

Vente à la solde en fin d'année

Les contours de la liquidation

Les produits liquidés

Dossier réalisé par Firmin Gbèhan avec la collaboration de Fidèle Nanga, Patrick Wologan et Saturnin Agbofoun

La liquidation des articles à l'occasion des fêtes de fin d'année ne concerne pas tout ce qui se trouve sur le marché. Les produits concernés sont les produits cosmétiques, les jouets et surtout les denrées alimentaires. Chaque fin d'année confie Sabine, un agent de « Fal 2001 », les denrées alimentaires sont le plus sollicitées. Les populations accroissent leurs demandes en riz, haricots, pâtes alimentaires, les et boissons. Non loin du carrefour Lègba (Cotonou), Maman Annie, vendeuse de jouets, reconnaît que ses articles coulent bien sur le marché surtout à l'approche des fêtes. « La fête de Noël considérée comme celle des enfants est une occasion où chaque parent veut offrir des jouets à ses enfants. Par conséquent, il y a l'affluence en ces temps de liquidation où les prix sont cassés ».

Maman Annie s'expliquait devant un tas de poupées, de charrettes en plastiques et autres jouets étalés à même le sol. A Missèbo comme au marché Dantokpa, sont les cosméti-

ques qui dominent dans la catégorie des produits liquidés. Tissus, chaussures, boucles d'oreilles, colliers et accessoires de toilette ne sont plus sur les étales habituels mais exposés à même le sol. Les vendeurs de ces articles occupent jusqu'aux allées et bloquent parfois les passages. Dans certains grands magasins comme la Roche, on parle plutôt de vente promotionnelle pour signifier que les anciens prix sont revus à la baisse suivant des pourcentages donnés. Ici les articles en question ne sont pas des denrées alimen-

taires ni des produits cosmétiques. Il s'agit des matériaux de construction. Chez les Chinois, aux abords de la rue du Renouveau, la position est mitigée. C'est-à-dire qu'on ne crie pas trop la liquidation et on ne parle pas trop de vente promotionnelle. Toutefois, les guirlandes qui dominent les rayons des boutiques connaissent également de baisse. Tout semble démontrer que la « liquidation » prend en compte beaucoup de produits. Il reste à apprécier la qualité de ces produits liquidés en cette période de grande effervescence.



Comparé les prix à ceux pratiqués dans les supers marchés ou grands magasins

Une source d'emploi

La fin d'année constitue une période où les affaires fleurissent. Plusieurs boutiques se doublent. Les hangars ont leurs annexes ou d'autres points de vente dans les marchés ou aux abords des voies immédiates. Ainsi, de nouveaux emplois sont créés et les vendeurs occasionnels deviennent nombreux dans les marchés.

D'après certaines vendeuses rencontrées à l'entrée de la rue menant au Centre Paul VI à St Michel, elles ont été recrutées par des commerçantes du marché Dantokpa pour vendre ces articles en cette période de fêtes. D'autres, changent car-

rément d'activité et s'adonnent à l'opération dite de « liquidation ». Elles s'approvisionnent dans des boutiques et revendent les produits à la criée aux abords des voies. « Je prends les assiettes auprès des Chinois pour vite les revendre puisque ceux-ci ne comprennent pas nos dialectes » nous a confié une dame. A l'entrée du marché de friperie de Missèbo la circulation est de plus en plus difficile depuis quelques jours. Ceci parce que les vendeurs occasionnels, plus nombreux, occupent les chemins menant aux hangars. M. Robert, vendeur occasionnel, nous

explique qu'ils se sont entendus avec les commerçants de friperie pour les aider à vite écouler leurs produits. La particularité des boutiques de vente de tissus est qu'on y joue de la musique pour attirer la clientèle. Un Libanais explique qu'il a engagé un animateur pour vanter les produits et inviter les clients à bénéficier de la solde de la fin d'année. En bref, l'opération de « Liquidation » en fin d'année constitue une véritable source d'emploi pour les uns et les autres. « Bientôt les élèves vont s'ajouter à nous pour renforcer l'opération » a précisé maman Yabo, vendeuse de tissu à Missèbo.

