TRADE Solutions BNP PARIBAS

ARABIE SAOUDITE : VENDRE

Dans cette page : Les procédures d'accès au marché | Distribuer un produit

Les procédures d'accès au marché

LES PROCÉDURES DOUANIÈRES

Les procédures d'importation	Voici la liste des documents requis pour le dédouanement en Arabie Saoudite. Cette liste est sujette à modification. Veuillez consulter le site web du ministèr saoudien du commerce pour les futures mises à jour. • Facture douanière, indiquant le pays d'origine, le nom du transporteur, la marque et la quantité des marchandises, et la description des marchandises, y compris le poids et la valeur. • Certificat d'origine, authentifié par une chambre de commerce locale et traduit en arabe. • Un connaissement (ou lettre de transport aérien) • Un certificat de compagnie maritime (ou aérienne), qui est une déclaration annexée au connaissement ou à la lettre de transport aérien, doit être délivré par la compagnie maritime (ou aérienne) en au moins un original • Une attestation d'assurance (si les marchandises sont assurées par l'exportateur) • Liste de colisage La Saudi Arabian Standard Organizations (SASO) est l'autorité de régulation qui contrôle la qualité des marchandises importées en Arabie Saoudite. Le certificat de conformité est nécessaire pour garantir que toutes les marchandises importées sont conformes aux normes saoudiennes Pour plus d'informations, se référer au site web des douanes saoudiennes.
Les procédures spécifiques à l'importation	Selon la nature des marchandises exportées vers l'Arabie saoudite, ou selon une demande de l'importateur saoudien, il est également possible que certains documents soient exigés. Les exigences en matière d'étiquetage des aliments et des produits alimentaires vendus au Royaume d'Arabie saoudite sont déterminées par la SASO. Les exportateurs de ces produits doivent fournir les certificats suivants : Certificat des ingrédients du producteur de denrées alimentaires, certificat de protection des consommateurs et liste de prix. En plus des documents d'expédition généraux, tous les envois de viande doivent être accompagnés des certificats suivants : un certificat de viande "Halal" et un certificat sanitaire officiel. Le certificat sanitaire est exigé pour toutes les exportations vers l'Arabie saoudite de toutes sortes de viandes (y compris la volaille et les fruits de mer), de produits carnés, de bétail, de légumes, de fruits et de sang humain, attestant qu'elles sont exemptes de parasites et/ou de maladies. En outre, l'exportateur de semences ou de grains doit fournir les certificats authentifiés suivants : Certificat d'inspection, certificat phytosanitaire, certificat d'analyse des semences, certificat de poids. D'autres documents d'expédition spéciaux sont requis pour l'expédition de bétail, d'animaux domestiques, de chevaux, l'importation de fruits et légumes, d'appareils et équipements électriques, de véhicules à moteur et de médicaments et produits pharmaceutiques.
Importer des échantillons	Les échantillons pour présentation dans des foires/expositions sont exemptés de l'étiquetage saoudien et des règlementations sur la durée de conservation, mais ils sont soumis à l'inspection dans les ports d'entrée. Les échantillons doivent contenir la facture commerciale qui spécifie que le produit n'est pas destiné à la vente et qu'il n'a aucune valeur commerciale.L'Arabie saoudite adoptera bientôt le carnet ATA (admission temporaire)

LES DROITS DE DOUANE ET LES TAXES À L'IMPORTATION

Le seuil douanier (à partir duquel des droits de douane sont exigés)	Pas de seuil douanier.
Le droit de douane moyen (hors produits agricoles)	4,85%
Les produits soumis à des	Le 27 mai 2020, l'Autorité douanière saoudienne a publié sa liste tarifaire harmonisée modifiée

