

**APPRECIATION DE LA PART DE MARCHE DE CERTAINS
PRODUITS ALIMENTAIRES A CONAKRY**

**ENQUETE AUPRES DE 28 BOUTIQUES DES MARCHES DE KALOUM,
TAOUYAH ET DE MATOTO**

RAPPORT FINAL

Initiation et financement : Société Sacksons de
Commerce (SOSACO)

Exécution: Stat-View Association

septembre 1999

RESUME

L'étude de marché menée à Conakry auprès de 28 boutiques par la STAT-VIEW Association a permis d'identifier les marges actuellement disponibles et celles sollicitées par produit.

D'après l'écoulement des marques de margarine, l'on peut conclure que les 900g sont les plus sollicitées (49,8%), viennent en suite les 4,5 kg (24,4%) et les 450g (23,4%). Pour ce qui concerne les marques, RBT et Bebo brand sont celles qui ont les plus grosses parts du marché actuellement, soit respectivement 42,5% et 29,4%. Il faut préciser que 1911 boîtes de Margarine ont été vendues au cours de la semaine.

Quant à la Mayonnaise, Bama et Blue plate sont les marques les plus disponibles. D'après l'étude, Bama est la meilleure marque si l'on tient compte des quantités vendues (98% des marques de Mayonnaise vendues). Au total, 6 095 boîtes de Mayonnaise ont été vendues : 5 960 Bama, 131 Blue plate et 4 Rémia. Parmi les Bama, 32 oz est celle qui marche le mieux (36%). Les quantités vendues de Bama 16 oz, 8 oz et 1 gallon sont de respectivement 1 818, 1 401 et 583 boîtes.

De toutes les catégories de Lait vendues, le Lait concentré non sucré 170g est le plus sollicité. Au cours de la semaine de l'étude, 32 464 boîtes de Lait ont été vendues dont 20 829 concentrés non sucré 170g soit 64% des ventes.

Oméla 170g est la marque la plus vendue (10 123 boîtes, soit 31% du marché de lait).

S'agissant du Thé 100 pièces, Dilmah est la première marque vendue : 23 712 sachets vendus en une semaine par 28 boutiques. La part de marché de Dilmah s'élève à 67 % (Au total, 35 339 sachets de thé ont été vendus au cours de la semaine). Champion vient en seconde position avec 15% des ventes.

En outre, de nombreuses marques de Bonbons, de Candies et Chewing gum existent sur le marché de Conakry. Au total, 273 bonbons mints, 155 Candies et 197 paquets de chewing gum ont été vendus par les 28 boutiques au cours de la semaine. Les principales marques sollicitées sont Mana (53% des ventes de mints), Coffee bite (100% des ventes de Candies), Dos en vuo (91% des ventes de Chewing gum).

Quant au Corned beef 450g, 1987 boîtes ont été vendues et la marque la plus vendue est Food loove (43% des ventes). Taybat vient en deuxième position avec 26% des ventes.

Cette étude s'était également intéressée aux anti-moustiques. Les 28 boutiques retenues pour cette étude en ont vendu 5 288 tubes. Spritex est la marque la plus sollicitée (95% des ventes).

Purilitopop est la marque de Whistle la plus vendue (39 sachets sur les 82 vendus).

Pour ce qui concerne les Allumettes, 13 270 boîtes ont été achetées dans les 28 boutiques cibles. Rizla, principale marque, a 80% des ventes d'Allumettes.

Des Biscuits de plusieurs dimensions et prix existent sur le marché. Les plus fréquemment disponibles sont celles vendues à 100 FG et 1000 FG. Les Biscuits de 100 FG sont les plus vendus (92 paquets en une semaine).

Par contre, seulement 9 paquets de 1000 FG, de marque Prince cleo ont été achetés. Parmi toutes les marques de Biscuits disponibles, Bébé 2 est la plus vendue (70% des ventes de biscuits).

Deux marques de Sucre (paquets) ont été achetées lors de cette étude. L'exclusivité des ventes revient en fait à St louis, 3 460 paquets vendus.

En fin, les Sardines ont été incluses dans l'étude. Près de 6 000 boîtes, soit plus précisément 5 999 boîtes ont été vendues au cours de la semaine de l'étude. Trois marques ont été vendues par les 28 boutiques. Ce sont Princess (54% des ventes), Mer du sud (33%) et Scala (13%).

