

GRÈCE : 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

Pour les marchandises qui valent moins de 1 000 EUR, une déclaration verbale en douane lors de la présentation de la facture est suffisante. Pour les valeurs qui sont supérieures, vous devrez présenter aux douanes ce qui suit :

1. une déclaration récapitulative (transport aérien ou maritime) pour pouvoir enregistrer les marchandises
2. une déclaration de droit commun (DAU - document administratif unique) avec tous les documents nécessaires pour le dédouanement.

Les documents DAU peuvent être obtenus auprès de la chambre de commerce ou d'un imprimeur agréé. Il est possible d'accéder à une plateforme de dédouanement informatisée (SOFI : système informatique de fret international), dans les bureaux de douane ou dans certaines chambres de commerce.

Dans le cas de livraisons ou d'achats au sein de la Communauté européenne, la déclaration d'échange des marchandises (DEB) ou la déclaration Intrastat devra être envoyée aux services des douanes.

Dans le cadre des normes SAFE préconisées par l'Organisation Mondiale des Douanes (OMD), l'Union Européenne a mis en place un nouveau système de contrôle des importations, l'« Import Control System » (ICS), qui vise à sécuriser les flux de marchandises au moment de leur entrée sur le territoire douanier de l'UE. Ce système de contrôle, qui s'inscrit dans le programme communautaire eCUSTOMS, est en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2011. Depuis cette date, les opérateurs doivent obligatoirement transmettre une déclaration sommaire d'entrée (ENS, Entry Summary Declaration) au bureau de douane du pays d'entrée, préalablement à l'introduction des marchandises sur le territoire douanier de l'Union Européenne. L'UE a récemment introduit un nouveau système de contrôle des importations appelé ICS2 pour mettre en œuvre le programme de sécurité et de sûreté des douanes de l'UE avant l'arrivée.

Depuis le 1^{er} juillet 2009, toutes les sociétés établies en dehors de l'UE sont tenues de s'enregistrer auprès de l'opérateur économique et d'identification (EORI) et de disposer d'un numéro si elles souhaitent déposer une déclaration en douane ou une déclaration sommaire d'entrée / sortie.

Pour plus d'informations consultez le portail des douanes de l'UE.

Les procédures spécifiques à l'importation

Dans le cadre des échanges intra-européens, certaines marchandises restent interdites ou soumises à des formalités particulières (médicaments à usage humain, déchets, plantes ou animaux vivants). Pour plus d'informations, cliquez ici. La Grèce maintient une interdiction de facto des produits génétiquement modifiés (OGM). En outre, le cadre législatif de l'UE implique des procédures spécifiques pour l'importation de plusieurs produits, notamment les productions agricoles et de la pêche.

Importer des échantillons

Pour les importations, les exportations et les réexportations d'échantillons commerciaux, les carnets ATA (admission temporaire) peuvent être utilisés. Le fait qu'il s'agit d'un échantillon gratuit et qu'il ne peut pas être vendu doit être écrit sur le produit.

Pour plus d'informations, consultez la page dédiée sur le portail de la Commission Européenne.

LES DROITS DE DOUANE ET LES TAXES À L'IMPORTATION

Le seuil douanier (à partir duquel des droits de douane sont exigés)

Les droits de douane ne sont pas facturés si la valeur totale de la marchandise ne dépasse pas 150 EUR (hors frais d'expédition et assurance).

Le droit de douane moyen (hors produits agricoles)

Les opérations effectuées dans l'EEE sont exemptes de droits. Le tarif douanier commun de l'Union Européenne s'applique aux marchandises originaires de l'extérieur de l'Europe. En général, le droit est relativement faible, allant de 5,0% à 14% sur les produits industriels. Cependant, de nombreux produits ont des droits réduits ou pas de droits du

tout en vertu d'accords commerciaux (selon Eurostat, environ 70% des importations qui entrent dans l'UE le font à un tarif nul).

Les produits agricoles importés de l'extérieur de l'UE sont soumis à la politique agricole commune (PAC), les droits de douane sur ces produits étant complétés par un système de prélèvements variables ou d'autres charges.