droits de douane plus élevés	pour augmenter les différents taux de droits de douane à compter du 10 juin 2020. Parmi les produits touchés par les changements de taux, on trouve : les aliments et les boissons (de 7 à 25 %), les produits minéraux (15 %), les produits chimiques (de 5,5 à 6,5 %), les tissus textiles et l'habillement (de 10 à 15 %), les articles en plastique et en caoutchouc (de 6,5 à 15 %), les matériaux de construction (jusqu'à 15 %), les produits métalliques (20 %), les machines, équipements et pièces détachées (jusqu'à 15 %) et enfin les véhicules automobiles et les pièces détachées (15 %). En avril 2017, le pays a commencé à prélever une taxe d'accise de 50 % sur les boissons non alcoolisées et une taxe de 100 % sur les cigarettes, les produits du tabac et les boissons énergétiques.
Les produits soumis à des droits de douane moins élevés	Certains biens sont exemptés du tarif extérieur commun. Les importations de riz, de lait pour bébés et d'aliments pour animaux sont subventionnées ; tandis que le café, le thé et la viande rouge fraîche entrent en franchise de droits. L'Arabie saoudite ne demande pas de contingent tarifaire (CT). De plus, l'Arabie Saoudite a signé différents accords de commerce (en particulier avec les pays du Conseil de Coopération du Golfe GCC), qui permettent aux pays membres d'avoir des exemptions totales des droits de douane. De plus, pour certains pays musulmans de la ligue arabe (Jordanie, Koweit, Libye, Maroc et Tunisie), les droits de douane ont été réduits à 10%.
La classification douanière	L'Arabie Saoudite applique le système douanier harmonisé.
La méthode de calcul des droits de douane	Les droits de douane sont calculés Ad Valorem sur la valeur CAF. Cependant, un nombre limité d'articles sont soumis à des droits de douane calculés sur la base du poids au mètre ou de la capacité, plutôt qu'ad valorem. Les taux de ces articles sont assez bas.
Les taxes à l'importation (hors taxes à la consommation)	Aucune

LES RÈGLES D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETAGE

L'emballage	Les normes d'emballage sont mises en place par l' Organisation des normes d'Arabie Saoudite (SASO), qui sont des normes internationales. Le Ministère du Commerce et de l'Industrie met en place les directives de la SASO à travers ses inspections et ses tests en laboratoire aux ports d'entrée en Arabie Saoudite.
Les langues autorisées sur les emballages et les étiquettes	L'étiquetage en arabe est requis sur tous les produits de consommation. Les échantillons importés doivent être étiquetés au moins en anglais.
Les unités de mesures autorisées	Toutes les marchandises importées de même que les documents de transport doivent indiquer des unités de poids et mesures en système métrique.
Le marquage d'origine	Obligatoire
La réglementation concernant l'étiquetage	L'étiquetage doit contenir des informations telles le nom du produit, le pays d'origine, le nom du producteur et l'adresse, la date de production et d'expiration, en arabe et en anglais.
Les réglementations spécifiques	L'étiquetage est particulièrement important pour les sociétés qui mettent sur le marché des produits alimentaires, d'hygiène et pour la santé, ainsi que des produits pharmaceutiques.

Distribuer un produit

LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION

Les types de magasins

Hypermarchés	Un hypermarché est un grand magasin pour la vente de détail, qui combine un supermarché et un grand magasin. Les hypermarchés vendent une large gamme de produits sous un seul toit, qui vont de l'épicerie aux marchandises générales. Hyper Panda , Othaim Supermarket Danube Supermarket Bin Dawood Supermarket Carrefour Saudi Arabia Al Sadhan Supermarket Nesto Hypermarket Lulu Manual Hypermarkets

