

GRÈCE : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

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

Distribution

Les types de magasins

Hypermarchés, supermarchés et supérettes	Situés à l'extérieur des villes. Ils vendent des produits alimentaires et non alimentaires. Les supérettes sont plus petites et situées dans les villes. Alfa-Beta Vassilopoulos
Hypermarchés spécialisés	Ces hypermarchés se spécialisent dans une famille de produits. Ikea
Grands magasins	Situés dans les centres villes, sur plusieurs étages. Ils ont différents départements spécialisés. Attica
Hard discount	Principalement de la nourriture. Ils vendent les produits de la propre marque du distributeur. Les gens les préfèrent à cause de leurs prix réduits. Lidl
Petites boutiques	Boutiques locales spécialisées : épicier, boucher, poissonnier, fromager, traiteur, boulanger, pâtissier, fleuriste. Les gens les préfèrent pour la qualité des produits, le contact humain et les conseils prodigués.
Cash and Carry	Hypermarchés réservés aux professionnels. Metro

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation	Selon Euromonitor, les Grecs restent très sensibles au prix et ont tendance à opter pour la proximité pour faire des économies. Selon l'IELKA, l'Institut grec des biens de consommation au détail, la crise économique a modifié les habitudes alimentaires des Grecs, qui commandent moins et mangent plus chez eux. Ces changements de comportement des consommateurs se sont traduits par des changements dans l'agencement des épiceries, car les collations emballées et les boissons froides sont devenues plus facilement disponibles, tandis que les magasins ont également augmenté leurs options d'aliments prêts à manger. La capacité d'achat limitée des consommateurs grecs les a obligés à réduire leurs dépenses alimentaires. Les produits alimentaires sur le marché sont de plus en plus diversifiés. Les consommateurs sont plus ouverts à la diversité des produits, créant des opportunités pour des produits nouveaux et étrangers. Les supermarchés sont de loin le plus important canal de vente au détail d'épiceries modernes en Grèce, mais ils sont confrontés à une concurrence accrue de la part du nombre croissant de points de vente discount (Euromonitor). La taille du marché de l'industrie des supermarchés et des épiceries a diminué de 0,1% par an en moyenne en valeur entre 2017 et 2022. Les revenus du secteur ont augmenté de 1,3% en 2022, atteignant 14,2 milliards d'euros (IBISWorld). Les détaillants en alimentation traditionnels représentent une proportion substantielle des ventes de produits d'épicerie en Grèce, mais ils font face à la concurrence des détaillants en alimentation modernes, qui peuvent utiliser leur taille et leur échelle pour offrir des remises plus importantes et de meilleures offres promotionnelles. Une autre tendance est de favoriser des visites plus fréquentes dans les points de vente au détail avec une dépense moyenne par visite plus faible dans les magasins locaux, ce qui incite à se tourner vers les dépanneurs et les petits supermarchés. Cependant, pendant la pandémie de Covid-19, davantage de consommateurs ont effectué des courses moins fréquentes, mais plus importantes, afin de minimiser leur risque de contagion (Euromonitor). En outre, la demande d'aliments et de boissons de qualité supérieure devrait continuer de croître en 2022, de même que le nombre de magasins proposant des produits grecs, biologiques et / ou gastronomiques.
Part de marché	Sklavenitis et Vassilopoulos sont restés les principaux acteurs en 2021, représentant près de la moitié de la valeur actuelle des ventes au détail de tous les supermarchés (Euromonitor). Les cinq premiers épiceries, en termes de chiffre d'affaires, représentaient environ 7,9 milliards

d'euros au total, soit environ 75% du secteur de l'épicerie en 2020. La chaîne de supermarchés grecque Sklavenitis a continué de dominer le marché avec un chiffre d'affaires de 3,15 milliards d'euros et 31% parts de marché en 2020 (KPMG). Sklavenitis opère avec les marques Sklavenitis et Chalkiadakis dans les supermarchés et compte environ un demi-million de Grecs visitant ses points de vente chaque jour. Le deuxième acteur est Alfa-Beta Vassilopoulos de Koninklijke Ahold Delhaize NV, avec 19,9% de parts de marché en 2020 (KPMG). My Market de Metro SA et Masoutis de Diamantis Masoutis SA avaient respectivement des parts de marché de la vente au détail de 13,1% et 8,7% en 2020 (KPMG).

