

AUSTRALIE : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

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

Distribution

Les types de magasins

supermarchés et supérettes	Situés en périphérie des villes mais aussi parfois en centre ville. On y trouve des produits alimentaires et non alimentaires. Les supérettes, de plus petites surfaces, sont situées en ville. Woolworths Coles IGA
Grandes surfaces spécialisées	Hypermarché spécialisé dans une famille de produit. Rebel Sport
Grands magasins	Situé en centre ville sur plusieurs étages. Il y existe différents rayons spécialisés. David Jones Myer
Hard discount	Principalement pour l'alimentation. Ils proposent des produits de marques de distributeurs ou de produits sans marque. Ils sont préférés pour leur prix discount. ALDI
Petits commerces	Boutiques de proximité spécialisées : épicerie, boucherie, poissonnerie, fruits et légumes, fromagerie, charcuterie, boulangerie, pâtisserie, fleuristes. Elles sont préférées pour la qualité de leurs produits, le contact humain et le conseil.
Cash and Carry	Grandes surfaces réservées aux professionnels. Campbells

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	Les points de distribution en Australie sont centralisés. Toutes les grandes chaînes de supermarchés et les clubs de grossistes/entrepôts gèrent leur propre réseau de centres de distribution nationaux et régionaux. Les groupes de bannières sont utilisés par un grand nombre de détaillants indépendants pour améliorer les achats, la publicité et le pouvoir concurrentiel des petites épicerie et des magasins de proximité. Sous ces bannières, les détaillants peuvent négocier de meilleurs prix, coordonner des campagnes de marketing et collaborer à la mise en place de nouveaux programmes qui profitent aux consommateurs. Selon les estimations de l'Australian Bureau of Statistics, le commerce de détail alimentaire a augmenté de 0,5 % en mars 2022, en termes corrigés des variations saisonnières. Le chiffre d'affaires australien dans le secteur de la vente au détail a augmenté de 9,4% en mars 2022. Par sous-groupe d'industrie, la santé, le bien-être et l'environnement sont des facteurs d'achats déterminants chez les consommateurs australiens. Les Australiens ont tendance à choisir les épicerie modernes plutôt que les épicerie traditionnelles en raison de la gamme de produits plus complète que celle des détaillants traditionnels. En outre, l'importance de ces épicerie modernes leur permet de proposer de meilleurs prix, ce qui encourage encore plus les consommateurs à choisir ce canal. L'industrie des supermarchés et des épicerie est l'une des industries les plus compétitives en Australie. La cause est à rechercher dans le développement d'opérateurs discount tels que ALDI et Costco. L'expansion rapide d'ALDI a considérablement modifié le paysage opérationnel de l'industrie, la popularité de ses produits à bas prix sous marque privée étant à l'origine d'une forte croissance. De grandes entreprises étrangères, telles que la division épicerie d'Amazon, AmazonFresh, et les marques de supermarché du groupe allemand Schwarz, Lidl et Kaufland, vont encore intensifier la concurrence dans un avenir proche. L'augmentation des rabais a forcé les deux géants du secteur, Woolworths et Coles, à réduire leurs prix et à élargir leurs gammes de produits sous marque de distributeur en réponse à cette situation. Les petites chaînes de supermarchés ont eu du mal à faire face à la concurrence dans un secteur où les prix sont de plus en plus compétitifs. Une autre caractéristique de l'industrie australienne des supermarchés et des épicerie est sa forte concentration, les quatre plus grands opérateurs représentant 83,3% du revenu total de l'industrie en 2021. Coles et Woolworths en représentent plus de 65.8 %. La forte croissance
--------------------------	--

d'ALDI a accru la concentration de l'industrie et détient actuellement environ 10.5% du marché australien.

Part de marché

Le secteur de la restauration australien est évalué à 47 milliards AUD. La distribution de produits alimentaires s'effectue principalement via les grandes chaînes de magasins qui représentent plus de 83.3% du marché. Selon Euromonitor, on recense :

- Woolworths, une entreprise australienne qui opère à la fois comme agent et distributeur avec des supermarchés et des épiceries partout en Australie. Woolworths est le premier acteur du secteur de l'épicerie avec une part de marché de 37.4% en valeur en 2021.
- Coles supermarkets est une filiale de Westfarmers et le second acteur du marché de la distribution avec 28.4% de parts de marché en 2021.
- Aldi Stores Supermarchés Pty Ltd, enseigne allemande qui s'est implantée en Australie en 2001, est le seul discounter présent dans le pays et continue à augmenter ses parts de marché (10,5% en 2021).
- Metcash Trading Limited Australasia est la quatrième chaîne de supermarchés en valeur, avec une part de marché de 7% en 2021. Metcash est le plus grand grossiste en Australie et la compagnie leader en termes de marketing et de distribution dans l'alimentaire, et d'autres biens de consommations, au travers de ses marques IGA, Supa IGA (Supermarchés) et IGA Express (Proximité).
- 7-Eleven est le leader des magasins de proximité en Australie, le plus grand magasin de proximité du monde avec plus de 78 000 magasins franchisés et licenciés dans 19 pays, générant un chiffre d'affaires annuel de plus de 69 milliards de dollars.

