provenance des pays de l'Union Européenne.

- "Pre-cooked rice"

For certain uses (prepared dishes, etc.), whitened or steamed rice can be pre-cooked to shorten cooking times.

- "Naturally perfumed rice" (without the addition of any aromatics)

Coming from India and Pakistan: "Basmati" rice

Coming from Thailand: "Thai perfumed" rice

*"Wild" rice is a type of grass that is made up of very long black-coloured grains belonging to the *Zizania* species, which is wrongly called rice. It originates from the Great Lakes region of North America. Wild rice is generally mixed in with other types of rice.*

B. Statistical data

(see Table in Appendix I)

Consumption

Yearly consumption of rice across France is somewhere around 240,000 tonnes, or on a per capita basis ca. 4.5 kg a year (French households purchase on average 5.1 kg of rice a year).

Rice is one of the most frequently consumed starches in France. It comes in second place in this food group (behind pasta) with consumption having risen by 3.7% in 2001. Rice now accounts for 28.12% of the French starch market.

France's total 2001 rice import volumes hit 204,000 tonnes, or 40,000 tonnes more than in 1999. This was due to sharply higher import quantities from EU countries (+25% in 2 years).

Production

L'Union Européenne produit peu de riz, les pays producteurs de l'Union Européenne sont les suivants et sont pour la plupart situés sur le pourtour méditerranéen : France, Grèce, Espagne, Italie, à l'exception du Portugal.

Les surfaces cultivées représentent environ 418 000 hectares pour une production de 270 000 tonnes de riz paddy. En France, le riz est principalement cultivé en Camargue avec une production de 110 000 tonnes de paddy sur près de 200 000 hectares, ce qui correspond à environ 75 000 tonnes de riz blanchi. La production française ne couvre par conséquent qu'un tiers du riz consommé en France.

Importations

En 1999, les importations intra-européennes représentaient deux tiers des importations et trois quarts en 2001. Même si certains pays d'Europe produisent du riz, les importations intra-européennes sont en grande partie des réexportations de riz provenant d'autres régions du globe. Cela indique qu'il faut considérer un marché européen : la plupart des acteurs du marché français opèrent à l'échelle de l'Europe, et la chaîne de distribution ignore de plus en plus les frontières. L'augmentation du volume global des importations ne doit donc pas être vue comme un signe de l'augmentation de la consommation (stable), mais comme une conséquence de l'intégration européenne. On doit en retenir que la majeure partie du riz consommé en France (240 000 tonnes) est importée via des pays de l'Union Européenne.

Production

The European Union grows little rice. Its main producers are the countries situated around the Mediterranean (excluding Portugal): France, Greece, Spain and Italy.

There are about 418,000 hectares of rice-growing areas, producing 270,000 tonnes of Paddy rice. Rice is being grown in France nowadays in the Camargue region, which produces around 110,000 tonnes of Paddy over an area of some 200,000 hectares, corresponding to ca. 75,000 tonnes of whitened rice. French output only covers one-third of the rice consumed in France.

Imports

Intra-European imports accounted for two-thirds of all rice imports in 1999, and for three-quarters in 2001. Even though some European countries grow rice, intra-European imports are mostly re-exports of rice coming from other parts of the world. This means that the European market constitutes a backdrop for the French one - most French market actors operate at a European-wide level, and distribution channels focus less nowadays on things like national borders. Higher overall import volumes do not necessarily translate into higher consumption (which has in fact remained stable). What they are is a reflection of European integration. Remember that most rice consumed in France (240,000 tonnes) is imported via EU countries.

Les importations en dehors de l'Union Européenne, proviennent essentiellement d'Amérique (11 000 tonnes en 2001) et d'Asie (34 000 tonnes). Les principaux pays sont les États-Unis, la Thaïlande et l'Inde.

Le Surinam a, en 2001, exporté 2800 tonnes de riz vers la France, voyant ses exportations progresser de 23 %.

Les importations en provenance d'Asie ont connu un accroissement en 2001. Les principaux pays d'Asie exportant vers la France sont la Thaïlande et l'Inde avec 26 000 et 3 700 tonnes en 2001. Toutefois, les exportations de l'Inde en direction de la France ont diminué de 30 % ces deux dernières années. À noter que des pays comme le Pakistan ou le Sri Lanka, exportant peu vers la France en 1999, ont vu leurs exportations progresser respectivement de 284 % et de 358 % en deux ans.

De tels exemples démontrent l'existence d'opportunités sur le marché français.

D'autre part, les importations en provenance d'Afrique viennent quasi-exclusivement de Madagascar et sont en net recul : 835 tonnes en 1999 et 286 en 2001.

C. Caractéristiques du marché français

Le marché du riz est devenu au fil des années, un marché très segmenté dans lequel on retrouve une multitude de variétés rizicoles.

Preuve en est la bonne santé du riz parfumé (Thaï et Basmati en particulier), qui a connu son essor durant les deux dernières décennies. Il est aujourd'hui le produit phare des consommateurs, couvrant 37,3 % du marché français. Il devance le riz étuvé en vrac et le riz étuvé en sachet qui représentent respectivement 25,7 % et 17,8 % du marché.

À noter également, que les consommateurs français optent plus volontiers pour les riz de cuisson rapide dont la part de marché croît (89,3 % des ventes de riz étuvé en sachet) au détriment du riz traditionnel.

Imports from outside of the Union come mostly from the Americas (11,000 tonnes in 2001) and Asia (34,000 tonnes that same year). The main export country in the former region is the U.S., although in 2001 Surinam exported 2,800 tonnes of rice to France, an increase of 23%. Asian imports also rose in 2001. The main Asian countries exporting to France are Thailand and India, which accounted for 26,000 and 3,700 tonnes respectively in 2001. Indian exports to France have fallen by 30% over the past two years, however. Over this same period of time countries like Pakistan or Sri Lanka, which exported little to France in 1999, experienced export growth rates of 284% and 358%, respectively.

These examples prove that real opportunities exist on the French market.

Elsewhere, note that almost all imports from Africa originate in Madagascar. These flows have fallen sharply in recent years, however, from 835 tonnes in 1999 to 286 in 2001.

