



Le secteur du commerce de détail en Oman

Septembre 2017

© DG Trésor

Estimé à 4,9 Mds USD en 2016, soit 8,2 % du PIB, le commerce de détail en Oman a enregistré un repli relativement modéré, de -3,9 % par rapport à 2012 (5,1 Mds USD), malgré le contexte de crise traversée par le Sultanat depuis la chute des prix du baril pétrolier à la mi-2014 et ses conséquences sur l'activité et le pouvoir d'achat des ménages. Malgré ce léger ralentissement, le commerce de détail affiche un potentiel élevé, soutenu par la forte progression démographique (+3,2 % par an) et la présence d'une population expatriée bénéficiant d'un pouvoir d'achat significatif. Comparativement aux autres pays du Conseil de Coopération du Golfe (CCG) et notamment aux Emirats arabes unis, le marché omanais en est encore au stade des prémices, la présence de marques internationales et de super/hypermarchés proches des standards émiriens demeurant encore assez faible. Le secteur devrait en outre tirer avantage de la politique d'accélération de la diversification économique menée depuis plus d'un an et qui devrait se traduire par une hausse substantielle du nombre de touristes. Afin de rendre le pays plus attractif, de nombreux projets sont prévus dans les trois prochaines années, tels que le nouvel aéroport international, l'arrivée de nouveaux centres commerciaux ou la réalisation de projets touristiques « iconiques », qui devraient favoriser la croissance du commerce de détail suivant le modèle émirien

Comptant pour 8,2 % du PIB, le secteur du *retail* a relativement bien résisté à la crise

Le Sultanat d'Oman, plus que le reste du Conseil de Coopération du Golfe (CCG) compte tenu de la forte dépendance de l'économie à l'égard des hydrocarbures (70 % des recettes de l'Etat), a fortement pâti de la chute des prix du baril de pétrole à la mi-2014. Le pouvoir d'achat des ménages a été sensiblement affecté par la réduction, d'une part, du PIB par habitant due à la baisse des prix du pétrole, et, d'autre part, de la mise en œuvre de politiques budgétaires restrictives en réponse à la détérioration des finances publiques. Même si l'impact de la crise sur le secteur du commerce de détail s'est fait ressentir plus fortement dans le Sultanat que dans les pays voisins, le marché a toutefois finalement fait preuve d'une relative résilience, n'enregistrant un recul que de -3,9 % d'après le cabinet *Alpen Capital* entre 2012 et 2016. Le commerce de détail représentait l'an dernier 4,9 Mds USD, soit 8,2 % du PIB, contre 5,1 Mds USD en 2012.

Des perspectives de développement favorables

D'après *Alpen Capital*, le secteur du *retail* devrait croître significativement d'ici à 2020. Le taux de croissance annuel moyen sur la période 2016-21 s'établirait ainsi à +6 %, tiré par la progression démographique du pays (+3,2 % par an) ainsi que par plusieurs grands projets porteurs (nouvel aéroport international de Mascate, nouveaux *malls*), à comparer avec une projection de +2,3 % en moyenne pour les pays du CCG. Les prévisions de ventes du secteur ont été estimées à 11,5 Mds USD d'ici à 2021, soit une croissance de +13 % et les ventes en super ou hypermarchés s'établiraient à 3,8 Mds USD, soit +3,7 % par rapport à 2016.

En dehors de la progression de la population locale, le secteur devrait aussi être soutenu par le développement du tourisme. Les autorités espèrent attirer 5 millions de visiteurs par an d'ici à 2040, un chiffre assez optimiste au regard du nombre de touristes arrivés l'an dernier (3 millions). L'ouverture du nouvel aéroport international de Mascate, annoncée fin 2017 (pour une capacité opérationnelle pleine prévue en mai 2018), devrait contribuer à soutenir sensiblement le secteur. En parallèle, plusieurs projets de *malls* sont actuellement en cours de développement, ce qui devrait aussi participer à la croissance rapide du secteur. Comparativement au reste de la région, l'état d'avancement du secteur est du reste plus précoce. En Oman, la surface commerciale totale est estimée à 100 000 m² contre 3,7 millions de m² en Arabie Saoudite, avec une surface commerciale par habitant de 0,35 m² par habitant à Mascate contre 1,26 pour Dubaï.



