

Profil de Marché 2002

---

*Market Brief 2002*

# Marché français de la rose

*Rose Market in France*

**BORDEAUX**  
école  
de  
management

En collaboration avec le  
**Centre du commerce international**  
CNUCED/OMC

Ce travail a été préparé par François Baillon, Wei-chih Chen, Alexis Janin, Tzou-Lan Lin, Bassira Ousmane, Laurent Schmitt, Olivier Schwaab, étudiants du programme ESC de Bordeaux Ecole de Management, sous la direction du Professeur Jacques-Olivier Pesme.

*This report was prepared by François Baillon, Wei-chih Chen, Alexis Janin, Tzou-Lan Lin, Bassira Ousmane, Laurent Schmitt, Olivier Schwaab, students from the Msc in Management 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 is 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*

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 contribute 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.*

# Table des matières / Table of contents

## Le Marché de la rose en France / The rose market in France

A. Description du produit / <i>Product description</i> .....	5
B. Données statistiques / <i>Statistical data</i> .....	7
C. Caractéristiques du marché / <i>Market characteristics</i> .....	11
D. Accès au marché / <i>Accessing the market</i> .....	13
E. Prix / <i>Pricing</i> .....	17
F. Canaux de distribution / <i>Distribution channels</i> .....	19
G. Pratiques commerciales / <i>Commercial practices</i> .....	23
H. Emballage et label / <i>Labelling and packaging</i> .....	26
I. Promotion des ventes / <i>Sales promotion</i> .....	28
J. Perspectives de marché / <i>Market prospects</i> .....	29
Annexe I : Statistiques commerciales / <i>Statistical tables</i> Importations et exportations françaises de fleurs coupées en 1999, 2000 et 2001 <i>French cut flowers imports and exports in 1999, 2000 and 2001</i> .....	31
Annexe II : Principaux importateurs français / <i>French main importers</i> .....	46
Annexe III : Autres adresses utiles / <i>Other useful addresses</i> .....	48
Références et sources d'information / <i>References and sources of information</i> .....	49

## Le marché de la rose en France

### A. Description du produit

Ce Market Brief traite des roses, classifiées sous la nomenclature suivante : 0603 10 10.

La rose est la fleur la plus prisée par les consommateurs en France, puisqu'elle représente plus de la moitié des ventes de fleurs coupées en 2002. C'est également la fleur la plus importée, puisqu'elle représente 26% en valeur et 25% en quantité des importations en fleurs coupées en France, en 2001 (voir tableau ci-dessous).

## Rose market in France

### A. Product description

*This is a market brief on Roses, classified under heading: 0603 10 10.*

*Roses are French consumers' favourite flower, accounting for more than 50% of cut flower sales in 2002. They are also the most imported of all flowers, representing 26% in value and 25% in volume of all 2001 French cut flower imports (see table below).*

IMPORTATIONS/IMPORTS	1999			2000		2001	
	Code produit Product code	Valeur Value	Quantité Quantity	Valeur Value	Quantité Quantity	Valeur Value	Quantité Quantity
Roses/Roses	603 10 10 %	94 784 25%	198 438 21%	98 978 25%	196 723 23%	98 304 26%	180 977 25%
Œillets/Carnation	603 10 20 %	14 505 4%	43 521 5%	26 954 7%	69 502 8%	20 489 5%	54 806 7%
Orchidées/Orchids	603 10 30 %	12 969 3%	12 275 1%	16 291 4%	17 437 2%	17 317 5%	16 397 2%
Glaïeuls/Gladiolus	603 10 40 %	2 182 1%	8 467 1%	2 020 1%	7 914 1%	1 785 0%	7 817 1%
Chrysanthèmes Chrysanthemum	603 10 50 %	32 824 8%	99 873 11%	42 574 11%	105 646 13%	34 475 9%	89 787 12%
Autres/Others	603 10 80	225 371 58%	565 700 60%	208 451 53%	444 160 53%	201 947 54%	386 058 52%
<b>TOTAL FLEURS/FLOWERS</b>		<b>386 598</b>	<b>945 514</b>	<b>395 268</b>	<b>840 382</b>	<b>374 317</b>	<b>735 842</b>

Source : Douanes françaises - Source: French customs

La classification des roses est très étendue, les espèces et sous-espèces étant nombreuses et souvent difficiles à distinguer. Le genre scientifique du rosier, Rosa, regroupe toutes les différentes variétés de roses, mais aussi toutes les formes très différentes de rosiers qui portent les roses et qui font partie de la famille des

*Roses have an extensive classification, give the many different species and sub-species that are often so hard to distinguish from one another. The Rosa rosebush genus covers all types of roses plus some very different forms of rose-carrying rosebushes belonging to the Rosaceae family,*

Rosacées. Cette famille réunit toutes les plantes dont les fleurs se composent de cinq pétales, cinq sépales et d'un nombre d'étamines multiple de cinq.

La rose est facile à greffer et donc se prête à toutes sortes de modifications, comme l'hybridation. Ainsi, l'homme crée sans cesse de nouvelles variétés: les roses jaunes, blanches, roses ou rouges abondent.

Les roses cultivées sont baptisées de noms les plus divers.

Citons-en quelques un : Red-Berlin, Passion, Tentation, First-Red (roses rouges) ; Noblesse, Anna, Vivaldi, Poème (roses roses) ; Golden Eye, Sphinx (roses jaunes).

*which groups all plants whose flowers are composed of five petals, five sepals and a number of stamens (coming in multiples of five).*

*Roses are easy to transplant and thus lend themselves to all sorts of modifications, i.e., hybridation. People are therefore constantly creating new varieties: yellow, white, pink and red roses being the most common.*

*There is a wide variety of names for the roses currently being grown, including: Red-Berlin, Passion, Temptation, First-Red (red roses); Nobility, Anna, Vivaldi, Poem (pink roses); Golden Eye, Sphinx (yellow roses), etc.*

## B. Données statistiques

### Données de production

Selon l'Oniflor, la France se place en 4<sup>e</sup> position de l'Union Européenne concernant la production totale de fleurs et de plantes en valeur. En 1998, 2 665 exploitations produisaient des fleurs coupées en France, en culture principale ou secondaire, sur une superficie totale brute de 2 040 hectares.

Les principaux bassins de production sont, par ordre de superficie décroissante, le Var, qui représente à lui seul un tiers de la superficie de production du pays en 2002, la région Nantes-Angers, les Alpes-Maritimes, les Pyrénées-Orientales, la région Ile-de-France et la Bretagne.

La rose est la fleur la plus produite en France : 51,5% des producteurs la cultivent et 30% de la superficie totale brute lui sont consacrés en 1998.

Arrivage de roses sur le marché de Rungis de septembre 2000 à août 2001, en bottes.  
*Consignments of rose bunches to Rungis (the Paris Farmers' Market) from September 2000 to August 2001*

Total Production/Total Production	Total Importations/Total Imports
1 202 800	4 837 034

*Quantité = bottes de 20 tiges - Quantity = bunches of 20 stems - Source : Oniflor*

Pour une botte de rose produite en France, quatre sont importées sur le territoire.

## B. Statistical data

### Production Data

*According to Oniflor, in value terms France is the EU's 4<sup>th</sup> largest producer of flowers and plants. In 1998, 2,665 nurseries grew cut flowers in France, either as a primary or as a secondary growth. This amounted to a gross total area of 2,040 hectares.*

*France's main production regions, in decreasing order of area are the Var (in the Southeast), which in 2002 alone accounts for one-third of total production acreage; the region around Nantes-Angers in the West; the Alpes-Maritimes; the Pyrenees-Orientales; the Ile-de-France region around Paris area; and Brittany.*

*Roses are the most widely grown of any flower in France: 51.5% of all flower producers grow roses and in 1998 roses accounted for 30% of France's gross flower production acreage.*

*For each bunch of French-grown roses there were four bunches of imported roses.*

### Importations et exportations des fleurs coupées en France

### French cut flower imports and exports

Produit/Product 0603 10	1999		2000		2001	
	V	Q	V	Q	V	Q
Importations/Imports	386 598	945 514	395 268	840 382	374 317	735 842
Exportations/Exports	19 610	31 502	25 197	31 790	19 299	34 184

*Q en quintaux - V : en milliers d'euros - Q: in quintals; V: in Euros 000s - Source : Douanes françaises - Source: French customs*

Les exportations, en 2001, ont baissé de 1,6% en valeur, mais ont augmenté de 8,5% en volume, laissant apparaître une baisse du prix des fleurs coupées.

*That same year exports fell by 1.6% in value, but jumped by 8.5% in volume. This translated the fall in cut flower prices.*

## Importations et exportations de roses en France

## French rose imports and exports

Produit /Product 0603 10 10	1999		2000		2001	
	V	Q	V	Q	V	Q
<b>Importations/Imports</b>	94 787	198 438	98 978	196 723	98 304	180 977
<b>Exportations/Exports</b>	4 345	6 762	7 548	5 546	3 651	4 965

*Q : en quintaux - V : en milliers d'euros - Q: in quintals; V: in Euros 000s - Source : Douanes françaises - Source: French customs*

En 2001, les importations de roses ont augmenté de 3,7% en valeur et ont baissé de 8,8% en volume par rapport à 1999.

*In 2001, rose imports increased by 3.7% in value but fell by 8.8% in volume versus 1999. In 2001 rose exports fell by 16% in value and by 26.6% in volume versus 1999.*

Les exportations de roses en 2001 ont baissé de 16% en valeur et de 26,6% en volume par rapport à 1999.

*French rose imports were more or less stable compared with the fall in other countries' rose imports. However, French rose exports fell more than other countries' exports did.*

Les importations françaises de roses restent stables par rapport à la baisse des importations de roses des autres pays. Par contre, les exportations françaises de roses subissent une diminution plus importante que la baisse des exportations des autres pays.

## Détail des importations de roses en France

## Details on French rose imports

Produit/Product 0603 10 10	1999		2000		2001	
	V	Q	V	Q	V	Q
<b>Pays-Bas/Netherlands</b>	82 895	177 830	87 182	178 636	87 603	165 597
<b>Equateur/Ecuador</b>	1 706	2 465	2 412	3 205	2 975	3 722
<b>Kenya/Kenya</b>	2 107	2 816	2 041	2 736	2 088	2 715
<b>Belgique/Belgium</b>	1 274	3 184	2 515	3 791	2 074	3 176
<b>Inde/India</b>	19	26	165	244	731	878
<b>Maroc/Morocco</b>	438	601	522	696	611	796
<b>Colombie/Columbia</b>	523	626	320	340	356	446
<b>Israël/Israel</b>	3 045	5 432	1 746	2 834	353	657
<b>Tunisie/Tunisia</b>	27	57	56	88	118	177
<b>Chili/Chile</b>			12	25	8	10
<b>Autres pays/Other countries</b>	2 750	5 401	2 007	4 128	1 387	2 803
<b>Tot. Importations/Tot. imports</b>	94 7841	98 438	98 978	196 723	98 304	180 977

*Q : en quintaux - V : en milliers d'euros - Q: in quintals; V: in Euros 000s - Source : Douanes françaises - Source: French customs*



En 2001, les importations ont baissé de 3,2% en valeur, et de 22,2% en volume par rapport à 1999.

En 2001, ce sont les Pays-Bas qui ont été le plus gros fournisseur de roses, représentant 89% en valeur et 92% en volume des importations totales.

Ensuite, viennent deux fournisseurs moins importants mais dont la présence s'intensifie : l'Equateur, avec une progression de 74% en valeur en 2001 par rapport à 1999 pour atteindre 3% du total des importations françaises de roses en valeur ; une rose sur quatre vendue dans le monde vient d'Equateur, ce qui témoigne de la notoriété de ses roses.

La Belgique progresse de 62,8% en valeur par rapport à 1999 et représente 2% du total des importations en valeur.

Le Kenya détient 2% de la part des importations totales de roses en France, en valeur, en 2001, soit une croissance de 2% par rapport 2000, croissance faible, mais amenée à s'accélérer dans les années à venir. En effet, le Kenya est actuellement le premier producteur de roses d'Afrique grâce à des zones de forte luminosité et à un climat tempéré, propices à la culture de roses ; la plupart d'entre elles sont vendues en Europe.

Le reste provient de pays en développement, avec une part de marché quasiment nulle mais en très forte progression, en valeur et en volume : les importations en provenance de l'Inde augmentent de 3 747% en valeur en 2001 par rapport à 1999. La Tunisie et le Maroc prennent également de l'importance dans les importations de roses ; ce sont de nouveaux acteurs.

Les Pays-Bas s'affichent comme premier fournisseur de la France en roses et en fleurs coupées en général : c'est en effet aux Pays-Bas que se trouvent les plus grandes Bourses aux fleurs au monde. C'est ainsi au marché au cadran d'Aalsmeer que s'échange un tiers de l'ensemble du commerce mondial des fleurs coupées.

*In 2001 imports fell by 3.2% in value and by 22.2% in volume as opposed to 1999.*

*In 2001 the Netherlands was France's largest supplier of roses, accounting for 89% in value and 92% in volume of its total imports.*

*The second and third largest suppliers were much smaller but their share is on the rise: Ecuador, with a 2001 jump 74% in the value of its sales (vs. 1999), now accounts for 3% of all French roses in value. One in every four roses sold in the world come from Ecuador, attesting to the notoriety of this country's products.*

*Belgium's sales jumped by 62.8% in value versus 1999, and now accounts for 2% of the value of all French imports.*

*In 2001 Kenya had a 2% share in value of all French rose imports, an increase of 2% over 2000. This may be a slow rise, but it will probably accelerate in coming years. This is because Kenya is currently Africa's leading grower of roses, thanks to that fact it has several regions with a lot of sunshine and a temperate climate, all of which is highly suitable for growing roses. Most of Kenya's output is sold in Europe.*

*The rest of France's rose imports comes from developing countries, whose market share is tiny but rising rapidly, both in value and volume. Imports from India skyrocketed, rising by 3747% in value in 2001 as opposed to 1999. Tunisia and Morocco, two new actors on the scene, are also becoming more and more important to French rose imports.*

*The Netherlands remains France's main supplier of roses and cut flowers in general: after all, it is in the Netherlands that we find the world's largest flower exchanges. One-third of all world trade in cut flowers takes place at the Aalsmeer Farmer's Market.*

Les spécifications de vente hollandaises tendant à être adoptées en France, beaucoup de données feront donc référence aux marchés aux cadrans des Pays-Bas, appelés encore « *veiling* ».

*The French have tended to adopt Dutch commercial terms and conditions. Much of the data used refers to the Netherlands Farmers' Market, still called the «veiling».*

### Détail des exportations de roses en France

### *Details on rose exports to France*

Marchés/ <i>Markets</i>	1999		2000		2001	
	V	Q	V	Q	V	Q
<b>Suisse/Switzerland</b>	2 265	2 736	1 507	1 438	1 485	1 428
<b>Italie/Italy</b>	1 571	2 093	5 393	3 104	1 024	1 653
<b>Espagne/Spain</b>	59	101	431	661	969	1 604
<b>Belgique/Belgium</b>	44	68	68	120	72	140
<b>Allemagne/Germany</b>	189	643	42	41	66	83
<b>Pays-Bas/Netherlands</b>	56	910	77	126	14	28
<b>Autres pays/Other countries</b>	161	211	30	56	21	29
<b>Tot.I Exportations/Tot. Export</b>	4 345	6 762	7 548	5 546	3 651	4 965

*Q : en quintaux - V : en milliers d'euros - Q: in quintals; V: in Euros 000s - Source : Douanes françaises - Source: French customs*

Les principaux pays vers lesquels la France exporte des roses sont des pays européens : la Suisse représente en valeur 41% des exportations françaises en 2001, puis vient l'Italie (28%) et l'Espagne (27%).

*The main countries where France exports roses are in Europe: in 2001 Switzerland took 41% of French exports in value, in front of Italy (28%) and Spain (27%).*

C'est l'Espagne qui a connu la plus forte progression en valeur en 2001, par rapport à 1999.

*Spain experienced the strongest growth in value in 2001 over 1999.*

## C. Caractéristiques du marché

### Tendances du marché

Les tendances du marché de la rose peuvent être analysées en distinguant trois types de fleurs majoritairement vendues :

- la rose à gros boutons et nombreux pétales, comme la rose d'Equateur ;
- la rose à petits boutons avec la rose Frisco, l'Eskimo, ou encore la Surprise. Celles-ci sont vendues deux à trois fois moins chères au détail que les roses à gros boutons ;
- des tiges à plusieurs boutons, dites « roses branchues » comme la Viviane, principalement en bouquet composé.