C. Market characteristics

The rice market has become highly segmented over the years, with a multitude of varieties available now. Witness the success of perfumed rices (Thai and Basmati in particular), whose popularity has soared over the past 20 years. Perfumed rice has become a lead product for many French consumers and accounts for 37.3% of the French market now, ahead of steamed rice purchased in bulk (which has a market share of 25.7%) or in pouches (17.8%).

Note that French consumers are increasingly turning to fast-cooking rice, whose market share has grown (89.3% of all sales of steamed rice in pouches) to the detriment of traditional rice.

SEGMENTATION DU MARCHÉ DU RIZ / RICE MARKET SEGMENTATION

	% du C.A. % of sales	Évolution 2000-2001 Change 2000-2001
Riz étuvé en vrac / Steamed rice in bulk dont 20 min / Inc. 20 min dont 10 + 5 min / Inc. 10 + 5 min	25,70 % 12,30 % 13,40 %	2,80 % -5,20 % 11,50 %
Riz étuvé sachet / Steamed rice in pouches dont 20 min / Inc. 20 min dont 10 + 5 min / Inc. 10 + 5 min	17,80 % 1,90 % 15,90 %	6,60 % -28,90 % 11,70 %
Riz parfumé / Perfumed rice dont sachet / Inc. in pouch dont vrac / Inc. in bulk	37,30 % 4,30 % 33,00 %	4,20 % 24,90 % 2,00 %
Riz long naturel ou riz de Luxe / Natural long grain or deluxe rice	10,50 %	-4,00 %
Riz rond + brisure / Round grain rice + fragments	3,10 %	=
Riz épicé / Spicy rice	2,00%	11,90 %
Riz brun + complet / Brown and wholegrain rice	2,00 %	-9,90 %
Riz sauvage + mélange / Wild rice and mixtures	1,50 %	5,50 %
Total	100%	

Comme l'illustre ce tableau, le riz épicé progresse de 11,9 % aux dépens des riz « longs naturels » et du « riz brun ». Ceci démontre que le marché du riz est arrivé à maturité, avec des volumes qui ne varient plus que modérément.

Les différentes marques se partagent donc le marché avec la répartition suivante :

NB : le segment du riz parfumé est couvert par le groupe Soufflet (Vivien Paille), Interco (Donati) et Eric Bur Distribution.

As this Table demonstrates, spicy rices are up 11.9% to the detriment of "natural long" and "brown rice". This is a sign that the rice market has arrived at maturity, with volumes that will only vary to a small extent in the future.

Here are the market shares for the different brands that make up this sector:

NB: the Soufflet (Vivien Paille) Group, Interco (Donati) and Eric Bur Distribution are the actors serving the French perfumed rice sector.

PARTS DE MARCHÉ / MARKET SHARE

	% du C.A. % of sales	Évolution 2000-2001 Change 2000-2001
MDD (marque de distributeur) / <i>Store brand</i>	27,80 %	- 1,4 pt
Uncle Ben's / <i>Uncle Ben's</i>	21,60 %	+ 1,7 pt
Taureau Ailé / <i>Taureau Ailé</i>	19,40 %	=
Lustucru / <i>Lustucru</i>	18,40 %	=
Autres / <i>Others</i>	12,70 %	- 0,3 pt

Tous les grands groupes de distribution français possèdent leurs propres marques : les marques de distributeurs (MDD), qui représentent plus du quart du marché.

Il faut donc répartir ce chiffre entre tous les distributeurs, afin de dresser une comparaison entre leurs marques et les marques dominantes.

Le marché français du riz est dominé à 60 % par trois d'entre elles : Uncle Ben's, Taureau Ailé et Lustucru.

Il est intéressant de noter que Panzani (numéro un français du marché des pâtes sèches et des sauces avec respectivement 35 % et 34 % de part de marché) a récemment finalisé l'acquisition auprès du groupe Skalli des activités de riz (marques Taureau Ailé et Lustucru) du groupe Lustucru, ainsi que 50 % de Ferico s'ajoutant aux 50 % déjà détenus par Panzani. Cette transaction permet à Panzani, contrôlé par PAI, d'enrichir sa gamme de produits et de devenir leader sur le marché à forte croissance des pâtes, sauces fraîches ainsi que sur le riz, et d'avoir un portefeuille équilibré de marques fortes sur l'ensemble de ces produits.

D. Accès au marché français

Les producteurs désireux d'exporter du riz à destination du marché français devraient connaître les réglementations suivantes. Pour plus d'informations sur ces réglementations, les exportateurs peuvent contacter les différentes organisations listées en annexe II.

All the major French retail groups have their own store brands. These account for more than a quarter of the market. In other words, the above figure should be divided amongst the entire retail sector, to enable a comparison to be made between the store brands and the others.

60% of the French rice market is dominated by three suppliers: Uncle Ben's, Taureau Ailé and Lustucru.

It is noteworthy that Panzani (French leader in the dry pasta and sauce markets, with market shares of 35% and 34%, respectively) recently finalised its purchase of the Lustucru rice business (Taureau Ailé and Lustucru brands) from the Skalli Group. It has also acquired the 50% of Ferico that it didn't already own. These deals have helped Panzani (controlled by PAI) to broaden its product range; to become leader in fast-growing pasta, fresh sauce and rice market segments; and to possess a balanced portfolio of strong brands covering all of these various product areas.

D. Market access

Growers who want to export rice to the French market should familiarise themselves with the following regulations. For more information, exporters can contact the various organisations listed in appendix II.

La Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

La Taxe sur la Valeur Ajoutée, dont le montant pour les produits alimentaires est de 5,5 %, s'applique au coût du transport et à la valeur du produit lui-même. Dès que la marchandise entre sur le territoire français, elle est automatiquement soumise à la TVA, peu importe qu'elle soit propriété du fabricant ou de l'acheteur. Lors du dédouanement de la marchandise, l'entreprise propriétaire paye la TVA, qu'elle récupérera lors de la vente. Le plus simple étant que l'acheteur français s'occupe de la transaction sous le poids de la TVA en se portant propriétaire de la marchandise avant son arrivée en France.