Les produits soumis à des droits de douane plus élevés

Les secteurs des tissus et vêtements (droits et quotas élevés) et des denrées alimentaires (traitement préférentiel et nombreux contingents tarifaires, PAC) font encore l'objet de mesures de protection. Selon l'examen des politiques commerciales de l'UE (OMC) 2019 récemment publié, le secteur avec les tarifs moyens les plus élevés est le secteur laitier (32,3%), suivi du sucre et de la confiserie (27,0%), de la viande (19,0%), des céréales et des préparations (17,2%) et fruits et légumes (13,0%). Concernant les produits non agricoles, le poisson et les produits de la pêche (11,8% en moyenne simple) et l'habillement (11,6%) sont les secteurs bénéficiant de la protection tarifaire la plus élevée.

Plus d'informations peuvent être trouvées dans le profil tarifaire de l'OMC de l'UE.

Les produits soumis à des droits de douane moins élevés

Dans le cadre de plusieurs accords que la Communauté Européenne a conclus avec des pays tiers, ainsi que dans le cadre de régimes préférentiels autonomes pour certains pays bénéficiaires, des concessions tarifaires sont accordées pour un volume de marchandises prédéterminé. Ces concessions tarifaires sont appelées "contingents tarifaires préférentiels". Cliquez ici pour visualiser les accords préférentiels par pays.

La classification douanière

La nomenclature combinée de l'Union Européenne intègre la nomenclature du SH et la complète avec ses propres sous-positions avec un numéro de code à huit chiffres et ses propres notes juridiques créées à des fins communautaires. Afin d'obtenir des réglementations exhaustives et des tarifs douaniers concernant leurs produits, les exportateurs doivent se référer au code TARIC et à sa base de données, qui comprend tous les droits de douane applicables et toutes les mesures de politique commerciale douanière pour toutes les marchandises.

La méthode de calcul des droits de douane

Ad Valorem sur la valeur CAF des importations. Consultez le calcul des droits de douane sur le site de l'Union Européenne.

La méthode de paiement des droits de douane

Les droits de douane sont payables en espèces ou via un autre moyen de paiement (par chèque, par mandat-poste, par virement bancaire); une prorogation du délai de paiement peut être accordée par le biais de systèmes de crédit de recouvrement ou de crédit de droits.

Les taxes à l'importation (hors taxes à la consommation)

Les produits importés de l'extérieur de l'UE sont soumis à la TVA. Des droits d'accise sont prélevés sur un nombre limité de produits: essence, diesel, spiritueux, bière, vin, eau embouteillée, cidre, tabac, véhicules automobiles, gaz de pétrole liquéfié. Les taux d'accise varient en fonction des produits. La taxe est perçue que les produits soient fabriqués dans le pays ou importés de pays de l'UE ou de pays tiers.
Brevages alcoolisés
Produits énergétiques et électricité
Produits du tabac

LES RÈGLES D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETAGE

L'emballage

Ils doivent être conformes à la législation européenne concernant la prévention des risques pour la santé du consommateur et la protection de l'environnement, en particulier en ce qui concerne le traitement des déchets. Les emballages en bois ou matières végétales doivent être soumis à une inspection phytosanitaire.
Pour plus d'informations, consultez le sommaire de la législation européenne à ce sujet.

Les langues autorisées sur les emballages et les étiquettes

Tous les produits vendus sur le marché grec doivent être accompagnés d'un livret d'informations en grec.

Les unités de mesures autorisées

Système métrique.

La réglementation concernant l'étiquetage

Préciser l'âge de consommation pour l'alcool, les colorants etc...

Les réglementations spécifiques

La législation européenne prévoit des réglementations spécifiques pour l'étiquetage de certains produits comme les produits alimentaires, les appareils électroménagers, l'habillement sportif, les textiles, etc. En plus des régimes obligatoires et volontaires de l'Union européenne, les systèmes nationaux d'étiquetage volontaires peuvent encore s'appliquer.