Les organismes de la vente au détail

Association australienne de détaillants
Association des importateurs de produits alimentaires et de boissons
Conseil Australien des Détaillants et de l'Alimentaire

E-commerce

Accès à Internet

Le Bureau australien des Statistiques a précisé qu'il y avait environ 13,5 millions d'abonnés à internet en 2017, soit une augmentation de 4,7% par rapport à l'année précédente. De plus, Sensis indique que 87% des Australiens utilisent internet de façon quotidienne : en moyenne chaque personne passe 10 heures par jour sur un appareil connecté à internet et possède trois appareils qui sont compatibles. L'Australie reste l'un des principaux utilisateurs mondiaux de smartphone, 88% de la population en possédant au moins un ; la croissance actuelle du marché est poussée par les générations plus âgées (Deloitte). En termes de moteurs de recherche, Google est le leader absolu avec une part de marché de 94,8% suivi de Bing (3,7%) et Yahoo! (0,92%).

Le marché du e-commerce

Selon eMarketer, le marché australien du e-commerce de détail représentait 20,2 milliards de dollars en 2017, soit 7,3% du commerce de détail total du pays. Le marché australien du commerce de détail devrait atteindre 28,9 milliards de dollars d'ici 2021 et représenter 9,7% du total des ventes de détail du pays grâce à l'émergence de nouveaux magasins en ligne et grâce à la disponibilité de méthodes de paiement plus faciles d'utilisation. Les marchés (eBay, Etsy) sont les chaînes les plus populaires. Amazon a lancé ses opérations en Australie en décembre 2017. Woolworths est le premier site d'achats de produits d'épicerie en Australie. Parmi les magasins en ligne spécialisés les plus populaires en Australie, nous pouvons également citer JB Hi-Fi et Kogan (divertissement à domicile), The Iconic et Asos (mode). La plupart des acheteurs en ligne préfèrent utiliser leur ordinateur (59,6%) plutôt que des appareils mobiles (40,4%) et leur part de marché devrait encore augmenter prochainement. Les acheteurs en ligne australiens se classent au deuxième rang mondial des personnes qui effectuent des achats transfrontaliers ; le e-commerce transfrontalier devrait croître de 29% par an jusqu'en 2020 (PowerRetail).

Réseaux sociaux

Aujourd'hui, près de huit Australiens sur dix (79%) utilisent les médias sociaux, ce qui représente une hausse de 10% par rapport à l'année précédente. Bien que l'usage soit presque universel chez les 18-29 ans (99%), les changements importants se situent dans le groupe des 30-39 ans (+ 14% avec une pénétration de 96%) et dans le groupe des 40-49 ans (+ 16% pour atteindre les 86%). Facebook est la plateforme de médias sociaux la plus populaire : 74% de la population sont inscrits. 17 millions d'Australiens sont actifs sur Facebook sur une population totale de 24,4 millions d'habitants. Les autres plateformes sociales populaires sont Instagram avec 5 millions d'utilisateurs actifs, suivies par les 4 millions de personnes inscrites sur LinkedIn ; le même nombre utilise Snapchat. 3 millions d'Australiens sont sur Twitter et YouTube totalise 15 millions de visiteurs australiens (source ABS). Selon un rapport de Sensis, 52% des petites entreprises, 46% des moyennes entreprises et 21% des grandes entreprises ne sont pas présentes sur les médias sociaux. Parmi ceux qui sont actifs sur les médias sociaux, 80% des petites entreprises, 73% des entreprises de taille moyenne et 39% des grandes entreprises ne paient pas pour faire de la publicité sur les médias sociaux.

Vente à distance

Les principales formes de vente à distance	Vente par correspondance, e-commerce, vente par courrier, par téléphone, téléshopping, moyens de diffusion traditionnels comme la presse écrite.
Les types de produits	Tout type de produits.
L'évolution du secteur	Le chiffre d'affaires de la vente directe en Australie s'est élevé à 1.438 millions USD en 2013 (+2,3% par rapport à 2012 mais -2,3% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 500.000 personnes. Au sein des techniques de vente aux détails, le marketing direct est un secteur en plein essor. Il propose une multitude d'outils via lesquels il est possible de passer commande et permet d'atteindre le consommateur par des moyens de plus en plus sophistiqués et innovants. Le télémarketing est le secteur le plus développé du marketing direct, suivi par la vente par correspondance. Traditionnellement utilisés dans divers secteurs industriels, le marketing direct a été relancé par les ventes de produits financiers et les ventes de divertissements. En parallèle, le e-commerce B to B continue à se développer. Les ventes sur internet continuent de s'accroître à un rythme soutenu. Elles atteignent un chiffre d'affaires de plusieurs centaines de millions de dollars et enregistrent une progression de 40% chaque année. Pour les messages commerciaux électroniques (emails ou SMS) ainsi que pour les appels commerciaux non-sollicités, la loi australienne fournit une protection pour les récipiendaires potentiels.
Les entreprises du marketing direct	ADMA, Association australienne du marketing direct