

THAÏLANDE : 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

Des licences d'importation sont requises pour 26 catégories d'articles. Des licences sont requises pour Toutes les marchandises importées en Thaïlande doivent être déclarées au service des douanes. Afin de s'inscrire au système de douane électronique, l'importateur (en tant que personne physique ou morale) doit déjà posséder un "certificat numérique", un fichier de signature électronique utilisé pour confirmer l'identité et l'authenticité de l'expéditeur des documents électroniques.

Avant d'importer les marchandises, il est nécessaire de vérifier si les marchandises nécessitent un permis d'importation, et deuxièmement, de vérifier si les marchandises sont considérées comme "ligne rouge". Une série de marchandises nécessitent des permis d'importation délivrés par différents organismes avant leur arrivée. Par exemple, les véhicules à moteur et les motocyclettes d'occasion nécessitent un permis du ministère du commerce extérieur, tandis que l'importation de médicaments et de compléments alimentaires nécessite une autorisation de l'Administration des aliments et des médicaments du ministère de la santé.

Les procédures générales de dédouanement pour les importations et les exportations en Thaïlande exigent la présentation d'un formulaire d'entrée à l'exportation ou d'un formulaire d'importation. Le formulaire doit être accompagné des documents d'expédition standard, qui comprennent : la facture commerciale, la liste de colisage, le connaissement, la lettre de transport aérien et la lettre de crédit.

Certains produits peuvent nécessiter une licence d'importation / exportation et / ou une autorisation des agences concernées. Ceux-ci comprennent les produits alimentaires (transformés ou non transformés), les produits pharmaceutiques, les dispositifs médicaux, les produits de soins de santé, les cosmétiques, les substances dangereuses, les animaux et certains produits agricoles.

La Thaïlande a déjà supprimé son exigence de certificat d'origine pour les importations de produits de technologies de l'information conformément à l'Accord de l'OMC sur les technologies de l'information. En général, l'utilisation d'un transitaire pour traiter le dédouanement à l'importation et à l'exportation en Thaïlande est fortement recommandée. Pour plus de détails veuillez consulter le site des Douanes thaïlandaises.

Les procédures spécifiques à l'importation

De plus, un certain nombre de produits sont soumis au contrôle des importations en vertu d'autres lois :

- L'importation d'aliments transformés, de dispositifs médicaux, de produits pharmaceutiques, de vitamines et de cosmétiques nécessite une autorisation de la Food and Drug Administration du Ministère de la santé publique.
- L'importation d'oxyde de tungstène, de minerais d'étain et d'étain métallique en quantité supérieure à deux kilogrammes nécessite l'autorisation du Département des ressources minérales du Ministère de l'industrie.
- L'importation d'armes, de munitions ou d'engins explosifs nécessite une autorisation du Ministère de l'intérieur.
- L'importation d'antiquités ou d'objets d'art, qu'ils soient enregistrés ou non, nécessite l'autorisation du Département des beaux-arts du Ministère de l'éducation.

Les marchandises de la "ligne rouge" sont celles considérées comme à haut risque ou nécessitant une certification et une vérification supplémentaires à l'arrivée, y compris les denrées alimentaires, les boissons et les plantes.

Importer des échantillons

Les marchandises exonérées de droits sont des échantillons sans valeur commerciale, qui seront utilisés uniquement pour l'exposition et ne sont pas des marchandises interdites ou soumises à des restrictions. Pour cette catégorie de marchandises, ils seront remis à la société Thailand Co., Ltd. pour être distribués aux destinataires. Pour l'importation, l'exportation et la réexportation d'échantillons commerciaux, le carnet ATA (admission temporaire) peut être utilisé. Il doit être écrit sur le produit qu'il s'agit d'un échantillon gratuit et qu'il ne peut pas être vendu ; toutefois, avant de le réexporter, il faut contacter les agents des douanes de l'aéroport de Bangkok.