Cartographie des principaux acteurs

En Oman, le marché du commerce de détail est composé de quelques groupes locaux, une influence très marquée des groupes issus du CCG (en particulier émiriens) et une très faible présence des enseignes et groupes internationaux. Quelques grands groupes locaux sont présents dans le développement des centres commerciaux comme *Al Raid Group* qui va construire un centre commercial, *Al Araimi Boulevard*, à Al Khoud en banlieue de Mascate sur 147200 m² pour 163 M USD d'ici à septembre 2018. *Al Jarwani Group* est par ailleurs présent avec deux projets emblématiques : le *Palm Mall Muscat* (234 M USD) et le *Palm Mall Sohar* à une centaine de kilomètres au Nord de Mascate. Le groupe *Al Badr Investment Company* devrait de son côté terminer le projet immobilier *The Links*, situé à *Muscat Hills*, qui devrait associer des biens immobiliers à vendre avec un centre commercial et de nombreuses boutiques.

Les grands groupes omanais, détenus par les grandes familles, sont également présents. *Assarain Group of Companies* a construit et gère le centre commercial *Markaz Al Bahja* et cumule des activités de distribution agroalimentaire et d'ameublement. Le groupe *W.J. Towell* via sa filiale *Oman International Development Company* a été en charge de plusieurs projets de construction et gère par ailleurs un certain nombre de franchises de marques étrangères. Le groupe *Al Zawawi* se positionne davantage sur les produits pharmaceutiques, le groupe *Suhail Bahwan* sur l'électroménager et le groupe *Al Shanfari* et *Al Zubair* sur l'ameublement. Les groupes *Jawad Sultan* et *Khimji Ramdas* ont opté pour le luxe.

Les grands groupes locaux sont présents de façon disparate sur les différents segments du commerce de détail laissant ainsi la place aux grands groupes régionaux, plus particulièrement dans le développement des centres commerciaux : l'*Oman Avenues Mall* est géré par *Lulu Group* (Abu Dhabi) qui a inauguré son 19^{ème} supermarché en 2016, l'*Oasis Mall* par *Landmark Group* (EAU) et le *Panorama Mall* par *Allied Business Group* (Arabie Saoudite). Le groupe issu du CCG le plus présent en Oman est l'émirien *Majid Al-Futtaim (MAF)*, qui prévoit la construction du *Mall of Oman*, d'une valeur globale de 715 M USD, sur 137 000 m², et abritera 350 marques, un cinéma, des aires de jeux, un supermarché et un hôtel de 292 chambres. D'ici à 2020, *MAF* devrait investir 1,3 Md USD en Oman. Parallèlement à *Mall of Oman*, deux projets portés par *MAF* devraient ainsi voir le jour sur le moyen terme via le développement d'un *City Centre* à Sohar et d'un *My City Centre* à Sur, pour des montants respectifs de 116,9 M USD et 39 M USD. Le groupe possède actuellement les *City Centre* de Mascate ainsi que les franchises *Carrefour*. Sur le segment des super/hypermarchés, d'autres groupes du CCG ont récemment fait leur apparition : *Al Maya Group* (EAU), *Al Meera* (Qatar) qui dispose de 5 supermarchés et qui prévoit une dizaine de centres commerciaux réservés à des communautés bien ciblées (indiens, pakistanais, philippins, bangladais) d'ici à 2022.

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse du Service Économique de Mascate (adresser les demandes à mascate@dgtresor.gov.fr).

Clause de non-responsabilité

Le Service Économique s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication.



Auteur : Service Économique de Mascate

Rédigé par : Marine AUDRAS

Revu par : Gilles BORDES, Chef du Service Économique

Version du 11/09/2017