

## **VIETNAM : ACHETER ET VENDRE**

Dans cette page : [Les procédures d'accès au marché](#) | [Approcher le consommateur](#) | [Distribuer un produit](#) | [E-commerce](#) | [Organiser son transport de marchandises](#) | [Identifier un fournisseur](#)

### Les procédures d'accès au marché

---

Les conventions internationales	<p>Membre de l'Organisation Mondiale du Commerce Membre de l'OCDE Signataire du Protocole de Kyoto Signataire de la Convention de Washington sur le commerce international des espèces de faune et de flore menacées d'extinction Signataire de la Convention de Bâle sur le contrôle des mouvements transfrontières des déchets dangereux et de leur élimination Signataire du Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone Signataire de l'Accord de Wassenaar sur le contrôle à l'exportation des armes conventionnelles et des biens et technologies à double usage Signataire de l'Accord international sur le café</p>
La coopération économique internationale	<p>Coopération économique Asie-Pacifique - APEC Association des nations de l'Asie du Sud-Est - ASEAN, AFTA et ASEAN - China Free Trade Area.</p>
Les barrières non-tarifaires	<p><a href="#">Cliquez ici pour plus de détails.</a></p>
Les droits de douane et les taxes à l'importation	<p><a href="#">Cliquez ici pour plus d'informations.</a></p>
La classification douanière	<p>La classification des marchandises importées et exportées doit être basée sur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La liste de classification vietnamienne des marchandises importées et exportées ; la nomenclature des tarifs douaniers préférentiels à l'importation ; la nomenclature des tarifs douanier à l'exportation;</li><li>- Six (6) règles générales de Convention HS;</li><li>- Les notes explicatives obligatoires de la Convention HS;</li><li>- Faire des références aux notes explicatives supplémentaires de la nomenclature tarifaire harmonisée et des notes explicatives détaillées du système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (HS).</li></ul>
Les procédures d'importation	<p>Les entités commerciales, y compris les entreprises à capitaux étrangers titulaires d'une licence d'exploitation enregistrée légalement, peuvent être engagées dans des activités d'importation et d'exportation directes.</p> <p>Cependant, les entreprises à capitaux étrangers peuvent importer des matériaux, de l'équipement et des machines uniquement pour établir des chaînes de production et produire des biens conformément à leurs licences d'investissement. En vertu des engagements pris par le Vietnam dans le cadre de l'OMC, les droits de commercialisation sont désormais ouverts à toutes les entreprises à capitaux étrangers. Le Vietnam facilite un système de licences d'importation automatiques qui oblige les importateurs d'une grande catégorie de marchandises à obtenir une licence auprès du Ministère de l'Industrie et du Travail pour faire passer leurs marchandises à la douane. Les droits de distribution de ces entités sont ouverts aux co-entreprises sans limite de capital et, depuis 2009, aux entreprises à capital entièrement étranger.</p> <p>Sept ministères et organismes sont chargés de superviser un système de normes minimales de qualité/performance pour la protection des animaux et des plantes, la sécurité sanitaire, la compatibilité des réseaux locaux (dans le cas des télécommunications) et la sécurité monétaire. Les marchandises qui répondent aux normes minimales peuvent être importées sur demande et en quantité et valeur illimitées.</p> <p>Lorsqu'ils mènent des procédures douanières pour les marchandises importées, les déclarants en douane doivent soumettre et présenter un dossier douanier au quartier général de la sous-section des douanes et être garants de la légalité et de la légitimité des dossiers douaniers et de l'exactitude des contenus déclarés sur le formulaire de déclaration douanière.</p> <p>Pour plus d'informations, rendez vous sur le portail internet des douanes vietnamiennes.</p>
Importer des échantillons	<p><a href="#">Consulter la procédure.</a></p>

Pour plus d'informations	Département général des douanes vietnamiennes ITPC Portail commercial du Vietnam Portail commercial de l'Asie Vasep Vietfood
--------------------------	---