Les couleurs de roses les plus vendues sont le rouge (Red Berlin), le blanc (Bianca, Anne-Marie...), le rose (Surprise...), le jaune (Frisco...). Cependant, les créations modernes, très appréciées des consommateurs, proposent des variations et des mélanges de teintes comme la Milva (orangée rouge) ou la Twingo (rouge et blanche).

Les consommateurs français préfèrent les roses à gros boutons ouverts et aux teints anciens ; les roses mauves et ivoire sont actuellement très prisées par les grands fleuristes parisiens.

### Saisonnalité

La vente de la fleur en général, de la rose en particulier, revêt un caractère saisonnier. Voici les principales dates de fortes ventes en France:

- Le Nouvel An au 1<sup>er</sup> janvier : fête de passage à la nouvelle année
- La Saint Valentin, le 14 février (roses rouges) : la fête des amoureux
- Les fêtes de Pâques (roses blanches et jaunes) : fête religieuse chrétienne
- Le 1<sup>er</sup> mai (muguet, roses à petits boutons) : la fête du travail
- La fêtes des mères (roses) en mai
- Le 14 juillet : fête nationale française

## C. Market characteristics

### Market trends

*Trends in the rose market can be best analysed by distinguishing between the three main types of flowers that are on sale:*

- *Roses with large buds and many petals, like the Ecuador rose;*
- *Roses with small buds like the Frisco, Eskimo, or Surprise roses. These retail for two or three times less than roses with large buds do;*
- *Stems with several buds, called «shrub roses» like the Viviane, mainly made into a mixed bouquet.*

*The best selling rose colours are red (Red Berlin), white (Bianca, Anne-Marie...), pink (Surprise...), yellow (Frisco...). However, modern creations, which are very appreciated by consumers, offer variations and mixtures of colours. These include the Milva (orange red) or the Twingo (red and white).*

*French consumers prefer roses with large open buds and older colours; purple and ivory roses are currently very popular with Parisian florists.*

### Seasonality

*Flower sales in general and rose sales in particular are highly seasonal. Here are the main dates for large-scale selling in France.*

- *New Year, 1 January: New Year's Eve parties*
- *Valentine's Day, on 14 February (red roses): Lovers' day*
- *Easter holidays (white and yellow roses): Christian religious festival*
- *1 May (lilies of the valley, roses with small buds): Workers' day*
- *Mothers' Day (roses) in May*
- *14 July: Bastille Day*

- Halloween le 31 octobre : fête anglo-saxonne, célébration des morts (roses sang et or)
- La Toussaint (chrysanthèmes, bonnies...) le 1<sup>er</sup> novembre : célébration des défunts
- Fin d'année (Couronnes...) en décembre : décoration de Noël

- *Halloween on 31 October: Anglo-American festival to commemorate the dead (cardinal and gold roses)*
- *All Saints' Day (chrysanthemums, bonnies) on 1 November: to commemorate the dead*
- *End-of-year holiday season (crowns, etc.) in December: Christmas decorations*

C'est à l'occasion de la fête des mères que la consommation de fleurs coupées, en France, atteint son apogée. Elle représente alors un dixième de la consommation annuelle de fleurs coupées, les fleurs achetées étant à 50% des roses et à 50% des bouquets mélangés.

*French consumption of cut flowers hits a peak on Mothers' Day, which accounts for 10% of annual trade. 50% of all purchases on this day are roses, the rest are mixed bouquets.*

En revanche, en été, les ventes de fleurs coupées déclinent.

*Inversely, in summer there is a fall in cut flower sales*

## Evolution de la demande

## Demand trends

Chez le fleuriste traditionnel, la demande des consommateurs de roses évolue ; la rose est moins offerte pour sa signification que pour son côté décoratif, voire artistique. Ainsi, les roses sont souvent « retravaillées », en formant des bouquets originaux associées à divers végétaux.

*There has been a change in consumer demand for roses at traditional flower shops. Roses are being given as a gift less because of what they represent and more for their decorative or artistic aspect. For example, roses are often «reworked» by forming original bouquets in which they are associated with various kinds of plants.*

Les associations les plus fréquentes de la rose, en %, sont les suivantes :

*In percentage, roses are associated most frequently with:*

	Rose
<b>Gypsophile/Gypsophila</b>	62,8
<b>Glaïeul/Gladiolus</b>	42,1
<b>Iris/Iris</b>	38,0
<b>Lys/Lily</b>	37,6
<b>Tulipe/Tulip</b>	31,3
<b>Œillet/Carnation</b>	26,9
<b>Gerbera/Gerbera</b>	23,6
<b>Tokyo/Tokyo</b>	23,2

*Source : Oniflor*

Les associations rose/gypsophile et rose/glaïeul sont les plus importantes en 2000.

*Associations like rose/gypsophila and rose/gladiolus were the most commonplace in 2000.*

L'effet de mode et l'importance de la création fait du marché de la rose un marché dynamique bien que basé sur des canons traditionnels.

*Fashionability and the importance of creativity mean that the rose market is a dynamic one, even if it is based on traditional principles.*

## D. Accès au marché

L'accès au marché français des fleurs coupées est régularisé par des mesures tarifaires (des droits de douane) et non tarifaires (un contrôle phytosanitaire).

### Les droits de douane

Aucune restriction quantitative n'est appliquée sur l'importation de fleurs coupées.

En revanche, des droits de douane doivent être payés par les pays exportateurs de fleurs coupées aux frontières de l'Union Européenne.

Deux cas de figures se présentent alors :

- Pour les importations de fleurs coupées provenant des pays tiers, le TEC (Tarif Extérieur Commun) s'élève à 8,5%.
- Il existe ensuite un tarif fixé par les pays de l'Union Européenne en fonction des accords conclus avec les pays exportateurs:

Voici quelques exemples de tarifs appliqués au produit 0603 10 10 : Rosa, pour les principaux pays exportateurs en France:

<b>Pays/Countries</b>	<b>Tarif/Tariff</b>
<b>Chili/Chile</b>	Droit pays tiers 8,5%
<b>Colombie/Columbia</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (SPGE) 0%
<b>Equateur/Ecuador</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (SPGE) 0%
<b>Inde/India</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (SPGL) 5%
<b>Israël/Israel</b>	Droit pays tiers 8,5%
<b>Kenya/Kenya</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (LOMA) 0% Préférence tarifaire (SPGL) 5%
<b>Maroc/Morocco</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (SPGL) 0%
<b>Tunisie/Tunisia</b>	Droit pays tiers 8,5% Préférence tarifaire (SPGL) 5% Contingent préférentiel (TN) 0%

Source : Douanes françaises - French customs

## D. Accessing the market

Access to the French market for cut flowers is regulated by monetary measures (customs duties) and by non-monetary (phyto-sanitary) controls.

### Customs duties

There is no quantitative restriction on cut flower imports. However, customs duties have to be paid on cut flower exports from non-EU countries when they arrive at a EU border.

Two possibilities arise at that moment:

- For cut flowers imports from non-EU countries, there is a CET (Common External Tariff) of 8.5%.
- There can also be a fixed tariff set by the specific EU importer country depending on the agreement it has signed with the exporter country:

Here are a few examples of tariffs applied to Rosa (product 0603 10 10) products coming from the main countries to export to France:

Une particularité existe cependant à ces principes : l'accord bilatéral.

Un accord bilatéral concernant les fleurs coupées existe en effet entre la France et l'Algérie : les droits de douane sont supprimés sur présentation de certains documents.

Cet accord n'est valable qu'entre la France et l'Algérie et n'est en aucun cas valable au niveau de l'Union Européenne.

On constate une surveillance régulière des prix des fleurs coupées. Selon le prix, la préférence tarifaire est appliquée ou non.

C'est le cas notamment pour le Maroc.

« Il est important que ceux-ci [les prix communautaires à l'importation et les prix communautaires à la production fixés tous les 15 jours sur la base des données pondérées fournies par les Etats membres] soient fixés sans délai pour pouvoir déterminer les droits de douane à appliquer ».

(Journal Officiel du 5 février 2002, Règlement (CE) n° 214/2002 de la Commission du 4 février 2002.)

L'origine d'un produit pour les Douanes n'est pas son lieu de provenance mais son lieu de production.

Ainsi, un document doit être fourni par les pays exportateurs pour attester de l'origine du produit.

### **Le contrôle phytosanitaire**

Le contrôle phytosanitaire est l'analyse de risque potentiel de transmission ou de contamination de maladie aux végétaux.

Le risque de transmission dépend de la forme sous laquelle se présente le végétal pour une même espèce. Ainsi, ce risque est plus important pour des boutures et racines que pour des fleurs coupées.

Les démarches sont différentes selon que les fleurs sont importées d'un pays membre de l'Union Européenne ou d'un pays tiers.

*Nevertheless, these general principles can be affected by bilateral agreements.*

*For example, there is a bilateral agreement between France and Algeria for cut flowers, i.e., no duties are to be paid upon presentation of certain documents. This agreement is only valid between France and Algeria, i.e., it has no validity whatsoever at EU level.*

*Cut flower prices are subject to regular monitoring. Depending on the price, a preferential tariff may or may not be applied. Moroccan imports to France come under this sort of system.*

« It is important that [EU import prices and EU production prices set every 15 days based on the weighted data that the member States provide] be established as soon as possible so that the specific customs duties that are to be applied can be determined ».

*(Journal Officiel, 5 February 2002, EC Commission rule n° 214/2002, 4 February 2002.)*

*For French customs, a product's origin is not its place of shipment but where it was produced. Exporter countries must therefore provide a document attesting to the product's origin.*

### **Phytosanitary control**

*Phytosanitary control involves analysing the potential risk of transmitting diseases to plants or else of contaminating them. The risk of transmission depends within any given species on the form that the plant has assumed. For example, this risk is greater for cuttings and roots than for cut flowers.*

*Procedures vary depending on whether the flowers are imported from an EU member State or from a non-EU country.*

### **Circulation intra européenne**

La suppression des frontières entre les quinze pays de l'Union Européenne a conduit les Etats membres à harmoniser à partir de 1993 leur contrôle phytosanitaire à la production et à la circulation.

Il existe une Directive Européenne appliquée à tous les Etats membres, mais que chacun a retranscrit dans son droit national.

La nouvelle Directive 2000, la directive 2000.29, n'est autre que la règle phytosanitaire de 1993 modifiée.

En France, cette directive est transposée en l'arrêté ministériel du 2 septembre 1993, non refondu dans un nouveau texte, et que l'on nomme « arrêté du 2 septembre 1993 modifié ».

Des listes d'organismes nuisibles et de végétaux sensibles ont été établies. Seuls les organismes considérés comme les plus dangereux et ceux non encore disséminés dans toutes les régions ont été retenus. C'est pourquoi le contrôle phytosanitaire ne porte que sur un nombre limité d'espèces végétales, hôtes potentiels de ces maladies.

Un Passeport Phytosanitaire Européen (PPE) accompagne ces végétaux dans leur circulation entre professionnels, garantissant que le contrôle phytosanitaire a été effectué. Ces mêmes végétaux doivent également circuler avec le PPE quand ils sont importés de pays tiers à l'Union Européenne après leur contrôle phytosanitaire au point d'entrée.

### **Importations des pays tiers**

Certaines fleurs coupées venant des pays tiers sont soumises à un contrôle phytosanitaire.

Un contrôle est ainsi appliqué sur les œillets, les chrysanthèmes, les géraniums, mais non sur les roses.

### **Intra-European trade**

*As a result of the elimination of borders between the 15 EU countries, starting in 1993 member States began to harmonise their phytosanitary controls on production and trade.*

*There is a European Directive that does apply to all member States, but it has been retranscribed differently into each country's domestic law.*

*The new 2000 Directive 2000.29 is nothing other than a modified version of the 1993 phytosanitary regulation. In France, the original directive, having been transposed into a ministerial decree dated 2 September 1993, was not merged with the new text. It is referred to in French as the « arrêté du 2 septembre 1993 modifié ».*

*Lists of harmful organisms and vulnerable plants have been drawn up. Only organisms considered the most dangerous and/or that have not yet been disseminated everywhere are indicated on such lists. For this reason, phytosanitary controls only cover a limited number of plant species, to wit, those that are potential hosts for such diseases.*

*A European Phytosanitary Passport (PPE in French) accompanies such plants whilst they are circulating through professional trade channels. This guarantees that a phytosanitary control has been carried out. When imported from a non-EU country, these plants should also be traded with a PPE, once the phytosanitary control at their EU point of entry has been done.*

### **Imports from non-EU countries**

*Certain cut flowers coming from non-EU countries are subject to phytosanitary controls. These include carnations, chrysanthemums or geraniums - but not roses.*

Si aucun contrôle n'est effectué à l'entrée des roses, c'est qu'elles ne peuvent véhiculer de maladie, quelque soit leur pays d'origine.

Il existe une Convention internationale pour la protection des végétaux qui ratifie les procédures entre Etats.

Une des normes qu'elle comprend est la suivante : c'est à l'inspection phytosanitaire du pays exportateur de garantir que les exigences du pays importateur sont satisfaites.

Tout est ainsi basée sur une confiance mutuelle.

Le végétal exporté doit être accompagné d'un certificat phytosanitaire, dont la forme est normalisée par la Convention. Le produit est alors considéré comme conforme lors de son entrée dans l'Union Européenne.

Un simple contrôle documentaire a alors lieu à un poste douanier ouvert aux contrôles phytosanitaires. Des agents du Service Régional de la Protection des Végétaux vérifient ici que l'envoi est bien conforme aux exigences de l'Union Européenne. On ne peut ensuite s'opposer au dédouanement du produit, par respect de la Convention.

Si un doute subsiste, on peut procéder à un prélèvement et à une analyse, mais le produit entrera quand même.

Ainsi, pour la rose, aucun certificat n'est exigé.

Cependant, des inspections sur les produits venant des pays tiers dont l'origine est à risque peuvent être effectués, cela même si aucun certificat n'est exigé.

Ces contrôles « officieux » sont facilités sur les sites où il y a permanence du Ministère de l'Agriculture: les aéroports de Nice, de Paris Orly, de Paris Roissy ou de Bordeaux Mérignac; le port du Havre...

*There are no controls on roses entering the EU, but this is because they are incapable of transporting diseases, regardless of their country of origin. There is an International Convention for the Protection of plants that ratifies agreed international procedures.*

*One of the norms this Convention contains is that it is up to the phytosanitary inspection service of the exporter country to guarantee that the importer country's requirements have been satisfied. Hence the whole arrangement is based on mutual trust.*

*Exported plants have to be accompanied by a phytosanitary certificate whose form is standardised by the aforementioned Convention. Plants that arrive with such a certificate are considered to comply with existing regulations when they enter EU territory.*

*In this case, a simple control of documents will be done at a customs stations that is capable of carrying out phytosanitary controls, if need be. Agents from the Regional Department for the Protection of Plants verify at this point whether the shipment is in compliance with EU requirements. After this, under the Convention it is no longer possible to refuse a customs clearance.*

*If doubts remain a sample can be taken and analysed, but the product can enter EU space nevertheless.*

*All in all, no special certificates are required for roses.*

*However, there are sometimes inspections of products coming from « risky » non-EU countries, even if there isn't any mandatory control.*

*These « unofficial » controls are easier to carry out on sites where the French Ministry of Agriculture's office has a permanent presence: the Nice, Paris Orly, Paris Roissy or Bordeaux Merignac airports; the port at Le Havre...*



## E. Les Prix

En premier lieu, les prix des roses vendues sur le marché français sont généralement fixés sur le marché au cadran d'Aalsmeer. Il s'agit d'un marché aux fleurs international, où les fleurs sont vendues au moyen d'un système d'enchères dégressives. Son importance est telle qu'il joue le rôle de référence sur la plupart des marchés européens. Il existe des marchés semblables en France, comme le marché de Rungis, mais les quantités, ainsi que les normes imposées, y sont moindres. Il en résulte que ces marchés jouissent d'une influence moins importante.

A Aalsmeer, aux Pays-Bas, le prix des fleurs est uniquement déterminé par le jeu de l'offre et de la demande. Ainsi, les horticulteurs ne peuvent pas décider du prix en fonction du travail que leur a coûté telle ou telle production. Ils se contentent de livrer leurs fleurs en espérant qu'elles trouveront preneur au meilleur prix. Il s'agit d'une vente aux enchères.

De plus, il est impossible d'introduire une notion de prix car les fluctuations dues à la saisonnalité ou à la diversité des variétés sont importantes. Le prix d'une même rose peut varier du simple au quintuple selon la date à laquelle celle-ci est vendue.

De même, la qualité d'une rose variant énormément selon sa variété, le prix suit la même variation. Selon la qualité des fleurs, les écarts de prix peuvent atteindre jusqu'à 80% pour une même espèce de roses.