Répression des fraudes

Les contrôles relatifs à la mesure de longueur des grains sont définis par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF). Ceux-ci sont en accord avec l'arrêté du 21 mars 1985, le décret n° 64-671 du 1^{er} Juillet 1964, le règlement CEE n° 2580/88 de la commission du 17 août 1988 et le code des usages relatif au riz destiné à la consommation humaine élaboré par le Syndicat de la Rizerie Française. Les tests à réaliser sont les suivants :

- Un échantillon représentatif du lot sera prélevé.
- L'échantillon sera par la suite trié pour n'opérer que sur des grains entiers.
- Deux mesures seront alors effectuées portant chacune sur 100 grains mis bout à bout pour permettre d'établir une moyenne.
- Le résultat sera déterminé en millimètres et arrondi à une décimale.

Droits de douane

Les droits de douane sur le riz sont variables. Ils dépendent en effet de plusieurs critères tels que la nomenclature SH, le pays de provenance, les quantités importées, l'existence de quotas, les réglementations européennes.

Value Added Tax (VAT)

Value Added Tax, set at 5.5% on food products, is levied on the product price supplemented by the cost of freight. As soon as the goods enter French territory they are automatically subjected to VAT, regardless of whether they belong to the producer or the purchaser at that time. Once the goods have cleared customs the owner pays VAT that will be recovered after they have been sold. The easiest is to get the French purchaser to take care of the VAT transaction by transferring ownership to him/her before the goods' arrival in France.

Anti-fraud measures

Grain size controls are carried out by France's General Competition, Consumption and Anti-Fraud Department (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, the DGCCRF). These controls are conducted in accordance with a French ministerial decision published on 21 March 1985, decree n° 64-671 dated 1 July 1964, EEC Commission regulation n° 2580/88 dated 17 August 1988 and the Syndicat Français de la Rizerie (French rice-growers' association) code of practices for rice destined for human consumption. The following tests have to be carried out:

- *A representative sample is taken of each batch.*
- *The sample is sorted so that it only include whole grains.*
- *Two measurements of 100 grains apiece are made by placing said grains end-to-end and calculating the average.*
- *The result will be determined to 1 mm, rounded down to one decimal point.*

Customs duties

Customs duties on rice can vary greatly. They will depend on a number of criteria, including HS categorisation, country of origin, import quantities, the existence of quotas and European regulations.

Il existe cependant des préférences tarifaires pour les pays en voie de développement. Il est donc conseillé aux exportateurs intéressés de consulter un organisme national d'aide à l'exportation pour connaître les taux exacts qui sont appliqués. Certaines informations tarifaires sont également disponibles sur le site Internet des douanes françaises à l'adresse suivante (il suffira au producteur désireux de pénétrer le marché français de taper la référence « système harmonisé » ainsi que le pays de provenance pour connaître les tarifs douaniers appliqués) :

http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=FR

D'autre part, l'Union Européenne définit des contingents tarifaires (quotas) particuliers pour les pays les moins avancés. Toutes les exportations en provenance de ces pays devront se conformer à la directive suivante :

Directive

Jusqu'à la suspension totale des droits du tarif douanier commun, le 1er septembre 2009, la législation relative aux importations de riz 10.06 est définie d'après le règlement (CE) n° 1401/2002 de la Commission du 31 juillet 2002 fixant les modalités d'ouverture et de gestion des contingents tarifaires applicables au riz originaire des pays les moins avancés, pour les campagnes de commercialisation 2002/2003 à 2008/2009.

Les importations effectuées dans le cadre des contingents sont subordonnées à la présentation d'un certificat d'importation délivré conformément au règlement CE n°1401/2002 dont voici les principales mesures :

- Les demandes devront être présentées aux autorités compétentes des États membres au cours des cinq premiers jours ouvrables de la campagne de commercialisation concernée. Chaque demande de certificat doit indiquer une quantité qui ne peut pas dépasser la quantité disponible pour l'importation d'équivalent-riz décortiqué au titre de la campagne concernée.

Tariffary preferences do exist for developing countries and interested exporters are advised to consult their national export aid organisations to familiarise themselves with the exact rates being applied. Some information on tariffs is also available on the French Customs Website address below. The only thing a producer who wants to penetrate the French market has to do is type in the reference "harmonised system" as well as the rice's country-of-origin to find out which customs tariffs will be applied.

http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=FR

Otherwise the European Union has set up specific tariffary quotas for less developed countries. All exports from such countries must comply with the following directive:

Directive

Until the 1 September 2009 full suspension of EU customs duties, HS category 10.06 rice import legislation will come under (EU) Commission regulation n° 1401/2002 dated 31 July 2002. This ascertains the modalities underlying the introduction and management of the tariffary quotas that will apply to rice originating from less developed countries, for all seasons between 2002/2003 and 2008/2009.

For rice to be imported under a quota arrangement, it has to be accompanied by a certificate delivered as per EU regulation n° 1401/2002 provisos, whose main conditions are that:

- *The demand be presented to competent authorities in a member State during the first five days of the relevant season. Each demand for a certificate must indicate a quantity that cannot exceed the equivalent husked rice amount remaining available under that particular season's import quota.*

