

 **SUEDE : LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION**

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

Distribution

Les types de magasins

Supermarchés	On y trouve des produits alimentaires et non alimentaires. Coop Norden, ICA Grupp
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. Lidl, Netto
Grandes surfaces spécialisées	Grandes surfaces spécialisées dans une famille de produits. Ikea
Centres commerciaux	Situés à la périphérie des grandes villes. Täby Centrum

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation Le marché suédois est traditionnellement dominé par les marques nationales et par un petit nombre de grandes chaînes, en particulier dans les segments de l'habillement, de l'ameublement et de la distribution alimentaire à fort volume. Il est donc resté relativement inexploité par les détaillants internationaux. Deux exemples en sont la société suédoise H&M, le deuxième plus grand détaillant de vêtements au monde, et IKEA, le plus grand détaillant de meubles au monde. Toutefois, ces dernières années, de nombreuses marques internationales ont fait leur entrée sur le marché suédois de la vente au détail. Selon le guide Retail Guide Sweden 2020-2021, le chiffre d'affaires du commerce de détail (commerce électronique et physique) a atteint 824 milliards de couronnes suédoises en 2020. Le taux de croissance des ventes au détail était de 3,5%, et on estime qu'un tiers des dépenses totales des ménages est consacré au commerce de détail. Le commerce électronique connaît une forte croissance (+40% en 2020), le chiffre d'affaires a atteint 130 milliards de couronnes suédoises en 2020. La vente au détail sur Internet est apparue comme la tendance la plus importante dans le commerce de détail hors alimentation, mais elle ne représentait encore qu'une part mineure de l'ensemble du commerce de détail en alimentation (4% en 2020). Les principaux acteurs sont l'ACI et Coop. En 2020, les ventes d'aliments et de boissons se sont élevées à 325 milliards de SEK, en hausse de 6,6% par rapport à 2019 (Statistics Sweden). Selon Ibis World, les supermarchés et les épiceries suédoises ont généré 29 milliards d'euros en 2022.

Le changement climatique est l'un des plus grands problèmes auxquels sont confrontés les consommateurs suédois, et ils attendent de plus en plus des marques qu'elles s'engagent activement en faveur du développement durable. La demande de produits biologiques et d'autres produits de qualité supérieure est en plein essor. En conséquence, tous les acteurs du secteur de l'épicerie ont augmenté leurs assortiments de produits biologiques et de marques de distributeur saines afin de faciliter la demande croissante de ces produits de qualité supérieure.

Le paysage concurrentiel des détaillants en alimentation en Suède est fortement consolidé, avec trois principaux acteurs, dont le premier - ICA Sverige - détient plus de 50% de parts de marché. Les supermarchés sont de loin le segment le plus développé en valeur. Il s'agit d'un réseau bien établi et de longue date en Suède. Les supermarchés sont généralement situés dans les centres-villes ou les banlieues, tandis que les hypermarchés et les discounters se trouvent généralement en dehors des centres-villes. Les hypermarchés affichent une performance plus faible que les supermarchés et ont une clientèle cible plus familiale. Ils sont généralement situés à l'extérieur des villes, parfois dans un centre commercial permettant aux consommateurs de profiter du déplacement pour faire leurs achats de produits non alimentaires. Les petits détaillants, tels que les supérettes, les magasins de proximité et les discounters, affichent des performances différentes : les épiceries de proximité continuent de se débattre en raison des prix relativement élevés pratiqués; les supérettes présentent de meilleures performances grâce au modes de vie de plus en plus pressé des consommateurs suédois. De plus, ces magasins sont souvent situés au centre des villes et des villages, ce qui constitue un avantage pour les consommateurs qui font leurs courses quotidiennement ; les discounters sont principalement en concurrence avec les

supermarchés et les hypermarchés, car les consommateurs, de plus en plus sensibles aux prix, ont provoqué un développement rapide des alternatives à bas prix.