Il nous semble tout de même important de noter que les pics de saisonnalité se situent à la Saint Valentin (mi février), à la fête des mères (fin mai), et durant la période des fêtes de fin d'année (Noël et nouvelle année).

Les prix sont dépendants de cette saisonnalité.

Les prix augmentent au moment de Noël et l'offre de roses est faible (cela est dû aux conditions climatiques défavorables).

## E. Prices

*First of all, prices for roses sold on the French market are generally set on the Aalsmeer Farmers' Market. This is an international flower market where flowers are sold by means of a reverse auction system. Aalsmeer is so big that it serves as a benchmark for most European markets. There are similar exchanges in France, like the Rungis Farmers' Market near Paris, but they are smaller and subject to less stringent standards (and therefore less influential).*

*At Aalsmeer (in the Netherlands) flower prices are solely determined by the balance between supply and demand. As a result horticulturists do not set prices on the basis of the work entailed in one or the other type of production. They simply bring their flowers to market and hope to find a buyer at a good price. The sales method is by auction.*

*Moreover, due to major fluctuations related to seasonality or the diversity of varieties, it is impossible to introduce any real pricing concept. The price for one and the same rose can vary by a factor of five depending on the time of the year it is sold. Plus the quality of a rose will vary enormously depending on its variety, and the price will reflect this. Variations can reach up to 80% for one and the same species of rose.*

*It is important to note that seasonal peaks are Valentine's Day (mid-February), Mothers' Day (late May) and the end-of-year holiday season (Christmas and New Year).*

*Prices reflect this seasonality. They rise at Christmas when there is only a small supply of roses (due to unfavourable climactic conditions) - but much less so on Mother's Day (whose date varies from one country to the next), when supply is abundant.*

A la fête des mères, les prix n'augmentent pas beaucoup car l'offre est importante (la date diffère selon les pays).

Les fêtes de fin d'année, ainsi que la Saint Valentin, représentent donc une grande opportunité pour les producteurs des pays chauds, les roses locales ne bénéficiant pas alors de conditions climatiques favorables (et donc étant de piètre qualité) ; les roses des pays chauds jouissent dès lors d'un avantage concurrentiel déterminant.

Il est important de choisir la bonne variété de roses à cultiver, ce facteur étant déterminant dans la fixation du prix. Pour ce faire, il est nécessaire de prendre en compte deux critères : il faut non seulement prendre en compte les tendances du marché, mais aussi s'informer sur les produits offerts par la concurrence. Les roses répondant au même mécanisme de marché que la plupart des autres produits de consommation, le rapport entre l'offre et la demande est une des caractéristiques essentielles dans la fixation d'un prix. C'est pourquoi il est primordial de choisir une stratégie de différenciation en offrant des variétés rares, peu offertes par les concurrents, notamment les concurrents locaux (cf. la partie sur la promotion des ventes p. 28-29).

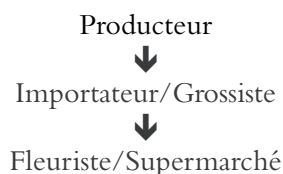
*The end-of-year holiday season and Valentine's Day therefore represent a major opportunity for growers from warm countries since local roses do not enjoy favourable climactic conditions during these times of the year (which means that their quality is poor). This can be a crucial competitive advantage for roses from warm countries.*

*It is important to grow the right variety of rose, this factor being crucial to the price that can be set. Towards this end, two criteria have to be taken into account: market trends; and competitors' products. Roses operate according to the same market mechanisms as most other consumer products, with the supply-demand relationship being an essential component in price setting. For this reason it is paramount to pursue a differentiation strategy by offering rare plants that the competition (especially local rivals) can seldom bring to the market (cf. section on promoting sales p. 29-29).*

## F. Canaux de distribution

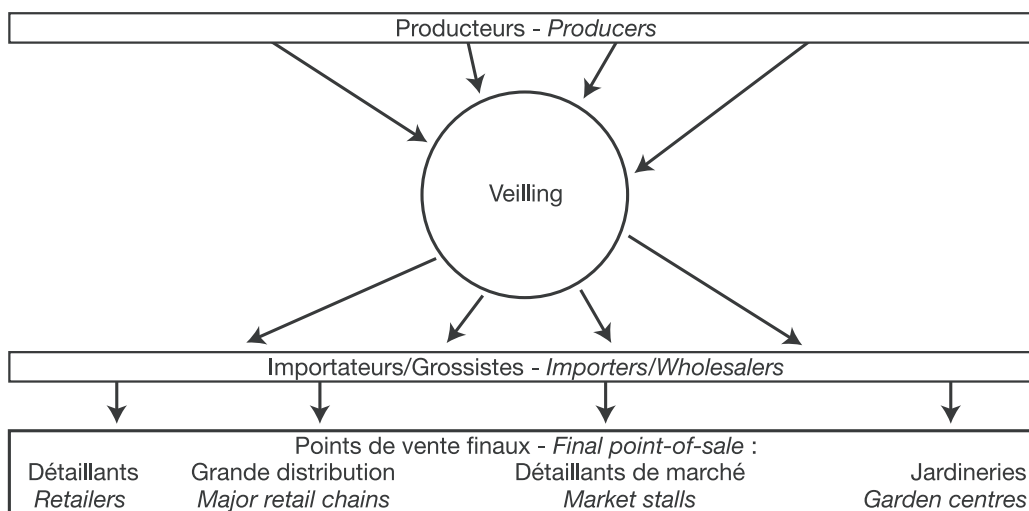
### Canaux généraux

Une fois que le producteur a contacté un importateur, il doit lui envoyer un échantillon (cf. la partie sur la promotion des ventes). Si cet essai se révèle probant, le producteur pourra envoyer un flux régulier de roses à son importateur. Celui-ci le proposera alors directement au point de vente final qui sera généralement un fleuriste, mais aussi un supermarché ou un hypermarché (le point de vente final dépendra fortement du mode d'achat). Ce canal de distribution, assez rare, peut ainsi être schématisé de la manière suivante :



Néanmoins, la plupart des grossistes français s'approvisionnent directement sur un (ou plusieurs) des marchés aux cadrans hollandais. Ce canal de distribution a le double avantage, d'une part pour l'importateur, de faciliter le processus d'achat (il possède des équipes d'achat sur certains veillings), d'autre part, pour le producteur, de faciliter le processus de vente (il n'a plus qu'à s'occuper de l'envoi de ses produits sur le veiling). Le veiling fera alors office de plate-forme, mettant en contact les producteurs et les importateurs de fleurs.

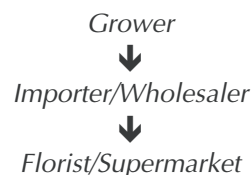
Le circuit de distribution sera alors le suivant :



## F. Distribution channels

### General channels

Once the grower has contacted an importer, s/he should send a sample (cf. section on promoting sales). If this test run goes well, the grower will be able to send regular shipments of roses to the importer, who will make a direct approach to the final point-of-sale, generally a florist but sometimes a supermarket or hypermarket (usually depending on the purchasing mode). Schematically, this distribution channel, which is a relatively unusual one, has the following shape:



However, most French wholesalers source directly from Dutch Farmers' Markets. This distribution channel has a double advantage: for the importer it facilitates the purchasing process (since s/he can have purchasing teams on-site at certain veillings); and for the grower it facilitates the selling process (since the only thing s/he has to do is ship the goods to the veiling). All in all, the veiling acts as a platform, consolidating the contact between flower growers and importers.

This means that the distribution channels is as follows:

Les détaillants se décomposent en fleuristes et horticulteurs, les fleuristes correspondant à des magasins spécialisés dans la vente de fleurs coupées et de bouquets, alors que les horticulteurs ne vendent que la production de leurs plantations.

La grande distribution regroupe les super et hypermarchés, et les fleurs y sont vendues dans le rayon « fruits et légumes ».

Les détaillants de marchés exposent leurs fleurs sur des étals lors de marchés couverts.

Dans les jardineries, enfin, sont commercialisés aussi bien des bouquets de fleurs coupées que des arbustes ou arbres à planter chez soi.

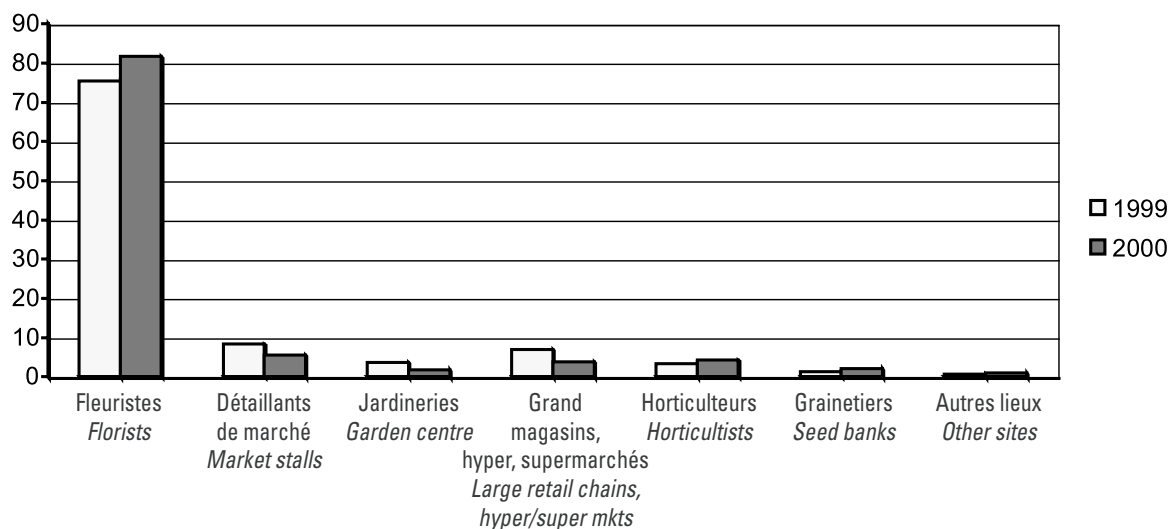
*Retailers are broken down into florists and horticultists, the former being stores specialised in selling cut flowers and bouquets, whereas the latter only sell the output of their own nurseries.*

*The major retail chains include both supermarkets and hypermarkets, where flowers are sold in the «fruit and vegetable» section. Market stalls display their flowers on stands in covered markets. Garden centres sell cut flower bouquets plus bushes and trees that can be planted at home.*

### Répartition des achats selon les lieux d'achats

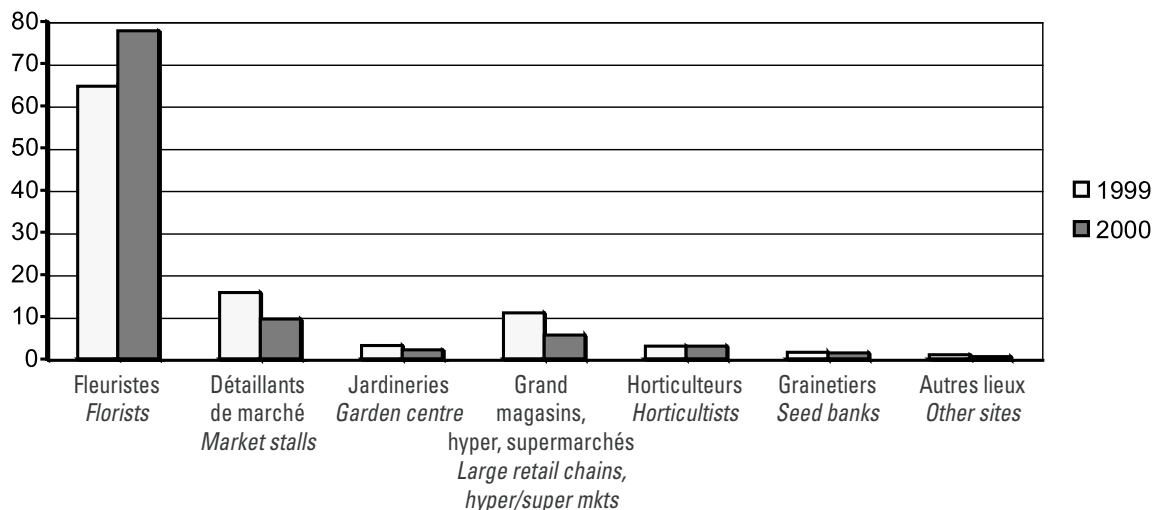
### Breakdown of purchasing by place of sale

Lieux d'achats en valeur exprimés en %  
% of total value purchased in each type of outlet



Source : Oniflor

Nombre de bouquets achetés en %  
% Bouquets as a % of total purchases



Source : Oniflhor

La rose reste l'espèce la plus appréciée dans les bouquets de fleurs coupées à la pièce d'une seule espèce. Selon l'Oniflhor, d'importants bouleversements sur le marché des roses achetées à la pièce, en matière de répartition selon le lieu d'achat, sont à noter: en effet, entre 1999 et 2000, la part des fleuristes gagne 13,2% en volume et 6,2% en valeur, aux dépens des détaillants de marché et des grands magasins, hypermarchés et supermarchés (les grandes surfaces vendent cependant un bouquet sur quatre en 2002).

Le nombre de fleuristes a été multiplié par 15 en trente ans et leurs ventes ont progressé de 15% en deux ans.

De même, entre 1999 et 2000, les achats de bottes de roses achetées chez le fleuriste en boutique progressent de 2,9% en volume tandis que ceux achetés en grands magasins, hypermarchés et supermarchés perdent 1,5% en volume. Ces évolutions n'ont pas d'incidence sur les achats en valeur.

Roses are still a favourite variety for cut flower bouquets made out of a single species. According to Oniflhor, there have been major upheavals in the market for purchases of a single rose, relating to its breakdown by place of purchase. Between 1999 and 2000, florists' share of this market went up by 13.2% in volume and 6.2% in value, to the detriment of market stalls and large retail chains, i.e., hypermarkets and supermarkets (although in 2002 large retail chains were still responsible for one in four bouquets sold).

The number of florists has increased by a factor of 15 in 30 years, with their sales having risen by 15% in two years.

Similarly, between 1999 and 2000, flower shop purchases of bunches of roses grew by 2.9% in volume whereas similar purchases in large retail chains (hypermarkets and supermarkets) fell by 1.5% in volume. These developments had no effect on the value of such purchases.

### **Répartition des achats selon la destination**

C'est l'augmentation des achats pour offrir et la diminution des achats pour soi qui explique la progression de la part des fleuristes sur le marché des roses à la pièce.

De même, les achats de bottes de roses pour offrir progressent tant en volume qu'en valeur, principalement aux dépens des achats pour le cimetière.

### ***Breakdown of purchases by destination***

*There has been an increase in the percentage of flowers that are bought as a gift and a concomitant fall in the percentage bought for oneself. This trend is what explains flower shops' increased share of the market for single rose purchases.*

*Similarly, purchasing of bunches of roses that are to be offered as a gift has increased, both in volume and in value terms, mainly to the detriment of flowers bought for burials/cemeteries.*

## G. Pratiques commerciales

### Procédure standard de commande

Le grossiste qui souhaite se fournir en fleurs coupées se rend à l'un des marchés aux cadrans sans savoir à l'avance quelles fleurs ou quelles variétés il pourra obtenir. Les arrivages sur le Cadran sont en effet très variés d'un jour à l'autre, et le grossiste n'a pas la possibilité de « passer commande ».

Il suffit ainsi pour le producteur qui souhaite vendre ses fleurs au Cadran de les y amener lors des enchères, sous réserve qu'elles remplissent les conditions et spécifications du Cadran.

### Normes minimales de commercialisation au Marché au Cadran

Pour pouvoir être vendues, les fleurs coupées doivent être conformes à certaines normes. Si elles ne remplissent pas ces conditions, elles ne sont pas commercialisées et, le cas échéant, sont détruites.

Voici les spécifications auxquelles les Roses doivent répondre, à compter du 1er mai 2002, pour pouvoir être vendues sur tous les marchés floraux affiliés à l'Association des Veiling aux Fleurs aux Pays-Bas (VBN). Ces spécifications prévalent sur le marché français en raison de la puissance des marchés aux fleurs hollandais.

#### Prétraitement

- Les roses doivent obligatoirement être prétraitées et commercialisées les pieds dans de l'eau contenant l'agent de prétraitement. Doivent être utilisés des agents de prétraitement dont les substances actives sont le sulfate d'aluminium et un agent mouillant (code 3 sur l'étiquette du produit) ; les agents de prétraitement seront administrés conformément à la notice d'emploi.
- La concentration minimale d'aluminium dans la solution de commercialisation doit être de 64 ppm.

#### Teneur en bactéries

- La teneur en bactéries dans la tige doit être inférieure à 1 million par gramme.