Supermarchés	Il s'agit de magasins de vente de détail à grande échelle, qui fonctionnent à des coûts moindres et vendent à bas prix. Ils offrent une grande variété de biens de consommation courante comme l'alimentation. Panda Othaim Supermarket Farm Supermarket Al Raya Supermarket Tamimi Supermarket Danube Supermarket Bin Dawood Supermarket Balsharaf Supermarket Al Sadhan Supermarket
Grands magasins	Un grand magasin est un établissement de détail qui se spécialise dans la vente d'une grande sélection de produits, sans ligne de marchandise prédominante. Les grands magasins, en général, vendent des produits comme des appareils électroménagers, des meubles, des appareils électriques et électroniques et d'autres lignes de produits sélectionnées comme de la peinture, de l'informatique, des articles de toilette, cosmétiques, équipement photo, bijoux, jouets et équipement sportif. Pandati Convenience
Centres commerciaux	Khurais Plaza, Riyadh Sahara Mall, Al-Rashid mall
Boutiques spécialisées	Paris Gallery
Epiceries du coin (appelées "Bakalahs")	Il y a des petites boutiques qui sont souvent situées à proximité des zones résidentielles, des artères principales et des stations essence. Elles vendent tous les types de produits de première nécessité comme le pain, le beurre, du papier et des crayons, etc. Certains restent ouverts 24h/24 et 7j/7.

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	L'Arabie Saoudite est le plus grand marché de consommation des pays du Golfe. Malgré la chute du prix du pétrole, le marché saoudien a continué de présenter de forts taux de croissance, grâce à la consommation des jeunes actifs au niveau de revenus élevé, à l'augmentation générale du niveau de revenus (largement supérieur au niveau mondial moyen), et à un indice de confiance du consommateur élevé. En 2020, les ventes au détail totales étaient estimées à environ 37 milliards USD (USDA). Euromonitor prévoit que le marché de détail saoudien connaisse une croissance d'environ 20% d'ici 2022 (Retail Gazette). Les dépenses des consommateurs ont augmenté de 10% en février 2022 par rapport au mois précédent, les consommateurs saoudiens ayant dépensé environ 88,5 milliards de SR (SAMA). Fitch Solutions prévoit que les dépenses réelles des ménages augmentent de 3,5% en 2022. Le gouvernement a pris les devants pour ne pas être dépendant uniquement des revenus du pétrole depuis que la dynamique du marché s'est ralentie, avec notamment une démographie en pleine mutation et l'arrivée sur le marché du travail d'un nombre croissant de jeunes actifs d'ici à 2030. La forte demande de produits de luxe est l'une des principales caractéristiques du marché de la distribution. Les ressortissants saoudiens représentent 48,4 % de la main-d'œuvre du commerce de détail, dont un peu moins de la moitié, soit 125 000 personnes, sont des femmes. Cette forte représentation dans la main-d'œuvre du commerce de détail a contribué à porter le taux global de participation économique des femmes saoudiennes à 19,7% à la fin du mois de septembre 2019 (SAMA). Les trois régions commercialement les plus actives du royaume sont : la région Ouest, avec la ville de Jeddah comme principal centre commercial ; la région Centrale, incluant la capitale Riyad ; la région Est, avec une concentration de l'industrie gazière et pétrolière, notamment autour d'Al Jubail. Pour ce qui concerne les catégories de produits, les aliments et les boissons représentent près d'un tiers de la part de marché et le segment devrait maintenir sa domination à court terme. Parmi les principaux acteurs opérant sur le marché de la vente au détail en Arabie Saoudite, citons notamment Panda Retail Co (groupe Savola), Abdullah Al Othaim Markets, BinDaWood Holding, Farm Superstores, Al Raya Supermarkets, Tamimi Super Markets, Lulu Group International (groupe EMKE) et Carrefour Saudi Arabia (USDA).
Part de marché	Le secteur saoudien de la distribution alimentaire est de plus en plus compétitif, marqué par la présence de points de vente nationaux, régionaux et internationaux. La structure du commerce de détail est caractérisée par la présence de supermarchés, d'hypermarchés et d'autres canaux de vente axés sur la commodité. Le nombre de supermarchés et d'hypermarchés en Arabie saoudite a plus que doublé entre 2011 et 2016. Sur le marché national fragmenté de la vente au détail, la pression est forte pour innover. En raison de la récente décision prise par le gouvernement de réduire la part de la main-d'œuvre saoudienne composée de travailleurs expatriés peu qualifiés, les marges relatives ont diminué, entraînant ainsi une augmentation de la masse salariale. Cela a affecté de manière disproportionnée les commerçants indépendants et de proximité (bakalas) et crée une forte pression pour réaliser des économies dans d'autres domaines d'activité sans compromettre l'expérience du consommateur.