Distribuer un produit

LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION

Les types de magasins

Hypermarchés, supermarchés et supérettes	Situés à l'extérieur des villes. Ils vendent des produits alimentaires et non alimentaires. Les supérettes sont plus petites et situées dans les villes. Alfa-Beta Vassilopoulos
Hypermarchés spécialisés	Ces hypermarchés se spécialisent dans une famille de produits. Ikea
Grands magasins	Situés dans les centres villes, sur plusieurs étages. Ils ont différents départements spécialisés. Attica
Hard discount	Principalement de la nourriture. Ils vendent les produits de la propre marque du distributeur. Les gens les préfèrent à cause de leurs prix réduits. Lidl
Petites boutiques	Boutiques locales spécialisées : épicier, boucher, poissonnier, fromager, traiteur, boulanger, pâtissier, fleuriste. Les gens les préfèrent pour la qualité des produits, le contact humain et les conseils prodigués.
Cash and Carry	Hypermarchés réservés aux professionnels. Metro

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	<p>Selon Euromonitor, les Grecs restent très sensibles au prix et ont tendance à opter pour la proximité pour faire des économies. Selon l'IELKA, l'Institut grec des biens de consommation au détail, la crise économique a modifié les habitudes alimentaires des Grecs, qui commandent moins et mangent plus chez eux. Ces changements de comportement des consommateurs se sont traduits par des changements dans l'agencement des épicerie, car les collations emballées et les boissons froides sont devenues plus facilement disponibles, tandis que les magasins ont également augmenté leurs options d'aliments prêts à manger. La capacité d'achat limitée des consommateurs grecs les a obligés à réduire leurs dépenses alimentaires. Les produits alimentaires sur le marché sont de plus en plus diversifiés. Les consommateurs sont plus ouverts à la diversité des produits, créant des opportunités pour des produits nouveaux et étrangers.</p> <p>Les supermarchés sont de loin le plus important canal de vente au détail d'épicerie modernes en Grèce, mais ils sont confrontés à une concurrence accrue de la part du nombre croissant de points de vente discount (Euromonitor). La taille du marché de l'industrie des supermarchés et des épicerie a diminué de 0,1% par an en moyenne en valeur entre 2017 et 2022. Les revenus du secteur ont augmenté de 1,3% en 2022, atteignant 14,2 milliards d'euros (IBISWorld).</p> <p>Les détaillants en alimentation traditionnels représentent une proportion substantielle des ventes de produits d'épicerie en Grèce, mais ils font face à la concurrence des détaillants en alimentation modernes, qui peuvent utiliser leur taille et leur échelle pour offrir des remises plus importantes et de meilleures offres promotionnelles.</p> <p>Une autre tendance est de favoriser des visites plus fréquentes dans les points de vente au détail avec une dépense moyenne par visite plus faible dans les magasins locaux, ce qui incite à se tourner vers les dépanneurs et les petits supermarchés. Cependant, pendant la pandémie de Covid-19, davantage de consommateurs ont effectué des courses moins fréquentes, mais plus importantes, afin de minimiser leur risque de contagion (Euromonitor). En outre, la demande d'aliments et de boissons de qualité supérieure devrait continuer de croître en 2022, de même que le nombre de magasins proposant des produits grecs, biologiques et / ou gastronomiques.</p>
Part de marché	<p>Sklavenitis et Vassilopoulos sont restés les principaux acteurs en 2021, représentant près de la moitié de la valeur actuelle des ventes au détail de tous les supermarchés (Euromonitor). Les cinq premiers épiciers, en termes de chiffre d'affaires, représentaient environ 7,9 milliards d'euros au total, soit environ 75% du secteur de l'épicerie en 2020. La chaîne de supermarchés grecque Sklavenitis a continué de dominer le marché avec un chiffre d'affaires de 3,15 milliards d'euros et 31% parts de marché en 2020 (KPMG). Sklavenitis opère avec les marques Sklavenitis et Chalkiadakis dans les supermarchés et compte environ un demi-million de Grecs visitant ses points de vente chaque jour. Le deuxième acteur est Alfa-Beta Vassilopoulos de Koninklijke Ahold Delhaize NV, avec 19,9% de parts de marché en 2020 (KPMG). My Market de Metro SA et Masoutis de Diamantis Masoutis SA avaient respectivement des parts de marché de la vente au détail de 13,1% et 8,7% en 2020 (KPMG).</p> <p>La Grèce a un marché très fragmenté en ce qui concerne les épicerie traditionnelles indépendantes et les petites chaînes avec une présence régionale. Venetis, qui a augmenté son nombre de points de vente, a continué de diriger le réseau fragmenté des épicerie traditionnelles en 2019, suivi de Max Perry Chocolate.</p>
Les organismes de la vente au détail	Fédération de l'Industrie alimentaire grecques Association des distributeurs helléniques

