TRADE Solutions BNP PARIBAS

TOGO : LE CONSOMMATEUR

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur	Le Togo a une population d'environ 8,49 millions d'habitants, avec un PIB par habitant (PPA) estimé à 2 260 USD par le FMI (2021), l'un des plus bas au monde. Le pays est classé comme étant à faible revenu par la Banque mondiale, avec 46,2 % de la population sous le seuil de pauvreté (avec un taux plus élevé dans les ménages ruraux) (Banque mondiale, 2020). Les inégalités de revenus sont évidentes, et les hommes gagnent généralement des salaires et des bénéfices commerciaux plus élevés que les femmes. Les consommateurs togolais sont relativement jeunes : selon les données de la CIA, la proportion d'enfants de moins de 14 ans est de 39,73%, 19,03% de la population a entre 15 et 24 ans, 33,26% entre 25 et 54 ans, tandis que seulement 7,99% ont 55 ans ou plus ; et elle se répartit également entre hommes et femmes (est. 2020). Le Togo est l'une des nations africaines les plus densément peuplées. La majorité de la population résidant dans des communautés rurales, la densité est la plus élevée près de la côte atlantique. La population urbaine représente 42,8% du total (CIA World Factbook - 2020). Environ 63,7% de la population âgée de 15 ans et plus sait lire et écrire (Banque mondiale, dernières données disponibles).
Le pouvoir d'achat	PIB/hab de l'ordre de 850 EUR ce qui est en dessous de la plupart des pays d'Afrique. Une part importante de la population vit sous le seuil de pauvreté (51,1 % en 2022) et le coefficient de Gini pour les inégalités de revenu est de 42,4, tout cela traduit un pouvoir d'achat extrêmement faible. Cependant le taux de chômage est relativement faible avec un taux à 4,1%.
Le comportement de consommation	En raison de leur budget limité, le prix est le principal moteur d'achat des consommateurs togolais. La grande majorité du panier des ménages est composée de produits de première nécessité (comme les denrées alimentaires, pour la partie qui ne peut être produite par l'agriculture de substitution). En effet, de nombreux Togolais cultivent les aliments qu'ils consomment, ou bien s'approvisionnent sur les marchés locaux, faisant de la disponibilité et de la proximité deux facteurs d'achat importants. Cependant, le processus d'urbanisation et la naissance d'une classe moyenne font progressivement évoluer les habitudes d'achat vers les produits industriels (et importés). La publicité se fait principalement par la radio, la télévision et les journaux, qui permettent d'atteindre un public plus large. La publicité en ligne n'est pas très courante, le taux de pénétration d'Internet étant encore faible. Le crédit à la consommation n'est pas encore développé.
Les associations de consommateurs	Association Togolaise des Consommateurs - ATC
Principales agences de publicité	Live Y dream Zenith communication Association togolaise de marketing social et la communication pour la santé

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.
Dernières mises à jour en Avril 2024