## G. Commercial practices

### Standard ordering procedure

*A wholesaler who wants to purchase cut flowers goes to one of the farmers' markets without knowing in advance which flowers or varieties can be bought there. Consignments to Farmers' Market can vary greatly from one day to the next, and the wholesaler has no opportunity to just «leave an order».*

*All that a grower who wants to sell flowers at the Farmers' Market has to do is bring them in on auction day (as long as they comply with local market specifications).*

### Minimum marketing standards at the Farmers' Market

*To be sold, cut flowers must comply with certain standards. Otherwise they cannot be put on display, and will sometimes have to be destroyed.*

*Here are the specifications that roses must fulfil from 1 May 2002 onwards if they want to be sold on any of the flower markets that are affiliated with the VBN Netherlands Flower Veiling association. Such specifications prevail in the French market due to the power of the Dutch flower markets.*

#### Pretreating

- *Roses have to be pretreated and sold with the bottom of their stems soaking in water that contains a pretreatment agent. The active substances in this agent are aluminium sulfate plus a humidification agent (code 3 on the product label); the pretreatment agents are to be administered as indicated in the instructions.*
- *The minimum concentration of aluminium in the commercial solution should be 64 ppm.*

#### Bacterial contents

- *The bacterial content in the stem must be lower than 1 million per gram.*

- La teneur en bactéries est mesurée en prélevant des échantillons de tiges.

### **Maturité**

Norme de maturité minimale : au minimum 95 % des tiges contenues dans le lot doivent avoir un bouton coloré dont les bractées doivent être complètement détachées des pétales.

### **Critères de qualité par lot**

Les critères additionnels suivants sont exigés :

- Le lot doit être exempt de défauts de croissances, à savoir entre autres :
  - boutons floraux aplatis ;
  - galles ;
  - cous tordus.

### **Critères de triage par lot**

Les Roses doivent être obligatoirement triées en fonction des facteurs suivants :

- longueur de tige ;
- maturité ;
- nombre de boutons floraux.

Pour le triage en fonction de la longueur des tiges, il est exigé, au lieu d'une tolérance de 3 cm, que toutes les roses soient bottelées de façon à ce que toutes les tiges soient à la même hauteur à la base de la botte. Aucune différence de longueur n'est autorisée à la base de la botte.

### **Code de triage**

- Pour les roses, doit obligatoirement être indiqué le triage en fonction de la longueur des tiges.
- Pour les roses en grappes, doivent obligatoirement être indiqués la longueur de tige et le nombre de boutons floraux (sous « divers »).

→ Lorsqu'un lot n'est pas conforme à un ou plusieurs des critères susmentionnés, celui-ci peut être mis en vente assorti d'une marque d'inspection.

### **Conditions de paiement**

Lorsque le grossiste importe des fleurs, il paie aussitôt le marché au cadran ou l'exportateur si l'achat se fait directement auprès de lui.

En effet, les fleurs sont un produit périssable. Si la rose n'est pas vendue rapidement, elle risque de s'abîmer et ainsi ne sera plus marchandée.

- *Bacterial content is measured by taking samples from the stems.*

### **Maturity**

*Minimum maturity standards: at least 95 % of the stems in the batch must have a coloured bud with the petals being completely detached from the root stock.*

### **Quality criteria for each batch**

*The following criteria are also mandatory:*

- *The bud must be exempt from any growth defects, including but not limited to:*
  - *flattened floral buds;*
  - *gall;*
  - *twisted stalks.*

### **Sorting criteria for each batch**

*Roses have to be sorted by:*

- *stem length;*
- *maturity;*
- *number of floral buds.*

*Where sorting is based on stem length, instead of the otherwise acceptable tolerance of 3 cm the roses must all be bunched so that all the stems are even with one another at the base of the bunch, i.e., there can be no difference in height at the base of the bunch.*

### **Sorting criteria**

- *roses: sorting indications must include a reference to stem lengths.*

- *For roses in bunches: sorting indications must include a reference to stem lengths and to the number of floral buds (under «miscellaneous»).*

→ *When a batch is not in compliance with one or several of the aforementioned criteria, it can be put on sale as long as it carries a sign indicating that it has been inspected.*

### **Terms and conditions of payment**

*When a wholesaler imports flowers, s/he makes an immediate payment to the Farmers' Market or else to the exporter (in case of a direct purchase).*



Etant donné le caractère périssable de la rose, c'est donc une garantie et une pratique courante que d'être payé rapidement pour le producteur: même si le grossiste ne vend pas les roses, le producteur aura été d'ors et déjà payé.

En général, le grossiste français dispose d'un compte bancaire en Hollande et c'est le Cadran qui prélève directement l'argent sur ce compte. Il paie ensuite le producteur.

Le Cadran est donc véritablement l'intermédiaire entre le producteur et le grossiste.

Cependant, il peut y avoir un délai de paiement (de 30 jours en général), mais cela dépend de l'accord que se sont fixés le producteur et son client.

### **Mode de transport recommandé**

Le mode de transport recommandé pour les pays en développement est l'avion frigorifique, car le succès d'une rose tenant à sa fraîcheur, tout doit aller très vite pour garantir cette fraîcheur une fois que la rose est cueillie.

Les roses doivent être transportées à sec dans des cartons par bottes de 20 : il ne faut pas que le bouton de rose touche le carton, sinon la rose est dite « butée » et ne se vendra pas.

Des élastiques sont placés transversalement autour du carton. Ils peuvent être en contact avec les tiges mais non avec les boutons.

Les roses sont remises à l'eau après le transport à sec et sont traitées.

Les frais de transport sont très élevés, c'est pourquoi le volume chargé est important. Les roses sont transportées à sec, car si elles étaient transportées dans l'eau, le volume serait plus grand, et donc les frais en seraient d'autant plus augmentés.

Les principaux aéroports de débarquement de roses en France sont les aéroports de Paris Roissy, Paris Orly et Nice. Le transport maritime n'est pas recommandé pour le transport des roses, ce transport étant trop lent pour un produit à courte durée de vie comme la rose.

*This is because flowers are a perishable good. If a rose is not sold quickly, it can become damaged and no longer sellable. Rapid payment therefore constitutes a guarantee for the grower and this has become a common commercial practice. Even if the wholesaler does not sell the roses, the grower will have already been paid.*

*In general, French wholesalers have a bank account in Holland. It is the Farmers' Market that debits the funds directly from this account before paying the grower – thus acting as an intermediary between the grower and the wholesaler.*

*Payments can sometimes be delayed (by up to 30 days in general), but this depends on what the grower and client have agreed.*

### **Recommended mode of transportation**

*The recommended mode of transportation for a developing country is a refrigerator plane, since a rose's success depends on its freshness. Everything has to move very quickly to guarantee this quality once the rose has been picked.*

*Rose have to be transported in a dry state, in boxes and by bunches of 20. The rosebuds must not touch the box, otherwise they are said to be «overextended» and cannot be sold.*

*Elastic bands are placed around the box transversally. They can be in contact with the rose stems but not with the buds.*

*After being transported in a dry state the roses are put back into water and treated.*

*Transportation costs are very high. For this reason, a load's volume is an essential factor. The roses are transported in a dry state because if they were transported in water the volume would be greater, thereby increasing costs.*

*The main airports in France for rose imports are Paris Roissy, Paris Orly and Nice. Ocean freight is not recommended for transporting roses since it is too slow for a product with such a short lifespan.*

## H. Emballage et Label

### Le label

Contrairement aux Pays-Bas, le label est exigé en France.

En France, concernant les roses, nous trouvons les termes qualificatifs « extra, premier, second ».

Pour appliquer tel ou tel label, la tenue de la rose est examinée (est-elle bien droite ?), ainsi que le feuillage et la qualité du bouton.

Chaque chariot doit être accompagné d'une fiche d'arrivage remplie en bonne et due forme, sur laquelle le producteur doit mentionner au moins les renseignements suivants:

- Coordonnées du producteur: raison sociale, adresse, numéro du producteur,
- Date de commercialisation ou de vente au marché floral,
- Nombre d'unités d'emballage,
- Nombre de pièces par unité d'emballage/de conditionnement,
- Code d'emballage VBN,
- Code de produit VBN, décrivant le produit le plus précisément possible,
- Code de triage,
- Description du produit correspondante,
- Type de chariot : chariot du marché floral ou chariot danois,
- Mode de commercialisation.

De plus, chaque unité d'emballage doit être accompagnée d'un label portant les coordonnées du produit et du producteur.

## H. Packaging and labelling

### The label

*Unlike the Netherlands, a label is required in France. The descriptors for roses in France are « extra, premier, second ».*

*To apply one label or the other, the rose posture's is examined (is it straight?), as well as its foliage and the quality of its bud.*

*Each trolley has to be accompanied by a consignment document that has been filled in correctly. The grower must provide the following information at the very least:*

- *Details on the grower: business name, address, registration number.*
- *Date the product was put on sale or sold at the flower market,*
- *Number of units packaged,*
- *Number of items in each packaged/wrapped unit,*
- *VBN packaging code,*
- *VBN product code, describing the product as precisely as possible*
- *Sorting code,*
- *Description of the corresponding product,*
- *Type of trolley: flower market or Danish trolley*
- *Marketing mode.*

*In addition, each packaging unit must be accompanied by a label providing details on the product and the grower.*

## Conditionnement et emballage

Pour les roses, à l'exception des roses en grappes, les arrivages au marché floral doivent être présentés :

- en bottes de 10 ou 20 tiges ;
- enveloppés par conteneur dans une feuille de cellophane ;
- les bottes devant présenter les boutons floraux soit au même niveau, soit à deux niveaux différents, auquel cas les boutons des deux niveaux ne doivent pas se toucher.

Pour les Roses en grappes, les arrivages au marché floral doivent être présentés :

- en bottes de 10 tiges ;
- enveloppés par conteneur dans une feuille de cellophane ;
- les tiges étant bottelées de façon à ce que les boutons floraux les plus hauts soient tous à la même hauteur.

Les roses sont obligatoirement présentées au marché floral les pieds dans de l'eau propre (additionnée des agents de prétraitement prescrits).

## *Wrapping and packaging*

*For roses (except for roses in bunches), consignments to the flower market have to be come:*

- *in bunches of 10 or 20 stems;*
- *covered by a container wrapped in a sheet of cellophane;*
- *with the bunches either displaying the floral buds all on a single level, or else on different levels, in which case buds on two different levels cannot touch one another.*

*For roses in bunches, consignments to the flower market have to be come:*

- *in bunches of 10 stems;*
- *covered by a container wrapped in a sheet of cellophane;*
- *with the stems being bunched so that the top floral buds are all at the same height.*

*Roses must be displayed at the flower market with the bottoms of their stems soaking in clean water (enhanced by the prescribed pre-treatment agents).*

## I. Promotion des ventes

### Le démarchage

Il est conseillé à l'exportateur de faire les démarches et de contacter des grossistes en France. Il téléphone et exprime son intention de vendre des roses. Si le grossiste est d'accord, il peut alors envoyer un échantillon. C'est un essai, le grossiste vend ces roses et fait le bilan de la vente.

Il peut arriver également que le grossiste se déplace à l'étranger pour prospecter le marché des producteurs. Mais cette situation est beaucoup moins fréquente.

### Les salons horticoles

Des salons sont également organisés en France, tout au long de l'année, pour permettre aux horticulteurs de s'informer sur les nouveautés en matière de fleurs, toutes espèces confondues.

De nombreux salons ont lieu le premier trimestre de chaque année, mais la période de prédilection reste le printemps. Ils peuvent avoir des thèmes différents.

Les salons suivants sont ceux dont l'objet est une exposition avec la possibilité de présenter de nouvelles variétés.

- Meilland Rose Sélection au Cannet des Maures ;
- Foire aux plantes de Saint-Jean d'Illac ;
- Journée des plantes rares et méditerranéennes, Jardin d'Albertas à Bouc Bel Air ;
- La ronde des roses à la citadelle de Blaye ;
- Journée des plantes de la Roseraie, Roseraie du Châtelet ;
- Florissimo, 7<sup>e</sup> exposition internationale de plantes, fleurs et feuillages tropicaux, au Palais des Congrès de Dijon.

Les exportateurs des pays en développement peuvent se rendre dans les salons en France pour s'informer des tendances actuelles du marché.

## I. Promoting sales

### Prospecting

*Exporters are advised to contact wholesalers in France. They should telephone and express their intention to sell roses. If the wholesaler agrees to this, a sample can be sent. This is a test run, with the wholesaler selling these roses and analysing afterwards how well the whole process went.*

*Sometimes wholesaler travel overseas to prospect the grower market – but this happens much less often.*

### Horticultural fairs

*Fairs are also organised in France to provide horticulturists with information on anything new relating to flowers, regardless of the species.*

*Numerous fairs are run the first quarter of each year, but the favourite period remains spring. Themes can vary greatly.*

*The following fairs are the ones whose objective is to display possible new varieties.*

- Meilland Rose Selection, Cannet des Maures;
- Plants fair, Saint-Jean d'Illac;
- Rare and Mediterranean plant day, Jardins d'Alberta (Bouc Bel Air);
- A round of roses, Blaye citadel;
- The Rosery plant day, Roseraie du Châtelet;
- Florissimo, 7<sup>th</sup> international day of plants, flowers and tropical foliage, Dijon Palais des Congrès.

*Exporters from developing countries can go to fairs in France to find information on current trends in this market.*

*Every 10 years the Netherlands also organise a 6 month universal horticultural fair at the Floriade, near Amsterdam. This is a get-together for professionals and amateurs alike, and is therefore an opportunity for exporters to display their roses and to take part in horticultural competitions.*

Les Pays-Bas organisent également tous les dix ans et pendant six mois une exposition horticole universelle à la Floriade, près d'Amsterdam. C'est là le rendez-vous des professionnels et des amateurs ; c'est ainsi l'occasion pour l'exportateur d'exposer ses roses et de participer à des concours horticoles, d'autant plus que l'exposition est très fréquentée (la Floriade attend trois millions de visiteurs entre le 6 avril et le 20 octobre 2002).

La rose est une histoire de mode : ce sont les tendances et les couleurs qui font et défont les engouements.

Un producteur doit « créer et proposer ce qu'un autre ne va pas faire » : c'est la différenciation qui prime sur le marché des roses. C'est d'ailleurs ce qu'a compris l'obteneur Meilland, premier producteur de roses en France: une rose sur trois vendues dans le monde a été mise au point par cette société.

### **La presse spécialisée**

Il existe des magazines dans lesquels on trouve des articles relatifs aux fleurs, plus particulièrement des magazines spécialisés en fleurs délivrant des conseils de décoration, d'entretien des plantes ou de jardinage.

« L'Ami des Jardins et de la maison », « Ca me fait plaisir, Le Monde des Fleurs Magazine » sont parmi les magazines les plus consultés en France.

Des adresses de fleuristes y figurent, mais les producteurs y font rarement la promotion de leur plantes.

### **Internet**

Sur Internet, des sites de magasins de fleurs sont consultables, offrant la possibilité d'acheter et de commander des fleurs en ligne. Ces sites présentent la liste des événements horticoles pour une période donnée, des conseils pour l'entretien des plantes, les tendances actuelles et d'autres informations horticoles. Cependant, les fleuristes ne présentent que les fleurs qu'ils commercialisent, et toute publicité quelle qu'elle soit ne se fait que du fleuriste vers le consommateur.

*This is especially useful since there are so many visitors to the Floriade (ca. 3 million between 6 April and 20 October 2002).*

*Roses are a fashion business, i.e., they revolve around fads and colours. A grower should «create and propose something that no one else is going to offer». In the rose market it is differentiation that counts. Meilland, France's leading grower of rose, understood this, and now one out of every three roses sold in the world was originally designed by this company.*

### **Trade press**

*Certain magazines offer articles about flowers, especially specialist flower reviews that give advice on decorations, plant maintenance or gardening. « Ami des Jardins et de la Maison », « Ca me fait plaisir, Le Monde des Fleurs Magazine » are amongst the most widely read in France. They contain flower shop addresses, although growers rarely use these conduits as way to promote their plants.*

### **Internet**

*Flower shop sites can be consulted to purchase and order flowers on-line. They also give out a list of horticultural events for a particular period of time; advice on plant maintenance; information on current market trends; and other horticultural information. However, florists only display the flowers that they sell, and all advertising in this area goes from the florist to the consumer.*

## J. Perspectives du marché

Les perspectives du marché français apparaissent comme très intéressantes pour les producteurs des pays en développement.

D'une part, la part de la production française est déjà en forte baisse, et cette production semble être amenée à disparaître totalement à moyen terme. En dix ans, le nombre d'horticulteurs est passé de 12 000 à 6000, victime en partie des importants coûts de main d'œuvre et de l'absence de financement pour moderniser les serres.