## Approcher le consommateur

---

### OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur	<p>Le Vietnam est l'une des économies émergentes les plus dynamiques d'Asie du Sud-est. Il a une population jeune et nombreuse. Les moins de 35 ans représentent 55,5% de la population (Rapport sur le recensement de la population, 2019).</p> <p>Les dépenses des consommateurs ont augmenté de façon continue au Vietnam, grâce à des revenus croissants qui ont renforcé l'activité économique. La croissance des dépenses des consommateurs est plus rapide que celle des revenus, principalement à cause du renforcement de la confiance des consommateurs dû aux belles perspectives économiques du pays et à un faible taux de chômage, qui renforcent leur confiance quant à leurs revenus futurs.</p> <p>63,3% de la population du pays vit dans des zones rurales (Banque mondiale - 2019, dernières données disponibles) qui représentent environ 58% du total des dépenses de consommation du pays (Conseil du développement du commerce de Hong Kong, dernières données disponibles). Mais les dépenses moyennes des habitants des zones urbaines sont toujours plus élevées que celles des ruraux. Ainsi, les citadins représentent 36,6% de la population (Banque mondiale - 2019, dernières données disponibles), mais 42% des dépenses des consommateurs du pays (Conseil du développement du commerce de Hong Kong, dernières données disponibles).</p> <p>Dernièrement, la consommation a été influencée par des coûts de vie augmentant rapidement, particulièrement dans les zones urbaines.</p> <p>Hô Chi Minh-Ville voit les centres commerciaux et les supermarchés se multiplier, bien que les Vietnamiens préfèrent toujours les commerces traditionnels comme les marchés flottants ou les petites entreprises familiales appelées des « tap hoa ». En fait, ces types de commerce proposent une expérience de consommation hautement personnelle qui permet aux résidents des alentours de créer des liens avec les gérants de ces magasins.</p> <p>Les nouvelles générations font de plus en plus leurs achats dans des supérettes et sont plus susceptibles de faire leurs achats en ligne, particulièrement pour les vêtements et les appareils électro-ménagers. Le commerce en ligne en est encore à ses débuts, des géants, comme Amazon, n'étant pas encore présents sur le marché, à l'inverse de sites très sophistiqués et pratiques comme Lazada et Tiki.</p>
Le comportement de consommation	<p>Les transformations qu'a connues le Vietnam ces 10 dernières années ont entraîné un rapide changement du marketing destiné aux consommateurs.</p> <p>Les Vietnamiens sont désormais plus confiants dans leurs revenus futurs, s'appuyant sur le développement économique du pays, qui pousse les revenus et les dépenses des ménages. En conséquence, les Vietnamiens ont plus tendance à acheter des biens à la mode et des produits de qualité pour élever leur niveau de vie, bien que la plupart du temps, leur niveau de revenu ne soit pas comparable à ceux des pays occidentaux. Les marques et fournisseurs étrangers distribuent de plus en plus de produits de prix moyen ou avec un bon rapport qualité-prix, pour satisfaire cette nouvelle demande.</p> <p>Les marques connues ne plaisent pas seulement aux consommateurs grâce à leur design ou à leur fonctionnalité, mais aussi parce qu'elles sont vendues comme étant d'une qualité de standard international. Les cols blancs et les jeunes professionnels avec des hauts salaires recherchent souvent les produits de marque et ont l'habitude de comparer les produits locaux et importés.</p> <p>Les dépenses pour le loyer, la nourriture et les transports représentent environ 60% des dépenses des consommateurs (Conseil du développement du commerce de Hong Kong, dernières données disponibles). Les consommateurs sont donc prudents lorsqu'il s'agit d'acheter d'autres biens et ont tendance à rechercher les produits bon marché et de qualité raisonnable, pour pouvoir s'offrir des produits à la mode par ailleurs.</p> <p>Le commerce en ligne et la recherche des produits ne sont pas encore répandus au Vietnam, mais il y a un fort potentiel de croissance étant donné la hausse de la pénétration d'Internet.</p>
Les associations de consommateurs	VINASTAS (Association vietnamienne de normalisation et de consommateurs)
Principales agences de publicité	Cat Tien Sa Company