LES DROITS DE DOUANE ET LES TAXES À L'IMPORTATION

Le seuil douanier (à partir duquel des droits de douane sont exigés)	Les marchandises exonérées de droits, à savoir les marchandises importées par la poste et dont la valeur en douane, y compris les frais de transport et d'assurance, ne dépasse pas 1 500 bahts.
Le droit de douane moyen (hors produits agricoles)	Le taux moyen est de 7,2%. Veuillez consulter la base de données des tarifs douaniers intégrés. Environ un tiers du régime tarifaire NPF de la Thaïlande implique des droits inférieurs à 5 %, et 30 % des lignes tarifaires sont en franchise de droits NPF, y compris les produits chimiques, l'électronique, les machines industrielles et le papier.
Les produits soumis à des droits de douane plus élevés	La Thaïlande a consolidé ses tarifs agricoles à une moyenne de 39,5% ad valorem. Les droits NPF sur les produits alimentaires transformés importés varient de 30 à 50 %. La Thaïlande prélève des droits de douane élevés sur des marchandises telles que : 80 % sur les véhicules à moteur, 60 % sur les motocyclettes et certains produits vestimentaires, 54 % à 60 % sur les alcools distillés et 30 % sur certains articles en plastique et équipements de restaurant.
Les produits soumis à des droits de douane moins élevés	La Thaïlande accorde un régime commercial préférentiel aux pays les moins avancés. La Thaïlande fait également partie de la zone de libre-échange de l'ASEAN. L'AFTA n'applique pas de tarif extérieur commun sur les marchandises importées. Chaque membre de l'ASEAN peut imposer des droits de douane sur les marchandises entrant en provenance de l'extérieur de l'ASEAN en fonction de ses listes nationales. Toutefois, pour les marchandises originaires de l'ASEAN, les membres de l'ASEAN doivent appliquer un taux de droit de douane de 0 à 5 %. C'est ce que l'on appelle le système de tarif préférentiel effectif commun (CEPT).
La classification douanière	La Thaïlande utilise la Nomenclature du Système Harmonisé de Désignation et Codification des Marchandises.
La méthode de calcul des droits de douane	La plupart des droits sont ad valorem et calculés sur la valeur CIF à la douane ou alors, ils sont spécifiques (calculé par unité, volume ou poids) ou bien encore, se cumulent les droits ad valorem et les droits spécifiques.
La méthode de paiement des droits de douane	Les droits sont payables en espèces (avec Thai Bath, chèque, mandat ou virement bancaire).
Les taxes à l'importation (hors taxes à la consommation)	En plus des droits d'importation gérés par le service des douanes, certains articles importés sont également soumis à des droits d'accise. Il s'agit notamment de l'essence et de ses produits dérivés, des automobiles, des appareils électriques, des boissons, des parfums et des cosmétiques, des yachts et des bateaux de plaisance, du cristal de plomb et d'autres cristaux, des tapis et autres matériaux de revêtement de sol, des motocyclettes, des piles, du marbre et du granit, de l'alcool, du tabac et des cartes à jouer. De plus amples informations sur les droits d'accises peuvent être obtenues sur le site web d'uservice des accises.

LES RÈGLES D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETAGE

La réglementation concernant l'étiquetage	Toutes les étiquettes de produits alimentaires importés doivent être approuvées par l'Administration thaïlandaise des aliments et des médicaments. Ces étiquettes doivent montrer le nom du produit, le poids net ou le volume, les dates de fabrication et de péremption, le numéro d'enregistrement du produit et les nom et adresse du fabricant ou du distributeur. Ces étiquettes doivent être imprimées en thaïlandais, à l'exception des boissons alcoolisées. Pour plus d'informations, consultez le site de l'Administration thaïlandaise des aliments et des médicaments (en anglais).
---	--