De plus, les producteurs français sont diversifiés, ils produisent jusqu'à une vingtaine de variétés ; en revanche, les producteurs hollandais sont spécialisés, et ne cultivent qu'une ou deux variétés. C'est cette spécialisation qui fait le succès des producteurs hollandais et le déboire des producteurs français.

Enfin, en hiver, les conditions climatiques ne sont pas favorables à la production de roses en France et les importations en provenance de l'hémisphère Sud (Afrique notamment) sont importantes à cette période de l'année, ce qui tend à généraliser les importations par rapport à la production locale.

D'autre part, les consommateurs français, contrairement aux belges ou aux hollandais, sont sensibles aux roses anciennes et de qualité (c'est à dire des roses avec gros boutons, de nombreux pétales, et à forte odeur), roses sur lesquelles les producteurs des pays en développement possèdent un fort avantage concurrentiel du fait de conditions climatiques favorables et d'un moindre prix de revient.

Les consommateurs français sont particulièrement sensibles aux roses anciennes. Ces roses devront donc jouir des qualités suivantes : roses à gros boutons ouverts, nombreuses pétales, forte odeur, et résistantes (à la fois pour le transport, et pour la conservation en vase). Citons quelques variétés qui, selon les spécialistes, connaissent une demande croissante (demande qui devrait encore s'accroître) : X-trem, Avalanche, Seven, Universe...

## J. Market outlook

*The French market is very promising for growers from developing countries.*

*On one hand, French output has already started to suffer a short fall in market share, and may disappear altogether in the medium term. Over the past decade the number of French horticulturists has fallen from 12,000 to 6,000, victims in part of high labour costs and the absence of any funding for greenhouse modernisation.*

*Moreover, French growers are diversified, usually producing something like 20 different varieties. Dutch producers on the other hand are specialised in one or two varieties. It is this specialisation that explains the success of Dutch growers and the problems that the French have encountered.*

*Lastly, the climactic conditions in winter in France are not favourable for rose production. Imports from the Southern Hemisphere (notably Africa) are significant at this time of the year, something that tends to generalise imports as opposed to local production.*

*On the other hand, French consumers, unlike their Belgian or Dutch counterparts, are fond of older and higher quality roses (i.e., with large buds, many petals and a strong fragrance), and this is an area where growers from developing countries have a strong commercial advantage due to favourable climactic conditions and lower return costs.*

*French consumers are particularly fond of older roses with large open buds, many petals, a strong fragrance; and that are highly resistant (both to survive transport and also so that they can be preserved in a vase). Note a few varieties for which specialists predict further demand growth: X-trem, Avalanche, Seven, Universe...*

# Annexe 1

## Statistiques

## Appendix 2

### Statistics

### Exportations françaises de fleurs coupées en 1999, 2000 et 2001

#### French cut flower exports in 1999, 2000 and 2001

Source : Douanes françaises - French Customs

N°	NC8	PAYS	1999VAL	1999QTE	2000VAL	2000QTE	2001VAL	2001QTE
1	6031010	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	26	52	2	4
2	6031010	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	68	120	72	140
3	6031010	BAHREIN / BAHRAIN	0	0	0	0	10	15
4	6031010	REP. CONGO / REP. CONGO	0	0	2	2	0	0
5	6031010	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	1507	1438	1485	1428
6	6031010	COTE-D'IVOIRE / IVORY COAST	0	0	1	1	3	2
7	6031010	COLOMBIE / COLUMBIA	0	0	0	0	2	4
8	6031010	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	42	41	66	83
9	6031010	ESPAGNE / SPAIN	0	0	431	661	969	1604
10	6031010	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	0	0	0	0
11	6031010	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
12	6031010	ITALIE / ITALY	0	0	5393	3104	1024	1653
13	6031010	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
14	6031010	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	77	126	14	28
15	6031010	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	0	0	0	0
16	6031010	E.U.A.N / USA	0	0	1	1	4	4
17	6031010	**TOTAL / **TOTAL	0	0	7548	5546	3651	4965
18	6031011	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
19	6031011	BELGIQUE / BELGIUM	17	32	0	0	0	0
20	6031011	SUISSE / SWITZERLAND	455	957	0	0	0	0
21	6031011	ALLEMAGNE / GERMANY	50	446	0	0	0	0
22	6031011	ESPAGNE / SPAIN	49	92	0	0	0	0
23	6031011	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	0	0	0	0
24	6031011	ISRAEL / ISRAEL	0	0	0	0	0	0
25	6031011	ITALIE / ITALY	460	542	0	0	0	0
26	6031011	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	2	2	0	0	0	0
27	6031011	PAYS-BAS / NETHERLANDS	24	102	0	0	0	0
28	6031011	E.U.A.N / USA	1	0	0	0	0	0
29	6031011	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
30	6031011	**Total / **TOTAL	1058	2173	0	0	0	0
31	6031013	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
32	6031013	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	0	0	0	0
33	6031013	ALLEMAGNE / GERMANY	17	17	0	0	0	0
34	6031013	ESPAGNE / SPAIN	2	1	0	0	0	0
35	6031013	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	5	10	0	0	0	0

36	6031013	ITALIE / ITALY	48	37	0	0	0	0
37	6031013	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	6	7	0	0	0	0
38	6031013	PAYS-BAS / NETHERLANDS	1	2	0	0	0	0
39	6031013	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
40	6031013	**Total / **TOTAL	79	74	0	0	0	0
41	6031015	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	0	0	0	0
42	6031015	GABON / GABON	0	0	0	0	0	0
43	6031015	ITALIE / ITALY	16	7	0	0	0	0
44	6031015	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
45	6031015	PAYS-BAS / NETHERLANDS	1	0	0	0	0	0
46	6031015	**Total / **TOTAL	17	7	0	0	0	0
47	6031020	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	3	8	0	0
48	6031020	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	98	252	97	248
49	6031020	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	43	62	0	0
50	6031020	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	351	342	354	371
51	6031020	ESPAGNE / SPAIN	0	0	706	1551	382	930
52	6031020	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	0	0	6	17
53	6031020	ITALIE / ITALY	0	0	165	538	33	89
54	6031020	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	317	797	668	1731
55	6031020	REP.F. YUGOSL / FED. REP. YUGO.	0	0	0	0	4	13
56	6031020	**TOTAL / **TOTAL	0	0	1683	3550	1544	3399
57	6031021	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
58	6031021	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	0	0	0	0
59	6031021	SUISSE / SWITZERLAND	9	27	0	0	0	0
60	6031021	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	0	0	0	0
61	6031021	ESPAGNE / SPAIN	2	7	0	0	0	0
62	6031021	ITALIE / ITALY	33	104	0	0	0	0
63	6031021	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	1	0	0	0	0
64	6031021	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
65	6031021	**TOTAL / **TOTAL	44	139	0	0	0	0
66	6031025	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	0	0	0	0
67	6031025	SUISSE / SWITZERLAND	1	1	0	0	0	0
68	6031025	ALLEMAGNE / GERMANY	2	1	0	0	0	0
69	6031025	ESPAGNE / SPAIN	35	88	0	0	0	0
70	6031025	ITALIE / ITALY	10	24	0	0	0	0
71	6031025	PAYS-BAS / NETHERLANDS	2	9	0	0	0	0
72	6031025	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
73	6031025	**TOTAL / **TOTAL	50	123	0	0	0	0
74	6031029	ANDORRE / ANDORRA	2	2	0	0	0	0
75	6031029	AUTRICHE / AUSTRIA	2	4	0	0	0	0
76	6031029	BELGIQUE / BELGIUM	71	144	0	0	0	0
77	6031029	CANADA / CANADA	4	8	0	0	0	0
78	6031029	SUISSE / SWITZERLAND	386	845	0	0	0	0
79	6031029	COTE-D'IVOIRE / IVORY COAST	1	1	0	0	0	0
80	6031029	CAMEROUN / CAMEROON	3	4	0	0	0	0
81	6031029	ALLEMAGNE / GERMANY	243	266	0	0	0	0
82	6031029	DANEMARK / DENMARK	43	102	0	0	0	0
83	6031029	ESPAGNE / SPAIN	36	212	0	0	0	0
84	6031029	GABON / GABON	18	18	0	0	0	0
85	6031029	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	6	27	0	0	0	0
86	6031029	GRECE / GREECE	0	0	0	0	0	0
87	6031029	HONG-KONG / HONG-KONG	2	2	0	0	0	0
88	6031029	ITALIE / ITALY	122	218	0	0	0	0



89	6031029	JAPON / JAPAN	0	0	0	0	0	0
90	6031029	LIBAN / LEBANON	2	4	0	0	0	0
91	6031029	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	20	38	0	0	0	0
92	6031029	PAYS-BAS / NETHERLANDS	558	1380	0	0	0	0
93	6031029	SENEGAL / SENEGAL	0	0	0	0	0	0
94	6031029	E.U.A.N / USA	253	212	0	0	0	0
95	6031029	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
96	6031029	**TOTAL / **TOTAL	1772	3487	0	0	0	0
97	6031030	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
98	6031030	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	2	2	14	8
99	6031030	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	11	7	0	0
100	6031030	CHILI / CHILE	0	0	0	0	1	0
101	6031030	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	3	3	4	4
102	6031030	ESPAGNE / SPAIN	0	0	2	0	0	0
103	6031030	ITALIE / ITALY	0	0	41	36	1	0
104	6031030	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	18	18	1	0
105	6031030	**TOTAL / **TOTAL	0	0	77	66	21	12
106	6031040	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
107	6031040	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	0	2	0	0
108	6031040	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	4	5	13	9
109	6031040	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	15	20	3	22
110	6031040	ESPAGNE / SPAIN	0	0	1	5	1	4
111	6031040	ITALIE / ITALY	0	0	9	23	5	26
112	6031040	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	36	149	1	2
113	6031040	**TOTAL / **TOTAL	0	0	65	204	23	63
114	6031050	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
115	6031050	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	31	58	10	16
116	6031050	CANADA / CANADA	0	0	2	1	0	0
117	6031050	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	457	357	0	0
118	6031050	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	14	15	10	11
119	6031050	ESPAGNE / SPAIN	0	0	1	3	14	78
120	6031050	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	1	5	0	0
121	6031050	ITALIE / ITALY	0	0	416	566	25	55
122	6031050	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	183	185	319	875
123	6031050	SLOVENIE / SLOVENIA	0	0	4	1	0	0
124	6031050	E.U.A.N / USA	0	0	2	0	0	0
125	6031050	**TOTAL / **TOTAL	0	0	1111	1191	378	1035
126	6031051	AUTRICHE / AUSTRIA	59	101	0	0	0	0
127	6031051	BELGIQUE / BELGIUM	27	36	0	0	0	0
128	6031051	SUISSE / SWITZERLAND	1810	1779	0	0	0	0
129	6031051	COTE-D'IVOIRE / IVORY COAST	2	1	0	0	0	0
130	6031051	ALLEMAGNE / GERMANY	139	197	0	0	0	0
131	6031051	ESPAGNE / SPAIN	75	99	0	0	0	0
132	6031051	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	0	0	0	0
133	6031051	GRECE / GREECE	29	16	0	0	0	0
134	6031051	HONGRIE / HUNGARY	0	0	0	0	0	0
135	6031051	ITALIE / ITALY	1109	1550	0	0	0	0
136	6031051	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
137	6031051	MALTE / MALTA	0	0	0	0	0	0
138	6031051	PAYS-BAS / NETHERLANDS	32	808	0	0	0	0
139	6031051	PHILIPPINES / PHILIPPINES	5	2	0	0	0	0
140	6031051	VIET-NAM / VIETNAM	0	0	0	0	0	0
141	6031051	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0

142	6031051	**TOTAL / **TOTAL	3287	4589	0	0	0	0
143	6031053	AUTRICHE / AUSTRIA	2	4	0	0	0	0
144	6031053	BELGIQUE / BELGIUM	10	23	0	0	0	0
145	6031053	CANADA / CANADA	0	0	0	0	0	0
146	6031053	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	0	0	0	0
147	6031053	ALLEMAGNE / GERMANY	363	432	0	0	0	0
148	6031053	ITALIE / ITALY	30	77	0	0	0	0
149	6031053	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	6	12	0	0	0	0
150	6031053	PAYS-BAS / NETHERLANDS	4	9	0	0	0	0
151	6031053	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
152	6031053	**TOTAL / **TOTAL	415	557	0	0	0	0
153	6031055	BELGIQUE / BELGIUM	1	1	0	0	0	0
154	6031055	SUISSE / SWITZERLAND	1	0	0	0	0	0
155	6031055	ITALIE / ITALY	0	0	0	0	0	0
156	6031055	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
157	6031055	PAYS-BAS / NETHERLANDS	1	0	0	0	0	0
158	6031055	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
159	6031055	**TOTAL / **TOTAL	3	1	0	0	0	0
160	6031061	AUTRICHE / AUSTRIA	0	1	0	0	0	0
161	6031061	BELGIQUE / BELGIUM	1	1	0	0	0	0
162	6031061	SUISSE / SWITZERLAND	6	16	0	0	0	0
163	6031061	ALLEMAGNE / GERMANY	2	7	0	0	0	0
164	6031061	ESPAGNE / SPAIN	0	1	0	0	0	0
165	6031061	ITALIE / ITALY	3	18	0	0	0	0
166	6031061	PAYS-BAS / NETHERLANDS	3	4	0	0	0	0
167	6031061	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
168	6031061	**TOTAL / **TOTAL	15	48	0	0	0	0
169	6031065	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
170	6031065	BELGIQUE / BELGIUM	40	102	0	0	0	0
171	6031065	SUISSE / SWITZERLAND	19	19	0	0	0	0
172	6031065	ALLEMAGNE / GERMANY	0	2	0	0	0	0
173	6031065	ESPAGNE / SPAIN	0	0	0	0	0	0
174	6031065	ITALIE / ITALY	9	21	0	0	0	0
175	6031065	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
176	6031065	PAYS-BAS / NETHERLANDS	7	268	0	0	0	0
177	6031065	PORTUGAL / PORTUGAL	0	2	0	0	0	0
178	6031065	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
179	6031065	**TOTAL / **TOTAL	75	414	0	0	0	0
180	6031069	ANDORRE / ANDORRA	2	2	0	0	0	0
181	6031069	ANTILL.NEERL. / DUTCH ANTILLES	1	1	0	0	0	0
182	6031069	AUTRICHE / AUSTRIA	55	88	0	0	0	0
183	6031069	BELGIQUE / BELGIUM	1463	2295	0	0	0	0
184	6031069	CANADA / CANADA	24	44	0	0	0	0
185	6031069	SUISSE / SWITZERLAND	1745	2416	0	0	0	0
186	6031069	COTE-D'IVOIRE / IVORY COAST	14	11	0	0	0	0
187	6031069	CAMEROUN / CAMEROON	36	32	0	0	0	0
188	6031069	ALLEMAGNE / GERMANY	1211	1376	0	0	0	0
189	6031069	DANEMARK / DENMARK	23	53	0	0	0	0
190	6031069	ESPAGNE / SPAIN	26	87	0	0	0	0
191	6031069	GABON / GABON	55	44	0	0	0	0
192	6031069	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	59	200	0	0	0	0
193	6031069	HONG-KONG / HONG-KONG	25	26	0	0	0	0
194	6031069	HONGRIE / HUNGARY	22	59	0	0	0	0

