

## 5. Structuration du marché et caractéristiques de la demande sur les 3 marchés étudiés

### 5.1. Etude du marché français

#### 5.1.1. Analyse de la demande des produits ethniques d'origine africaine

##### a) Dynamique générale du marché des produits exotiques et ethniques

Comme il a été dit plus haut, les chiffres les plus récents disponibles sur le marché des produits ethniques en France font **malheureusement l'amalgame entre produits exotiques et ethniques**. Ils sont donc source potentielle de confusion, et à prendre avec les plus grandes précautions – sous peine de surestimer grandement le potentiel de développement des produits ethniques sensus stricto.

Sous cette réserve, les chiffres-clef cités par les documents du salon "Paris Ethnic Food Expo" de Mars 2008 sont les suivants :

- 75% des français ont consommé au moins une fois un plat ethnique en 2006
- le marché des produits exotiques et ethniques confondus représenterait un chiffre d'affaires de 30 Milliards d'euros en France, et afficherait une croissance de 10% par an



Par contre, les aliments qui séduisent le plus les consommateurs sont les produits asiatiques, indo-pakistanaïens, tex-mex, antillais (Martiniquais), libanais et maghrébins – **les aliments ethniques d'origine Africaine n'étant pratiquement pas représentés dans la consommation française globale**.

Ceci est confirmé par le classement des principales marques exotiques en France : Susi Wan (Asiatique) / Old El Paso (Tex Mex) / Pataks (Indien) / Ayam (Asiatique) / Sharwoods (Indien et Asiatique) – ainsi que les marques distributeurs exotiques des enseignes de la Grande Distribution (Evasion / Monoprix Exotique / ...).

La tendance exotique s'exprime en France essentiellement sur le segment des condiments et sauces (23,3%), les sel, poivres et épices (22,8%), le rayon traiteur (16,8%), les produits épicerie et apéritif (16,3%) et les fruits et légumes (14,9%).

La distribution des produits varie selon le secteur considéré – aliments exotiques ou ethniques :

- La Grande Distribution représente une part de marché importante de la distribution des produits exotiques, mais limitée essentiellement sur trois ou quatre marques leaders – en sus du rayon des fruits exotiques, banalisés ;
- Les magasins spécialisés représentent une alternative à la GMS et offrent un éventail beaucoup plus large de produits.

A Paris, les supérettes et supermarchés indo-pakistanaïens sont probablement ceux qui offrent l'éventail de produits le plus large, puisqu'ils visent à la fois leur propre communauté d'immigration mais aussi d'autres communautés (y inclus un rayon de produits africains fréquent – plus ou moins développé) et même les consommateurs d'origine française, déjà largement familiarisés avec les produits indo-pakistanaïens.

En dehors des supermarchés chinois spécialisés du 13<sup>e</sup> arrondissement, qui visent principalement une clientèle chinoise, les points de vente de détail tenus par des commerçants chinois proposent elles en général un éventail de produits "français" standard – sur le modèle des commerces de proximité – mais y rajoutent en général un petit rayon asiatique pour la part de leur clientèle issue de leur diaspora d'origine.

Les points de vente de détail tenus par des commerçants d'origine maghrébine fonctionnent selon le même principe : fourniture avant tout des besoins de la clientèle française, plus un petit rayon d'aliments "comme au pays".

Les boutiques de détail africaines ou antillaises se spécialisent elles dans les produits ethniques à destination de leur diaspora particulière (avec quelques interpénétrations entre les deux types de clientèle).

Enfin, les observateurs notent que la restauration hors foyer représente un levier de développement important : un restaurant sur deux qui ouvre à Paris est un restaurant qui propose une cuisine exotique – mais là aussi le plus souvent "*occidentalisée*". On assiste par ailleurs depuis plusieurs années au mouvement de "fusion food", qui consiste à mélanger diverses cuisines exotiques entre elles, en restauration y compris de luxe.

#### **b) Problèmes d'appréhension des marchés ethniques en France**

La France est très attachée au principe républicain de l'égalité de tous les citoyens, indépendamment de leur origine, de leur race ou de leur religion. De ce fait, elle s'interdit de produire des statistiques précises relatives à sa population immigrée – de peur d'être accusée de discrimination.

Comme l'explique l'Agence Sopi Communication, spécialisée dans le marketing et la publicité "ethnique" :

*L'article 1<sup>er</sup> de la Constitution de la V<sup>e</sup> République précise que « la France est une République indivisible, laïque, démocratique et sociale. Elle assure l'égalité devant la loi de tous les citoyens sans distinction d'origine, de race ou de religion. Elle respecte toutes les croyances. » Il est donc interdit de mentionner l'origine d'un citoyen français dans quelque fichier que ce soit, tout autant qu'on ne fait jamais référence à la race d'un étranger. La jurisprudence est sans ambiguïté, toute entreprise ou collectivité faisant référence à l'origine raciale d'un individu ayant toujours été condamnée<sup>19</sup>. On peut également rappeler qu'un projet de loi mentionnant le terme « Peuple Corse » avait été censuré par le Conseil Constitutionnel.*

*[...] La loi dite Informatique et Libertés précise qu' « il est interdit de mettre ou conserver en mémoire informatique, sauf accord exprès de l'intéressé, des données nominatives qui, directement ou indirectement, font apparaître les origines raciales ou les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou les appartenances syndicales ou les moeurs des personnes. » Art 31. ....*

Ceci ne facilite pas les études de marché relatives aux différents produits ethniques concernés.

Les derniers chiffres officiels disponibles via l'INSEE font état 3, 26 million de personnes d'origine étrangère résidant en France en 1999 (soit 5,6 % de la population).

Une autre série de chiffres est fournie par l'INED<sup>20</sup> :

#### **Immigrés par continent de naissance**

**au 1er janvier 2005**

	Ensemble	dont Français par acquisition	dont Étrangers
<b>Ensemble</b>	4 959 000	1 992 000	2 965 000
<b>Europe</b>	1 985 000	785 000	1 200 000
<b>Afrique</b>	2 108 000	837 000	1 271 000
<b>Asie</b>	690 000	300 000	390 000
<b>Amérique</b>	171 000	71 000	100 000
<b>Océanie</b>	5 000		

<sup>19</sup> Comme l'Agence Sopi le dénonce par ailleurs, *Si cette égalité formelle protège les minorités, elle exclut également toute action de discrimination positive. Egaux devant la loi, les citoyens sont pourtant diversement traités dans la pratique. [...] Pourtant, nulle tentation d'aller plus loin, en s'inspirant de la loi sur la parité n'existe aujourd'hui. L'épouvantail se résume en un mot : communautarisme. Cette notion, souvent accolée d'un définitif « à l'américaine », semble s'opposer à l'idéal Républicain d'un "melting pot" français où tout le monde se mélange pour finir par s'assimiler au sein d'une même population, multicolore mais unie. S'il est difficile de ne pas partager cet idéal, il est tout aussi impossible d'affirmer qu'il est en voie de réalisation...*

<sup>20</sup> Institut National d'Études Démographiques.