Distribuer un produit

LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	La croissance de l'industrie thaïlandaise de la vente au détail a été largement tirée par la croissance économique. La pandémie de Covid-19 a eu un impact négatif sur le secteur du commerce de détail, qui s'est contracté de 6% en 2021, avec des ventes s'élevant à 103 milliards de dollars (USDA). A l'inverse, les ventes au détail en ligne ont atteint 51 milliards USD en 2021, contre 46 milliards USD en 2020 (USDA). Les ventes du commerce électronique d'aliments et de boissons se sont élevées à 498 millions USD en 2021, en hausse de 14% par rapport à 2020 (Euromonitor). Le e-commerce pourrait représenter 11% du total des ventes au détail (USDA).
--------------------------	---

La structure du marché de la distribution alimentaire continue d'évoluer avec les hypermarchés, les supermarchés, les services de livraison et les magasins de proximité approvisionnant différents segments. Les magasins de proximité, traditionnels, perdent petit à petit des parts de marché. La distribution alimentaire dite moderne (grande distribution) représente environ 70% du total des ventes au détail, car le flux des consommateurs locaux a été détourné des marchés extérieurs et des épiceries vers les hypermarchés et les supermarchés. Bien que les supermarchés disposent de moins de points de vente que les grands hypermarchés, leur influence sur les modes de vie des Thaïlandais habitant en ville, des expatriés et des classes de population à revenu élevé a été significative.

La majorité des investissements proviennent des principales chaînes de distribution internationales, parmi lesquelles Tesco Lotus, basée au Royaume-Uni, et Siam Makro, basée aux Pays-Bas. Les supermarchés locaux et les magasins de proximité se sont également développés et comprennent des magasins tels que Villa Market, Tops Marketplace, Foodland Supermarket et 7-Eleven.

La plupart des distributeurs alimentaires ont récemment modifié leurs stratégies de marketing en élargissant leurs offres de produits à marque propre, en augmentant l'intensité proportionnelle, en offrant des remises et en lançant des programmes de fidélisation afin d'attirer des clients et de maintenir leurs parts de marché.

Part de marché

La distribution alimentaire moderne domine le marché avec environ 70 % du total des ventes au détail. Selon les dernières données de l'USDA, le marché de la vente au détail de produits alimentaires se répartit comme suit :

- Les magasins de proximité ont connu une croissance continue par rapport aux détaillants traditionnels. La concurrence dans ce secteur est forte car la Thaïlande compte un total de 20.323 magasins à l'échelle nationale, avec 970 magasins ouverts rien qu'en 2021. Les magasins de proximité servent des repas et des fruits prêts à consommer, des produits de boulangerie, des en-cas sains et des fruits et légumes frais prêts à consommer. Les principaux magasins de proximité sont 7-eleven, Tesco Lotus Express, Mini Big C.
- Les supermarchés sont très compétitifs et sont concentrés à Bangkok et dans d'autres grandes provinces. Le segment des supermarchés en Thaïlande compte de nombreux acteurs, dont Central Food Retail (Central Food Hall et Tops Supermarket), MaxValu, The Mall Group (Gourmet Market), Villa Market, UFM Fuji et Foodland. Les consommateurs à revenus moyens et élevés restent le principal segment cible des supermarchés, animés par un désir de produits et de services haut de gamme.
- Hyper Market/ Cash & Carry. Les principaux sont : Hypermarché Tesco Lotus, Hypermarché Big C, Siam Makro.
- Vente au détail en ligne : les ventes au détail en ligne ont atteint 51 milliards de dollars américains en 2021, contre 46 milliards en 2020, selon l'Agence pour le développement des transactions électroniques (USDA). La croissance rapide de la pénétration des smartphones et l'augmentation de la pénétration de l'internet ont permis aux Thaïlandais d'accéder à l'internet à leur convenance et à des vitesses rapides. COVID-19 a accéléré la croissance des achats d'épicerie en ligne.