Part de marché	<p>La distribution suédoise de biens de consommation est très structurée même s'il existe encore un grand nombre de détaillants spécialisés. La distribution de produits alimentaires, par exemple, est concentrée autour de trois groupes détenant 90% des parts de marché :</p> <ul style="list-style-type: none">• Ica Sveridge AB (groupe Ahold) avec une part de marché d'environ 52% en 2020. Le groupe suédois ICA, spécialisé dans la vente au détail de produits alimentaires, exploitait près de 1.300 magasins dans le pays, avec un bénéfice d'exploitation d'environ 4,2 milliards de couronnes suédoises.• Axfood AB avec 20% de part de marché ; il est spécialisé dans les "soft discounts", c'est-à-dire les très grands magasins de discount.• Coop Sveridge AB (KF) avec 20% de part de marché en 2020.• Le groupe Bergendalhs avec 5,3% de part de marché en 2019.• Lidl avec 5,1% de part de marché en 2019.
Les organismes de la vente au détail	<p>Svensk Handel (association suédoise du commerce) L'association des partenaires commerciaux de Suède</p>

E-commerce

Accès à Internet	<p>La Scandinavie est l'une des régions les plus connectées au monde. En Suède, 94,8% de la population est connectée à internet, ce qui en fait le cinquième pays le plus connecté au monde. Le pays possède la deuxième vitesse de connexion la plus rapide au monde, après la Corée du Sud. Le gouvernement suédois a mis en place un plan pour ce qu'ils appellent une « Suède entièrement connectée », qui a pour objectif que 100% de la population ait accès à une connexion haut débit au domicile et sur le lieu de travail d'ici 2025. 98% de ces connexions hauts débits devraient être à une capacité minimale de 1 Gbit/s, les 1,9% restants à une capacité minimale de 100 mbits/s, et les 0,1% à une capacité minimum de 30 mbit/s. Pour cette raison, la Suède s'emploie à développer l'expansion du haut débit rapide et il est prévu, qu'en 2020, 95% de tous les foyers et entreprises aient accès à un haut débit d'une capacité minimum de 100 mbit/s. Actuellement, environ deux tiers des ménages ont accès à des réseaux de fibre optique. Cependant, dans les zones rurales, trois foyers sur quatre dépendent encore de technologies obsolètes pour accéder à internet. Google est de loin le moteur de recherche le plus populaire du pays. En juillet 2018, les moteurs de recherche dominants en Suède classés par part de marché étaient Google (93,09%), Bing (4,66%), Yahoo! (1,43%), DuckDuckGo (0,53%), YANDEX.RU (0,13%) et MSN (0,08%).</p>
Le marché du e-commerce	<p>En Suède, l'e-commerce est répandu, en partie grâce à la tradition des ventes par correspondances dans le pays, mais aussi grâce au taux de connectivité élevé. Bien que le e-commerce soit largement répandu dans le pays, les acheteurs en ligne les plus actifs sont généralement dans les villes situées à l'intérieur des terres, dans le nord de la Suède. En 2017, le e-commerce en Suède s'élevait à 16,9 milliards de dollars et devrait continuer de croître. Selon le Ecommerce Foundation, le secteur du e-commerce affichait une croissance de 32,4% dans le pays en 2016. Néanmoins, la croissance de l'année suivante a chuté pour atteindre seulement 4,1%. En 2018, toutefois, la croissance devrait augmenter et atteindre 15,4%, ce qui se traduira par un chiffre d'affaires aux alentours de 19 milliards de dollars à la fin de 2018. Cette année, ce sera la première fois que la part des visites du e-commerce effectuées sur ordinateur est en dessous de 30%. Et, alors que le pourcentage de visites sur ordinateur et tablette devrait diminuer, les smartphones devraient être de plus en plus utilisés et représenter 64% du trafic du e-commerce en Suède. Ils seront également significatifs en termes de revenus. Les appareils mobiles (à la fois les smartphones et tablettes) devraient représenter 60% des recettes du e-commerce en 2018, avec les smartphones qui représentent près de la moitié (48%) de l'ensemble des recettes du e-commerce. Selon Statista, les moyens de paiement les plus populaires dans le pays en 2017 étaient les factures (37%), les cartes de débit et de crédit (26%), les paiements directs par voie bancaire (17%), PayPal, Payson et autres solutions similaires (8%) et Swish (8%).</p>

