



LITUANIE : LE CONSOMMATEUR

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur

Avec une PIB par tête de 22 240 USD (FMI, 2021) et un âge médian de 44,5 ans (CIA World Factbook, est. 2020), le consommateur lituanien moyen a environ le même âge que les autres consommateurs des pays baltes et une situation économique comparable aux leurs (plus bas que l'Estonie mais plus haut que la Lettonie) (Banque Mondiale). La population lituanienne diminue rapidement (le taux de croissance net étant de -1,04% couplé à un taux de migration net de -4,75/1 000 habitants - CIA World Factbook, est. 2021) et la part de population jeune dans la pyramide des âges est relativement faible (les habitants âgés de 0 à 24 ans représentent 25.49% du total de la population - CIA World Factbook, est. 2020).

Le consommateur lituanien reste sensible au prix, parce que son pouvoir d'achat n'est pas aussi élevé que dans les autres pays de l'Union européenne. Le marché de consommation est aussi marqué par des grandes inégalités de salaires, la Lituanie ayant un indice de Gini de 35,4 points (l'un des plus hauts de l'UE - la moyenne européenne qui est de 30,2 points) (Eurostat, 2019 dernières données disponibles).

Le comportement de consommation

En Lituanie, le marché des produits de consommation est fragmenté. Les préférences des consommateurs varient en fonction du revenu, de l'âge et du groupe social. Les consommateurs les plus riches considèrent que la marque et la qualité sont des arguments de vente importants, le prix étant un indicateur de la qualité. En général, le consommateur lituanien considère que les marchandises étrangères sont synonymes de grande qualité. La croissance de l'économie lituanienne a conduit à renforcer la confiance des consommateurs et à faire croître les dépenses des ménages. Les consommateurs s'intéressent maintenant à la nouvelle mode de la nourriture saine ou aux produits alimentaires raffinés, ainsi qu'à d'autres produits discrétionnaires, et ils s'attendent à une meilleure qualité de services. Signe de cette amélioration économique, on a observé une baisse considérable des campagnes de promotion sur les prix.

Les associations de consommateurs

Autorité nationale de la protection des droits des consommateurs (VVTAT)
[Institut lituanien de la consommation](#) 
[Alliance des organisations de consommateurs lituaniennes \(LVOA\)](#) 

Principales agences de publicité

INSPE
New! Creative Agency
AD Fingers
Not Perfect