E-COMMERCE

Accès à Internet	La Grèce compte environ 11 millions d'habitants dont 64,8% ont accès à internet (55% en 2012).
------------------	--

Le taux de pénétration du smartphone devrait être de 59,5% (InternetLiveStats). Selon les données de Statista, 93% des internautes âgés de 25-34 ans vont sur internet tous les jours. Le pourcentage atteint 89% pour les 16-24 ans et 35-44 ans, 77% pour les 45-54 ans et 68% pour les plus de 55 ans. Les moteurs de recherche les plus populaires en Grèce sont Google (97,5%), Bing (1,5%) et Yahoo (0,9%).

Le marché du e-commerce

Selon une étude de l'Association grecque du e-commerce (GR.EC.A), le chiffre d'affaires de la vente au détail en ligne a atteint 4 milliards d'euros en 2017, soit presque 2% du PIB du pays. Il y a plus de 6 500 magasins en ligne en Grèce. Les magasins en ligne populaires sont Amazon, eBay, les tiers d'Amazon, e-shop, Plaisio, Public et Skroutz. Plus précisément, Amazon et ses marchands tiers ont continué à dominer les ventes sur internet en Grèce, enregistrant une part de valeur cumulée de 12%, suivis de eBay avec 8%. Le commerce transfrontalier en Grèce représente 30% de l'ensemble des achats en ligne. Selon les estimations, 54% des acheteurs préfèrent les magasins en ligne basés au Royaume-Uni, suivis par la Chine (47%), les États-Unis (34%) et l'Allemagne (21%) (US Department of Commerce).

Réseaux sociaux

En 2017, la Grèce comptait 5,4 millions d'utilisateurs actifs sur les médias sociaux (+10% par rapport à l'année précédente), soit un peu moins de la moitié de la population totale. Parmi eux, 4,4 millions utilisent les médias sociaux sur des smartphones (+16% depuis 2016). Selon une enquête de Reuters Institute, les Grecs ont le niveau de confiance en l'actualité le plus bas et expriment leurs préoccupations quant à l'influence des entreprises et des politiciens sur le contenu éditorial, ce qui est la raison principale pour laquelle ils se tournent souvent vers les médias sociaux pour obtenir des informations. Facebook est le principal réseau social avec environ 5 millions d'utilisateurs actifs (dont la majorité, 53%, sont des hommes). Selon une étude annuelle sur les médias sociaux et le marketing réalisée par l'Université de l'Economie d'Athènes (ELTRUN), 19% de la population utilisent les pages des entreprises sur Facebook. YouTube est une autre plateforme de médias sociaux très populaire et la popularité de Twitter augmente également. La plateforme de messagerie la plus utilisée est Messenger suivi de WhatsApp.

LA VENTE À DISTANCE

Les principales formes de vente à distance

Vente par correspondance, e-commerce, par email, téléphone, téléshopping, SMS.

Les types de produits

Tous les types de produits, y compris la nourriture et les voitures.

L'évolution du secteur

Le chiffre d'affaires de la vente directe en Grèce s'est élevé à 164 millions USD en 2013 (-3,8% par rapport à 2012 et -9% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 270.000 personnes.

Depuis la crise économique, les grecs ont diminué leurs dépenses pour des biens qui ne sont pas de première nécessité. Le secteur de la vente directe en est affecté. La vente en porte-à-porte existe à une échelle limitée étant donné que les grecs sont devenus plus prudents avant d'ouvrir leur porte à un étranger.

Le secteur du e-commerce se développe lentement en Grèce. Le coût relativement élevé des services Internet a limité sa pénétration jusqu'à récemment, en dépit du fort taux de pénétration de la téléphonie fixe. Cependant, ce marché a un potentiel de développement prometteur. Le marché du e-commerce a dépassé 1,6 milliards EUR en 2011. Malgré l'abondance de boutiques en ligne, les grecs restreignent toujours leurs achats en ligne.

