TRADE Solutions BNP PARIBAS

AFRIQUE DU SUD : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Dans cette page : Distribution | Vente à distance

Distribution

Les types de magasins

Magasins spécialisés	Ne s'occupent que d'une ligne de produits comme les vêtements, l'électronique ou l'ameublement. Digitalplanet JD Group

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	L'Afrique du Sud représente aujourd'hui l'un des plus gros marchés de la distribution en Afrique, avec un secteur assez développé regroupant les plus grands acteurs locaux. L'émergence de supermarchés et hypermarchés, qui proposent la vente en plus grande quantité des produits de grande consommation libre-service, a contribué en grande partie au développement du secteur; cependant, les épiceries traditionnelles sont encore très répandues. Selon Stats SA, les ventes au détail ont atteint 1,166 trillion rands en 2021. Le secteur a enregistré une performance de croissance positive - les dépenses de détail ont augmenté de 6,4% en 2021 par rapport à l'année précédente en valeur, dans un contexte de reprise économique. Les détaillants non spécialisés sont responsables de 42,7% des ventes, le deuxième contributeur étant les magasins spécialisés dans l'habillement et le textile (18,2%) et enfin les magasins spécialisés dans la quincaillerie, la peinture et le verre (8,3%) (Stats SA, février 2022). Plus d'un tiers (38,7%) des 1 million de personnes travaillant dans le commerce de détail étaient employées dans des magasins non spécialisés, bien qu'ils enregistrent les salaires les plus bas du secteur. Selon les dernières données disponibles de l'USDA, la croissance du marché de la distribution au détail est tirée par les enseignes de discount (7% de croissance en 2020) et les hypermarchés (7%). Les autres formats continuent de croître, mais plus lentement : les supermarchés (5%), et les échoppes (3%). Les ventes des magasins détaillants traditionnels ont chuté de 15%.
Part de marché	Bien que la classe moyenne noire disposant d'un revenu disponible considérable ait augmenté ces dernières années en Afrique du Sud, de grandes disparités de revenus persistent. Le grand marché de la consommation sud-africain se sépare en deux parties : un marché pour les blancs et la nouvelle classe noire affluente, qui ont un pouvoir d'achat élevé, et un marché pour la grande majorité des noirs, qui vivent encore avec un pouvoir d'achat très limité. La majorité de la vente de détail se fait dans les centres commerciaux, groupements de petites boutiques, grands magasins (Stuttafords, Edgars, Woolworths), supermarchés (Checkers, Pick' n Pay) et hypermarchés (Makro). Les entreprises traditionnelles restent développées, en particulier en dehors des grandes agglomérations, mais elles ne représentent pas une grosse part de marché dans la mesure où elles sont pratiquement exclusivement destinées à la population pauvre. Les principaux distributeurs en Afrique du Sud sont Shoprite Holdings, Pick' n Pay Retailers, Spar Group, Massmart (du groupe Walmart), et Woolworths Holdings, représentant ensemble environ 80% du total des ventes de détail (USDA).
Les organismes de la vente au détail	Association des détaillants de combustibles Conseil sud-africain des centres commerciaux Conseil sud-africain des produits de grande consommation

E-commerce

Accès à Internet	Avec une population de 55,9 millions de personnes, l'Afrique du Sud connaît un développement considérable de l'accès à internet totalisant environ 28,5 millions d'internautes en 2017. Toutefois, le taux de pénétration de 50% reste faible par rapport aux autres pays développés. Bien qu'environ 29 millions de smartphones sont utilisés en Afrique du Sud, seulement 21 millions

	d’appareils offrent un accès à internet. Le nombre d’utilisateurs qui se connectent uniquement grâce à leur téléphone est de 7 millions. Près de deux tiers des internautes sud-africains accèdent à internet quotidiennement, alors que seulement 4% le font moins d’une fois par mois. Google est le moteur de recherche le plus populaire du pays avec une part de marché de 93,6%, suivi de Bing et Yahoo avec respectivement 4,7% et 1,4%.
Le marché du e-commerce	En Afrique du Sud, le marché du e-commerce est en croissance constante : les recettes du e-commerce dans toutes les catégories de produits confondues étaient estimées à 2,69 milliards de dollars en 2017, soit environ 1% de l’ensemble du commerce de détail. Les majeurs acteurs du marché national sont : Zando, le plus grand magasin de mode en ligne d’Afrique du Sud ; Takealot (une plateforme qui propose un large choix de produits, notamment dans le divertissement à domicile, les appareils de cuisine, les jouets, les livres, les produits de soin personnel, etc) ; Bid or Buy, le marché internet des ventes aux enchères ; Next and Spree pour l’industrie de la mode ; Loot pour l’électronique. Les acheteurs en ligne choisissent de plus en plus d’effectuer leurs achats sur leur appareil mobile et préfèrent l’utilisation d’application à celle des sites internet. Les dépenses en ligne transfrontalières sont répandues : selon une étude réalisée par Ipsos, environ 1,4 millions d’acheteurs en ligne sud-africains utilisent des sites étrangers ; les principaux facteurs qui les encouragent à acheter à l’étranger étant la livraison gratuite, la disponibilité de la devise locale et la sécurité des moyens de paiement, ainsi que la possibilité d’acheter des produits indisponibles en Afrique du Sud. Les principaux pays d’origine des produits achetés en ligne sont les États-Unis, la Chine et le Royaume-Uni.
Réseaux sociaux	En Afrique du Sud, environ 32% de la population utilise les plateformes de médias sociaux. Sur ce chiffre, 13 millions d’utilisateurs le font exclusivement à partir de leur téléphone mobile, ce qui représente un taux de pénétration de 24%. L’accroissement entre 2016 et 2017 a été remarquable avec 2 millions de nouveaux utilisateurs actifs sur les médias sociaux et 3 millions (30%) de nouveaux utilisateurs sur mobile. Avec près de 16 millions d’utilisateurs, Facebook est la plateforme de médias sociaux la plus utilisée, suivi de Youtube (8,7 millions) et de Twitter (8 millions). Un peu plus de 3,8 millions d’utilisateurs se mettent à Instagram, tandis que la plateforme de réseau professionnel Linkedin compte 6,1 millions d’utilisateurs. Concernant Facebook, les 18-24 ans et 25-34 ans sont de loin les utilisateurs les plus nombreux et la tendance est similaire pour les autres réseaux sociaux.

Vente à distance

Les principales formes de vente à distance	Vente directe par email, chaînes de vente directe, marketing sur Internet.
Les types de produits	Bijoux, vêtements, containers en plastique, lingerie et produits d'hygiène personnelle ou de santé, produits à base de plantes.
L'évolution du secteur	En Afrique du Sud, la vente directe de produits aux individus par des agents freelances, sur une base personnelle, est rapidement en train de devenir une industrie de plusieurs millions de dollars dans le pays. Près de 1.064.800 vendeurs directs dans le pays ont réalisé ainsi plus de 720 millions USD de chiffres d'affaire en 2013 (+6,7% par rapport à 2012 et + 6,8% sur les 3 dernières années). Les achats en ligne connaissent aussi une pleine croissance. Toutefois, la majorité des gens continue à utiliser Internet davantage pour obtenir des informations que pour y faire des achats. Au même moment, le M-commerce (sur les téléphones portables) est en train de connaître une révolution importante.

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