195	6031069	ITALIE / ITALY	1466	2651	0	0	0	0
196	6031069	JAPON / JAPAN	33	40	0	0	0	0
197	6031069	LIBAN / LEBANON	0	0	0	0	0	0
198	6031069	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	42	67	0	0	0	0
199	6031069	NOUV-CALEDON / NEW CALEDONIA	10	3	0	0	0	0
200	6031069	PAYS-BAS / NETHERLANDS	3428	7691	0	0	0	0
201	6031069	POLYNESIE-FR / FR. POLYNESIA	3	1	0	0	0	0
202	6031069	PHILIPPINES / PHILIPPINES	4	3	0	0	0	0
203	6031069	PORTUGAL / PORTUGAL	1	0	0	0	0	0
204	6031069	PARAGUAY / PARAGUAY	0	0	0	0	0	0
205	6031069	SENEGAL / SENEGAL	5	4	0	0	0	0
206	6031069	E.U.A.N / USA	3042	2696	0	0	0	0
207	6031069	VIET-NAM / VIETNAM	0	0	0	0	0	0
208	6031069	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
209	6031069	**TOTAL / **TOTAL	12795	19890	0	0	0	0
210	6031080	ANDORRE / ANDORRA	0	0	3	3	1	0
211	6031080	EMIR_ARAB_UNI / UAE	0	0	5	4	12	11
212	6031080	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	13	29	25	23
213	6031080	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	1319	2036	1023	1356
214	6031080	BAHREIN / BAHRAIN	0	0	0	0	4	5
215	6031080	CANADA / CANADA	0	0	133	172	443	367
216	6031080	SUISSE / SWITZERLAND	0	0	2021	3026	2467	3833
217	6031080	COTE-D'IVOIRE / IVORY COAST	0	0	12	9	10	9
218	6031080	CAMEROUN / CAMEROON	0	0	104	28	59	50
219	6031080	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	1052	1155	1124	1409
220	6031080	DANEMARK / DENMARK	0	0	31	63	11	18
221	6031080	EGYPTE / EGYPT	0	0	0	0	4	3
222	6031080	ESPAGNE / SPAIN	0	0	69	106	123	255
223	6031080	GABON / GABON	0	0	152	134	145	122
224	6031080	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	36	108	128	61
225	6031080	GUINEE / GUINEA	0	0	4	4	2	1
226	6031080	GUATEMALA / GUATEMALA	0	0	0	0	4	2
227	6031080	HONG-KONG / HONG-KONG	0	0	13	11	27	16
228	6031080	INDE / INDIA	0	0	0	0	1	1
229	6031080	ITALIE / ITALY	0	0	1870	3160	1627	2763
230	6031080	JAPON / JAPAN	0	0	8	4	1	0
231	6031080	KOWEIT / KUWEIT	0	0	0	0	20	19
232	6031080	LIBAN / LEBANON	0	0	0	0	8	5
233	6031080	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	1	3	0	0
234	6031080	MAROC / MOROCCO	0	0	2	7	0	0
235	6031080	MAURITANIE / MAURITANIA	0	0	0	0	1	2
236	6031080	MALAISIE / MALAYSIA	0	0	0	0	12	12
237	6031080	NOUV-CALED. / NEW CALEDONIA	0	8	3	14	5	
238	6031080	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	4152	8232	3090	11788
239	6031080	POLYNESIE-FR / FR. POLYNESIA	0	0	1	1	3	3
240	6031080	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	0	0	0	0
241	6031080	ARAB.SAQUDITE / SAUDI ARABIA	0	0	0	0	28	16
242	6031080	SUEDE / SWEDEN	0	0	0	0	2	3
243	6031080	SENEGAL / SENEGAL	0	0	7	7	5	4
244	6031080	TUNISIE / TUNISIA	0	0	6	3	6	11
245	6031080	E.U.A.N / USA	0	0	3691	2925	3252	2537
246	6031080	**TOTAL / **TOTAL	0	0	14713	21233	13682	24710
247	Total	**TOTAL / **TOTAL	19610	31502	25197	31790	19299	34184

## Importations françaises de fleurs coupées en 1999, 2000 et 2001 French cut flower imports in 1999, 2000 and 2001

Source : Douanes françaises - French Customs

N°	NC8	Pays	1999VAL	1999QTE	2000VAL	2000QTE	2001VAL	2001QTE
1	6031010	EMIR_ARAB_UNI / UAE	0	0	8	7	0	0
2	6031010	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
3	6031010	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	2515	3791	2074	3176
4	6031010	BOLIVIE / BOLIVIA	0	0	0	0	4	5
5	6031010	BRESIL / BRAZIL	0	0	0	0	0	0
6	6031010	CHILI / CHILE	0	0	12	25	8	10
7	6031010	COLOMBIE / COLUMBIA	0	0	320	340	356	446
8	6031010	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	336	811	265	573
9	6031010	DANEMARK / DENMARK	0	0	3	4	2	5
10	6031010	EQUATEUR / ECUADOR	0	0	2412	3205	2975	3722
11	6031010	ESPAGNE / SPAIN	0	0	689	1656	469	1236
12	6031010	FINLANDE / FINLAND	0	0	5	9	0	0
13	6031010	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	243	340	128	91
14	6031010	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
15	6031010	ISRAEL / ISRAEL	0	0	1746	2834	353	657
16	6031010	INDE / INDIA	0	0	165	244	731	878
17	6031010	ITALIE / ITALY	0	0	481	978	401	791
18	6031010	JORDANIE / JORDAN	0	0	19	18	8	5
19	6031010	KENYA / KENYA	0	0	2041	2736	2088	2715
20	6031010	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	66	27
21	6031010	MAROC / MOROCCO	0	0	522	696	611	796
22	6031010	MALI / MALI	0	0	106	136	22	23
23	6031010	MAURITANIE / MAURITANIA	0	0	2	2	0	0
24	6031010	NIGER / NIGER	0	0	57	73	0	0
25	6031010	NIGERIA / NIGERIA	0	0	0	0	0	0
26	6031010	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	87182	178636	87603	165597
27	6031010	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	16	22	0	0
28	6031010	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	1	2	1	2
29	6031010	AVIT.CEE / FORMER USSR	0	0	12	15	0	0
30	6031010	SURINAM / SURINAM	0	0	0	0	2	8
31	6031010	TUNISIE / TUNISIA	0	0	56	88	118	177
32	6031010	TURQUIE / TURKEY	0	0	0	0	2	5
33	6031010	TANZANIE / TANZANIA	0	0	0	0	0	0
34	6031010	OUGANDA / UGANDA	0	0	0	0	0	0
35	6031010	VENEZUELA / VENEZUELA	0	0	1	1	0	0
36	6031010	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	0	0	6	6	13	25
37	6031010	ZAMBIE / ZAMBIA	0	0	1	1	0	0
38	6031010	ZIMBABWE / ZIMBABWE	0	0	21	47	4	7
39	6031010	**TOTAL / **TOTAL	0	0	98978	196723	98304	180977
40	6031011	BELGIQUE / BELGIUM	1079	1958	0	0	0	0
41	6031011	COLOMBIE / COLUMBIA	41	55	0	0	0	0
42	6031011	ALLEMAGNE / GERMANY	336	1169	0	0	0	0
43	6031011	DANEMARK / DENMARK	12	17	0	0	0	0

44	6031011	EQUATEUR / ECUADOR	338	565	0	0	0	0
45	6031011	ESPAGNE / SPAIN	49	74	0	0	0	0
46	6031011	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	24	40	0	0	0	0
47	6031011	IRLANDE / IRELAND	2	4	0	0	0	0
48	6031011	ISRAEL / ISRAEL	813	2008	0	0	0	0
49	6031011	INDE / INDIA	1	4	0	0	0	0
50	6031011	ITALIE / ITALY	165	323	0	0	0	0
51	6031011	KENYA / KENYA	569	871	0	0	0	0
52	6031011	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	5	0	0	0	0
53	6031011	MAROC / MOROCCO	9	15	0	0	0	0
54	6031011	MAURICE / MAURITIUS	0	0	0	0	0	0
55	6031011	PAYS-BAS / NETHERLANDS	29663	69925	0	0	0	0
56	6031011	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
57	6031011	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	0	0
58	6031011	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	3	7	0	0	0	0
59	6031011	ARAB.SAoudITE / SAUDI ARABIA	0	0	0	0	0	0
60	6031011	TUNISIE / TUNISIA	1	2	0	0	0	0
61	6031011	OUGANDA / UGANDA	0	0	0	0	0	0
62	6031011	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
63	6031011	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	0	0	0	0	0	0
64	6031011	ZIMBABWE / ZIMBABWE	4	11	0	0	0	0
65	6031011	**TOTAL / **TOTAL	33109	77053	0	0	0	0
66	6031013	BELGIQUE / BELGIUM	138	253	0	0	0	0
67	6031013	COLOMBIE / COLUMBIA	622	1083	0	0	0	0
68	6031013	ALLEMAGNE / GERMANY	9	16	0	0	0	0
69	6031013	DANEMARK / DENMARK	10	39	0	0	0	0
70	6031013	EQUATEUR / ECUADOR	12	18	0	0	0	0
71	6031013	ESPAGNE / SPAIN	1183	3924	0	0	0	0
72	6031013	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	66	122	0	0	0	0
73	6031013	GRECE / GREECE	0	0	0	0	0	0
74	6031013	INDONESIE / INDONESIA	0	0	0	0	0	0
75	6031013	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
76	6031013	ISRAEL / ISRAEL	7	20	0	0	0	0
77	6031013	ITALIE / ITALY	428	862	0	0	0	0
78	6031013	KENYA / KENYA	7	10	0	0	0	0
79	6031013	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	1	0	0	0	0
80	6031013	MAROC / MOROCCO	104	385	0	0	0	0
81	6031013	PAYS-BAS / NETHERLANDS	3777	13033	0	0	0	0
82	6031013	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
83	6031013	PEROU / PERU	0	0	0	0	0	0
84	6031013	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	0	0	0	0	0	0
85	6031013	TURQUIE / TURKEY	0	0	0	0	0	0
86	6031013	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
87	6031013	**TOTAL / **TOTAL	6363	19766	0	0	0	0
88	6031015	BELGIQUE / BELGIUM	65	68	0	0	0	0
89	6031015	ALLEMAGNE / GERMANY	1	3	0	0	0	0
90	6031015	DANEMARK / DENMARK	0	0	0	0	0	0
91	6031015	ESPAGNE / SPAIN	84	140	0	0	0	0
92	6031015	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
93	6031015	ITALIE / ITALY	36	17	0	0	0	0
94	6031015	KENYA / KENYA	1	1	0	0	0	0
95	6031015	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
96	6031015	MALAISIE / MALAYSIA	2	2	0	0	0	0

97	6031015	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	2118	2122	0	0	0	0
98	6031015	NORVEGE / <i>NORWAY</i>	0	0	0	0	0	0
99	6031015	PORTUGAL / <i>PORTUGAL</i>	1	1	0	0	0	0
100	6031015	PAYS N.D.A / <i>N.D.A. COUNTRIES</i>	0	0	0	0	0	0
101	6031015	SINGAPOUR / <i>SINGAPORE</i>	0	0	0	0	0	0
102	6031015	THAILANDE / <i>THAILAND</i>	92	172	0	0	0	0
103	6031015	VIET-NAM / <i>VIETNAM</i>	0	0	0	0	0	0
104	6031015	BELG. & LUXEM. / <i>BELG. &amp; LUXEMBURG</i>	0	0	0	0	0	0
105	6031015	AFRIQUE SUD / <i>SOUTH AFRICA</i>	0	0	0	0	0	0
106	6031015	**TOTAL / **TOTAL	2400	2526	0	0	0	0
107	6031020	AUSTRALIE / <i>AUSTRALIA</i>	0	0	0	0	0	0
108	6031020	BELGIQUE / <i>BELGIUM</i>	0	0	670	2097	956	2851
109	6031020	BOLIVIE / <i>BOLIVIA</i>	0	0	0	0	4	9
110	6031020	COTE D'IVOIRE / <i>IVORY COAST</i>	0	0	13	100	36	151
111	6031020	CHILI / <i>CHILE</i>	0	0	2	4	0	0
112	6031020	CHINE / <i>CHINA</i>	0	0	71	78	0	0
113	6031020	COLOMBIE / <i>COLUMBIA</i>	0	0	1843	3461	1615	3265
114	6031020	COSTA-RICA / <i>COSTA-RICA</i>	0	0	0	0	2	4
115	6031020	ALLEMAGNE / <i>GERMANY</i>	0	0	42	103	48	150
116	6031020	DANEMARK / <i>DENMARK</i>	0	0	1	3	1	1
117	6031020	EQUATEUR / <i>ECUADOR</i>	0	0	37	62	16	19
118	6031020	ESTONIE / <i>ESTONIA</i>	0	0	0	0	1	2
119	6031020	ESPAGNE / <i>SPAIN</i>	0	0	4387	16569	4400	15697
120	6031020	ROYAUME-UNI / <i>GREAT BRITAIN</i>	0	0	198	426	108	248
121	6031020	IRLANDE / <i>IRELAND</i>	0	0	0	0	0	0
122	6031020	ISRAEL / <i>ISRAEL</i>	0	0	122	291	2	6
123	6031020	INDE / <i>INDIA</i>	0	0	0	0	0	0
124	6031020	ITALIE / <i>ITALY</i>	0	0	903	1626	629	1271
125	6031020	KENYA / <i>KENYA</i>	0	0	0	0	0	0
126	6031020	LUXEMBOURG / <i>LUXEMBURG</i>	0	0	1	5	0	0
127	6031020	MAROC / <i>MOROCCO</i>	0	0	933	3061	1078	3512
128	6031020	MALI / <i>MALI</i>	0	0	5	9	11	20
129	6031020	MYANMAR / <i>MYANMAR</i>	0	0	0	0	0	0
130	6031020	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	0	0	17655	41405	11560	27533
131	6031020	PITCAIRN / <i>PITCAIRN</i>	0	0	0	0	0	0
132	6031020	PORTUGAL / <i>PORTUGAL</i>	0	0	12	13	1	2
133	6031020	AUTRES U.E / <i>OTHER E.U.</i>	0	0	1	3	1	1
134	6031020	AVIT.CEE / <i>FORMER USSR</i>	0	0	1	2	0	0
135	6031020	TURQUIE / <i>TURKEY</i>	0	0	56	183	19	64
136	6031020	E.U.A.N / <i>U.S.A.</i>	0	0	0	0	1	0
137	6031020	AFRIQUE SUD / <i>SOUTH AFRICA</i>	0	0	1	1	0	0
138	6031020	**TOTAL / **TOTAL	0	0	26954	69502	20489	54806
139	6031021	BELGIQUE / <i>BELGIUM</i>	34	131	0	0	0	0
140	6031021	ALLEMAGNE / <i>GERMANY</i>	6	15	0	0	0	0
141	6031021	DANEMARK / <i>DENMARK</i>	0	0	0	0	0	0
142	6031021	ESPAGNE / <i>SPAIN</i>	103	311	0	0	0	0
143	6031021	ISRAEL / <i>ISRAEL</i>	3	8	0	0	0	0
144	6031021	ITALIE / <i>ITALY</i>	57	150	0	0	0	0
145	6031021	LUXEMBOURG / <i>LUXEMBURG</i>	0	0	0	0	0	0
146	6031021	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	1289	5438	0	0	0	0
147	6031021	NORVEGE / <i>NORWAY</i>	0	0	0	0	0	0
148	6031021	PAYS N.D.A / <i>N.D.A. COUNTRIES</i>	0	0	0	0	0	0
149	6031021	BELG. & LUXEM. / <i>BELG. &amp; LUXEMBURG</i>	0	0	0	0	0	0

150	6031021	**TOTAL / **TOTAL	1492	6053	0	0	0	0
151	6031025	BELGIQUE / BELGIUM	522	1121	0	0	0	0
152	6031025	COLOMBIE / COLUMBIA	15	25	0	0	0	0
153	6031025	ALLEMAGNE / GERMANY	21	41	0	0	0	0
154	6031025	DANEMARK / DENMARK	2	3	0	0	0	0
155	6031025	ESPAGNE / SPAIN	86	159	0	0	0	0
156	6031025	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	0	0	0	0
157	6031025	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
158	6031025	ITALIE / ITALY	136	421	0	0	0	0
159	6031025	KENYA / KENYA	0	0	0	0	0	0
160	6031025	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
161	6031025	PAYS-BAS / NETHERLANDS	12270	39196	0	0	0	0
162	6031025	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
163	6031025	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	0	1	0	0	0	0
164	6031025	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
165	6031025	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	16	37	0	0	0	0
166	6031025	**TOTAL / **TOTAL	13068	41004	0	0	0	0
167	6031029	AUSTRALIE / AUSTRALIA	13	11	0	0	0	0
168	6031029	BELGIQUE / BELGIUM	2970	7581	0	0	0	0
169	6031029	BRESIL / BRAZIL	1	4	0	0	0	0
170	6031029	COTE D'IVOIRE / IVORY COAST	216	615	0	0	0	0
171	6031029	CHILI / CHILE	0	0	0	0	0	0
172	6031029	CAMEROUN / CAMEROON	231	660	0	0	0	0
173	6031029	COLOMBIE / COLUMBIA	685	1395	0	0	0	0
174	6031029	COSTA-RICA / COSTA-RICA	380	1134	0	0	0	0
175	6031029	ALLEMAGNE / GERMANY	331	741	0	0	0	0
176	6031029	DANEMARK / DENMARK	16	66	0	0	0	0
177	6031029	REP.DOMINICA / DOMINICAN REP.	4	6	0	0	0	0
178	6031029	EQUATEUR / ECUADOR	301	524	0	0	0	0
179	6031029	ESPAGNE / SPAIN	603	3348	0	0	0	0
180	6031029	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	41	83	0	0	0	0
181	6031029	IRLANDE / IRELAND	3	7	0	0	0	0
182	6031029	ISRAEL / ISRAEL	484	1381	0	0	0	0
183	6031029	INDE / INDIA	33	82	0	0	0	0
184	6031029	ITALIE / ITALY	996	2491	0	0	0	0
185	6031029	KENYA / KENYA	151	314	0	0	0	0
186	6031029	SRI_LANKA / SRI_LANKA	1	1	0	0	0	0
187	6031029	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	54	116	0	0	0	0
188	6031029	MAROC / MOROCCO	3	8	0	0	0	0
189	6031029	MAURICE / MAURITIUS	173	169	0	0	0	0
190	6031029	MEXIQUE / MEXICO	0	0	0	0	0	0
191	6031029	NICARAGUA / NICARAGUA	0	0	0	0	0	0
192	6031029	PAYS-BAS / NETHERLANDS	61882	181307	0	0	0	0
193	6031029	NORVEGE / NORWAY	4	6	0	0	0	0
194	6031029	NOUV-ZELANDE / NEW ZEALAND	3	2	0	0	0	0
195	6031029	PEROU / PERU	180	268	0	0	0	0
196	6031029	POLYNESIE-FR / FR. POLYNESIA	18	37	0	0	0	0
197	6031029	PORTUGAL / PORTUGAL	16	40	0	0	0	0
198	6031029	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	0	0
199	6031029	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	16	22	0	0	0	0
200	6031029	SUEDE / SWEDEN	0	1	0	0	0	0
201	6031029	TOGO / TOGO	0	0	0	0	0	0
202	6031029	THAILANDE / THAILAND	0	0	0	0	0	0