	Selon l'USDA, le nombre total de supermarchés et d'hypermarchés en Arabie Saoudite était estimé à 1 255 magasins en 2016 (dernières données disponibles). C'est un nombre relativement faible, qui représentait seulement 2,9% du total des magasins de distribution. Cependant, ces 2,9 % de points de vente représentaient environ 37% du total des ventes d'épicerie en Arabie saoudite. Ils sont pour la plupart situés dans les trois principales villes du Royaume (Riyad, Djeddah et Dammam). Parmi les principaux acteurs opérant sur le marché de la vente au détail en Arabie Saoudite, figurent Panda Retail Co (groupe Savola), Abdullah Al Othaim Markets, BinDaWood Holding, Farm Superstores, Al Raya Supermarkets, Tamimi Super Markets, Lulu Group International (groupe EMKE) et Carrefour Saudi Arabia (USDA). Les détaillants traditionnels et les épiciers indépendants représentent collectivement la grande majorité des ventes en Arabie saoudite. Les bakalas sont bien adaptées pour répondre aux besoins quotidiens des consommateurs, notamment en ce qui concerne les achats de petites quantités. Les prix dans les bakals sont souvent plus élevés, mais ils présentent certains avantages et services aux consommateurs pressés qui souhaitent acheter peu de produits.
Les organismes de la vente au détail	Association des épiceries d'Arabie Saoudite