- Les demandes de certificat d'importation et le certificat d'importation devront comporter le nom du pays d'origine ; ainsi que la mention: « Riz originaire de ... [mention du pays visé à l'annexe I du règlement (CE) n° 2501/2001] importé en application de l'article 9, paragraphe 5, du règlement (CE) n° 2501/2001 du Conseil et enfin la mention « Exemption du droit de douane jusqu'à la quantité indiquée dans les cases 17 et 18 du présent certificat [règlement (CE) n° 1401/2002] ».
- La garantie du certificat d'importation a été fixée par la commission européenne à 46 euros par tonne.
- Chaque demande devra être accompagnée de la preuve que le demandeur est une personne physique ou morale ayant exercé, depuis douze mois au moins, une activité commerciale dans le secteur du riz et qu'il est enregistré dans l'État membre où la demande est présentée.
- Elles devront être accompagnées d'une déclaration écrite du demandeur attestant qu'il n'a présenté qu'une seule demande de certificat (dans le cas contraire toutes ses demandes sont rejetées).
- Les certificats d'importation seront délivrés dans un délai de deux jours ouvrables à compter de la publication de la décision de la Commission.
- Les droits d'importation conférés par ces certificats ne sont pas transmissibles.
- Les certificats d'importation seront valables à partir de la date effective de leur délivrance et jusqu'à la fin du sixième mois suivant.
- La durée de validité des certificats d'importation ne peut toutefois pas être étendue au-delà de la campagne de commercialisation
- *Import certificate demands and certificates mention the name of the country of origin and include the statement that: "Riz originaire de ... [mention country indicated in Appendix I of EU regulation] (CE) n° 2501/2001] importé en application de l'article 9, paragraphe 5, du règlement (CE) n° 2501/2001 du Conseil. They must also specify "Exemption du droit de douane jusqu'à la quantité indiquée dans les cases 17 et 18 du présent certificat [règlement (CE) n° 1401/2002]". meaning Exempt from customs duties for an amount up to the quantities outlined in clauses 17 and 18 of the present certificate as per EU regulation....).*
- *The European Commission has set a price of €46/tonne for import certificate guarantees.*
- *Each demand must be accompanied by proof that the party making the demand is an incorporation or a private individual who has been carrying out a commercial activity in the rice sector for at least 12 months, and who is registered in the member State where the demand is being made.*
- *Demands must be accompanied by a written statement from the party making the demand attesting to the fact that s/he is only presenting one demand for a certificate (all other demands will be rejected).*
- *Import certificates will be delivered within 2 working days after publication of the Commission's decision.*
- *Import rights granted under said certificates are not transferable.*
- *Import certificates will be valid starting the actual date they are delivered and until the last day of the sixth month following this starting date.*
- *Regardless of the circumstances, the import certificates' validity runs out at the end of the season for which they are being delivered.*

- Le contingent tarifaire pour la campagne de commercialisation 2002/2003 devrait être de 2895 tonnes, exprimées en équivalent-riz décortiqué. Pour chaque campagne de commercialisation ultérieure, ce contingent sera augmenté de 15 % par rapport à celui de la campagne de commercialisation précédente.
- Les quantités de riz bénéficiant du contingent tarifaire global seront importées dans les conditions de concurrence les plus équitables et de façon à éviter toute perturbation du marché communautaire.

E. Prix

Il est possible pour le producteur d'exporter selon plusieurs INCOTERM. Les prix de vente varient en fonction des différents types d'incoterm et du type de riz. De manière générale, le prix d'achat au producteur varie entre 250 \$/tonne et 500 \$/tonne.

Plusieurs marques se partagent le marché français : les principales marques étant Comptoir du Grain (groupe E. Leclerc), Lustucru et Taureau Ailé (RCL), Marti, Natège et Origines (ITM Entreprises SA), Perliz et Vivien Paille (Soufflet Alimentaire SA), Reflets de France et Stoc (Carrefour) et enfin Uncle Ben's (Masterfood).

Sont également disponibles La Belle Caroline (groupe Herba - Espagne), Le Capricorne (Compagnie des Grains du Capricorne), Cloriz (Société Française des Riz de Choix), CRAF (distribuée sur les Antilles et la Guyane par CRAF), Delta Céréales (Delta Céréales Union), Donati (Pietercil Interco), Le Forban (SIACOM), Hi Lang (U.C.R. - Usinage et Conditionnement de Riz), Palmier (Nouvelle Rizerie du Nord), Riz du Monde (Etablissements Haudecoeur), Socariz (Socariz).

(Les coordonnées de ces marques sont disponibles en annexe II.)

- *For the 2002/2003 season the tariffary quota is due to be 2,895 tonnes, expressed in equivalent amounts of husked rice. For each future season this quota will rise by 15% over the previous season.*
- *Rice imports that do not come under the overall tariffary quota are subject to competition in the fairest possible conditions and in a way that avoids causing any disturbance to EU market equilibrium.*

E. Price

Growers can export their goods using different INCOTERM conditions. Sales prices vary according to the particular INCOTERM condition being applied and the type of rice. In general, ex-producer prices range from \$250/tonne to \$500/tonne.

The French market is covered by a number of brands, the main ones being Comptoir du Grain (E. Leclerc Group), Lustucru and Taureau Ailé (RCL), Marti, Natège and Origines (ITM Entreprises SA), Perliz and Vivien Paille (Soufflet Alimentaire SA), Reflets de France and Stoc (Carrefour) and last but not least Uncle Ben's (Masterfood).

Others include La Belle Caroline (Herba Group, Spain), Le Capricorne (Compagnie des Grains du Capricorne), Clorice (the French representative of the "Riz de Choix " Group), CRAF (sold in the West Indies and Guyana by CRAF), Delta Céréales (Delta Céréales Union), Donati (Pietercil Interco), Le Forban (SIACOM), Hi Lang (U.C.R. - Rice Processing and Packaging), Palmier (Nouvelle Rizerie du Nord), Rice du Monde (Etablissements Haudecoeur), Socariz (Socariz).

(Details on these brands are available in appendix II.)

Les prix dans le commerce peuvent varier en fonction de la marque, du produit et du packaging. Comme il a été précisé précédemment, trois marques principales se partagent le marché.

Le riz basmati Uncle Benz en boîte de 500 g est vendu aux alentours de 1,80 euros ; le produit équivalent chez Taureau Ailé, vendu en boîte de 1 kg est à 3,19 euros. Chez Lustucru, ce produit est vendu dans des packs de 500 g à 1,78 euros. Enfin, on remarque l'arrivée sur le marché d'une nouvelle marque, Perliz (Soufflet alimentaire) dont les riz sont vendus en sachets de 1 kg pour 3,20 euros.

En résumé, les prix dans le commerce ne varient pas beaucoup en fonction des marques et des produits, d'autant que certaines marques appartiennent aux mêmes groupes. (Lustucru et Taureau Ailé).