L'INED distingue les habitants selon leur nationalité : Français ou étranger et, parmi les Français, Français de naissance ou Français par acquisition. Le recensement permet donc de connaître la nationalité actuelle ainsi que la nationalité à la naissance. Les catégories d'étrangers et d'immigrés sont différentes : les immigrés, « nés étrangers à l'étranger », peuvent être encore étrangers au recensement ou être devenus Français. Les étrangers, quant à eux, peuvent être nés à l'étranger (ils sont alors immigrés) ou nés en France (dans ce cas ils ne sont pas immigrés).

Malheureusement, au-delà de ces chiffres globaux, il est impossible d'obtenir des estimations détaillées et fiables par sous-continent et pays d'origine, permettant de répondre par exemple à la question de savoir combien de Togolais, de Béninois ou de Camerounais résident actuellement en France – ce qui ne facilite pas l'analyse marketing des possibilités de développement des ventes de Gari !!

Par ailleurs, selon les observations de différents observateurs professionnels, les populations d'origine Africaines présentes en France seraient relativement moins attachées<sup>21</sup> à leur cuisine d'origine que celles présentes en Belgique et en Grande-Bretagne, ce qui restreint proportionnellement le développement du marché des PEDM.

### *c) Dynamique du marché des PEDM*

Aucun chiffre global fiable n'est disponible concernant les marchés ethniques sensus stricto<sup>22</sup>.

Les appréciations des principaux opérateurs du marché semblent par contre indiquer que le marché des produits africains d'épicerie en France est encore en croissance assez dynamique. Plus exactement, ne ce qui concerne les PEDM :

- Les opérateurs "historiques" installés depuis plus de 20 ans constatent un relatif tassement de leurs ventes – et tendent en général à se replier sur les segments plus "haut de gamme" - et à plus forte marge – du marché
- Un certain nombre de nouveaux venus – notamment les filières asiatiques (cambodgienne) – parlent eux d'une croissance très dynamique et encourageante – mais sans doute par le biais d'un déplacement partiel du marché.

Globalement nous estimons que le marché français des produits africains d'épicerie est **encore en croissance**, même s'il est incertain de tabler sur une croissance durable de ce marché : il faut en effet noter que:

- les nouvelles lois relatives à l'immigration tendent à se durcir et à limiter les flux ;
- il n'est pas certain de savoir dans quelle proportion la génération suivante d'immigrés (enfants de 3<sup>e</sup> génération) consommera encore des produits de ses pays d'origine – ou si ceux-ci ne seront pas progressivement détrônés par les produits rapides à préparer/ prêts à consommer vendus en supermarchés – ou même par les McDo et autres junk foods.

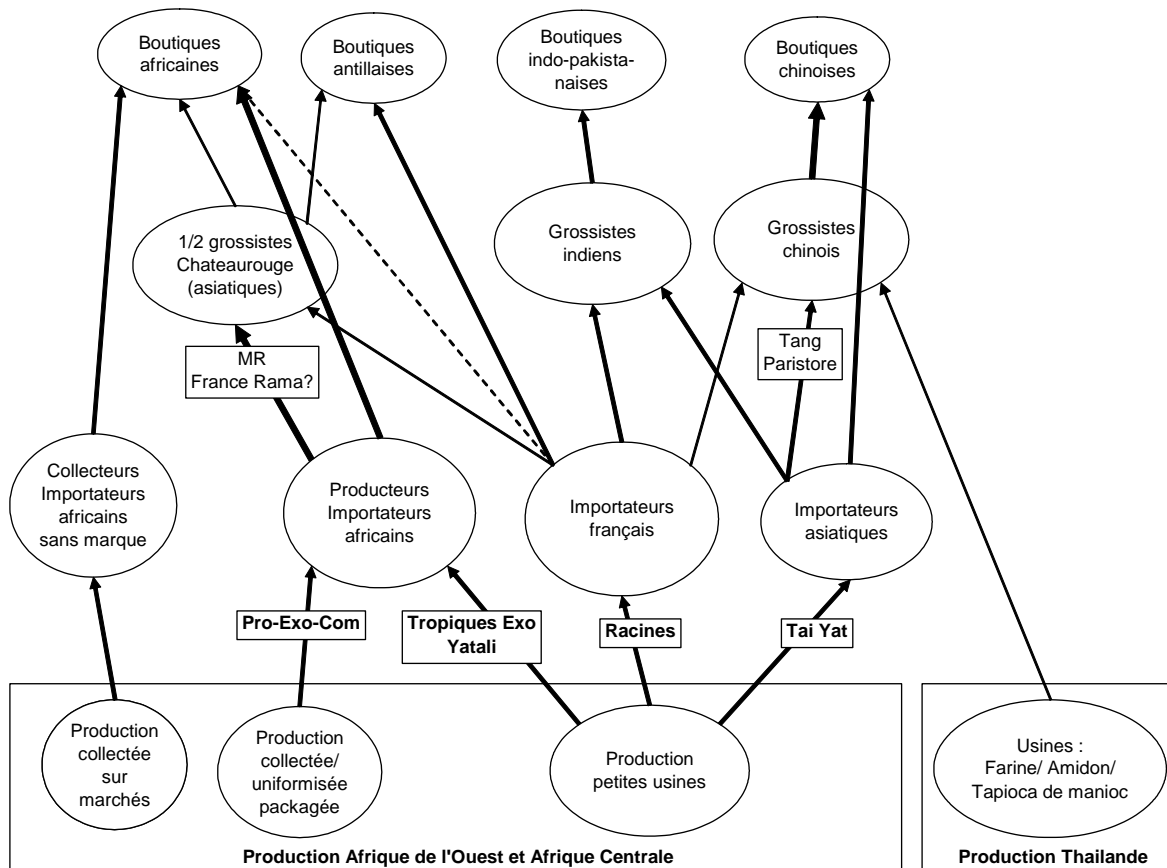
## **5.1.2. Structure actuelle des filières d'importation et de distribution des PEDM**

### *a) Structure des filières françaises*

Le graphique suivant décrit les filières actuelles d'importation/ distribution des PEDM en France :

<sup>21</sup> Au sens où la consommation de produits ethniques africains n'intervient qu'un repas sur deux - ou de préférence le week-end, les repas de la semaine étant pris "au plus commode"...

