

QATAR : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Le secteur de la distribution

Selon Alpen Capital, le marché de la vente au détail au Qatar devrait progresser à un taux de croissance annuelle composé (en anglais compounded annual growth rate ou CAGR) de 9,8%, atteignant ainsi 284,5 milliards de dollars US en 2018, soit le taux de croissance le plus rapide de la région du Conseil de Coopération du Golfe. Le gouvernement a un programme ambitieux pour développer son paysage commercial afin que celui-ci corresponde à la demande de plus en plus importante d'une population en croissance et disposant d'un haut niveau de consommation personnelle. Des projets clés sont déjà en route, notamment les centres commerciaux Mall of Qatar, Doha Festival City et Place Vendôme.

La persistance des prix bas du pétrole implique que le gouvernement qatarien voit les recettes publiques diminuer. En conséquence, le pays recherche activement des secteurs d'investissement privés et étrangers, afin de mieux pallier cette problématique. Le développement des secteurs commerciaux va permettre de soutenir son économie et constitue d'excellentes opportunités pour les investisseurs étrangers, en particulier dans le commerce des produits de luxe. En 2015, le pays se classait 4e marché commercial le plus attractif selon le Global Retail Development Index (GRDI) (ce qui signifie en français Indice mondial du développement commercial), et il se positionnait ainsi comme le premier du Moyen-Orient.

Les dernières initiatives en date du gouvernement ont déjà permis de susciter l'intérêt d'entreprises étrangères pour l'investissement. Le projet d'adopter une loi qui introduise le recours à des partenariats public-privé d'ici la fin de l'année 2016, est vu comme évolution positive qui pourra attirer davantage d'investissements étrangers. Les partenariats public-privé sont perçus comme une alternative plausible à plus de marchés publics classiques et ils vont permettre aux investisseurs privés de prendre des participations dans des projets avec le gouvernement, de supporter une partie du risque et de partager les bénéfices.

La croissance rapide de la population du Qatar combinée avec un fort pouvoir d'achat par tête constituent des fondamentaux solides, qui tirent la croissance du secteur commercial. L'affinité du pays pour les biens de luxe a déjà suscité des projets d'installation de la part de distributeurs haut-de-gamme et nous attendons que plus de marques suivent le mouvement, étant donné qu'il est prévu qu'un million de mètres carrés d'espaces commerciaux soient créés à Doha dans les années à venir.

Part de marché

Le gouvernement du Qatar est l'utilisateur le plus important pour tout un éventail de produits et de services. Les procédures d'attribution des marchés publics reposent sur des procédures normales d'appel d'offre. Un fournisseur étranger souhaitant participer à un appel d'offre du gouvernement peut nommer un agent commercial sur place. Selon Euromonitor les supermarchés privés constituent la grande majorité des ventes au détail et ce secteur est actuellement en progression. Ainsi, les principaux acteurs sont :

- Carrefour avec à la fois des hypermarchés et des supermarchés (Carrefour market) dans la plupart des centres commerciaux (City Center, Villaggio, Ezden Mall, Lagoona Mall, Salam Mall).
- Les hypermarchés Lulu avec de grands magasins et une bonne offre de produits électroniques.
- Mega Mart avec un grand assortiment de produits importés.
- Monoprix avec une grande diversité de produits alimentaires (50% du magasin) et de produits cosmétiques.
- Le groupe Al Meera en partenariat avec le groupe français Géant.

Le réseau de distribution est le suivant : l'importateur/agent vend aux supermarchés privés (60%), aux coopératives (20%), aux utilisateurs institutionnels (10%) et aux grossistes et magasins de proximité (5%) (ITA, 2020).