

LETTONIE : LE CONSOMMATEUR

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur

Avec un PIB par habitant de 19 820 USD (FMI, 2021) et un âge médian de 44,4 ans (CIA World Factbook, est. 2020), le consommateur letton moyen est moins riche que ses voisins et plus âgés que la plupart de ses homologues européens (l'âge médian en Europe était 43,9 ans en 2020 - Eurostat). La population lettone suit des tendances démographiques similaires dans le reste des pays baltes, avec une diminution rapide (taux de croissance net -1,1% en 2021 - CIA World Factbook, est. 2021) et une population vieillissante (les personnes âgées de 0 à 24 ans représentent 24,32% de la population totale - CIA World Factbook, est. 2020). Le consommateur letton s'est remis de la crise financière et peut désormais économiser davantage (le revenu disponible passe de 286 euros en 2010 à 582.82 euros en 2019 - Bureau central des statistiques de Lettonie, dernières données disponibles). Néanmoins, le marché reste fortement divisé, la Lettonie affichant l'une des inégalités de revenus les plus importantes de l'UE (score de Gini de 35,2 points contre 30,2 en moyenne dans l'UE en 2019 - Eurostat, dernières données disponibles).

Le comportement de consommation

Les consommateurs lettons ont pour premier critère de choix le prix, ainsi que la qualité du produit et la valeur des enseignes. Pour les consommateurs plus aisés, la marque compte beaucoup, et ces consommateurs sont prêts à payer un prix plus élevé pour obtenir un produit de leur marque préférée. Les consommateurs dépensent une part importante de leurs revenus dans la nourriture, le logement et les services, cependant la part de ces types de biens dans le total des dépenses est en baisse depuis quelques années. La part des dépenses en nourriture dans le total des dépenses a baissé de 26,2% à 23,3% entre 2016 et 2019, alors que le logement et les services représentaient 15,3% des dépenses en 2016 et 14,6% en 2019. Dans le même temps, les dépenses dans les loisirs, de même que dans les hôtels, les cafés, les restaurants ont augmenté (8,1% en 2019 contre 7,6% en 2016 et 5,4% contre 4,8% - Bureau Central Letton des Statistiques, 2020). De plus, l'intérêt pour le commerce en ligne se développe, puisqu'en 2020, 65,9% de la population ont effectué des achats de biens ou de services en ligne et le pays a connu la plus forte croissance du e-commerce parmi les pays de la Baltique : 28,5% (Eurostat, dernières données disponibles).

Les associations de consommateurs

[Association lettone pour la protection des intérêts des consommateurs](#) 
[Centre de protection des droits des consommateurs](#) 

Principales agences de publicité

La liste des agences de publicité en Lettonie (site en letton)