## Distribuer un produit

---

L'évolution du secteur	<p>Avant la "Rénovation Doi moi", le réseau de distribution était sous l'autorité de l'Etat qui détenait le monopole dans ce domaine. Aujourd'hui, les marchandises sont distribuées sur les marchés, dans des boutiques, des supermarchés, par des détaillants et des grossistes, etc. Depuis 2011, la loi vietnamienne garantit le droit à l'importation, l'exportation et à la distribution. La circulation des marchandises suit ainsi les lois de l'offre et de la demande.</p> <p>La distribution moderne, telle que les supérettes climatisées, les supermarchés et les petits centres commerciaux, est de plus en plus répandue, détournant des consommateurs loin des marchés extérieurs traditionnels. Alors que la génération plus âgée a encore tendance à préférer les marchés traditionnels, des points de vente modernes sont de plus en plus appréciés pour leurs environnements commerciaux propres, pratiques et conviviaux. De plus, ces points de vente modernes ont attiré des clients avec des promotions et des programmes de fidélisation.</p> <p>Les supermarchés sont donc de plus en plus le distributeur préféré au Vietnam. En dehors des supermarchés appartenant aux Vietnamiens, un nombre croissant de détaillants et des grossistes étrangers arrivent sur le marché vietnamien. En Janvier 2015 les réformes ont ouvert le secteur de la distribution aux entreprises à capital entièrement étranger. Cette année, le nombre de supermarchés et de magasins de proximité a augmenté, améliorant la concurrence entre les fournisseurs.</p>
Part de marché	<p>Selon les dernières données disponibles du ministère de l'Industrie et du Commerce, il y a plus de 800 supermarchés, 150 centres commerciaux et 9 000 marchés traditionnels dans le pays. 4% des supermarchés et 25% des centres commerciaux étaient issus d'investissements étrangers.</p> <p>Les principaux distributeurs du Vietnam sont DKSH, Phu Thai et Thuan Hung Co. Les supermarchés les plus connus sont Intimex, Co.opmart, Fivimart et Citimart. Fivimart et Intimidex sont populaires à Hanoï, tandis que Saigon Co-op est plus populaire à Hô Chi Minh-Ville. Les principaux supermarchés modernes étrangers sont Family Mart, Shop &amp; Go, basés en Malaisie, Metro, basé en Allemagne, et le groupe indonésien Big C . L'hypermarché Metro, qui se spécialise dans la vente en vrac à prix réduits, est populaire à Hanoi.</p> <p>Les grands magasins vietnamiens comprennent Parkson et Diamond Plaza à Hô Chi Minh-Ville, ainsi que Vincom, Trang Tien Plaza, Grand Plaza, le Manoir et Parkson à Hanoi. Lotte Mart est un centre commercial, avec des points de ventes dans ces deux villes. Les dépanneurs sous bannière, qui sont en concurrence avec la majorité des marchés traditionnels, sont notamment les magasins Co.opFood, dans le cadre du système de stockage Saigon Co.op, G7 Mart et Shop &amp; Go.</p> <p>Dans le marché de l'épicerie, l'Union des coopératives Saigon Trading est le leader, tandis que VinPro a pénétré avec succès le marché en 2015. Parmi les autres grands noms dans ce segment, on compte Phu Thai Group et la famille Co Ltd.</p> <p>Les marchés humides traditionnels et les petits magasins indépendants dominent toujours le marché de détail du Vietnam. Le chiffre d'affaires généré par les détaillants traditionnels en 2019 représentaient 86 % du total des ventes au détail de produits d'épicerie selon GSO.</p>
Les organismes de la vente au détail	Association de distribution du Vietnam (en anglais)

## E-commerce

---

Accès à Internet	<p>La pénétration de l'Internet n'a cessé de croître au Vietnam. En décembre 2017, le Vietnam comptait 96,49 millions d'habitants, dont 64 millions d'internautes, soit un taux de pénétration de 66,3%. Selon Vietnam Net, en janvier 2018, 67% de la population avait accès à Internet via son smartphone, et 52% de la population avait également accès aux médias sociaux via son smartphone. Le haut débit mobile a largement contribué à accroître l'accès à un service Internet plus rapide et le haut débit fixe reste un segment relativement petit. Le téléphone mobile est l'appareil le plus utilisé pour accéder à Internet : 85% des utilisateurs âgés de 15 à 49 ans se connectent en ligne via un smartphone. En janvier 2018, 72% de la population adulte vietnamienne possédait un smartphone, 43%, un ordinateur et 13%, une tablette. Selon FreedomHouse, l'Internet vietnamien est considéré comme "non libre", étant donné que le gouvernement peut parfois restreindre l'accès à Internet pour des raisons politiques ou de sécurité, et les médias sociaux et les applications de communication sont périodiquement bloqués. En juillet 2018, le navigateur le plus populaire du pays en termes de part de marché était Chrome (78,3%), suivi de Firefox (8,33%), Opera (3,6%), Safari (3,24%), Android (2,82%) et Microsoft Edge (1,15%). En ce qui concerne les moteurs de recherche, Google (92,58%) a dominé le marché, suivi de CocCoc (4,73%), Bing (1,1%) et Yahoo (1,02%).</p>
Le marché du e-commerce	<p>Les recettes du commerce électronique au Vietnam ont atteint 2,73 milliards USD en 2018 et devraient atteindre 4,54 milliards USD en 2022, avec un taux de croissance annuel estimé à 13,5% (Statista). Il y a actuellement 35,4 millions d'utilisateurs du commerce électronique au Vietnam, un nombre qui devrait atteindre 42 millions d'ici 2021, ce qui représentera 58% de la population totale. Le commerce électronique devrait continuer à se développer principalement grâce à la croissance de l'utilisation des smartphones. En janvier 2018, les catégories de biens les plus populaires étaient les suivantes : technologie et équipements électroniques (840,7 millions de USD), suivis des voyages (541,1 millions de USD), du mobilier et des appareils ménagers (367,9 millions de USD), des jouets et des loisirs (86,3 millions de USD), et mode et</p>

