



## EGYPTE : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

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

### Distribution

#### Les types de magasins

Épiceries de quartier	Petits magasins, souvent spécialisés dans un seul domaine. Alimentation (viande, boulangerie...), vêtements, quincaillerie, droguerie, etc...
Supermarchés	Alimentation, électro-ménager, vêtements, livres... Metro, Hawary, Abu Ashara
Hypermarchés	Alimentation, électro-ménager, vêtements, livres, droguerie... Carrefour, Hyper 1

#### L'évolution du secteur de la vente au détail

**Croissance et régulation** L'Égypte est le marché le plus vaste et le plus diversifié économiquement parmi les pays du monde arabe, avec un marché de la distribution alimentaire qui continue d'être dominé par les petits magasins indépendants. En fait, les épiceries traditionnelles sont toujours en tête du secteur de l'alimentation au détail du pays, représentant 96.6% du total des points de vente et environ 74% des ventes totales, bien que les chaînes de supermarchés, les dépanneurs et les plateformes de vente au détail en ligne augmentent en nombre et en popularité. Les canaux de vente au détail modernes, tels que les supermarchés, les hypermarchés et les dépanneurs, comptent au total 4.120 points de vente, comparativement aux détaillants en alimentation traditionnels qui en ont plus de 117.500 (USDA).

On estime que le secteur égyptien de l'alimentation au détail génère environ 17,5 milliards USD (USDA). Les ventes des chaînes de supermarchés et d'hypermarchés modernes devraient continuer de croître, selon les analystes américains du commerce de détail. La popularité des plateformes de vente au détail en ligne augmente grâce à l'augmentation des taux de pénétration d'Internet.

Les épiciers traditionnels et les marchés humides maintiennent une clientèle de quartier fidèle car ils sont facilement accessibles et offrent parfois du crédit aux consommateurs locaux. Le segment est clairement limité par l'espace (commerce de détail et parking) et est incapable de concurrencer les plus grands détaillants qui peuvent profiter des économies d'échelle. Les chaînes modernes de supermarchés et d'hypermarchés ont confronté la sensibilité accrue des consommateurs aux prix en organisant des promotions, en créant des programmes de fidélité et en offrant des remises en gros; ou souvent en remplaçant les produits importés par des produits locaux. Certaines chaînes, comme BIM de Turquie et Kazyon d'Égypte, ont commencé à mettre en place des chaînes de petits magasins de quartier, comptant désormais environ 300 et 424 points de vente, respectivement (USDA).

**Part de marché** Le marché est encore dominé par un grand nombre de petites boutiques familiales. Le développement de la grande distribution est un phénomène assez récent et ne s'adresse qu'à une frange restreinte de la population disposant de revenus suffisants. Plusieurs mini-chaînes privées ayant des surfaces de plus de 100 m<sup>2</sup> (Sunny Supermarket, ABC, Alfa Market, Metro) sont apparues. De plus, plusieurs supermarchés ont fleuri dans le pays et de ce point de vue le groupe Carrefour, avec ses cinq supermarchés, domine le secteur. Phénomène plus récent : l'apparition de supermarchés discount comme le groupe Awlad Ragab ou encore la chaîne Khir Zaman. En terme de parts de marché, les supermarchés et hypermarchés représentent 26% des ventes contre 74% pour les petites structures familiales (Département de l'Agriculture US).

#### E-commerce

**Accès à Internet** L'Égypte est le troisième pays le plus peuplé d'Afrique avec 99,3 millions d'habitants et son taux de pénétration d'internet a cru de façon spectaculaire au cours des dernières années. Le nombre d'internautes a atteint 49,2 millions fin 2017 (Internet World Stats), ce qui représente 50% de la

population. Si ce taux reste supérieur à la moyenne africaine (35,2%), il reste inférieur à la moyenne mondiale (54,4%). Néanmoins, cela représente une augmentation de 41% par rapport à janvier 2017 (14 millions de nouveaux utilisateurs en 12 mois). En outre, cette augmentation a permis à l'Égypte d'avoir le deuxième plus grand nombre d'internautes d'Afrique, derrière le Nigéria (98,4 millions) et devant le Kenya (43,3 millions). Le taux de pénétration des smartphones a atteint 30,4% en 2017 avec près de 29 millions d'appareils (Newzoo Global Market Report). En ce qui concerne les moteurs de recherche, Google domine le secteur avec une part de marché de 96,68%, suivi de Yahoo à 2,23 (Statcounter).

