

---

### III. COMMERCER AU NIGERIA

---

Il n'est pas recommandé à la petite entreprise, dont les ressources sont limitées, de faire des affaires au Nigeria. Ce marché en vaut la peine mais nécessite d'importantes dépenses. La concurrence étrangère y est forte et il faut connaître en détail les conditions du marché, les méthodes d'importation, les tendances des achats, les réseaux de distribution et les pratiques commerciales.

Des facteurs comme l'importante population, la forte propension à importer, les revenus pétroliers considérables, les ambitieux plans de développement et l'industrialisation limitée, favorisent l'importation d'une large gamme de produits.

Par ailleurs, au chapitre des contraintes, mentionnons les règlements conçus pour réduire les importations, les mesures de contrôle des changes, les problèmes de communication et de transport intérieur, la pénurie de personnel de soutien spécialisé, la forte concurrence européenne, les longs délais de paiement et l'inefficacité de la bureaucratie gouvernementale.

Dans la vente de nombreux produits, le prix est souvent de première importance, suivi de près par le délai de livraison. Cependant, il faut aussi gagner la confiance des clients et des agents. Les propositions postales ne sont guères efficaces; il faut attaquer le marché avec sérieux en s'y rendant régulièrement.

L'expérience coloniale de la Grande-Bretagne et la proximité de l'Europe ont nettement orienté ce marché vers les fournisseurs européens. Toutefois, les Nigériens savent accueillir d'autres marchandises de qualité si les prix sont concurrentiels et les fournisseurs, disposés à mettre en oeuvre un programme de commercialisation soutenu et dynamique. Les fournisseurs d'Extrême-Orient et des États-Unis ont tout particulièrement bien réussi sur ce marché en s'y prenant de la sorte.