

ARABIE SAOUDITE : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Dans cette page : [Distribution](#) | [Vente à distance](#)

Distribution

Les types de magasins

Hypermarchés	<p>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.</p> <p>Hyper Panda , Othaim Supermarket Danube Supermarket Bin Dawood Supermarket Carrefour Saudi Arabia Al Sadhan Supermarket Nesto Hypermarket Lulu Manual Hypermarkets</p>
Supermarchés	<p>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.</p> <p>Panda Othaim Supermarket Farm Supermarket Al Raya Supermarket Tamimi Supermarket Danube Supermarket Bin Dawood Supermarket Balsharaf Supermarket Al Sadhan Supermarket</p>
Grands magasins	<p>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.</p> <p>Pandati Convenience</p>
Centres commerciaux	<p>Khurais Plaza, Riyadh Sahara Mall, Al-Rashid mall</p>
Boutiques spécialisées	<p>Paris Gallery</p>
Epicerie du coin (appelées "Bakalabs")	<p>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.</p>

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 épicerie 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).

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.