E-COMMERCE

Accès à Internet	L'Arabie Saoudite avec ses 33,6 millions d'habitants, a la troisième plus grande population du Moyen-Orient après l'Iran et l'Iraq. Le pays compte aussi la seconde communauté d'internet la plus importante avec 24,1 millions d'utilisateurs (Internet World Stats) et un taux de pénétration supérieur à 72% (contre 57,8%). De plus, les utilisateurs d'internet saoudiens représentent 16,4% du total de la population connectée au numérique au Moyen-Orient. La croissance de la pénétration de l'internet devrait croître de 6,9% à 73,5% d'ici 2022. L'Arabie saoudite affiche un taux de pénétration des smartphones élevé (65,2%), qui reste néanmoins plus faible que celui de leaders régionaux tels que les Émirats Arabes Unis (78%) et Israël (74%). Le taux de pénétration des smartphones ne devrait croître que légèrement au cours des quatre prochaines années pour atteindre 66,7% (Eshop World). En ce qui concerne les moteurs de recherches, Google domine le secteur avec une part de marché de 97,1%, suivis de Bing à 1,3% et Yahoo à 1,19% (Statcounter).
Le marché du e-commerce	Ces dernières années, le marché saoudien du e-commerce a connu une croissance soutenue avec un chiffre d'affaires qui augmente de 11% en moyenne selon la Ecommerce Foundation. Les recettes totales du e-commerce pour l'ensemble des catégories de produit étaient de 6,13 milliards de dollars en 2017 et devraient atteindre les 9,41 milliards de dollars selon Statista. Le marché, avec ses 12,94 millions d'utilisateurs (50% de l'ensemble des internautes), est un des plus importants de la région MENA et devrait poursuivre sa croissance dans les prochaines années même si le rythme est moins rapide que celui de la moyenne mondiale (12,4% contre 24,8% dans le monde). 6,34 millions de nouveaux internautes devraient acheter en ligne pour atteindre les 19,28 millions d'acheteurs en ligne en 2022 (ce qui représente 54% de la population mondiale). Avec un tel taux de croissance du chiffre d'affaires et du nombre d'acheteurs en ligne, l'Arabie Saoudite devrait dépasser les Émirats arabes unis et devenir le premier marché du e-commerce du Moyen-Orient. Alors que l'Arabie Saoudite est au 46e rang du « e-commerce Index mondial » de la CNUCED, elle se classe au troisième rang des scores les plus élevés du Moyen-Orient après les Émirats Arabes Unis et l'Israël. Le commerce transfrontalier est important, en particulier dans le contexte régional avec des sites basés aux Émirats Arabes Unis qui représentent les principales livraisons à destination de l'Arabie Saoudite. 65% de l'ensemble des ventes en ligne sont faites depuis un site basé dans les pays du Conseil de la coopération du Golf et depuis le site Noon.com. Ce site est basé aux Émirats Arabes Unis mais détenu à 50% par le Fonds d'investissement public saoudien et a lancé une version locale de son site web en Arabie Saoudite à la fin 2017, cela devrait accroître la part des achats en ligne nationaux. Souq.com (récemment acheté par Amazon) ainsi que Amazon Global et Aliexpress font partis des sites de e-commerce les plus visités en Arabie Saoudite. Le marché est dominé par les grands groupes de distribution étant donné que seulement 5% des PME utilisent le e-commerce en plus des supports de vente traditionnel selon la Commission saoudienne de la communication et des technologies de l'information.
Réseaux sociaux	Les internautes saoudiens sont actifs sur les médias sociaux et passent en moyenne 2 heures 55 minutes par jour (derrière les Emirats Arabes Unis et l'Israel qui sont les principaux consommateurs de médias sociaux de la région). L'Arabie Saoudite compte près de 19 millions d'utilisateurs des médias sociaux (59% de la population totale et 79% des internautes) et 16 millions d'entre eux utilisent les médias sociaux via leur mobile (Hootsuite Survey 2017). Presque tous les utilisateurs de médias sociaux auraient un compte Facebook (près de 19 millions) et 45% d'entre eux utilisent la plateforme quotidiennement. Comme dans la plupart des pays du CCG, WhatsApp est utilisé par un grand nombre d'internautes (88% du total, soit 21,2 millions de personnes). En Arabie Saoudite, Twitter et Snapchat ont les taux d'utilisation les plus élevés de la région MENA avec 40% et 45% d'utilisateurs de médias sociaux présents sur ces plateformes. Twitter compte 7,6 millions d'utilisateurs et Snapchat 8,5 millions. Malgré la baisse de popularité, la société japonaise Line est utilisée par 20% des internautes (4,8 millions de personnes) soit, de loin, le taux le plus élevé au Moyen-Orient selon MidEast Media Survey 2017. Les utilisateurs de médias sociaux saoudiens sont parmi les plus engagés dans les pays arabes avec 90% des utilisateurs qui postent des messages ou des commentaires sur les médias sociaux et 88% qui le font via la messagerie directe et instantanée (le deuxième taux le plus élevé après les Émirats arabes unis).

LA VENTE À DISTANCE

Les principales formes de vente à distance	Le marketing direct se limite au téléshopping.
Les types de produits	Cosmétiques, appareils électroménagers, équipement fitness, bijoux, cadeaux, accessoires, etc.
L'évolution du secteur	La vente directe n'est pas très populaire en Arabie Saoudite. En effet, la relation directe entre le vendeur et le client y est très importante. Le secteur n'est pas développé dans le pays à cause des préceptes Islamiques qui concernent la ségrégation des sexes et du fait que la maison relève du domaine privé. Cependant, la vente directe via internet se développe rapidement. En effet, il est projeté que le e-commerce en Arabie Saoudite atteigne 13 billion USD de ventes en 2015.

LES INTERMÉDIAIRES COMMERCIAUX

Les sociétés de commerce

- Type d'organisations : En Arabie Saoudite, cela peut prendre la forme d'un distributeur ou d'un agent. Un distributeur agit en tant qu'importateur et en général, il achète le produit à son compte et le stocke avant de le vendre à des détaillants ou des utilisateurs finaux.