<sup>22</sup> une estimation donnée par un opérateur indiquait un volume global situé entre 30 et 50 millions d'euros pour les produits africains d'épicerie en France... Mais ces chiffres ne sont pas confirmés en l'état de nos propres investigations.

**Filières d'importation-distribution des PEDM en France**

Ainsi qu'il est visible, on peut distinguer quatre filières d'importation et de distribution distinctes :

- Les importateurs "historiques" français (aujourd'hui limités à la seule société Racines S.A.), avec plus de 20 ans d'existence
- Qui ont progressivement été concurrencés par l'émergence de filières "africaines" à existence officielle (les 3 sociétés Tropiques Exo, Yatali et Pro-Exo-Com en sont les représentants les plus "durables" et les mieux établis, même s'ils sont récemment concurrencés par l'émergence de tout un nombre de plus petits opérateurs "opportunistes"<sup>23</sup>)
- La filière asiatique, qui s'approvisionnait autrefois largement chez Racines ou les opérateurs africains, et a récemment démarré des courants d'importation directs à partir de l'Afrique – et affiche le taux de croissance le plus important des opérateurs cités ici<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Cette prolifération de petits concurrents "opportunistes" semble indiquer que le marché a atteint un stade de relative maturité : les flux sont établis, les structures de distribution en place... Un certain nombre de candidats se disent donc : "ces gars le font bien, pourquoi pas moi ?"...

Même s'ils auront probablement du mal à concurrencer sérieusement les opérateurs les mieux établis sur le long terme, ils ajoutent par contre à court terme à la confusion du marché – et vendent parfois à perte lorsque leur trésorerie se noie, ce qui complique l'existence des opérateurs "durables"...

<sup>24</sup> Avec Pro-Exo-Com, lui aussi en croissance rapide

- Enfin, "last but not least", comme disent les anglais, on notera la présence importante d'une filière parallèle de marché gris ou noir – non déclarée, hors normes réglementaires – entrant de fait en concurrence déloyale avec les opérateurs établis.

**b) Ordres de grandeur des volumes annuels écoulés**

De nombreuses incertitudes pèsent sur l'estimation des volumes écoulés par les différentes filières. En effet :

- Certains opérateurs "officiels" sont réticents/refusent de donner leurs volumes d'affaire
- D'autres à l'inverse tendent à les surestimer
- Et bien sur, la filière parallèle ne déclare rien – il faut alors de baser sur les estimations des autres professionnels concernés pour estimer le volume des produits rentrant clandestinement.

Avec ces réserves, nous estimons comme suit l'ordre de grandeur des PEDM secs (farine de Fufu et Gari, principalement) écoulés annuellement en France : **1.000 à 1.500 tonnes**, dont :

- 20 à 30% de produits issus des filières parallèles
- 10% des volumes importés par Tropiques Exo
- 20% des volumes importés par Tai Yat<sup>25</sup>
- 15% des volumes importés par Racines S.A.
- 20 à 25% des volumes importés par Pro-Exo-Com<sup>26</sup>

Il est encore plus difficile d'estimer l'importance relative/ les *parts de marché des différentes filières de distribution de détail* : les estimations sur l'importance de chaque filière varient en effet très largement selon les observateurs considérés<sup>27</sup>.

Nous avons procédé à notre propres estimations, selon le mode de calcul suivant : importance (estimée !) de chaque importateur dans la filière globale X part de son chiffre d'affaires approvisionnant les différentes filières de distribution de détail (selon ses déclarations/ nos estimations). Ceci nous donne les estimations suivantes – selon que les importations "clandestines" sont prises ou pas en compte – et selon l'estimation de leur volume global sur le marché français :

Pour les PEDM passant par le circuit officiel :

- sous-filière des boutiques de détail africaines (et antillaises) : 53%
- sous-filière des boutiques de détail indo-pakistanaïses : 6-7%
- sous-filière des boutiques de détail asiatiques (chinoises et alii) : 40%

Et en prenant en compte une estimation d'environ 400 tonnes de produits parallèles entrant chaque année sur le marché – et en très grande majorité écoulés dans les boutiques de détail africaines et antillaises :

- sous-filière des boutiques de détail africaines (et antillaises) : 66%
- sous-filière des boutiques de détail indo-pakistanaïses : 4%
- sous-filière des boutiques de détail asiatiques (chinoises et alii) : 30%

On notera que ces estimations concernent spécifiquement les PEDM objets de l'étude. Pour les produits d'épicerie africains considérés globalement, il semble probable<sup>28</sup> que les filières asiatiques aient pris la primauté sur les filières de distribution africaines (et antillaises).

<sup>25</sup> mais une partie réexportés – cf infra

<sup>26</sup> avec de même une partie importante réexpédiée, notamment vers la Belgique – cf infra

<sup>27</sup> chaque opérateur commercial tend à estimer l'importance des filières de détail **selon leur part dans son propre chiffre d'affaires**... Comme les différents opérateurs approvisionnent chacun des filières différentes, il est très difficile d'obtenir une estimation fiable de l'importance relative des différentes filières de détail **considérées dans leur ensemble**...

<sup>28</sup> et confirmé par un certain nombre d'observateurs

### 5.1.3. Caractéristiques des importateurs

On passera ici en revue les principaux importateurs rencontrés sur le marché français, ainsi que les opérateurs du marché de gros de Rungis.

#### a) Racines S.A.

##### Présentation générale

La société, fondée par M. Philippe Gauthier, PDG actuel, a plus de 20 ans d'existence.

Elle s'est développée dès l'origine sur le créneau spécifique des produits ethniques africains, et a notamment tenté dès l'origine de développer les importations et la consommation de manioc en France et en Europe. Elle a également participé au cours du temps à de nombreuses expériences et projets pour la constitution de partenariats France-Afrique ou la création d'usines de traitement en Afrique...

Aujourd'hui, son marché reste la fourniture de tous les produits d'épicerie destinés à la "diaspora africaine"<sup>29</sup>. La société vend également sur la Belgique, et un peu en Angleterre.

Le greffe du Tribunal de Commerce indique un C.A. 2006 de 9,2 millions €<sup>30</sup>.



**Racines**  
L'Essentiel de la cuisine Africaine

Langue

Accueil :: La Société :: Les Produits :: Les Plantes :: Contacts :: Les Recettes

**La Société** ~ Présentation

**La société**

- Présentation
- Nos Racines
- Marques Distribuées
- Identité

**Présentation**

**SIEGE SOCIAL DE MONTPELLIER**    **ENTREPOT DE PARIS**    **ENTREPOT DU HAVRE**

Depuis 1987, RACINES commercialise à travers le monde des produits alimentaires permettant de répondre à une demande issue des populations d'origine africaine.