203	6031029	TRINIDAD&TOB / <i>TRINIDAD&amp;TOB</i>	0	0	0	0	0	0
204	6031029	E.U.A.N / <i>U.S.A.</i>	19	40	0	0	0	0
205	6031029	BELG. & LUXEM. / <i>BELG. &amp; LUXEMBURG</i>	0	0	0	0	0	0
206	6031029	AFRIQUE SUD / <i>SOUTH AFRICA</i>	107	292	0	0	0	0
207	6031029	ZIMBABWE / <i>ZIMBABWE</i>	47	98	0	0	0	0
208	6031029	**TOTAL / **TOTAL	69982	202850	0	0	0	0
209	6031030	BELGIQUE / <i>BELGIUM</i>	0	0	535	529	694	1169
210	6031030	BRESIL / <i>BRAZIL</i>	0	0	0	0	1	0
211	6031030	CHILI / <i>CHILE</i>	0	0	0	0	0	0
212	6031030	COLOMBIE / <i>COLUMBIA</i>	0	0	0	0	1	0
213	6031030	COSTA-RICA / <i>COSTA-RICA</i>	0	0	0	0	3	4
214	6031030	ALLEMAGNE / <i>GERMANY</i>	0	0	54	51	23	35
215	6031030	DANEMARK / <i>DENMARK</i>	0	0	0	0	0	0
216	6031030	ESPAGNE / <i>SPAIN</i>	0	0	126	95	40	69
217	6031030	FINLANDE / <i>FINLAND</i>	0	0	0	0	0	0
218	6031030	ROYAUME-UNI / <i>GREAT BRITAIN</i>	0	0	2	0	4	2
219	6031030	IRLANDE / <i>IRELAND</i>	0	0	0	0	2	40
220	6031030	INDE / <i>INDIA</i>	0	0	0	0	0	0
221	6031030	ITALIE / <i>ITALY</i>	0	0	109	98	91	84
222	6031030	LUXEMBOURG / <i>LUXEMBURG</i>	0	0	1	1	1	0
223	6031030	MALI / <i>MALI</i>	0	0	10	2	0	0
224	6031030	MONGOLIE / <i>MONGOLIA</i>	0	0	0	0	0	0
225	6031030	MALAISIE / <i>MALAYSIA</i>	0	0	1	1	0	0
226	6031030	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	0	0	15164	16239	16203	14626
227	6031030	PANAMA / <i>PANAMA</i>	0	0	0	0	10	9
228	6031030	PEROU / <i>PERU</i>	0	0	1	1	0	0
229	6031030	PHILIPPINES / <i>PHILIPPINES</i>	0	0	0	0	1	0
230	6031030	PORTUGAL / <i>PORTUGAL</i>	0	0	28	42	0	0
231	6031030	AUTRES U.E / <i>OTHER E.U.</i>	0	0	2	1	1	0
232	6031030	AVIT.CEE / <i>FORMER USSR</i>	0	0	8	2	2	1
233	6031030	SINGAPOUR / <i>SINGAPORE</i>	0	0	1	2	0	0
234	6031030	THAILANDE / <i>THAILAND</i>	0	0	213	347	235	353
235	6031030	TUNISIE / <i>TUNISIA</i>	0	0	3	3	0	0
236	6031030	TAIWAN / <i>TAIWAN</i>	0	0	33	23	5	5
237	6031030	**TOTAL / **TOTAL	0	0	16291	17437	17317	16397
238	6031040	BELGIQUE / <i>BELGIUM</i>	0	0	50	189	26	73
239	6031040	BURKINA-FASO / <i>BURKINA-FASO</i>	0	0	0	0	0	0
240	6031040	CHILI / <i>CHILE</i>	0	0	1	1	0	0
241	6031040	ALLEMAGNE / <i>GERMANY</i>	0	0	0	3	0	0
242	6031040	DANEMARK / <i>DENMARK</i>	0	0	0	0	0	0
243	6031040	ESPAGNE / <i>SPAIN</i>	0	0	226	464	118	422
244	6031040	ROYAUME-UNI / <i>GREAT BRITAIN</i>	0	0	0	4	0	0
245	6031040	INDE / <i>INDIA</i>	0	0	0	0	1	3
246	6031040	ITALIE / <i>ITALY</i>	0	0	164	462	75	351
247	6031040	LUXEMBOURG / <i>LUXEMBURG</i>	0	0	0	0	45	123
248	6031040	MAROC / <i>MOROCCO</i>	0	0	22	60	17	60
249	6031040	MALI / <i>MALI</i>	0	0	0	2	0	0
250	6031040	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	0	0	1557	6726	1503	6783
251	6031040	AUTRES U.E / <i>OTHER E.U.</i>	0	0	0	2	0	2
252	6031040	AVIT.CEE / <i>FORMER USSR</i>	0	0	0	1	0	0
253	6031040	**TOTAL / **TOTAL	0	0	2020	7914	1785	7817
254	6031050	AUSTRALIE / <i>AUSTRALIA</i>	0	0	0	0	0	1
255	6031050	BELGIQUE / <i>BELGIUM</i>	0	0	1263	1996	881	2015



256	6031050	CHILI / CHILE	0	0	2	3	0	0
257	6031050	COLOMBIE / COLUMBIA	0	0	143	226	78	117
258	6031050	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	30	75	20	39
259	6031050	DANEMARK / DENMARK	0	0	3	11	1	1
260	6031050	REP.DOMINICAI / DOMINICAN REP.	0	0	0	0	11	21
261	6031050	EQUATEUR / ECUADOR	0	0	1	1	0	0
262	6031050	ESPAGNE / SPAIN	0	0	1238	3124	888	2488
263	6031050	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	33	64	8	17
264	6031050	GRECE / GREECE	0	0	1	1	0	0
265	6031050	IRLANDE / IRELAND	0	0	2	4	0	0
266	6031050	ISRAEL / ISRAEL	0	0	15	17	20	66
267	6031050	INDE / INDIA	0	0	7	18	0	0
268	6031050	ITALIE / ITALY	0	0	374	743	126	164
269	6031050	KENYA / KENYA	0	0	14	20	55	110
270	6031050	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	2	5	20	34
271	6031050	MALI / MALI	0	0	36	106	1	4
272	6031050	MYANMAR / MYANMAR	0	0	2	4	0	0
273	6031050	MAURICE / MAURITIUS	0	0	1	3	6	25
274	6031050	PAYS-BAS / NETHERLANDS	0	0	39328	98047	32300	84514
275	6031050	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	7	9	6	7
276	6031050	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	2	9
277	6031050	AVIT.CEE / FORMER USSR	0	0	8	13	1	1
278	6031050	SUEDE / SWEDEN	0	0	0	1	0	0
279	6031050	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	0	0	64	155	51	154
280	6031050	**TOTAL / **TOTAL	0	0	42574	104646	34475	89787
281	6031051	EMIR_ARAB_UNI / UAE	0	0	0	0	0	0
282	6031051	BOSNIE-HERZEG / BOSNIA-HERZEG	8	16	0	0	0	0
283	6031051	BELGIQUE / BELGIUM	1274	3184	0	0	0	0
284	6031051	COLOMBIE / COLUMBIA	482	571	0	0	0	0
285	6031051	ALLEMAGNE / GERMANY	157	413	0	0	0	0
286	6031051	DANEMARK / DENMARK	2	5	0	0	0	0
287	6031051	EQUATEUR / ECUADOR	1368	1900	0	0	0	0
288	6031051	ESPAGNE / SPAIN	168	366	0	0	0	0
289	6031051	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	257	311	0	0	0	0
290	6031051	INDONESIE / INDONESIA	1	3	0	0	0	0
291	6031051	IRLANDE / IRELAND	1	1	0	0	0	0
292	6031051	ISRAEL / ISRAEL	2232	3424	0	0	0	0
293	6031051	INDE / INDIA	18	22	0	0	0	0
294	6031051	ITALIE / ITALY	375	570	0	0	0	0
295	6031051	JORDANIE / JORDAN	5	6	0	0	0	0
296	6031051	KENYA / KENYA	1538	1945	0	0	0	0
297	6031051	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	5	0	0	0	0
298	6031051	MAROC / MOROCCO	429	586	0	0	0	0
299	6031051	MEXIQUE / MEXICO	7	11	0	0	0	0
300	6031051	MALAISIE / MALAYSIA	1	1	0	0	0	0
301	6031051	PAYS-BAS / NETHERLANDS	53232	107905	0	0	0	0
302	6031051	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
303	6031051	PORTUGAL / PORTUGAL	6	4	0	0	0	0
304	6031051	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	0	0
305	6031051	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	25	22	0	0	0	0
306	6031051	ARAB.SAoudITE / SAUDI ARABIA	0	0	0	0	0	0
307	6031051	TUNISIE / TUNISIA	26	55	0	0	0	0
308	6031051	OUGANDA / UGANDA	40	32	0	0	0	0

309	6031051	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
310	6031051	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	8	7	0	0	0	0
311	6031051	ZIMBABWE / ZIMBABWE	15	20	0	0	0	0
312	6031051	**TOTAL / **TOTAL	61675	121385	0	0	0	0
313	6031053	BELGIQUE / BELGIUM	119	253	0	0	0	0
314	6031053	CAMEROUN / CAMEROON	0	0	0	0	0	0
315	6031053	COLOMBIE / COLUMBIA	631	1118	0	0	0	0
316	6031053	COSTA-RICA / COSTA-RICA	0	0	0	0	0	0
317	6031053	ALLEMAGNE / GERMANY	22	36	0	0	0	0
318	6031053	DANEMARK / DENMARK	0	0	0	0	0	0
319	6031053	EQUATEUR / ECUADOR	0	0	0	0	0	0
320	6031053	ESPAGNE / SPAIN	3807	15302	0	0	0	0
321	6031053	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	52	117	0	0	0	0
322	6031053	GRECE / GREECE	0	0	0	0	0	0
323	6031053	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
324	6031053	ISRAEL / ISRAEL	164	404	0	0	0	0
325	6031053	ITALIE / ITALY	760	1554	0	0	0	0
326	6031053	KENYA / KENYA	3	4	0	0	0	0
327	6031053	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
328	6031053	MAROC / MOROCCO	856	2988	0	0	0	0
329	6031053	PAYS-BAS / NETHERLANDS	5634	19040	0	0	0	0
330	6031053	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
331	6031053	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	0	0	0	0
332	6031053	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	0	0
333	6031053	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	0	1	0	0	0	0
334	6031053	TURQUIE / TURKEY	57	178	0	0	0	0
335	6031053	E.U.A.N / U.S.A.	0	0	0	0	0	0
336	6031053	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
337	6031053	**TOTAL / **TOTAL	12105	40995	0	0	0	0
338	6031055	BELGIQUE / BELGIUM	377	1090	0	0	0	0
339	6031055	ALLEMAGNE / GERMANY	28	29	0	0	0	0
340	6031055	DANEMARK / DENMARK	0	0	0	0	0	0
341	6031055	ESPAGNE / SPAIN	35	78	0	0	0	0
342	6031055	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
343	6031055	ISRAEL / ISRAEL	0	0	0	0	0	0
344	6031055	IRAN / IRAN	1	1	0	0	0	0
345	6031055	ITALIE / ITALY	45	41	0	0	0	0
346	6031055	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
347	6031055	MADAGASCAR / MADAGASCAR	0	0	0	0	0	0
348	6031055	MALAISIE / MALAYSIA	3	8	0	0	0	0
349	6031055	PAYS-BAS / NETHERLANDS	9969	8364	0	0	0	0
350	6031055	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
351	6031055	AUTRES U.E / OTHER E.U.	0	0	0	0	0	0
352	6031055	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	7	3	0	0	0	0
353	6031055	SINGAPOUR / SINGAPORE	0	0	0	0	0	0
354	6031055	THAILANDE / THAILAND	104	135	0	0	0	0
355	6031055	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
356	6031055	**TOTAL / **TOTAL	10569	9749	0	0	0	0
357	6031061	BELGIQUE / BELGIUM	4	9	0	0	0	0
358	6031061	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	0	0	0	0
359	6031061	ESPAGNE / SPAIN	67	307	0	0	0	0
360	6031061	ISRAEL / ISRAEL	8	10	0	0	0	0
361	6031061	ITALIE / ITALY	72	262	0	0	0	0

362	6031061	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
363	6031061	MAROC / MOROCCO	135	469	0	0	0	0
364	6031061	PAYS-BAS / NETHERLANDS	404	1357	0	0	0	0
365	6031061	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
366	6031061	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	0	0	0	0	0	0
367	6031061	TUNISIE / TUNISIA	0	0	0	0	0	0
368	6031061	E.U.A.N / U.S.A.	0	0	0	0	0	0
369	6031061	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
370	6031061	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	0	0	0	0	0	0
371	6031061	**TOTAL / **TOTAL	690	2414	0	0	0	0
372	6031065	BELGIQUE / BELGIUM	340	583	0	0	0	0
373	6031065	COLOMBIE / COLUMBIA	13	26	0	0	0	0
374	6031065	ALLEMAGNE / GERMANY	14	35	0	0	0	0
375	6031065	DANEMARK / DENMARK	0	0	0	0	0	0
376	6031065	EQUATEUR / ECUADOR	0	0	0	0	0	0
377	6031065	ESPAGNE / SPAIN	350	823	0	0	0	0
378	6031065	FINLANDE / FINLAND	0	0	0	0	0	0
379	6031065	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	4	0	0	0	0
380	6031065	IRLANDE / IRELAND	0	0	0	0	0	0
381	6031065	ISRAEL / ISRAEL	31	63	0	0	0	0
382	6031065	ITALIE / ITALY	60	135	0	0	0	0
383	6031065	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	0	1	0	0	0	0
384	6031065	PAYS-BAS / NETHERLANDS	18906	57107	0	0	0	0
385	6031065	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
386	6031065	AUTRES U.E / OTHER E.U.	1	1	0	0	0	0
387	6031065	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	11	16	0	0	0	0
388	6031065	E.U.A.N / U.S.A.	0	0	0	0	0	0
389	6031065	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
390	6031065	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	30	75	0	0	0	0
391	6031065	**TOTAL / **TOTAL	19756	58869	0	0	0	0
392	6031069	ARGENTINE / ARGENTINE	2	3	0	0	0	0
393	6031069	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	0	0
394	6031069	AUSTRALIE / AUSTRALIA	13	10	0	0	0	0
395	6031069	BELGIQUE / BELGIUM	2911	7600	0	0	0	0
396	6031069	COTE D'IVOIRE / IVORY COAST	598	2282	0	0	0	0
397	6031069	CHILI / CHILE	9	11	0	0	0	0
398	6031069	CAMEROUN / CAMEROON	426	1161	0	0	0	0
399	6031069	COLOMBIE / COLUMBIA	1335	2586	0	0	0	0
400	6031069	COSTA-RICA / COSTA-RICA	839	2017	0	0	0	0
401	6031069	ALLEMAGNE / GERMANY	595	1504	0	0	0	0
402	6031069	DANEMARK / DENMARK	20	24	0	0	0	0
403	6031069	DOMINIQUE / DOMINICA	0	0	0	0	0	0
404	6031069	REP.DOMINICAI / DOMINICAN REP.	14	19	0	0	0	0
405	6031069	EQUATEUR / ECUADOR	1061	1740	0	0	0	0
406	6031069	EGYPTE / EGYPT	46	34	0	0	0	0
407	6031069	ESPAGNE / SPAIN	1483	9058	0	0	0	0
408	6031069	FINLANDE / FINLAND	0	0	0	0	0	0
409	6031069	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	265	538	0	0	0	0
410	6031069	INDONESIE / INDONESIA	0	0	0	0	0	0
411	6031069	IRLANDE / IRELAND	6	15	0	0	0	0
412	6031069	ISRAEL / ISRAEL	3073	6646	0	0	0	0
413	6031069	INDE / INDIA	0	0	0	0	0	0
414	6031069	IRAN / IRAN	28	42	0	0	0	0