E-COMMERCE

Accès à Internet

Selon l'Agence de développement des transactions électroniques, la Thaïlande compte aujourd'hui environ 41 millions d'internautes. Le taux de pénétration d'internet est actuellement de 43% et devrait atteindre 50% d'ici 2021. Le taux de pénétration des smartphones est de 32% et devrait atteindre 40% d'ici 2021. La Thaïlande fait partie des pays de la région d'Asie-Pacifique qui accordent de l'importance au mobile. 66% de tout le trafic en ligne se fait sur mobile, et les 44% restants du trafic se partagent les autres appareils. Les moteurs de recherche les plus populaires, en termes de part de marché, sont Google (98.58%), Yahoo! (1.14%), Bing (0.2%), Baidu (0.02%), DuckDuckGo (0.01%) et Yandex Ru (0.01%).

Le marché du e-commerce

Le marché du e-commerce en Asie du Sud-Est est l'un des plus dynamiques et des plus prometteurs, il devrait atteindre 11 milliards de dollars en 2025. Le marché thaïlandais est actuellement le second plus important de la région et devrait croître de 22% par an jusqu'à 2020. Les facteurs déterminants sont liés à l'accroissement de l'utilisation d'internet et des téléphones mobiles ainsi qu'à l'amélioration de la logistique et des systèmes de paiement en ligne. Cela crée une facilité accrue et un environnement de confiance pour effectuer des achats en ligne. De plus, la qualité et la fiabilité des services d'achat en ligne ont été considérablement améliorées, et la reconnaissance du e-commerce a augmenté dans le pays. En 2017, on estimait que le total du marché du e-commerce en Thaïlande était de 2 milliards de dollars, et le total des recettes devaient atteindre 3,5 milliards de dollars en 2018. Le e-commerce B2B en Thaïlande se développe également rapidement grâce au développement d'internet et de la transformation mobile. Le B2C transfrontalier est particulièrement important et devrait atteindre 1 billion de dollars d'ici 2020. Selon l'Agence de développement des transactions électroniques, le secteur de l'alimentaire et des services (31%), suivis du secteur de fabrication (16%) et du commerce de gros et de détail (15%) font partie des secteurs qui utilisent les plateformes de e-commerce afin d'accroître leur productivité.

Réseaux sociaux

La pénétration des médias sociaux en Thaïlande ne représente que 32% de la population totale. Toutefois, il est important de prendre en compte que 51% des acheteurs en ligne déclarent acheter des biens directement via les médias sociaux. La Thaïlande compte actuellement 41 millions d'utilisateurs de Facebook, 33 millions d'utilisateurs de LINE, 7,8 millions d'utilisateurs d'Instagram et 5,3 millions d'utilisateurs de Twitter. Les réseaux sociaux les plus utilisés sont, par

part de marché, Facebook (87,14%), Google+ (4,3%), VKontakte (2,87%), YouTube (2,43%), Twitter (2,41%) et Pinterest (0,57%).

LA VENTE À DISTANCE

L'évolution du secteur	Le chiffre d'affaires de la vente directe en Thaïlande s'est élevé à 3.039 millions USD en 2013 (+1,9% par rapport à 2012 et +5,3% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 11 millions de personnes. La vente directe est un bon moyen de promouvoir et de vendre des biens en Thaïlande. Le marketing direct est utilisé dans les produits de nettoyage et de ménage, les cosmétiques, les assurances, les appareils électriques et les produits de soins personnel. La vente directe bénéficie de l'utilisation étendue de cartes de crédit et du développement de l'Internet.
------------------------	--