INTRODUCTION

Dans le cadre de son programme de Marketing, la Société Saksons de Commerce, SOSACO en abrégé, a sollicité l'appui technique de la STAT-VIEW Association pour mener une étude de marché à Conakry. Plusieurs produits étaient concernés par la dite étude. Ce sont la margarine, la mayonnaise, le lait concentré sucré et non sucré, le thé, les bombons, les chewing gum, le corned beef, les anti-moustiques, le whistle, les allumettes, les biscuits, le sucre (cube) et la sardine.

L'objectif principal de l'étude de marché était de mesurer le taux d'écoulement des différentes marques des produits susmentionnés. Cette étude de marché a couvert 28 boutiques de 3 marchés de la capitale à savoir Kaloum, Taouyah et Matoto. Il était initialement prévu d'inclure 10 boutiques de chacun de ces marchés dans l'étude. Celles-ci ont été choisies en étroite collaboration avec SOSACO. Malheureusement, pour des raisons de disponibilité, 2 boutiques sur les 30 choisies se sont retirées de l'échantillon.

Pour répondre à l'objectif de l'étude, des fiches de vente quotidienne et de mouvement de stocks ont été placées au niveau de chacune des boutiques retenues. Toutes les ventes effectuées au cours de la semaine de l'étude ont été relevées sur ces fiches et ont fait l'objet de traitement informatique à l'aide du logiciel Epi-Info. Du 16 au 22 août 1999, trois (3) chercheurs de STAT-VIEW Association ont collecté les données. Deux de ses cadres se sont occupés de l'informatisation et de l'analyse des données.

CHAPITRE I : MARGARINE

I.1 Margarine 450g

Au cours de cette étude de marché, qui a duré une semaine, 454 boîtes de margarine 450 g, toutes marques confondues, ont été vendues par les 28 boutiques de l'échantillon. Comme l'indique le tableau à dessous, RBT et Bebo Brand ont été les plus vendues : soit respectivement 282 boîtes (soit 62%) et 157 boîtes (soit 34%). Flory et Remia ont été les moins sollicitées.

Tableau N°1.1 : Ecoulement des marques de Margarine 450g.

Marques	Quantités (boîtes)	Pourcentage (n= 454)
RBT	282	62
Bebo brand	157	34, 5
Rosa	6	1
Flory	2	0,4
Remia	7	1,5
Total	454	100

Par ailleurs, parmi les 28 points de vente visités, trois (3) ont enregistré la vente de RBT, 7 ont enregistré la vente de Bebo brand, 2 pour Rosa et un seul pour Flory et Remia. Les quantités moyennes et médianes vendues pour chacun des points de vente sont données dans le tableau suivant :

Tableau N°1.2 : Ecoulement des marques de Margarine 450g par point de vente.

Quantité	Marques Margarine 450g		
	RBT	Bebo brand	Rosa
Moyenne	94	22	3
Médiane	110	8	3
Mode	52	2	1
Minimum/Maximum	52/120	2/108	1/5

I.2 Margarine 900g

Au cours de la semaine, les clients de la margarine 900g ont acheté 967 boîtes de toutes marques confondues. Il s'agit de RBT, Bebo brand, Victoria, Rosa, Flory et Remia. Cependant, les marques les plus sollicitées sont Bebo brand (293 boîtes soit 30%) et RBT (292 boîtes, soit 30%). La moins sollicitée est Victoria (11 boîtes soit 1%).

Tableau N°1.3 : Ecoulement des marques de Margarine 900g

Marques	Quantité (en boîtes)	Pourcentage en (=967)
RBT	292	30
Bebo brand	293	30
Victoria	11	1
Rosa	103	11
Flory	134	14
Remia	134	14
Total	967	100

Par ailleurs, les enquêteurs de STAT-VIEW ont constaté que la marque RBT a été achetée au niveau de 4 points de vente, Bebo brand a été achetée dans 13 points de vente, Rosa dans 4, Victoria et Flory dans 3 points de vente chacune et Remia dans 12 points de vente. Les quantités moyennes et médianes vendues par point de vente sont indiquées dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°1.4 : Ecoulement des marques de Margarine 900g par point de vente.

Quantités	Marques de Margarine 900g					
	RBT	Bebo rand	Victoria	Rosa	Flory	Remia
Moyenne	73	22,5	4	26	45	11
Médiane	72	12	4	7,5	6	3,5
Mode	4	4	2	4	2	3
Minimum/Maximum	4/144	1/126	2/5	4/84	2/126	1/53

I.3 Margarine 4,5 Kg

Plusieurs marques de margarine 4,5g ont été vendues au cours de la période de l'étude.