#### Le marché du e-commerce

Le marché égyptien du e-commerce est en plein essor et devrait devenir le plus important d'Afrique grâce à sa population importante et à la croissance rapide du taux de pénétration d'internet. En tant que pays au carrefour du monde arabe et de l'Afrique, les sites de e-commerce panarabe et panafricain sont très populaires en Égypte. En tant que tel, la version locale du distributeur panarabe Souq figure parmi les sites les plus populaires du pays, tout comme le distributeur panafricain Jumia. Lynks et Eshtereely qui, profitant d'une hausse des parts de marché, travaille comme un site intermédiaire chargés de la livraison des produits commandés sur les marchés internationaux, notamment Amazon et eBay. Des événements internationaux de vente en ligne adaptés au contexte local (White Friday, inspiré de Black Friday, et Mobile Week) ont permis aux grands distributeurs d'accroître leurs ventes au cours des dernières années. En 2017, le chiffre d'affaires du e-commerce en B2C en Égypte a augmenté de 22%, pour atteindre 5 milliards de dollars. Toutefois, le e-commerce ne représente que 0,4% des ventes au détail dans le pays, selon un rapport du ministère des Communications et de la Technologie de l'information. Pour ce qui est du degré de maturité du pays pour passer au e-commerce, l'Égypte a un mauvais score sur l'indice 2017 du e-commerce en B2C de la CNUCED et se classe au 116ème rang mondial. Le gouvernement égyptien s'est associé à la CNUCED en 2017 pour élaborer une nouvelle stratégie visant à augmenter la part actuelle du e-commerce dans le PIB à 2,32% et à doubler le nombre d'entreprises qui vendent en ligne (actuellement environ 14 725) d'ici 2020. 17% des grandes entreprises et 3% des PME vendent en ligne aujourd'hui selon les dernières estimations du gouvernement égyptien.

#### Réseaux sociaux

Les internautes égyptiens sont de plus en plus actifs sur les médias sociaux. Cependant, les taux de pénétration des médias sociaux sont loin d'avoir atteint la maturité. 39 millions d'Égyptiens sont actifs sur les médias sociaux (40% de la population totale), dont 35 millions accèdent également à leurs comptes via mobile (36% du total) (Hootsuite 2018). Ces chiffres représentent une augmentation de 11% depuis janvier 2017, donc il y a eu 4 millions de nouveaux utilisateurs de médias sociaux dans le pays au cours de cette période. Alors que le taux de pénétration des médias sociaux reste assez faible, les internautes égyptiens ayant des comptes sur les médias sociaux passent un temps considérable sur ces plateformes. Un internaute moyen passe en moyenne 3 heures et 9 minutes par jour sur les réseaux sociaux, et au total 8 heures et 10 minutes en ligne. Les internautes égyptiens sont les plus actifs sur Facebook et représentent 39 millions d'utilisateurs dans le pays. YouTube est le deuxième média social le plus utilisé avec 34 millions d'utilisateurs, suivi d'Instagram, qui compte près de 10 millions d'utilisateurs dans le pays (10% de la population). Twitter et Snapchat sont beaucoup moins populaires en Égypte que dans les pays du CCG, avec respectivement 10,9 millions et 4 millions d'utilisateurs (Hootsuite 2018).

## Vente à distance

---

#### Les principales formes de vente à distance

Catalogues, télévision, depuis récemment internet.

#### Les types de produits

Les fleurs sont un produit traditionnellement commandé et vendu à distance. Depuis peu, les produits d'équipement ménager et autres produits du quotidien commencent à être vendus à distance.

#### L'évolution du secteur

Le marketing direct est en net progrès, notamment la vente par catalogue et par internet. Les raisons principales sont que l'utilisation des cartes de crédits et de comptes chèques de banques étrangères se développe rapidement et la taxation des magasiniers décroît, ce qui facilite les ventes directes. Le gouvernement égyptien encourage le commerce par internet (loi de 2004). En septembre 2009 le gouvernement a mis en application un service de e-signature qui permet aux sociétés publiques et privées de proposer de s'authentifier via une e-signature.