L'AGENT COMMERCIAL

Les avantages	Obtenir un partenaire local, comme un agent ou un distributeur, reste le moyen préféré d'entrée sur le marché thaïlandais pour la première fois, dans la mesure où c'est l'un des moyens les plus efficaces pour atteindre les acheteurs thaïlandais. L'agent ou le distributeur peut faciliter et expédier l'entrée sur le marché, grâce aux connaissances qu'il a du marché et à ses réseaux bien établis. Dans la culture thaïlandaise des affaires, les relations interpersonnelles sont un facteur vital pour des transactions commerciales réussies. Les agents locaux et les distributeurs ont l'habitude des pratiques et des exigences pour les affaires locales. Ils sont sur place et peuvent offrir tout ce qui est requis pour un arrangement réussi, ce que les sociétés ne peuvent pas faire facilement de loin. De plus, les agents locaux et les distributeurs s'occuperont des affaires réglementaires et d'obtenir les permis d'importation pour les étrangers.
Les points de vigilance	Les exportateurs doivent investir assez de temps et d'attention lorsqu'ils sélectionnent un agent qualifié et fournir la formation pour les équipes de marketing et d'assistance à la clientèle. Des contacts fréquents avec les représentants locaux sont essentiels, pour construire une bonne relation. D'une certaine façon, le fait de choisir un agent vous fait perdre le contact avec les clients /utilisateurs finaux : votre agent est le propriétaire des contacts et vous ne pouvez pas vraiment gérer votre pool de clients et clients éventuels.
La commission	Une commission d'entre 10 et 25% s'applique généralement, selon le secteur.

CRÉER UNE UNITÉ COMMERCIALE

Les différentes formes d'implantation possibles	
▪ La succursale	Pour faire des affaires en Thaïlande, toute entreprise doit s'enregistrer auprès du Ministère du commerce. La plupart des entreprises étrangères opèrent en tant que sociétés à responsabilité limitée. Les entreprises dont les activités ne génèrent pas de revenus sont également autorisées à créer un bureau de représentation locale. Pendant le processus d'établissement d'une succursale, il est conseillé de contacter un conseiller juridique ou tout autre professionnel local.

LA FRANCHISE

L'évolution du secteur	L'industrie de la franchise est toujours très populaire parmi les investisseurs thaïlandais et a connu un succès sur le marché thaïlandais. Les experts thaïlandais ont identifié 576 concepts de franchise en 2018 (dernières données disponibles), ce qui représente une croissance de 5 % par rapport à l'année précédente au cours des derniers mois, selon le rapport de la Thai Franchise Association. Le nombre de marchés de franchise devrait générer un total de 7 milliards de dollars de revenus en 2018 (dernières données disponibles). 95% de ce montant provenait des entreprises locales de franchise et les 5% restants des entreprises internationales de franchise. Les restaurants, les services rapides et les restaurants décontractés détiennent la plus grande part de marché, soit environ 23 %, tandis que les aliments et les boissons (y compris les cafés) viennent en deuxième position avec environ 22 % du total. Les franchises de services éducatifs arrivent en troisième position avec environ 18 % de part de marché. Bien que les systèmes de franchise internationaux soient peu nombreux, ils contrôlent 60 % de la valeur totale du marché. En Thaïlande, il n'existe aucune loi spécifique régissant le commerce de la franchise. Néanmoins, les droits et obligations des parties sont bien protégés par les lois existantes suivantes dans le pays: ▪ Le Code civil et commercial thaïlandais qui régit principalement les obligations des parties et définit ce qui est valable dans le contrat. ▪ La loi sur les marques qui garantit que le franchiseur est protégé contre l'utilisation abusive de sa marque. ▪ La Loi sur le droit d'auteur qui protège le franchiseur de la violation de ses droits d'auteur. Il faut se rappeler que la plupart des contrats de franchise sont en faveur des franchiseurs.
------------------------	--

- La loi sur les secrets commerciaux, destinée à protéger la formule et d'autres secrets commerciaux essentiels d'une société connue.
- La loi sur les clauses contractuelles abusives qui interdit certaines conditions dans les contrats de franchise.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site [Thailand Franchising](#).

Pour plus d'informations Franchise en Thaïlande
Ministère du commerce

Contactez l'équipe [BNPP Trade Development](#) pour vous accompagner en Thaïlande.

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