Les packaging sont très différents en fonction des marques mais les contenances ne varient pas : en packs ou en sachets de 1 kg, 500 g ou 350 g pour les préparations diverses (riz au curry, riz cantonais...) qui sont, quant à elles, vendues aux alentours de 2,30 euros/paquet. On peut aussi trouver des emballages de plus grande capacité dans le cas de produits destinés à la restauration et aux collectivités.

F. Circuits de distribution

Le circuit de distribution du riz est constitué de nombreux d'intermédiaires ; il suit théoriquement le schéma suivant :

Producteur Etranger
Exportateur
Importateur
Fabricant
Grossiste
Détaillant
Client

Trade price variations reflect brand, product and packaging considerations. As aforementioned, the market is split between three main brands.

Uncle Ben's Basmati Rice comes in 500 g boxes and is sold at around €1.80, with an equivalent Taureau Ailé product being sold in 1 kg boxes at €3.19. At Lustucru this product is sold in 500 g packs and at €1.78. Lastly, note the arrival in this segment of a new brand, Perliz (Soufflet Alimentaire), whose product is being sold in 1 kg bags at €3.20.

All in all, most variations in trade pricing have little to do with brand or product, especially since certain brands are owned by one and the same group (Lustucru and Taureau Ailé).

Packaging on the other hand varies greatly from one brand to the next, although sizes are more or less uniform. Pre-prepared products (curry rice, Cantonese-style rice, etc.) normally come in packs or pouches of 1 kg, 500 g or 350 g and are sold at something like €2.30/unit. When the rice is for a restaurant or a work canteen, however, package sizes can be greater.

F. Distribution channels

The rice distribution channel includes a number of intermediaries and theoretically follows the following model:

Overseas Grower/Producer
Exporter
Importer
Manufacturer
Wholesaler
Retailer
Customer

Le producteur étranger vend sa production à un exportateur/importateur (ces deux rôles étant normalement tenus par une seule et même personne ou entreprise). Il est important de préciser que le riz peut déjà être passé par une étape d'usinage avant que l'exportateur ne l'achète. Le riz est ensuite acheminé en France (en vrac ou déjà dans son emballage, ceci dépend de la filière utilisée et des acteurs du circuit de distribution) où il est « transformé » (produits surgelés, plats cuisinés, packaging spéciaux...) par le fabricant. Il est ensuite acheminé vers un grossiste (une centrale d'achat de la grande distribution par exemple), qui le revendra à un détaillant (grande surface, épicerie, restaurant...). Enfin il entrera en possession du client et/ou consommateur final.

Il est souvent constaté qu'un seul acteur remplit plusieurs rôles. En effet, certains grands groupes tels que « Rivoire et Carret Lustucru » achètent leur riz directement au producteur. D'autre part, les grandes surfaces et commerces d'alimentation générale peuvent faire varier leurs sources d'approvisionnement : directement auprès du producteur, auprès de grossistes spécialisés, auprès d'importateurs, ou en combinant les différents circuits possibles.

La place de la grande distribution en France est très importante pour le secteur des céréales : 80,7 % des ventes totales sont réalisées dans les grandes surfaces (*source : M+M Eurodata, année 2000*). Dans ce secteur, les principales enseignes sont Auchan (groupe Auchan/Attac), Carrefour-Promodès (18 enseignes différentes, 175 hypermarchés, numéro un de la grande distribution en France et en Europe et numéro deux mondial), Casino, Cora, Intermarché, E. Leclerc, Monoprix et Système U.

Ces enseignes vendent pour la plupart des produits communs que l'on retrouve dans tous les points de ventes ainsi que leurs propres marques, qui peuvent, dans certains cas, apporter un plus au consommateur (démarche qualité en relation avec le producteur et les différents intermédiaires). Elles disposent de centrales d'achat écoulant d'importants stocks de marchandises et s'avèrent donc être des contacts forts utiles. (Voir annexe II.)

Overseas growers sell their output to an exporter/importer (the two roles are often held by one and the same person or company). It is important to note that the rice may have already gone through a processing stage before the exporter buys it. The product is then shipped to France (in bulk or already packaged, depending on the circuit used and the distribution channel actors involved) where it is "transformed" (into frozen products, pre-cooked dishes, special packages, etc.) by a manufacturer. It is then shipped to the wholesaler (i.e., the purchasing combine of a large retail chain) who sells it to a retail outlet (supermarket, grocery store, restaurant, etc.) before it finally gets to the customer and/or end user.

We often witness one and the same actor fulfilling a slew of roles. This is because certain large groups like "Rivoire et Carret Lustucru" buy their rice directly from the grower. Moreover, major retail chains and general food stores are apt to vary their supply sources, buying directly from producers, specialised wholesalers, importers, or a combination thereof.

In France large retail outlets play a very important role in the grains sector, with 80.7% of all sales going through this channel (source: M+M year 2000 Eurodata). The main rice-selling chains are Auchan (Auchan/Attac group), Carrefour-Promodès (18 different chains, 175 hypermarkets, leading retailer in France and in Europe and number two worldwide), Casino, Cora, Intermarché, E. Leclerc, Monoprix and Système U.

Such chains mostly sell standard products found in all of their points-of-sale, as well as store brands that in certain cases offer the consumer a little extra (because of the quality orientation of their relationship with the grower or with various intermediaries). They also own powerful purchasing combines that are capable of rolling out extremely large quantities of goods and which are therefore extremely useful contacts to have. (See Appendix II.)

G. Pratiques commerciales

Stockage et transport

Le transport du riz peut s'effectuer en vrac ou déjà emballé, par voie maritime, en conteneurs hermétiques. Il dure en moyenne 3 semaines, mais ce chiffre peut évidemment varier. Le principal port de destination français est Marseille.

Il est nécessaire, en fonction du type d'exportation, de s'acquitter des formalités douanières afin d'être en règle vis-à-vis des législations européenne et française.

Type de paiement

De nombreuses entreprises importent les produits en FOB (Free On Board). Dans ce cas, il n'est pas nécessaire pour le producteur de se préoccuper des frais de douanes. D'autre part, pour dédouaner les produits, il est nécessaire de faire appel à une société de dédouanement qui s'occupe de toutes les formalités administratives nécessaires à l'exportation des produits. A noter qu'en règle générale, les transporteurs possèdent des accords avec ces sociétés ou réalisent cette opération eux-mêmes.