LES INTERMÉDIAIRES COMMERCIAUX

Les sociétés de commerce

• Type d'organisations

On estime que plus de 80% du commerce d'importation de la Grèce passe par des agents de vente ou des distributeurs. Les accords d'agence ne doivent pas automatiquement être exclusifs et ils sont signés pour n'importe quelle durée. Les accords de distribution, cependant, garantissent en général les droits exclusifs de vente pour certaines régions, voire l'intégralité du pays. Les distributeurs opèrent sur une base de vente en gros et parfois de détail. Les importateurs ont en général un bureau à Athènes, au Pirée ou à Thessalonique et des succursales ou des sous-agents et des équipes de commerciaux mobiles qui couvrent le reste du pays. Les petits importateurs peuvent se grouper pour former des coopératives.

Les ressources utiles

Réseau de grossistes

L'AGENT COMMERCIAL

Les avantages

Une société qui ne souhaite pas se rendre en Grèce pour établir une relation avec un agent, un distributeur ou autre, est en général considérée comme n'étant pas prête pour le marché grec, quelle que soit la réussite de la société sur d'autres marchés étrangers. Actuellement, plus de 100 sociétés étrangères sont présentes en Grèce avec des succursales et des centaines d'autres sociétés vendent en passant par des agents et des distributeurs.

Les points de vigilance

La clé du succès sur le marché grec est de trouver un agent expérimenté ou un partenaire en Grèce, avec une bonne expérience et un réseau de vente étendu. La capacité à offrir une

assistance après vente complète pour l'utilisateur final, ainsi que des pièces de rechange, est aussi cruciale. Pour plus d'informations, consulter le guide des affaires Buyusa sur la Grèce.

Les éléments de motivation	Consulter le guide des affaires Buyusa sur la Grèce.
La commission	Consulter le guide des affaires Buyusa sur la Grèce.
La rupture du contrat	La Directive du conseil 86/653/ EE établit certaines normes minimales de protection pour les agents commerciaux indépendants qui vendent ou achètent des biens au nom de leurs mandants. La directive établit les droits et obligations de l'agent, la rémunération, la conclusion et la résiliation d'un contrat d'agent.
Trouver un agent commercial	Fédération des Association indépendante des agents commerciaux (FICAA), 3, Karitsi Street GR-10561 ATHENS Tel. : +30 13311871 Fax : +30 13230890

CRÉER UNE UNITÉ COMMERCIALE

Les avantages	Les entreprises étrangères pourront établir leurs opérations en Grèce de cette façon. En cas de projets industriels, l'investisseur étranger devra en général mettre en place une entreprise grecque pour pouvoir bénéficier de tous les bénéfices de la loi 2687.
Les points de vigilance	Pour pouvoir établir n'importe quel type de bureau en Grèce, une copie certifiée conforme à l'original des statuts de la société ainsi qu'une copie des accords pertinents devront être remises à la cour des contraventions. Ensuite, l'agent fiscal local devra recevoir des copies de ces documents et enregistrer la nouvelle entité établie auprès du système d'assurance sociale locale pour les marchands. Enfin, la chambre de commerce locale émettra le numéro de licence sous lequel la société fonctionnera en Grèce.

LA FRANCHISE

L'évolution du secteur	<p>Plus de 420 systèmes de franchise fonctionnent actuellement en Grèce, dont environ les trois quarts sont des franchises locales (parmi les franchises étrangères, la majorité vient des États-Unis). La plupart des systèmes de franchise en fonctionnement utilisent la franchise directe. Les franchises multi-unités et les contrats de master franchise sont moins populaires. Il existe plus de 3 500 points de vente franchisés en Grèce. Seuls quelques franchiseurs établis à l'étranger utilisent des accords de coentreprise.</p> <p>Bien que le franchisage soit une forme d'entreprise populaire, il n'y a pas de loi spécifique régissant le franchisage en Grèce car il est régi par le Code de commerce grec. L'Association des Franchises de Grèce a un code d'éthique volontaire, basé sur le code de la Fédération européenne de la franchise, qui est parfois mal interprété comme une loi. La Commission hellénique de la concurrence est l'autorité chargée de la surveillance du franchisage.</p>
Les grandes enseignes franchisées	Costa Coffee Benetton, habillement Zara, habillement
Pour plus d'informations	L'Association des franchises de Grèce

TROUVER DE L'AIDE

Les sociétés de commerce spécialisées en import-export	Export
--	--------

Consultez [French Desk](#) pour trouver les sociétés d'accompagnement en Grèce.