beauté (358,3 millions de USD). Le commerce électronique au Vietnam a beaucoup progressé ces dernières années. Les détaillants en ligne sont entrés sur le marché vietnamien au cours des cinq dernières années, et les acteurs mondiaux ne l'ont fait que récemment (entre 2016 et 2017), ce qui offre aux magasins une opportunité de diversifier leurs canaux de vente. Même si le marché est en croissance, il doit encore relever certains défis. Parmi les problèmes rencontrés, citons le manque de confiance des clients dans les achats en ligne, la rareté des plates-formes de paiement en ligne, la qualité des services et des services livrés, ainsi que les mécanismes et politiques douanières peu clairs. La logistique reste également un obstacle pour le secteur, en particulier pour les clients des zones rurales. Le mode de paiement le plus populaire au Vietnam est le paiement à la livraison, qui représente 91% des achats en ligne. Les méthodes de paiement alternatives incluent les virements bancaires, les cartes de paiement, les portefeuilles électroniques ou les cartes à gratter. Mobile World était le premier détaillant Internet en 2017 en raison de sa spécialisation dans la distribution d'appareils électroniques et ménagers. Le marketing de détail au Vietnam est fragmenté, ce qui amène les marchés comme Lazada et Robins à devenir populaires parmi les petites entreprises qui souhaitent vendre en ligne. Parmi les sites de commerce électronique les plus populaires au Vietnam, on compte shopee.vn, sendo.vn, chotot.com, lazada.vn et dienmay.com.

## Organiser son transport de marchandises

---

Les principaux moyens de transport	Les principaux moyens de transport des marchandises sont les camions, puis le train, le bateau et l'avion.
Les ports	Port de Ben Nghe Port de Cam Ranh Hai Phong
Les aéroports	Aéroport international de Noi Bai
L'administration des transports maritimes	Association des ports maritimes du Vietnam
L'administration des transports aériens	Corporation de l'aéroport du sud
L'administration des transports routiers	Administration des routes vietnamiennes
L'administration des transports ferroviaires	Chemins de fer du Vietnam

## Identifier un fournisseur

---

Le type de production	L'industrie contribue pour à peu près 40% du PIB Vietnamien. Le Vietnam a un avantage de compétitivité au niveau des coûts de la main-d'oeuvre et des ressources naturelles. Les principaux secteurs de production sont : le riz, l'agro-alimentaire, le textile et l'habillement, le pétrole brut, les cigarettes et le tabac, les produits chimiques et les marchandises électriques. A la suite de plusieurs mesures de réforme agraire, le Vietnam est maintenant le plus grand producteur de noix de cajou, avec un tiers des parts de marché et le second plus grand exportateur de riz du monde après la Thaïlande. Le Vietnam a le pourcentage le plus élevé d'utilisation des terres pour les récoltes permanentes, 6,93% de toutes les nations de la sous-région du grand Mékong. Mis à part le riz, les principales exportations sont le café, le thé, le caoutchouc et les produits issus de la pêche.
-----------------------	--

## LES ANNUAIRES D'ENTREPRISES

Annuaire multisectoriels	<a href="#">ASEM Connect</a>  <a href="#">Company List</a> <a href="#">Expat.com</a> <a href="#">Vietnam Yello</a> <a href="#">Vietnam Yello</a> <a href="#">Yellow Pages</a> <a href="#">Zipleaf</a>
--------------------------	--



Trouvez des annuaires sectoriels au Vietnam grâce à notre service [Annuaire professionnels](#).

Associations

25 fédérations professionnelles répertoriées pour le Vietnam.

professionnelles par  
secteur

Choisissez votre secteur 

Les chambres de  
commerce et leur  
représentation à  
l'étranger

Chambre vietnamienne du Commerce et de l'Industrie

Contactez vos  
représentations  
commerciales au Vietnam

 Contactez la mission économique.  
 Ambassade de France au Vietnam

Associations  
professionnelles  
générales

L'Association vietnamienne des petites et moyennes entreprises

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

*© eexpand, Tous droits de reproduction réservés.  
Dernières mises à jour en Novembre 2023*