H. Emballage et étiquetage

Le riz peut arriver en France déjà emballé (dans le cas où le producteur s'en serait chargé) ou en vrac. Dans le cas où le producteur se chargerait de l'emballage du produit, il devra se conformer aux normes françaises relatives au conditionnement et à l'emballage ; la répression des fraudes définit les règles suivantes :

- dans le cas des emballages fermés (tels que les sacs, sachets, paquets...), l'emballage doit porter les mentions suivantes, soit par inscription directe, soit par étiquettes :
 - Dénomination de vente appropriée permettant de savoir s'il s'agit ou non de riz de luxe et le cas échéant s'il est glacé (aussi « camolino » ou « précuit »).

G. Commercial practices

Storage and transport

Rice can be transported as ocean freight in hermetically sealed containers, either in bulk or already packaged. Transportation lasts 3 weeks on average but of course this can vary. The main destination port in France is Marseille.

Depending on the type of export mode being used, customs formalities may have to be completed so that the shipment complies with European and French law.

Method of payment

Many companies import their products FOB (Free On Board), in which case the grower does not need to concern him/herself with customs duties. In addition, a customs house broker will have to be called in to clear the goods through customs. This party will take care of all administrative formalities required for exported products. Note that the transporters have usually signed agreements with brokers, or else can carry out these operations themselves.

H. Packaging and labelling

Rice arriving in France can either already be packaged (if the producer took care of this) or in bulk. In the former case the producer is the one who has to comply with French wrapping and packaging norms. France's anti-fraud administration has defined the following rules:

- *where the packaging is sealed (i.e. rice sent in pouches, bags, boxes, etc.) it has to feature the following markings, either written directly on the container or else on a label :*
 - *Appropriate commercial title indicating whether the rice is of a deluxe variety and if so whether it has been coated (or if it is "camolino" or "pre-cooked").*

- Indications de poids net pour les emballages fractionnaires ce poids net doit être un multiple de 250 g (sauf pour le riz précuit qui peut être vendu en paquets de 200 g).
- Une mention permettant d'identifier, sur les emballages ou étiquetages, conformément aux usages, le nom ou la marque permettant d'identifier les riziers ou les conditionneurs, et ce dans l'attente de nouvelles législations.
- dans le cas du riz précuit, les emballages doivent porter l'indication du procédé de pré-cuisson et le mode d'emploi précisant notamment, la durée de cuisson à appliquer par les consommateurs.
- si le riz est présenté à la vente en vrac, les tiroirs, casiers et autres contenants doivent comporter une étiquette ou affiche portant de façon visible à la connaissance des acheteurs la dénomination applicable au riz qui y est contenu. Il est strictement interdit d'utiliser des mentions susceptibles de tromper l'acheteur ou de créer des confusions dans son esprit sur la nature, les qualités substantielles et les caractéristiques de la marchandise vendue

I. Promotion des ventes

Dans le cas du marché du riz, la responsabilité de la promotion des ventes incombe principalement aux producteurs. Ces derniers devront contacter les courtiers (Brunrice pour la France) et/ou les centrales d'achats des groupes de la grande distribution et des compagnies d'agroalimentaire (RCL, Masterfood, Soufflet Alimentaire...).

Les producteurs pourront aussi contacter les ambassades et les consulats français qui leur fourniront les renseignements nécessaires afin d'établir des contacts avec les distributeurs et les importateurs.

L'Office National Interprofessionnel des Céréales réalise des publications disponibles sur demande ou par commande via le site : www.onic.fr.

- *Net weight. Where smaller packages contained within a larger one are being shipped, the total net weight has to be a multiple of 250 g (except for pre-cooked rice that can be sold in pouches of 200 g).*
- *A marking indicating in the habitual manner, on the packaging or on the label, the name or brand of rice, thus identifying the grower or packager, as per the stipulations of the most recent current legislation.*
- *in case of pre-cooked rice, the packaging must define the pre-cooking process and give instructions as to how much time consumers will need to cook the rice.*
- *if the rice is being sold in bulk, the drawers, boxes and other containers in which it is being transported must include a label or sticker making clear to the rice's purchasers the name and/or category of rice they are receiving. It is strictly prohibited to mislead purchasers, or to include indications that may confuse them as regards the nature, substantive attributes and characteristics of the goods being sold.*

I. Sales promotion

In the rice market nowadays, the responsibility for sales promotion lies with the grower. This is the party who will have to contact brokers (Brunrice in France) and/or the large retail and agribusiness groups' purchasing combines (RCL, Masterfood, Soufflet Alimentaire, etc.).

Growers can also contact France's embassies and consulates, who will give them the information they need to get in touch with distributors and importers.

The Office National Interprofessionnel des Céréales can offer available publications on request or if an order is given on-line at: www.onic.fr.

Spécialistes sur le marché des aliments, LSA (Libre Service Actualités) et Point de Vente (journal du commerce et de la grande distribution) fournissent des informations concernant la grande distribution, les lancements des nouveaux produits et les stratégies des grandes entreprises.

En France, la promotion du riz s'effectue principalement lors du Salon International de l'Alimentation (SIAL). Celui-ci se déroule tous les ans, alternativement au Canada ou en France. Les informations complètes sur cette manifestation sont disponibles sur le site Internet du SIAL (www.sial.fr).

Pour toute information, il est possible de contacter les différents responsables du SIAL.

J. Perspectives du marché

Il est important que le candidat à l'importation sache que l'on parle désormais d'un marché européen du riz plus que d'un marché français. Toutefois, il est possible de pénétrer le marché français au travers des divers contacts exposés dans cette étude.

L'évolution de la consommation française tend à démontrer que le marché du riz en France ne varie plus que modérément en volume ; cependant, les riz parfumés apparaissent comme des produits à forte valeur ajoutée et rencontrent actuellement un large succès auprès des consommateurs.

Par ailleurs, le secteur bio (agriculture biologique, c'est à dire sans engrais artificiels...) apparaît être un marché fortement prometteur. Pour plus d'informations sur ces « tendances », le producteur peut contacter l'Office National Interprofessionnel des Céréales (ONIC).