415	6031069	ITALIE / ITALY	4995	9300	0	0	0	0
416	6031069	JAMAIQUE / JAMAICA	0	0	0	0	0	0
417	6031069	KENYA / KENYA	533	855	0	0	0	0
418	6031069	SRI_LANKA / SRI_LANKA	1	2	0	0	0	0
419	6031069	LUXEMBOURG / LUXEMBURG	6	13	0	0	0	0
420	6031069	MAROC / MOROCCO	53	143	0	0	0	0
421	6031069	MADAGASCAR / MADAGASCAR	1	1	0	0	0	0
422	6031069	MAURITANIE / MAURITANIA	0	0	0	0	0	0
423	6031069	MAURICE / MAURITIUS	407	374	0	0	0	0
424	6031069	MEXIQUE / MEXICO	0	1	0	0	0	0
425	6031069	NICARAGUA / NICARAGUA	0	0	0	0	0	0
426	6031069	PAYS-BAS / NETHERLANDS	135697	315099	0	0	0	0
427	6031069	NORVEGE / NORWAY	0	0	0	0	0	0
428	6031069	NOUV-ZELANDE / NEW ZEALAND	72	31	0	0	0	0
429	6031069	PEROU / PERU	360	565	0	0	0	0
430	6031069	POLYNESIE-FR / FR. POLYNESIA	66	122	0	0	0	0
431	6031069	PORTUGAL / PORTUGAL	0	0	0	0	0	0
432	6031069	AUTRES U.E / OTHER E.U.	1	1	0	0	0	0
433	6031069	PAYS N.D.A / N.D.A. COUNTRIES	82	234	0	0	0	0
434	6031069	ILES_SALOMON / SOL. ISLANDS	3	3	0	0	0	0
435	6031069	SINGAPOUR / SINGAPORE	0	0	0	0	0	0
436	6031069	SLOVAQUIE / SLOVAKIA	4	3	0	0	0	0
437	6031069	THAILANDE / THAILAND	2	3	0	0	0	0
438	6031069	TUNISIE / TUNISIA	0	0	0	0	0	0
439	6031069	TRINIDAD&TOB / TRINIDAD&TOB	2	3	0	0	0	0
440	6031069	E.U.A.N / U.S.A.	21	39	0	0	0	0
441	6031069	BELG. & LUXEM. / BELG. & LUXEMBURG	0	0	0	0	0	0
442	6031069	AFRIQUE SUD / SOUTH AFRICA	218	488	0	0	0	0
443	6031069	ZIMBABWE / ZIMBABWE	141	280	0	0	0	0
444	6031069	**TOTAL / **TOTAL	155389	362850	0	0	0	0
445	6031080	AUTRICHE / AUSTRIA	0	0	0	0	69	2
446	6031080	AUSTRALIE / AUSTRALIA	0	0	14	16	24	19
447	6031080	BOSNIE-HERZEG / BOSNIA-HERZEG	0	0	0	0	0	0
448	6031080	BELGIQUE / BELGIUM	0	0	7637	16386	6341	13185
449	6031080	BOLIVIE / BOLIVIA	0	0	12	27	0	0
450	6031080	BRESIL / BRAZIL	0	0	7	14	2	2
451	6031080	COTE D'IVOIRE / IVORY COAST	0	0	1083	3184	1686	4445
452	6031080	CHILI / CHILE	0	0	9	12	0	0
453	6031080	CAMEROUN / CAMEROON	0	0	794	2165	894	2510
454	6031080	CHINE / CHINA	0	0	1	0	22	61
455	6031080	COLOMBIE / COLUMBIA	0	0	1878	3248	1839	2923
456	6031080	COSTA-RICA / COSTA-RICA	0	0	1403	3479	1353	3225
457	6031080	ALLEMAGNE / GERMANY	0	0	718	1656	548	1199
458	6031080	DANEMARK / DENMARK	0	0	16	29	6	10
459	6031080	REP.DOMINICAI / DOMINICAN REP.	0	0	23	26	22	29
460	6031080	EQUATEUR / ECUADOR	0	0	1818	3021	1843	2919
461	6031080	EGYPTE / EGYPT	0	0	30	22	56	54
462	6031080	ESPAGNE / SPAIN	0	0	3108	14674	2967	7953
463	6031080	ROYAUME-UNI / GREAT BRITAIN	0	0	372	1076	319	744
464	6031080	GRECE / GREECE	0	0	8	25	0	0
465	6031080	GUATEMALA / GUATEMALA	0	0	8	22	15	55
466	6031080	IRLANDE / IRELAND	0	0	26	49	0	0
467	6031080	ISRAEL / ISRAEL	0	0	2862	5527	865	1611

468	6031080	INDE / <i>INDIA</i>	0	0	0	0	1	1
469	6031080	IRAN / <i>IRAN</i>	0	0	33	48	15	22
470	6031080	ISLANDE / <i>ICELAND</i>	0	0	0	0	29	49
471	6031080	ITALIE / <i>ITALY</i>	0	0	5342	12638	4842	9824
472	6031080	JORDANIE / <i>JORDAN</i>	0	0	1	2	1	1
473	6031080	KENYA / <i>KENYA</i>	0	0	502	710	282	420
474	6031080	SRI_LANKA / <i>SRI_LANKA</i>	0	0	0	0	0	0
475	6031080	LUXEMBOURG / <i>LUXEMBURG</i>	0	0	43	186	104	168
476	6031080	MAROC / <i>MOROCCO</i>	0	0	77	178	75	175
477	6031080	MALI / <i>MALI</i>	0	0	138	205	324	360
478	6031080	MAURITANIE / <i>MAURITANIA</i>	0	0	6	4	1	0
479	6031080	MALTE / <i>MALTA</i>	0	0	1	2	0	0
480	6031080	MAURICE / <i>MAURITIUS</i>	0	0	642	597	690	614
481	6031080	MEXIQUE / <i>MEXICO</i>	0	0	0	2	2	8
482	6031080	NAMIBIE / <i>NAMIBIE</i>	0	0	0	0	6	11
483	6031080	NIGERIA / <i>NIGERIA</i>	0	0	0	0	9	20
484	6031080	NICARAGUA / <i>NICARAGUA</i>	0	0	0	0	0	1
485	6031080	PAYS-BAS / <i>NETHERLANDS</i>	0	0	178463	372854	175470	331620
486	6031080	NORVEGE / <i>NORWAY</i>	0	0	0	0	0	1
487	6031080	NOUV-ZELANDE / <i>NEW ZEALAND</i>	0	0	63	39	62	27
488	6031080	PEROU / <i>PERU</i>	0	0	479	590	282	338
489	6031080	POLYNESIE-FR / <i>FR. POLYNESIA</i>	0	0	40	75	15	34
490	6031080	PORTUGAL / <i>PORTUGAL</i>	0	0	79	89	21	105
491	6031080	AUTRES U.E / <i>OTHER E.U.</i>	0	0	3	4	0	1
492	6031080	AVIT.CEE / <i>FORMER USSR</i>	0	0	63	62	10	7
493	6031080	ARAB.SAOUдите / <i>SAUDI ARABIA</i>	0	0	3	4	0	0
494	6031080	SURINAM / <i>SURINAM</i>	0	0	0	0	181	101
495	6031080	SAO_TOME_&_PR / <i>SAO_TOME_&amp;_PR</i>	0	0	0	0	0	0
496	6031080	TOGO / <i>TOGO</i>	0	0	0	0	2	2
497	6031080	THAILANDE / <i>THAILAND</i>	0	0	26	49	1	1
498	6031080	TUNISIE / <i>TUNISIA</i>	0	0	1	2	2	3
499	6031080	TURQUIE / <i>TURKEY</i>	0	0	34	69	30	44
500	6031080	TRINIDAD&TOB / <i>TRINIDAD&amp;TOB</i>	0	0	1	1	0	0
501	6031080	E.U.A.N / <i>U.S.A.</i>	0	0	50	111	62	130
502	6031080	VENEZUELA / <i>VENEZUELA</i>	0	0	6	13	4	7
503	6031080	VIET-NAM / <i>VIETNAM</i>	0	0	0	0	1	2
504	6031080	CEUTA / <i>CEUTA</i>	0	0	0	0	0	0
505	6031080	AFRIQUE SUD / <i>SOUTH AFRICA</i>	0	0	275	543	359	706
506	6031080	ZIMBABWE / <i>ZIMBABWE</i>	0	0	253	425	193	309
507	6031080	**TOTAL / <i>**TOTAL</i>	0	0	208451	444160	201947	386058
508	Total	**TOTAL / <i>**TOTAL</i>	386598	945514	395268	840382	374317	735842

## Annexe 2

### Principaux importateurs français

## Appendix 2 Main french importers

#### **Aubatlas (SARL)**

Dauba  
40120 Bourriot Bergonce  
Tél: +(33) 558 93 35 36  
Fax: +(33) 558 93 35 35

#### **Fleuravenir**

52 allée des Orchidées  
94550 Rungis Complexe  
Tél: +(33) 146 86 15 66  
Fax: +(33) 146 86 49 77

#### **Flor del caribe**

13, Avenue des Chardonnerets  
91600 Savigny-sur-Orge  
Tél: +(33) 169 44 77 77  
e-mail: mail@fdcaribe.com

#### **Florazur**

42 rue Saint Charles  
59140 Dunkerque  
Tél: +(33) 328 60 59 10  
Fax: +(33) 328 61 79 36

#### **Florésol**

Bâtiment Fleurs Marché Intérêt National  
06200 Nice  
Tél: +(33) 493 83 26 07  
Fax: +(33) 493 83 84 19

#### **Floris standard**

M.I.N. av Commandant Bichery  
76000 Le Havre  
Tél: +(33) 232 10 23 70  
Fax: +(33) 235 70 17 46

#### **Floris (SA)**

bât Hortifrance rue Lactaires  
60520 La Chapelle en Serval  
Tél: +(33) 344 54 09 91  
Fax: +(33) 344 54 03 05

#### **Floris SA - Marché de gros Aquiflor**

16, allée Méjevie  
33170 Gradignan  
Tél: +(33) 556 75 29 84  
www.agora-floris.com

#### **J.M.S. Fleurs**

M.I.N. de Lomme  
59000 Lomme  
Tél: +(33) 320 92 49 05  
Fax: +(33) 320 93 39 09

#### **Laville Henri**

Marché Intérêt National  
06200 Nice  
Tél: +(33) 493 83 17 85

#### **Marché d'Intérêt National de Marseille**

m.i.n Arnavaux  
13014 Marseille  
Tél: +(33) 491 10 11 96  
Fax: +(33) 491 10 42 36

#### **Mondial Fleurs (SARL)**

Chemin Capeau  
84270 Vedene  
Tél: +(33) 432 40 93 90  
Fleurs coupées, plantes vertes et fleuries

#### **Mondial Fleurs**

33 rue Roger Bouvry  
59113 Seclin  
Tél: +(33) 320 90 84 44  
Fax: +(33) 320 32 20 63

#### **Mondial Fleurs (SARL)**

117 rue Alliés  
38000 Grenoble  
Tél: +(33) 476 09 89 38  
Fax: +(33) 476 09 89 27

**MVM Fleurs et Plantes**

1700 chemin Plan du Pont  
83400 Hyères  
Tél: +(33) 494 00 52 35

**Nicéaflor (SARL)**

26 rue Alfred Dauchez  
62410 Wingles  
Tél et Fax: +(33) 321 69 52 58

**Rossiflor**

58 boulevard Gustave Roch  
44200 Nantes  
Tél: +(33) 240 47 75 69  
Fax: +(33) 240 47 75 59

**Thomas fleurs**

ZA la Marquette  
84700 Sorgues  
Tél: +(33) 490 83 22 49

**Vincentflor (SARL)**

58 boulevard Gustave Roch  
44200 Nantes  
Tél: +(33) 240 89 47 47  
E-Mail: [vincent@vincentflor.com](mailto:vincent@vincentflor.com)

## **Annexe 3**

### **Autres adresses utiles**

## **Appendix 3**

### **Other useful addresses**

#### **DGDDI, Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects**

23 bis rue de l'Université  
75007 Paris  
Tél: +(33) 140 04 04 04  
Fax: 01 55 04 65 33

#### **DRAF, Direction Régionale de l'Agriculture et de la Forêt**

251 rue Vaugirard  
75006 Paris  
Tél: +(33) 006 20 50 67

#### **Fédération Nationale des Fleuristes de France (FNFF)**

33, rue du Pont Neuf  
75001 Paris  
Tél: +(33) 142 33 46 33  
Fax: +(33) 142 36 57 34

#### **Fédération Nationale des Grossistes en Fleurs Coupées et Plantes en Pot (FGFP)**

22, rue d'Esquirol, résidence Jeanne d'Arc  
75013 Paris  
Tél: +(33) 144 24 96 97  
Fax: +(33) 144 24 01 24

#### **Institut Français de l'Horticulture et de Paysage**

44, rue d'Alésia  
75682 Paris Cedex 14  
Tél: +(33) 143 91 44 44  
Fax: +(33) 145 38 56 72

#### **Marché aux Fleurs standard**

1202 vieux chemin Toulon  
83400 Hyères  
Tél: +(33) 494 12 44 00  
Fax: +(33) 494 35 41 44  
1<sup>er</sup> Marché aux Fleurs de France  
Vente aux enchères électroniques au cadran

#### **Office National Interprofessionnel des Fruits et Légumes et de l'Horticulture (Oniflor)**

164, rue de Javel  
75015 Paris  
Tél: +(33) 144 25 36 36  
Fax: +(33) 145 54 31 69

#### **Meilland Rose Sélection**

quartier Saint André  
83340 Le Cannet des Maures  
Tél: +(33) 494 47 98 29

#### **Foire aux plantes de Saint-Jean d'Illac**

1319 allée de Saussets  
33127 Saint Jean d'Illac  
Tél: +(33) 556 21 60 33

#### **Jardin d'Albertas**

13320 Bouc Bel Air  
Tél: +(33) 442 22 29 77

#### **La ronde des roses**

Centre ville, citadelle  
33390 Blaye  
Tél: +(33) 557 64 22 70

#### **Journée des plantes de la Roseraie du Châtelet**

90170 Bourg-sous-châtelet  
Tél: +(33) 384 27 64 98

#### **Florissimo, 7<sup>e</sup> exposition internationale de plantes, fleurs et feuillages tropicaux**

Palais des Congrès  
21000 Dijon  
Tél: +(33) 380 77 39 00



## Sites internet / Internet sites

### **www.vbn.nl**

« Spécifications générales pour les fleurs coupées », octobre 2000  
« Spécifications de produit Rosa », mai 2002

### **www.m6eco.fr**

Reportages de l'émission Capital  
« Plantes, la ruée vers l'or vert », émission du dimanche 21 octobre 2001  
« Produits naturels, un luxe ? », émission du dimanche 2 juin 2002

### **www.srpv-aquitaine.com**

Site de la Direction Régionale de l'Agriculture et des Forêts à Bordeaux

### **http://europa.eu.int/eur-lex**

Site du Journal Officiel

### **www.aquarius-flora.com**

Le Veiling - Marché au Cadran en Hollande

### **http://europa.eu.int/comm/taxation\_customs**

Fiscalité et Union douanière

### **www.edenplanet.com**

Site horticole

## Revue spécialisée / Magazines

### **Ca me fait plaisir,**

#### **Le Monde des Fleurs Magazine**

n°2, janvier 2002

### **Les Echos, Le Quotidien de l'Economie**

« Fleurs, un parfum de mondialisation », 24 et 25 mai 2002

### **Les nouvelles de l'ONIFLHOR**

« La filière fleurs coupées », n°28, avril 2000

### **L'officiel des transporteurs**

« Transport de végétaux, un marché à fleur de pots », n°2076, 6 mai 2000

### **National Geographic**

« Le commerce floral », avril 2001

### **Problèmes économiques**

« Le marché mondial de la fleur : de nouveaux concurrents sur de nouveaux créneaux », n°2.433, août 1995