Le siège social, implanté à Montpellier, bénéficie d'un environnement de qualité en matière de Recherche & Développement dans le domaine agro-alimentaire.

RACINES travaille en collaboration étroite avec les laboratoires de recherche, pour la conception, la formulation et le contrôle qualité de ses produits.

RACINES s'appuie sur sa structure de Paris pour toute son organisation commerciale et sa logistique en Europe.

Un stockage intermédiaire en sous-traitance au Havre permet de satisfaire, à des prix compétitifs, les demandes de clients d'Outre-Atlantique (USA, Canada), ou du Grand Export (Afrique, Caraïbes, Moyen Orient, Asie etc.).

#### Clientèle et filières de distribution

<sup>29</sup> y inclus sauce Maggi ou autres produits hors continent – produits thaïlandais p.ex.

<sup>30</sup> environ 11 millions en 2007-2008 (?) selon le PDG

La société a plus de 600 clients référencés. Géographiquement parlant, ses ventes se répartissent comme suit : 75% sur Paris et région parisienne (grossistes et détail), 15% en province, 15% à l'export.

Par rapport à la présentation ci-dessus des filières de distribution, nous analysons comme suit la place de cet importateur :

- Racines a progressivement au cours des années été déplacé/a abandonné lui-même le marché des boutiques de détail africaines ou antillaises, qui ne représentent plus que 10% environ de sa clientèle
- Par contre, avec son éventail complet de produits et sa capacité à approvisionner un magasin pour tout son rayon de produits d'épicerie ethnique, il a longtemps représenté la source d'approvisionnement principale de tous les grossistes asiatiques et indiens de la place.
- Aujourd'hui, il reste l'un de leurs fournisseurs privilégié, mais il est concurrencé directement par Tai Yat, qui lui prend notamment des parts de marché sur la frange bas-moyenne gamme du marché

#### Eventail de PEDM distribués

Racines S.A. a historiquement commencé par la distribution de farine de manioc en sacs plastiques 500 gr, puis s'est progressivement **déplacé vers le segment haut de gamme** pour éviter la concurrence de plus en plus intensive sur le bas de gamme.

Sa gamme est visible sur son site Internet – lui aussi "haut de gamme" – à <http://www.racines-sa.com>.

Aujourd'hui (début 2008), il distribue :

- Des feuilles Saka-saka en boîtes de conserves métalliques (origine Malaisie)
- De l'Attieké de Côte d'Ivoire sec (environ 4 containers par an)
- De la farine de Fofou du Rwanda en emballage carton haut de gamme (4 -6 containers par an)
- Du Gari blanc du Bénin (10 - 12 containers par an)

#### **Eventail de produits Racines**



On verra ci-dessous qu'on retrouve effectivement ses produits dans la majorité des boutiques de détail visitées pendant l'étude – mais le plus souvent comme "très haut de gamme" et plus à titre "décoratif/prestige" que pour des gros volumes.

Chez les commerçants indo-pakistanaïsi qui se lancent dans un rayon d'épicerie africaine, Racines est souvent l'un des premiers fournisseurs<sup>31</sup>, pour des raisons de commodité et de sécurité<sup>32</sup>.

Ensuite, si le business se développe, ces commerçants rechercheront progressivement d'autres sources d'approvisionnement direct à meilleur marché – soit les produits Tai Yat, soit les produits des importateurs "officiels" africains.

#### Appréciation de la qualité actuelle des produits

<sup>31</sup> avec Tai Yat aujourd'hui

<sup>32</sup> produits "légaux", strictement contrôlés en qualité, "clean"...

Selon sa propre expression, "Racines a tout eu !!" durant ses 20 années de promotion du produit. Aujourd'hui, les problèmes sont encore fréquents, même s'ils ont progressivement sélectionné et restreint leur éventail de fournisseurs à un petit nombre de fournisseurs privilégiés<sup>33</sup>, avec lesquels ils sont en contact permanent et qu'ils suivent régulièrement – y compris par des visites sur le terrain.

Les fraudes rencontrées au fil des ans portent sur :

- Des fraudes sur l'origine (produit estampillé "Ghana" mais fabriqué au Togo)
- Des lots de Gari moisissés
- La présence de charançons ou autres insectes
- Des problèmes de microbiologie – même sur des produits provenant maintenant d'usines sélectionnées
- Des tricheries rémanentes sur le poids, toujours à la marge inférieure de tolérance<sup>34</sup>...

Par contre les glucosides cyanurés toxiques ne sont pas un problème, même avec les variétés amères : l'acide est facilement soluble et volatil, il s'évacue donc avec le jus de pressage et/ou avec le séchage/la cuisson..

Aujourd'hui, selon leur appréciation, "*personne n'est complètement aux normes de qualité européennes dans la production et la distribution des produits à base de manioc*".

Racines S.A. y va donc "sur la pointe des pieds", en ayant conscience de prendre en permanence des risques sanitaires et réglementaires... D'où aussi sa réticence à développer ces produits auprès des GMS (cf infra, chapitre 6.1.1.a) – auxquelles il pourrait pourtant avoir facilement accès, étant déjà référencé pour certains produits -, parce que "*les GMS ne laisseront rien passer...*"

Racines remarque que l'exigence réglementaire de traçabilité complète des produits est impossible à garantir sur des produits de fabrication domestique/artisanales, collectés et rassemblés sur les marchés locaux... C'est pourquoi il a fait le choix – comme de nombreux opérateurs "officiels" de travailler avec des structures de production industrielles suivies. Pour lui, ceux qui commercialisent encore des produits collectés localement et assemblés sont en situation intenable d'un strict point de vue réglementaire.

#### ***b) Tai Yat Distribution SARL***

##### Présentation générale

La société, d'origine Cambodgienne, a 25 ans d'existence, d'abord comme simple détaillant dans l'alimentation, et depuis seulement 8 ans comme importateur grossiste.

Elle est actuellement en pleine croissance, et vient de se déplacer dans de nouveaux entrepôts à 95140 Garges les Gonesse.

Ses derniers comptes déposés au greffe du Tribunal de Commerce indiquent un C.A. 2005 de 3,5 millions d'euros – sans doute largement dépassé depuis.

##### Clientèle et filières de distribution

Tai Yat parle d'une stagnation/ou même d'une décroissance des boutiques de détail "africaines", au profit des boutiques tenues par des asiatiques – le phénomène le plus récent étant l'arrivée progressive sur le marché des commerçants indo-pakistanaïses, peu représentés jusqu'ici.