Les grossistes

- Type d'organisations : Il y a deux types principaux de grossistes :

  - Les grossistes importateurs-exportateurs. Ils sont particulièrement utiles pour leur organisation logistique, le traitement des informations, la promotion du produit et la sélection.

  - Les grossistes normaux qui offrent avant tout des services logistiques, stockent les marchandises pour fournir les détaillants quand ils en ont besoin.

Les ressources utiles : Chambre saoudienne du Commerce et de l'Industrie
Chambre de Commerce et de l'Industrie de Riyad
Chambre de Commerce et de l'Industrie de Djeddah
Autorité générale saoudienne d'investissement (SAGIA)

L'AGENT COMMERCIAL

Les avantages	La loi saoudienne prévoit que les sociétés puissent vendre directement dans le secteur privé de l'extérieur de l'Arabie Saoudite. Mais en pratique, nommer un agent ou un distributeur est la procédure la plus commune pour les sociétés qui souhaitent entrer sur le marché saoudien. Les sociétés étrangères ont besoin d'un agent saoudien pour faire une offre dans un appel d'offre du gouvernement saoudien, étant donné que les achats du gouvernement se font par des appels d'offres auxquels seules les sociétés saoudiennes peuvent proposer un prix.
Les points de vigilance	Une société devra choisir son agent avec précautions parce qu'il est difficile de résilier un contrat ou de changer d'agent et cela pourrait endommager la réputation de l'entreprise dans le contexte commercial local.
Les éléments de motivation	Les agents locaux sont utiles pour mieux comprendre le fonctionnement du marché local ainsi que pour établir les contacts nécessaires pour les démarches administratives.
La commission	Les agents pourront recevoir des compensations qui ne dépasseront pas 5% de la valeur du contrat. Pour les commissions sur les ventes, elles sont entièrement négociables mais sont généralement situées entre 3 et 10%.
La rupture du contrat	Les entreprises qui envisagent de signer un contrat avec un agent sont fortement encouragées à consulter un avocat local et à disposer d'un contrat juridiquement précis, énonçant en détail les droits et obligations de toutes les parties, les méthodes de paiement et les rémunérations pour les ventes et le mode de résolution pour les disputes potentielles.
Trouver un agent commercial	La Chambre de Commerce et de l'Industrie Saoudienne Chambre de Commerce et de l'Industrie de Djeddah Chambre de Commerce et de l'Industrie de Riyadh Conseil des Chambres saoudiennes

CRÉER UNE UNITÉ COMMERCIALE

Les avantages	Le royaume cherche à diversifier dans des secteurs non-pétroliers et offre de ce fait nombre de primes et avantages fiscaux pour attirer des sociétés étrangères dans d'autres domaines. La

procédure pour établir une entité commerciale en Arabie Saoudite dépend de la démarche commerciale envisagée. La méthode la plus courante consiste à désigner un agent ou un distributeur qui établiera une entité commerciale sous son registre du commerce.

Les points de vigilance

- Mettre en place une unité commerciale ne devra concerner que les sociétés étrangères qui ont des intérêts commerciaux à long terme dans le pays ;

- Soyez attentifs à des facteurs comme la disponibilité et le coût de la main-d'oeuvre requise, les relations et la culture de travail et la proximité des ressources et/ou des marchés ;

- Les locations de bureaux et de résidences sont très élevées en Arabie Saoudite ;

- Les femmes n'ont pas le droit de conduire en Arabie Saoudite, quelle que soit leur nationalité. Il faudra prendre en compte les suppléments nécessaires à votre budget pour fournir assez de voitures et de chauffeurs pour transporter les membres de la famille et les femmes de votre équipe.

