

BÉNIN : LE CONSOMMATEUR

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur

Le Bénin compte une population d'environ 12,8 millions d'habitants, avec un PIB par habitant (PPA) estimé à 3 570 Int\$ par le FMI (2021), soit l'un des plus faibles au monde. Le pays est classé comme étant à faible revenu par la Banque Mondiale, avec 38,5% de la population vivant sous le seuil de pauvreté en 2019.

Les consommateurs béninois sont relativement jeunes : selon les données de la CIA, la proportion d'enfants de moins de 14 ans est de 45,56%, 20,36% de la population a entre 15 et 24 ans, 28,54% entre 25 et 54 ans, tandis que seulement 5,54% ont 55 ans ou plus (est. 2020) ; et elle se répartit équitablement entre hommes et femmes.

La population est principalement localisée dans le sud (surtout dans et autour des villes de la côte atlantique), tandis que la plupart du nord reste peu peuplé avec des concentrations plus élevées de résidents dans l'ouest. La population urbaine représente 47,8% de la population totale (Banque Mondiale, 2019). Seuls 42,3% de la population âgée de 15 ans et plus savent lire et écrire (Banque Mondiale, dernières données disponibles).

Le comportement de consommation

La plupart des consommateurs béninois ont peu de revenus disponibles et sont extrêmement sensibles aux prix, tant pour les produits d'épicerie (qui composent la majorité du panier des ménages) que pour les biens de consommation durables.

Cependant, il y a un nombre croissant de consommateurs pour les marchandises haut de gamme. La disponibilité et la proximité sont deux autres facteurs d'achat importants, les détaillants et les consommateurs se regroupant généralement sur les marchés publics établis.

L'utilisation de techniques de marketing direct au Bénin peut ne pas être efficace en raison du sous-développement des télécommunications et des infrastructures postales et informatiques. La télévision, la radio et les journaux restent les principales formes de publicité, mais les messages textuels sur les téléphones portables peuvent également être efficaces.

L'engagement personnel direct avec les clients actuels et potentiels est important. Le matériel promotionnel et les documents techniques doivent être en français. Les consommateurs béninois peuvent s'attendre à ce que les services d'entretien soient inclus dans le prix d'achat des biens durables.

En général, pour les entreprises étrangères désireuses de pénétrer le marché béninois, il est recommandé de s'associer à un agent ou à un distributeur de bonne réputation, parlant couramment le français et l'anglais et connaissant les pratiques commerciales locales.

Les associations de consommateurs

Ligue pour la défense des consommateurs (LDCB)
La voix des consommateurs (La Voix Du Consommateur)

Principales agences de publicité

Afreak Consulting & Communication