Il est certain que la société surfe en partie sur cette vague, et se développe en déplaçant en partie les sources d'approvisionnement antérieures de cette clientèle asiatique et indo-pakistanaïse.

Elle travaille aussi assez largement avec la province (Paris ne représenterait que 50% des ventes France), notamment avec un certain nombre de demi-grossistes installés sur les principales métropoles régionales (Lyon, Marseille, Bordeaux, Toulouse).

La société réexporte enfin une partie de ses produits – notamment au Portugal où elle aurait fait une belle percée.

<sup>33</sup> d'où l'origine atypique de Fufu du Rwanda – qu'ils considèrent comme haut de gamme par rapport aux autres produits disponibles sur le marché...

<sup>34</sup> et même un cas de faux contrôle SGS, avec une tricherie de 20% sur le poids final du consignment !! (sacs de 16 kg contre 20 annoncés)



Eventail de PEDM distribués

Les produits travaillés par Tai Yat sont :

- La farine de Fufu du Cameroun (jusqu'à 2 containers par mois – une 20aine par an)
- Le Gari du Togo (6 containers par an)
- Le bâton de manioc frais (Miondo, Chikwanga), importé par avion

Comme Racines, ils ont un réseau de petites usines partenaires qui les approvisionnent. Ils disent contrôler la qualité de la production à la source<sup>35</sup>. Ils mettent ensuite en sacs sous leur nom de marque.

**Produits Tai Yat**Appréciation de la qualité actuelle des produits

Selon leurs déclarations, leur filière ne connaît "*aucune problème de qualité (qualité correcte, poids correct, emballage correct), car ils contrôlent la qualité de la production à la source...*".

Ceci vient du fait qu'ils travaillent avec des petites usines bien identifiées : la situation est bien différente pour les importations "sauvages" ramassées sur les marchés, 3 sacs par ici, 2 sacs par là...

**c) Tropiques Exo SARL**Présentation générale

La société a une 10aine d'années d'existence, elle a été créée par un couple dont le mari est originaire du Togo/Bénin et madame du Bénin/Ghana<sup>36</sup>... Le mari avait effectué une formation en commerce international auprès du CIRAD, ce qui l'a poussé à se lancer ensuite dans l'import-export.

<sup>35</sup> par des visites sur le terrain ? – ou par des correspondants ?

<sup>36</sup> cette origine en partie anglophone explique aussi la présence de produits Ghanéens/ Nigériens dans la gamme de produits importés/ redistribués



Ils ont commencé sur le commerce de produits frais, mais se sont repliés au cours des ans sur le sec (produits d'épicerie).

Même si la société affiche un chiffre d'affaires 2005 de 750.000 euros (Greffé du Tribunal de Commerce), il est encore difficile pour ce couple de gagner sa vie aujourd'hui. Ils se débattent entre :

- Les problèmes de crédit et d'impayés (trop de problèmes rencontrés, notamment sur les boutiques de détail africaines, ont du serrer la vis à leurs clients)
- La lourdeur des contrôles de l'administration française
- Et les importations sauvages, dont ils disent que "*c'est ça qui les tue !!*"

#### Clientèle et filières de distribution

Leur clientèle est principalement constituée des boutiques de détail africaines ou antillaises, sur Paris et un peu en province.

#### Eventail de PEDM distribués

Ils travaillent les produits suivants :

- Gari : origines Togo, Bénin
- Yellow Gari : origine Nigeria
- Farine de Fufu : origine Cameroun
- Farine de Kokonte : origine Ghana, Nigeria
- Un tout petit peu d'Agbelima déshydraté

Ils travaillent également un peu sur l'Attieke, qui se développe bien actuellement. Ils importent au total une 12aine de containers par an.



Une de leurs caractéristiques est de maîtriser complètement une partie de leur filière : ils possèdent leurs propres champs de manioc au Bénin, et travaillent leur propre produit tout au long de la chaîne<sup>37</sup>.

Pour les autres produits, ils ont aussi un réseau de représentants sur place dans les différents pays d'origine, et le gérant se rend sur place au moins 5 fois par an : il faut impérativement ce niveau de suivi pour être à peu près sûr de la qualité des produits...

#### Appréciation de la qualité actuelle des produits

Ils font très attention à la qualité, qui est leur principal argument de vente : Madame déclare ne distribuer "*que des produits qu'ils ont plaisir à consommer à la maison eux-mêmes*".

En sus des visites de contrôle effectuées par le gérant, ils font régulièrement analyser leurs produits sur place par des laboratoires d'analyse<sup>38</sup>, et aussi à l'arrivée en France. Avec ces pratiques, ils ne rencontrent pas de problèmes de qualité.



#### **d) Pro-Exo-Com SARL**

##### Présentation générale

La société a une 15aine d'années d'existence, elle a été créée par un couple camerounais.



<sup>37</sup> ce business modèle est aussi celui qui est mis en œuvre par Yatali SARL, premier faiseur sur le marché de l'Attieke frais (Nb: en dehors du champ strict de l'étude, mais visité néanmoins), et qui se développe fortement sur la France : là aussi, la société possède des champs et sa propre usine en Côte d'Ivoire, et est ainsi capable de contrôler l'intégralité de la chaîne de production et de distribution

<sup>38</sup> les laboratoires locaux seraient capables de faire des contrôles fiables, selon eux...

Après des débuts assez difficiles, elle serait actuellement en croissance plus rapide – ses produits "La femme africaine au travail" sont en effet assez largement présents dans les rayons français – et aussi en Belgique.

La société a changé plusieurs fois d'adresse au cours des ans, et ne dépose pas régulièrement ses comptes au Tribunal de Commerce, ce qui rend plus difficile d'apprécier sa dimension actuelle. En 2004, elle déclarait un C.A. de 800.000 euros, sans doute largement dépassé aujourd'hui.

#### Clientèle et filières de distribution

Leur clientèle est principalement constituée des boutiques de détail africaines ou antillaises, sur la France mais aussi la Belgique<sup>39</sup> et le Portugal.

#### Eventail de PEDM distribués

La gamme de produits travaillés est large :

- Feuilles de Saka-Saka et bâtons de Miondo du Cameroun
- Chikwanga
- Fufu du Cameroun
- Gari du Togo

#### **Eventail de produits Pro-Exo-Com, sous plusieurs présentations d'emballages**



Pro-Exo-Com a sa propre usine de conditionnement à Douala au Cameroun. Ils récoltent le produit dans tous les villages de la région, puis procèdent à l'homogénéisation des lots et à leur ensachage sous leur marque.