Food market specialists including LSA (Libre Service Actualités) and Point de Vente (a trade and retail sector newsletter) offer information on France's consumer markets, new product launches and main companies' strategies.

A leading way to promote rice nowadays in France is to go to the Salon International de l'Alimentation (SIAL) trade fair. This is a yearly event run alternatively in Canada or in France. Full information is available on the SIAL's website (www.sial.fr). To found out more, feel free to contact SIAL's various department managers.

J. Market prospects

Potential suppliers of imported rice should know that the rice market they will be dealing with is more European than French in nature. However, it is possible to penetrate the French market via the various contacts the present study details.

French consumption patterns indicate little change in French rice market volumes. There is no denying however that perfumed rice is turning out to be a high value-added product that is currently very popular with consumers.

Furthermore, the macro-biotic sector (organic farming, i.e., without the use of artificial fertilisers) also appears to have a bright future. For more information on these "trends", the grower can contact France's Office National Interprofessionnel des Céréales (ONIC).

Annexe 1

Statistiques

Appendix 1

Statistics

Importations totales de la France en riz blanchi et semi-blanchi, même pôli ou glacé.

Les valeurs sont en milliers d'Euros, les quantités en quintaux. Part de marché en valeur. Valeur totale des importations classifiées sous les codes SH 10.06.30.

Total french imports of whitened and semi-whitened rice, whether polished or coated.

Values are expressed in 000s Euros, quantities in quintals. Market share expressed in value. These are the total value of the imports classified under code HS 10.06.30.

Pays / Country	1999			2000			2001		
	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %
Allemagne / Germany	1 531	17 722	1,28	1 626	21 772	1,17	506	6 070	0,35
Australie / Australia	38	645	0,03	0	0	0,00	11	190	0,01
Autres pays de l'UE / Other EU countries	0	0	0,00	0	0	0,00	1	43	0,00
Belgique / Belgium	9 942	95 870	8,32	7 109	68 888	5,10	7 635	94 283	5,33
Cambodge / Cambodia	0	0	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00
Canada / Canada	10	83	0,01	14	103	0,01	31	215	0,02
Chine / China	19	400	0,02	81	1 373	0,06	19	382	0,01
Danemark / Denmark	131	1 867	0,11	89	1 388	0,06	180	3 255	0,13
Espagne / Spain	3 238	50 123	2,71	12 365	128 788	8,86	16 334	167 891	11,39
États-Unis / United States	16 520	206 819	13,83	15 686	196 067	11,24	7 719	106 237	5,38
France / France	732	4 259	0,61	272	1 510	0,19	145	971	0,10
Grèce / Greece	200	2 741	0,17	300	3 773	0,22	497	5 825	0,35
Guyane / Guyana	324	5 619	0,27	388	7 063	0,28	296	5 770	0,21
Inde / India	7 368	53 117	6,17	6 634	46 624	4,76	5 049	37 521	3,52
Irlande / Ireland	99	925	0,08	44	411	0,03	0	0	0,00
Israël / Israel	7	89	0,01	0	0	0,00	0	0	0,00
Italie / Italy	51 018	834 335	42,70	67 447	1 085 971	48,35	73 810	1 192 356	51,49
Japon / Japan	5	27	0,00	28	60	0,02	17	41	0,01
Laos / Laos	15	90	0,01	0	0	0,00	0	0	0,00
Libye / Libya	12	292	0,01	0	0	0,00	0	0	0,00
Luxembourg / Luxemburg	7	2	0,01	0	2	0,00	1	24	0,00
Madagascar / Madagascar	391	8 054	0,33	170	3 401	0,12	165	2 861	0,12
Myanmar / Myanmar	35	184	0,03	4	20	0,00	39	250	0,03
Pakistan / Pakistan	319	3 509	0,27	253	3 628	0,18	1 207	13 480	0,84
Pays N.D.A / NDA countries	2	10	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00
Pays-bas / The Netherlands	1 704	25 690	1,43	2 445	33 131	1,75	7 004	78 416	4,89
Pérou	2	24	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00

Pays / Country	1999			2000			2001		
	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %	Valeur Value	Quantité Quantity	Part de marché en % Market Share in %
Portugal	21	272	0,02	47	742	0,03	15	244	0,01
Royaume-Uni	3 621	44 870	3,03	3 762	44 372	2,70	2 450	27 219	1,71
Saint-Vincent	55	534	0,05	95	941	0,07	236	2 215	0,16
Sri Lanka	14	209	0,01	37	627	0,03	61	958	0,04
Suède	345	5 940	0,29	0	0	0,00	4	46	0,00
Surinam	1 164	23 178	0,97	1 349	23 297	0,97	1 620	28 525	1,13
Thaïlande	20 540	260 574	17,19	19 169	230 856	13,74	18 255	263 493	12,73
Trinidad & Tobago	0	0	0,00	0	0	0,00	13	146	0,01
Turkménistan	0	0	0,00	25	250	0,02	0	0	0,00
Turquie	44	581	0,04	44	538	0,03	28	340	0,02
Vietnam	5	220	0,00	12	190	0,01	1	20	0,00
TOTAL	119 478	1 648 874	100	139 495	1 905 786	100	143 349	2 039 287	100

Annexe 2

Liste des importateurs

Appendix 2

Main French importers

Compagnie des Grains du Capricorne

1, rue Camille Desmoulins
97927 Le Port (*La Réunion*)
Tél. : +33 (0) 262 420318
Fax : +33 (0) 262 433821

Concepts et Produits Pour l'Industrie Agro-Alimentaire (COPIAA Food Ingrédient)

Rue Jean Monnet
Zone Industrielle de Brebières
62117 Brebières
Tél. : +33 (0) 3 21504450
Fax : +33 (0) 3 21504451

CRAF (Compagnie Rizicole Antilles Françaises)

27, rue de l'Industrie
Z.I. de Jarry
97122 Baie-Mahault (Guadeloupe)
Tél. : +33 (0) 590 266957
Fax : +33 (0) 590 266850
Mail : crafixb@mediaserv.net