La Grèce a un marché très fragmenté en ce qui concerne les épicerie traditionnelles indépendantes et les petites chaînes avec une présence régionale. Venetis, qui a augmenté son nombre de points de vente, a continué de diriger le réseau fragmenté des épicerie traditionnelles en 2019, suivi de Max Perry Chocolate.

Les organismes de la vente au détail

Fédération de l'Industrie alimentaire grecques
Association des distributeurs helléniques

E-commerce

Accès à Internet

La Grèce compte environ 11 millions d'habitants dont 64,8% ont accès à internet (55% en 2012). Le taux de pénétration du smartphone devrait être de 59,5% (InternetLiveStats). Selon les données de Statista, 93% des internautes âgés de 25-34 ans vont sur internet tous les jours. Le pourcentage atteint 89% pour les 16-24 ans et 35-44 ans, 77% pour les 45-54 ans et 68% pour les plus de 55 ans. Les moteurs de recherche les plus populaires en Grèce sont Google (97,5%), Bing (1,5%) et Yahoo (0,9%).

Le marché du e-commerce

Selon une étude de l'Association grecque du e-commerce (GR.EC.A), le chiffre d'affaires de la vente au détail en ligne a atteint 4 milliards d'euros en 2017, soit presque 2% du PIB du pays. Il y a plus de 6 500 magasins en ligne en Grèce. Les magasins en ligne populaires sont Amazon, eBay, les tiers d'Amazon, e-shop, Plaisio, Public et Skroutz. Plus précisément, Amazon et ses marchands tiers ont continué à dominer les ventes sur internet en Grèce, enregistrant une part de valeur cumulée de 12%, suivis de eBay avec 8%. Le commerce transfrontalier en Grèce représente 30% de l'ensemble des achats en ligne. Selon les estimations, 54% des acheteurs préfèrent les magasins en ligne basés au Royaume-Uni, suivis par la Chine (47%), les États-Unis (34%) et l'Allemagne (21%) (US Department of Commerce).

Réseaux sociaux

En 2017, la Grèce comptait 5,4 millions d'utilisateurs actifs sur les médias sociaux (+10% par rapport à l'année précédente), soit un peu moins de la moitié de la population totale. Parmi eux, 4,4 millions utilisent les médias sociaux sur des smartphones (+16% depuis 2016). Selon une enquête de Reuters Institute, les Grecs ont le niveau de confiance en l'actualité le plus bas et expriment leurs préoccupations quant à l'influence des entreprises et des politiciens sur le contenu éditorial, ce qui est la raison principale pour laquelle ils se tournent souvent vers les médias sociaux pour obtenir des informations. Facebook est le principal réseau social avec environ 5 millions d'utilisateurs actifs (dont la majorité, 53%, sont des hommes). Selon une étude annuelle sur les médias sociaux et le marketing réalisée par l'Université de l'Economie d'Athènes (ELTRUN), 19% de la population utilisent les pages des entreprises sur Facebook. YouTube est une autre plateforme de médias sociaux très populaire et la popularité de Twitter augmente également. La plateforme de messagerie la plus utilisée est Messenger suivi de WhatsApp.

Vente à distance

Les principales formes de vente à distance

Vente par correspondance, e-commerce, par email, téléphone, téléshopping, SMS.

Les types de produits

Tous les types de produits, y compris la nourriture et les voitures.

L'évolution du secteur

Le chiffre d'affaires de la vente directe en Grèce s'est élevé à 164 millions USD en 2013 (-3,8% par rapport à 2012 et -9% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 270.000 personnes. Depuis la crise économique, les grecs ont diminué leurs dépenses pour des biens qui ne sont pas de première nécessité. Le secteur de la vente directe en est affecté. La vente en porte-à-porte existe à une échelle limitée étant donné que les grecs sont devenus plus prudents avant d'ouvrir leur porte à un étranger. Le secteur du e-commerce se développe lentement en Grèce. Le coût relativement élevé des services Internet a limité sa pénétration jusqu'à récemment, en dépit du fort taux de pénétration de la téléphonie fixe. Cependant, ce marché a un potentiel de développement prometteur. Le marché du e-commerce a dépassé 1,6 milliards EUR en 2011. Malgré l'abondance de boutiques en ligne, les grecs restreignent toujours leurs achats en ligne.