On est donc en présence d'un business-model intermédiaire entre la production en petite usine contrôlée et la collecte pure<sup>40</sup>.

#### Appréciation de la qualité actuelle des produits

Pro-Exo-Com dit "contrôler parfaitement sa qualité".

#### *e) Opérateurs sur le marché de gros (Rungis)*

La place du marché de gros de Rungis dans l'importation et la distribution de PEDM est aujourd'hui pratiquement nulle, les principaux opérateurs ayant préféré s'installer en dehors du marché.

Elle redevient par contre **prédominante pour ce qui concerne les racines fraîches**, les très gros volumes impliqués par la manipulation des racines fraîches imposant l'utilisation de plateformes logistiques adaptées à ces volumes<sup>41</sup>.

<sup>39</sup> on les retrouvera ci-dessous dans l'analyse du marché Belge

<sup>40</sup> sans doute également profitable en prix, la production artisanale des femmes revenant sans doute moins cher que celle effectuée par une main d'œuvre salariée en usine – aux coûts de collecte près.

Trois opérateurs ont été rencontrés sur le marché de Rungis : Anarex et ABCD Exotique, deux gros faiseurs spécialistes des fruits et légumes tropicaux, ainsi que Maxi Sec, un importateur grossiste spécialiste du marché Antilles et Ile de la Réunion.

**Anarex** est un importateur grossiste avec une 20aine d'années d'existence. Il a été l'un des premiers à introduire et développer les fruits tropicaux frais à grande échelle sur Rungis.



Aujourd'hui, il commercialise du manioc frais racines en provenance du Costa Rica, ainsi qu'un petit complément de gamme de produits d'épicerie de Racines S.A.

### **Les produits Anarex**

---

<sup>41</sup> On retrouvera ci-dessous le même phénomène en Angleterre et en Belgique : le marché de gros de SpitalFields n'est lui aussi actif que pour la manipulation des cartons de racines fraîches, produit pondéreux, volumineux, qui demande donc de la logistique.....



Il vend à des demi-grossistes de Paris et de province, mais aussi à des distributeurs et à des détaillants – et de presque toutes les nationalités : français, africains, chinois. Il a aussi l'expérience concrète de l'approvisionnement des GMS.

Selon lui, Rungis ferait encore environ 60% des volumes de racines de manioc fraîches, même si la place du marché tend à décroître en FEL. Il estime que l'origine Costa Rica représente 90% des importations de racines de manioc fraîches. Cette origine a tout pour elle : qualité des produits, disponibilité et régularité des volumes, hygiène, traçabilité et prix... En conséquence, elle a définitivement déplacé les autres faiseurs.

**ABCD Exotique** est un importateur grossiste du même type qu'Anarex, lui aussi avec une 20aine d'années d'existence. Les deux sont depuis toujours des concurrents – collègues.



ABCD vend des racines fraîches de manioc, à l'exclusion de tout autre PEDM. Il confirme les analyses d'Anarex et les chiffres avancés.

**Maxi Sec** est un autre opérateur historique du marché de Rungis, spécialiste du marché des Antilles et de l'île de la Réunion. Autrefois opérateur très important sur la banane antillaise, il s'est replié/ spécialisé depuis quelques années sur les produits ethniques antillais, à destination des boutiques antillaises servant la diaspora antillaise de Paris.

Il dit réaliser en direct quelques importations de PEDM, notamment :

- Gari (Togo)
- Fufu (C.I.)
- Attieke (C.I.)

Ses volumes sont cependant beaucoup plus modestes que les autres importateurs vus précédemment.



#### 5.1.4. Caractéristiques du marché parallèle

Selon les observateurs "historiques" du marché<sup>42</sup>, il y a toujours eu de petits lots de PEDM passant par des circuits "parallèles", farine ou Gari ou surtout produits frais (Miondo, Saka-Saka, Attieke frais) passant dans les bagages des voyageurs des compagnies aériennes...

Ces produits peuvent arriver à représenter des volumes cumulés importants, mais sont d'une façon ou d'une autre absorbés sans difficulté par le marché.

<sup>42</sup> Nb: opérateurs installés depuis une 20aine d'année ou plus...

Le problème vient surtout aujourd'hui des exportateurs africains "bana-bana", qui décident de **faire un coup** (one-shot sale), et **d'expédier un conteneur de manioc** à partir du pays...

A l'arrivée, ces importateurs "sauvages" tendent à brader leur produit sur les ZAT comme Châteaurouge, au détriment des opérateurs officiels installés.

Les opinions sont partagées sur ce marché :

- Paradoxalement, **ce sont les opérateurs africains "officiels" qui souffrent le plus de cette concurrence déloyale**. Tropiques Exo nous déclarait ainsi que :

*La concurrence déloyale, c'est ça qui nous tue ! Et les autorités françaises font preuve de laxisme, elles ne contrôlent pas vraiment l'état sanitaire, rien à voir avec ce qu'on nous demande dans le circuit "officiel"... Par contre, 6 mois plus tard, on voit les clients qui nous ont abandonnés en disant que nous étions trop chers vont revenir vers nous – une fois que les importateurs "sauvages" ont disparu de la circulation sans laisser de trace...*

- Des sociétés comme Tai Yat déclarent elles que :

*"Ce sont des "bricoles", des gens qui font venir quelques sacs par bateau, par avion, n'importe comment et en n'importe quelle quantité..."*

*Cette concurrence ne nous inquiète pas : nous maîtrisons notre qualité de façon suivie, les autres non... Quand les gens préparent le produit, ils font la différence : le Gari Tai Yat est propre, il n'est pas plein de sable, il donne un produit blanc qui ne noircit pas.... Les gens font vite la différence. Nous n'avons pas non plus peur de la concurrence sur le prix : sur notre niveau de qualité, nous sommes imbattables".*

- Racines S.A. s'est également mis progressivement à l'abri de ce type de concurrence déloyale au fil des ans, en se concentrant sur le créneau haut de gamme avec ses produits packagés. Aujourd'hui cette concurrence ne l'inquiète plus vraiment...

Tous les opérateurs s'accordent néanmoins à dire que l'existence de ces filières "sauvages" est inacceptable. Elles cumulent en effet toutes les fraudes et les malversations :

- Pas vraiment de contrôle des licences d'exportation dans le pays de départ – et des déclarations en douane souvent largement falsifiées...!
- Pas de barrière réelle à l'arrivée, sous réserve que la déclaration en douanes ait été faite (sauf contrôle inopiné des douanes, car il y en a quand même !!)
- De même, des contrôles sanitaires très approximatifs à l'arrivée<sup>43</sup>
- Et surtout ensuite une distribution du produit intégralement au noir – main d'œuvre non déclarée, pas de charges sociales, vente au cul du camion, TVA non payée<sup>44</sup>....
- Au final, une vente à prix cassés, avec un petit profit de 1.000 euros par camion, qui suffit au revendeur en attendant le montage de sa prochaine "magouille" mais qui vient casser le marché durable...