France Riz Sica

Clos Jourdan
Chemin Gimeaux
13200 Arles
Tél. : +33 (0) 4 90936051
Fax : +33 (0) 4 90497094
Mail : franceriz-compta@provnet.fr

ITM Entreprises SA

1 Allée des mousquetaires
Parc de Tréville
91078 Bondoufle Cedex
Mail : itm.mi@mousquetaires.com

La Shunde

71, Rue Etienne Dolet
94140 Alfortville
Tél. : +33 (0) 1 43780390
Fax : +33 (0) 1 43786227

Masterfood

Boulevard des Chenats
45550 St Denis de l'Hotel
Tél. : +33 (0) 2 38596161
Fax : +33 (0) 2 38596172

RCL (Rivoire et Carré Lustucru)

29 Boulevard Charles Nedelec
13003 Marseille
Tél. : +33 (0) 4 91281818

Rizerie Franco-Américaine et Coloniale

109, Rue des Côtes
78600 Maisons Laffitte
Tél. : +33 (0) 1 34933405
Fax : +33 (0) 1 34933406

Soufflet Alimentaire

8, Rue du Petit Bruxelles
59300 Valenciennes
Tél. : +33 (0) 3 27200909
Fax : +33 (0) 3 27470098
Mail : soufflet@soufflet-group.com

Centrales d'achat / *Purchasing combines*

Auchan centrale d'achat

200, rue de la Recherche
59650 Villeneuve d'Ascq
Tél. : +33 (0) 3 28376700
Fax : +33 (0) 3 20675520

Cora service centraux

Domaine de Beaubourg
Croissy Beaubourg (BP 81)
77423 Marne-la-Vallée

E. Leclerc

Société Coopérative groupements d'achats des
Centres Leclerc (SC Galec)
52, rue Camille Desmoulin
92130 Issy les Moulineaux
Tél. : + 33 (0) 1 46625200

Metro Cash and Carry France

ZA du Petit Nanterre
5 rue des Grands Prés
92024 Nanterre Cedex
Tél. : + 33 (0) 1 47866000

Compagnies de négoce / *Import/export companies*

Glencore France SA

29 rue Berri
75008 Paris
Tél. : +33 (0) 1 53895757
Fax : +33 (0) 1 45622418

I.T.S, Inter Trade Service S.A.

91, avenue d'Italie
75013 Paris.
Tél. : +33 (0) 1 45848080

Groupe Vopak (Cargill)

Val de Fontenay
17 Avenue Louison Bobet
94120 Fontenay sous Bois
Tél. : +33 (0) 1 49748080
Fax : +33 (0) 1 49748111
Web: <http://www.vopak.com>

Courtier / *Broker*

Brun Marius et fils

36 Boulevard Emile Zola
13200 Arles
Tél. : +33 (0) 4 90963646
Fax : +33 (0) 4 90935074
Web: www.brunrice.com

Marques / Brands

Cloriz

Société Française des Riz de Choix
220, Chemin Saint-Jean-du-Désert
13012 Marseille
Tél. : +33 (0) 4 91243340
Fax : +33 (0) 4 91243349
Mail : SFRCSA@hotmail.com
Web: <http://www.euricom.it>

Delta Céréales

Delta Céréales Union - Département Riz
B.P. 290
30402 Villeneuve les Avignon Cedex
Tél. : +33 (0) 4 90153134
Fax : +33 (0) 4 90251628

Donati

Pietercil Interco
Bât Athéna Savoie Technolac
73370 Le Bourget du Lac
Tél. : +33 (0) 4 79265000
Fax : +33 (0) 4 79261313

Le Forban

Soboriz
2, rue Stevenson
97420 Le Port (Ile de la Réunion)
Tél. : +33 (0) 262 420383
Fax : +33 (0) 262 426650
E-mail : soboriz@guetali.fr

Hi Lang

U.C.R. (Usinage et Conditionnement de Riz)
1, rue Simone Morin
Z.I. Les Tamarins
97420 Le Port (La Réunion)
Tél. : +33 (0) 262 420318
Fax : +33 (0) 262 433821

Palmier

Nouvelle rizerie du Nord
7, rue Calais
59140 Dunkerque
Tél. : +33 (0) 3 28252622
Fax : +33 (0) 3 28640679

Riz du Monde

Ets Haudecoeur
60, rue Emile Zola
B.P. 29
93121 La Courneuve Cedex
Tél. : +33 (0) 1 48111555
Fax : +33 (0) 1 48399327

Socariz

Zone d'Activité La Semair
97231 Le Robert (*Martinique*)
Tél. : +33 (0) 596 654656
Fax : +33 (0) 596 654665

Annexe 3

Adresses utiles

Appendix 3

Useful addresses

Administration / Administration

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
Direction Générale de l'Alimentation
251, rue de Vaugirard
75732 Paris cedex 15
Tél. : +33 (0) 1 49558417
Fax : +33 (0) 1 49555680

Office National Interprofessionnel des Céréales (ONIC)
21, avenue Bosquet
75007 Paris
Tél. : +33 (0) 1 44182000
Fax : +33 (0) 1 45519099

Syndicats / Professional association

Le syndicat de la Rizerie Française
2, rue de Viarmes
75001 Paris
Tél. : +33 (0) 1 40410352
Fax : +33 (0) 1 40410312

Foire, salon et forum / Trade fairs, conferences

Salon International de l'Alimentation
17-24 Octobre 2004 (tous les deux ans)
1, rue du Parc
92593 Levallois-Perret

Lorna Vincent
Responsable commerciale produits d'épicerie et produit sucrés
Email : lvincent@sial.fr
Tél. : +33 (0) 149685624

Revue spécialisée / Specialised magazines

LSA
12-14, rue Médéric
75815 Paris Cedex 17
Tél. : +33 (0) 1 56794300
Internet : www.lsa.fr

Point de vente
84, boulevard Sébastopol
75003 Paris
Tél. : +33 (0) 1 42742882

Internet : www.pointsdevente.com

Linéaires (www.lineaires.com)

Publications de l'Office National Interprofessionnel des Céréales
www.onic.fr