Le président de la Ldcb recommande la vigilance aux consommateurs

M. Romain Abilé Houéhou, président de la ligue pour la défense du consommateur du Bénin, dans un entretien qu'il nous a accordé, donne son point de vue sur la liquidation, ses contours et recommande la vigilance aux consommateurs

Qu'est-ce que c'est que la liquidation d'après vous M. Houéhou ?

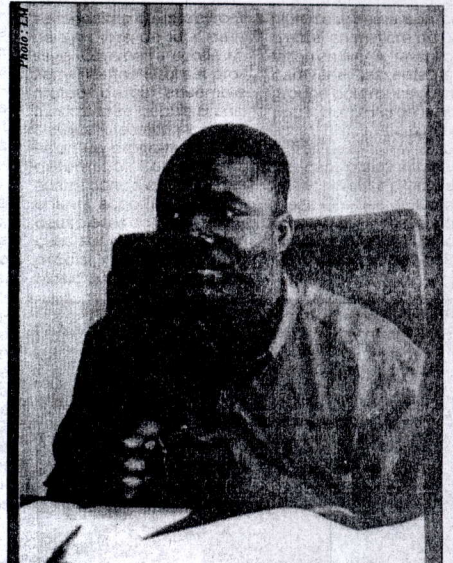
C'est dans la vision de renouveler les stocks en magasin que les commerçants cassent les prix de leurs produits, surtout en fin d'année afin d'attirer beaucoup de consommateurs et de pouvoir vendre ces produits. Et c'est ce que l'on appelle généralement liquidation.

Selon vous, cette liquidation est-elle bien faite dans nos marchés ?

C'est là toute la véritable question. On voit afficher devant les magasins, 50% de réduction, mais en réalité les prix ne sont pas toujours réduits comme on veut le faire croire aux consommateurs. Certains commerçants de mauvaise foi profitent de la fin d'année en jouant sur la psychologie des consommateurs. Ainsi certains produits sont vendus au même prix auquel ils étaient cédés tout au long de l'année. Et dans le souci de s'approvisionner moins cher en cette fin d'année les consommateurs se ruent sur les produits, en achètent abondamment pensant ainsi faire de bonne affaire. Parfois c'est des produits avariés qu'ils achètent.

Comment expliquez vous cela ?

La plupart des consommateurs sont des analphabètes, donc n'arrivent pas à lire par exemple la date de péremption des produits qui leur sont proposés. Il s'agit notamment des boissons alcoolisées (liqueur), les pâtes alimentaires, les biscuits, les produits importés. Les produits sus ci-



Romain Abilé Houéhou : "Les prix ne sont toujours pas réduits"

tés sont très souvent vendus à vil prix. C'est le moment où l'on retrouve des boissons frelatées sur le marché. Tout ceci présente de graves dangers pour la santé du consommateur et ne garantit pas toujours une sécurité alimentaire.

Et que fait la ligue pour éviter ces genres de déconvenues aux consommateurs ?

Depuis 1998 que la ligue est née, nous focalisons toutes nos actions sur l'information et la sensibilisation des consommateurs à travers les médias. Nous conseillons par exemple aux analphabètes de se faire accompagner d'une personne lettrée pour les aider à vérifier la péremption et la qualité des produits alimentaires lors de leurs achats. Egalement il leur est conseillé de faire la comparaison entre les prix fixés sur le marché et ceux affichés dans les boutiques avant de faire leur choix.

Pensez-vous que ces conseils atteignent les populations ?

Je dois reconnaître que l'information et la sensibilisation passent difficilement. La raison est que nous sommes dans un pays en développement et le pouvoir d'achat des consommateurs est très faible ; ces derniers vivent dans une situation de précarité et de pauvreté absolue. Et devant consommer nécessairement ces produits, ils se trouvent quelquefois obligés d'acheter. Malheureusement.

Des recommandations à l'endroit des consommateurs ?

Je leur demande de prendre en compte nos conseils et les invite par la même occasion à être vigilants face aux différentes propositions faites par les commerçants en cette fin d'année. Aussi demanderai-je au gouvernement de prendre des mesures sociales qui visent à limiter la duperie des commerçants car la ligue n'est pas juridiquement compétente pour opérer par exemple des saisies des produits avariés sur le marché.