Selon la plupart des observateurs, ce marché parallèle est loin d'être négligeable – il pourrait représenter de 30% à 50% (?) des volumes des importations "officielles".

Paradoxalement, ce marché parallèle semble se développer plus fortement dans les dernières années, alors que certains opérateurs estiment que **le rythme de croissance du marché global se ralentit**. Comme l'expriment certains opérateurs : *le marché global est moins dynamique, plus mature<sup>45</sup>, il y a moins besoin d'une capacité de réaction rapide, donc les "petits faiseurs" peuvent essayer de développer leurs propres niches – en copiant ce qui a marché par ailleurs...* Il n'empêche qu'il y a aujourd'hui 10 ou 15 opérateurs là où autrefois il n'y en avait qu'un ou deux... Corrélativement, les prix et les marges chutent...

Il y aurait aujourd'hui de plus en plus de concurrence sauvage entre les opérateurs non déclarés, et également de plus en plus de contrôles des fraudes...!

<sup>43</sup> Paradoxalement, les contrôles sanitaires sont plus fréquents pour les importateurs "officiels", pourtant bien moins à même de présenter des risques sanitaires... Ceci vient en partie de la recherche de facilité par certains services de contrôle, qui ne veulent pas se fatiguer à traquer les trafiquants...

<sup>44</sup> beaucoup des volumes qui s'échangent sur Châteaurouge se font ainsi contre paiement cash...

<sup>45</sup> d'autres observateurs pensent pour leur part que le marché de la diaspora africaine continue à croître régulièrement, et que c'est ce qui attire les opportunistes...



### 5.1.5. Caractéristiques des filières de distribution aval

#### a) Les grossistes et demi-grossistes

Les grossistes et demi-grossistes présents sur le marché des produits ethniques africains sont, selon les filières :

- Pour les boutiques de détail tenues par des chinois, exclusivement des grossistes d'origine asiatique
- Pour les boutiques tenues par des indo-pakistanaïes, exclusivement des grossistes d'origine indo-pakistanaïse
- Pour les boutiques tenues par des africains, en général également des opérateurs d'origine asiatique.

Les principaux demi-grossistes présents sur Châteaurouge sont ainsi le plus souvent d'origine asiatique.

Ils approvisionnent à la fois les détaillants situés dans le quartier, et un certain nombre de restaurants africains qui trouvent plus facile d'y faire en une fois leurs emplettes de produits alimentaires d'origine africaine.

Nous avons rencontré deux de ces opérateurs, la maison "NKS Marcadet" et la maison "Dom-Tom Grande Mer".

La maison **NKS Marcadet** est demi-grossiste de produits alimentaires ethniques, située rue Marcadet à Paris (quartier Châteaurouge). Elle est tenue par un gérant d'origine asiatique – avec du personnel principalement asiatique.



#### Eventail de PEDM distribués

On trouve un large approvisionnement de PEDM en rayon, de différentes origines et sous différentes marques d'importateurs. Nous listons lors de la visite :

- Tapioca
- Attieke sec (Racines) : boîtes 500 g et 1 kg
- Plusieurs Fufu :
  - "Bon Fufou" (Racines) : boîtes 500 g et 1 kg
  - "Nouveau Fufou du Cameroun" (Pro-Exo-Com)
  - "Le Bon Fufou du Cameroun" (Tropiques-Exo)
  - Fufou (Tropiway.com)
- "Bon Gari du Bénin" (Exotic Garden Benin)

- Chikwanga
- Attieke frais (Yatali C.I.)
- Fufu frais/Placally (Yatali C.I.)

**Les produits NKS Marcadet**





#### Appréciation de la qualité actuelle des produits et de l'évolution du marché

Le gérant, peu loquace, ne mentionne pas de problèmes de qualité sur les produits qu'il tient en boutique, et se dit satisfait de ses différents fournisseurs... Il ne réagit pas non plus à la mention du problème des importations sauvages, sur lequel il ne s'exprimera pas<sup>46</sup>...

La maison **Dom-Tom Grande Mer** est également demi-grossiste de produits alimentaires ethniques, située à proximité du précédent dans le même quartier. Elle est également tenue par un opérateur d'origine asiatique.

<sup>46</sup> il semble de toute façon peu probable que les demi-grossistes les plus importants y aient régulièrement recours : le risque serait pour eux trop élevé d'être pris ensuite dans un contrôle des fraudes...



#### Eventail de PEDM distribués

On trouve là aussi un large approvisionnement de PEDM en rayon, de différentes origines et sous différentes marques d'importateurs. Nous listons lors de la visite :

- Gari du Togo (Pro-Exo-Com)
- "Nouveau Foufou du Cameroun" (Pro-Exo-Com<sup>47</sup>) : 500 gr/ 1 kg
- Attieke frais (Yatali C.I.)
- bâton de manioc Miondo
- Saka Saka feuilles fraîches
- Racine de manioc fraîche (Costa Rica)

#### **Les produits Dom-Tom Grande Mer**



<sup>47</sup> On remarque ici un éventail de marques moins grand, et l'insistance sur les produits Pro-Exo6com, positionnés plus bas en prix...



#### Appréciation de la qualité actuelle des produits et de l'évolution du marché

Là aussi, le personnel est aussi peu loquace que NKS sur la qualité des produits, qui est dite "globalement satisfaisante"... !

#### ***b) Les détaillants d'origine africaine***

Les boutiques de détail du quartier Châteaurouge sont plus fréquemment tenues par des commerçants d'origine africaine ou Nord-africaine.

On trouvera ci-dessous quelques boutiques visitées.





D'une façon générale, les boutiques sont petites et les gammes de PEDM sont "raccourcies", on ne trouve en général **qu'une seule référence par produit en rayon**, exceptionnellement deux...

Par exemple, dans la dernière présentée ci-dessus :

- Saka Saka (feuilles fraîches)
- Bâton de manioc (Cameroun)
- Tapioca
- Gari
- Farine de Fufu (Cameroun)
- Racine de manioc fraîche (Costa Rica)

Selon les commerçants interrogés, le produit qui marche le mieux (rotation) est la farine de Fufu.