Réseaux sociaux	<p>En 2017, la Suède comptait le plus grand nombre d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux en Scandinavie : 6,6 millions d'utilisateurs, soit un taux de pénétration de 67%. Les réseaux de médias sociaux sont plus populaires chez les jeunes générations. 98% des internautes entre 18 et 34 ans utilisent les médias sociaux, un pourcentage qui chute à 83% pour les personnes de 35 à 49 ans. Seule la moitié des internautes de plus de 50 ans utilisent les médias sociaux en Suède. En moyenne, les Suédois passent 5 heures par semaine sur les médias sociaux, une hausse par rapport à 2016, lorsque le temps moyen était de 4,7 heures. Selon Statista, bien que Facebook reste la plateforme de média social la plus populaire en Suède, le nombre d'utilisateurs est en baisse. En 2017, 28,09% des utilisateurs de médias sociaux étaient sur Facebook (en 2016, ce taux était de 31,54%). Cependant, les autres réseaux de médias sociaux gagnent en popularité, tels que YouTube, utilisé par 17,33% des utilisateurs de médias sociaux en 2017, et Instagram (15,84% des utilisateurs). En juillet 2018, les réseaux de médias sociaux les plus populaires dans le pays, classés par part de marché, étaient Facebook (65,24%), Twitter (10,05%), Pinterest (8,35%), Instagram (7,09%), YouTube (5,56%) et Tumblr (1,82%).</p>
-----------------	---

Vente à distance

Les principales formes de vente à distance	Internet, TV, courrier, téléphone.
Les types de produits	Habillement, articles de sport, informatique, produits de beauté, livres, jeux, etc.
L'évolution du secteur	<p>Le chiffre d'affaires total de la vente directe en Suède s'élevait à 355 millions USD en 2013 (-2,6% par rapport à 2012 et -4,2% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 113.000 personnes. La vente par correspondance est en pleine expansion en Suède, essentiellement dans les secteurs de l'habillement, des articles de sport et de l'informatique. Forte utilisation du télémarketing et de la publicité sur les chaînes câblées. Un nombre important de vepécistes ont choisi la Suède comme siège de leurs activités en Scandinavie et près de 800 sociétés de vente par correspondance (la majorité d'entre elles sont de toutes petites structures) opèrent en Suède. Signe du dynamisme de ce marché, la première société européenne de vente par correspondance de produits électroniques et techniques, Conrad Electronic, a ouvert le 1er novembre 2005 une filiale en Suède.</p> <p>A l'origine, la vente à distance était essentiellement destinée aux personnes résidant dans les zones dépourvues de magasins. Mais aujourd'hui, la VAD s'est également développée dans les grandes villes car elle permet d'acheter tout en restant chez soi et représente ainsi un gain de temps considérable.</p> <p>L'association suédoise de VAD regroupe 46 membres totalisant 75% de la VAD. 75% des achats par correspondance en Suède sont effectués pour des produits textiles et des vêtements. Les Suédois privilégient le téléphone comme mode de passation de commande (55% des commandes sont passées par téléphone) mais Internet et les e-mails sont également régulièrement utilisés (32%), suivis par le courrier (10%). La Suède est un des pays où le e-commerce est le plus développé. 84% de la population suédoise a accès à Internet. Les produits les plus commandés sont : les CD et DVD, les jeux vidéos et les livres. La vente en ligne a atteint 4 milliards USD en 2011.</p>
Les entreprises du marketing direct	Distanshandel, Association suédoise de vente par correspondance Swedma, Association suédoise de marketing direct (en suédois)