Les différentes formes d'implantation possibles

- L'office de représentation

Le bureau de représentation pourra superviser et coordonner les activités administratives de la société étrangère en Arabie Saoudite, mais il ne sera pas autorisé à s'engager directement dans des activités commerciales. Une société étrangère pourra obtenir une licence pour "bureau de représentation" du Ministère du Commerce pour s'occuper de plusieurs contrats du secteur public.

- La succursale

Il est facile d'établir une succursale et c'est utile en tant que présence de liaison pour une société étrangère sans que cela n'implique les exigences formelles d'une co-entreprise ni un partenaire saoudien.
Une société étrangère peut posséder une succursale à 100% et la succursale bénéficie des mêmes avantages qu’une entreprise nationale.

Cependant, la succursale est restreinte au rôle administratif et ne pourra pas s'engager dans des activités commerciales.

- La société

Bien qu'une co-entreprise nécessite un plus grand engagement de la part de la société étrangère, sur le long terme, cela peut être avantageux au niveau du traitement fiscal ou d'autres avantages économiques de la part du gouvernement saoudien.

Il y a deux types de co-entreprises :

- Une co-entreprise contractuelle : la société étrangère signe juste un contrat avec une société saoudienne et obtient une licence d'opération de la part du gouvernement saoudien.

- Société à responsabilité limitée : la société étrangère pourra créer une société à responsabilité limitée en Arabie Saoudite. La plupart des entreprises étrangères préfère utiliser cette forme de co-entreprise pour établir une présence dans le pays. Si la participation saoudienne n'est pas une exigence légale, le gouvernement préfère nettement une société dans laquelle des investisseurs saoudiens participent. De plus, si les Saoudiens possèdent un certain pourcentage du capital d'une société, la compagnie peut avoir droit à certaines réductions fiscales et autres motivations à l'investissement.

LA FRANCHISE

L'évolution du secteur

Le marché du franchisage gagne constamment en popularité. Un nombre croissant de sociétés internationales de franchise entrent sur le marché. Les estimations montrent que le marché de la franchise en Arabie saoudite représente une valeur de 1,3 milliard de dollars en droits et redevances annuels. Le taux de croissance moyen prévu est de 12 à 15 % par an au cours des prochaines années. De nombreux objectifs et priorités de réforme de la Vision 2030 et du Plan national de transformation de l'Arabie saoudite offrent des pistes de croissance. Le franchisage est une approche populaire et réussie pour établir des entreprises axées sur le consommateur en Arabie saoudite.
Les principaux secteurs de franchisage sont les restaurants et l'alimentation et les boissons, qui représentent plus de 17 % des dépenses totales, soit environ 44,6 milliards de dollars ; tandis que les dépenses en matière d'habillement et de chaussures ont atteint 14,8 milliards de dollars la même année.

D'autres possibilités de franchisage existent dans l'habillement, les services de blanchisserie et de nettoyage à sec, les pièces et services automobiles, les services de courrier et de colis, l'imprimerie et les magasins de proximité. Il n'existe pas de chiffres vérifiés concernant le nombre de points de vente et de marques franchisés en Arabie saoudite, mais des sources du secteur estiment que plus de 300 entreprises étrangères possèdent des franchises en Arabie saoudite. Bien qu'il n'existe pas de législation spécifique en matière de franchises, un décret ministériel a été publié en 1992, permettant à la loi saoudienne sur les agences commerciales de s'appliquer aux entreprises franchisées. Le gouvernement saoudien (SAG) a libéralisé les secteurs de la vente en gros, de la vente au détail et des franchises en 2016, autorisant la pleine propriété étrangère des entreprises de vente au détail et en gros en supprimant l'ancienne exigence de 25 % de propriété locale.

Les grandes enseignes franchisées	Gap T.G.I. Friday's Ruby Tuesday

Contactez l’équipe BNPP Trade Development pour vous accompagner en Arabie saoudite.

Consultez French Desk pour trouver les sociétés d'accompagnement en Arabie saoudite.

© eexpand, Tous droits de reproduction réservés.
Dernières mises à jour en Mars 2024