La clientèle est formée des différentes populations d'origine africaine présentes à Paris... Selon l'un des gérants interrogés, la demande des clients s'exprime comme suit – par ordre de priorité :

1. **la qualité gustative**, un "bon" produit (sinon ne fera pas long feu)
2. **le prix**
3. **l'origine** (un Camerounais préférera un fufou d'origine Cameroun, même si celui du Rwanda est éventuellement meilleur)

Nous citons cette appréciation car elle nous semble avoir été la plus fréquemment recoupée au fil des différents entretiens de l'étude.

**c) Les boutiques et supermarchés de proximité indo-pakistanaï**

L'existence de PEDM (et plus généralement de produits ethniques africains) dans les boutiques de détail d'origine indo-pakistanaïse dépend du nombre de consommateurs potentiels de ces produits dans leur zone de chalandise.

Elle dépend aussi de l'espace disponible en rayons. Nous avons ainsi pu trouver des PEDM dans des petits supermarchés indo-pakistanaïse qui disposaient effectivement de suffisamment de rayonnage.



Dans le petit supermarché présenté ci-dessus – situé quartier Stalingrad à Paris – le responsable du rayon des produits ethniques africains est lui-même d'origine africaine.

Le supermarché offre :

- De l'Attieke sec (Racines S.A.)
- Du Gari (Racines S.A.) : boîtes 500 g et 1 kg

Selon le responsable de rayon : le supermarché importe une partie de son choix d'épices et de produits indiens via les gros importateurs anglais (T.R.S. ici), mais il préfère travailler avec les opérateurs français pour les produits du manioc, d'où le choix de Racines de préférence à d'éventuels produits Ghanéens/ Nigériens<sup>48</sup>...

Apparemment le supermarché cherche avant tout la facilité (un bon produit, sûr, bien emballé et joli en rayon) plutôt que de chercher à développer des approvisionnements plus pointus sur ce qui reste pour lui un rayon "marginal"<sup>49</sup>.

<sup>48</sup> il est vrai que la clientèle du magasin est installée en France – elle n'est donc pas habituée à trouver en magasin des produits ghanéens ou nigériens, qui se vendraient peut-être plus difficilement.

<sup>49</sup> On retrouvera cette politique pour bon nombre de magasins "non spécialisés", dans les 3 pays de l'étude



### Produits Supermarché G. and Co.



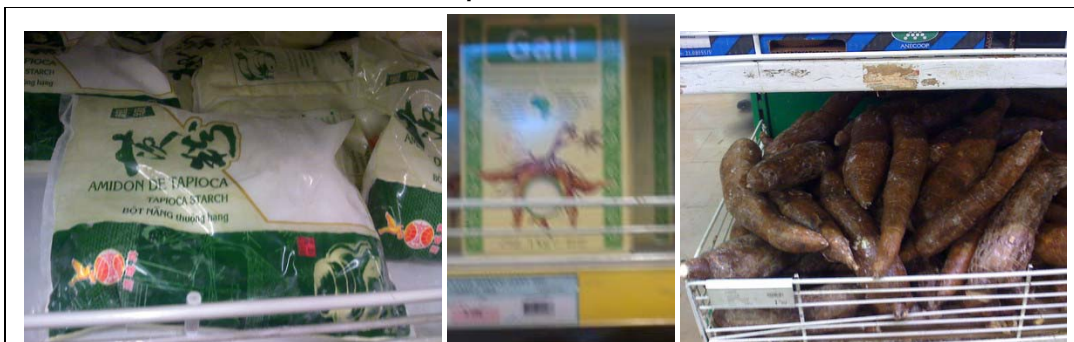
#### d) Les supermarchés chinois

Si les commerçants asiatiques tenant des boutiques de détail dans des quartiers à population africaine importante s'approvisionnent en produits ethniques correspondants – dont les PEDM<sup>50</sup> – une visite dans les deux principaux supermarchés chinois parisiens (Tang et Paristore) n'a permis de trouver en rayon que les produits suivants :

Chez Paristore :

- De l'amidon de Tapioca (Thaïlande)
- Du Gari (Racines)
- Des racines de manioc fraîches (Costa Rica)

#### Les produits Paristore



Chez Tang :

- De l'amidon de Tapioca (Thaïlande)
- Des perles de Tapioca (Thaïlande)

<sup>50</sup> Nb: ils s'approvisionnent en général chez des grossistes et demi-grossistes asiatiques, qui tiennent en général soit les produits Racines, soit les produits Tai Yat...

### Les produits Tang



#### 5.1.6. Structure des prix

Les prix de détail couramment constatés en France sont les suivants :

- **Niveau demi-grossiste/ cash & carry :**
  - Farine de Fufu Cameroun (Pro-Exo-Com) : 2 €/kg, 1,10 €/500 gr
  - "Bon Foufou" Racines en boîte cartonnée : 3 €/kg, 2 €/500 gr
  - "Attieke Marguerite" Racines sec en boîte cartonnée : 3 €/kg, 2 €/500 gr
  - Attieke frais Yatali : 3,50 €/kg
  - Chikwanga : 1 €/pièce
- **Niveau détail :**
  - rajouter 10%

On retiendra donc que les prix de détail s'établissent aux alentours de 2 – 2,5 €/kg dans les zones de chalandise de la diaspora africaine (et +10%/ +20% en plus dans les boutiques non spécialisées).

Au niveau importateur, les informations sont beaucoup plus difficiles à obtenir.

Une information donnée par un des opérateurs pointe sur une marge moyenne des importateurs d'environ 25% sur le prix FOB de départ augmenté des coûts d'importation.

Les marges sont beaucoup plus importantes sur les opérations illégales...

#### 5.1.7. Conclusion sur la structure du marché français

Nous retiendrons les éléments principaux suivants du marché français des PEDM :

- 3 filières de distribution au détail : une filière africaine (probablement en régression), une filière asiatique (actuellement prédominante) et une filière indo-pakistanaise (actuellement en émergence)
- 4 filières d'importation :
  - la filière "historique" française
  - concurrencée par des petits entrepreneurs africains, dont certains se développent assez dynamiquement actuellement
  - et par les nouveaux venus de la filière d'Asie du Sud Est, en croissance rapide
  - mais tout ce monde étant sujet à la concurrence déloyale des importations "sauvages" de produits hors normes de qualité
- Un bon développement des ventes de Gari – qui font presque jeu égal avec les ventes de farine de Fufu

- Une place aussi importante pour le bâton de manioc, et l'Attieke sur le marché spécifique Ivoirien (en fort développement)
- Un marché globalement bien approvisionné actuellement, mais avec des prix de détail relativement élevés, et avec des perspectives de croissance relativement limitées.
- Enfin, répétons le, un marché qui souffre de la concurrence déloyale des importations "sauvages", limitant les perspectives de croissance pour les opérateurs officiels installés.