Il s'agit notamment de RBT, Bebo brand, Victoria, Rosa, Flory et Remia. Au total et pour toutes marques confondues, 474 boîtes ont été vendues à travers les 28 points visités. La marque la plus sollicitée par les clients au cours de cette semaine d'enquête est indiscutablement RBT avec 232 boîtes vendues, soit 49%. Bebo brand vient au 2^{ème} rang avec 107 boîtes vendues soit 22,5%. La marque la moins sollicitée est Flory avec une seule boîte vendue. (Voir tableau ci-dessous).

Tableau N°1.5 : Ecoulement des marques de Margarine 4,5 Kg

Marques	Quantités (en boîtes)	Pourcentage (n=474)
RBT	232	49
Bebo brand	107	22,5
Victoria	78	16
Rosa	50	10,5
Remia	6	1
Flory	1	0,2
Total	474	100

Il faut préciser par ailleurs que les marques RBT et Bebo brand ont été achetées dans 6 points de vente chacune. Les quantités moyennes vendues sont respectivement de 39 et de 18 boîtes. Victoria, Rosa et Remia ont été achetées dans 2 points de vente chacune. Le tableau ci-après indique les quantités moyennes, médianes et modales vendues par point de vente.

Tableau N°1.6 : Ecoulement des marques de margarine 4,5g par point de vente.

Quantités	Marques de Margarine 4,5g				
	RBT	Bebo brand	Victoria	Rosa	Rémia
Moyenne	39	18	39	25	3
Médiane	31	14	39	25	3
Mode	6	1	10	3	2
Minimum/Maximum	6/96	1/48	10/68	3/47	2/4

I.4 Margarine 500g

Au total, 16 boîtes ont été vendues dans cette catégorie. Ces boîtes se répartissent entre 2 marques à savoir : Remia (11 boîtes) et Bebo brand (5 boîtes vendues). Remia a été achetée dans 2 points de vente avec une quantité moyenne de 5,5 boîtes. Bebo brand n'a été vendue qu'au niveau d'un seul point de vente.

Par ailleurs, il faut signaler qu'en dehors de ces différentes catégories de margarine étudiées plus haut, d'autres marques ont été vendues à travers les différents points visités par les enquêteurs de STAT-VIEW. Il s'agit notamment de Rosa 10 Kg de Flory 400g, de 800g, de Remia 2250g et de Remia 250g. Cependant, ces marques ont été moins sollicitées par les clients puis qu'elles n'ont été achetées que dans un seul point de vente chacune et pour une quantité qui ne dépasse pas 5 boîtes sauf Vital 800g dont 45 boîtes ont été achetées.

Conclusion

D'après l'écoulement des marques de margarine au niveau des 28 boutiques de l'échantillon, l'on peut conclure que les 900g sont les plus sollicitées (69,8%), viennent ensuite les 4,5Kg (24,4%) et les 450g (23,4%). Pour ce qui concerne les marques, RBT et Bebo brand sont celles qui ont les plus grosses parts du marché actuellement, soit respectivement 42,5% et 29,4%

CHAPITRE II : MAYONNAISE

II.1 Mayonnaise 8 OZ

Au cours de la semaine de l'étude de marché 1425 boîtes de Mayonnaise 8 OZ de toutes marques confondues ont été vendues dans les marchés de Kaloum, Tawyah et Matoto. Il s'agit de Bama et de Blue plate. La marque Bama est la plus vendue (1401 boîtes), soit 98% que Blue plate (24 boîtes). Sur les 28 points de ventes visités au cours de cette étude 22 ont vendu la marque Bama, un seul a vendu la marque Blue plate, chacun de ces points de ventes a vendu 64 boîtes en moyenne.

II.2 Mayonnaise 16 OZ

Du total 1 829 boîtes de mayonnaise 16 OZ de toutes marques confondues ont été vendues au cours de la période dans les trois marchés concernés. Il s'agit des marques suivantes : Bama, Blue plate et Remia. La marque Bama est la plus vendue (1818 boîtes soit 99%) Seulement 7 boîtes de Blue plate et 4 boîtes de Remia ont été vendues. Par contre, 20 points de ventes sur les 28 ont vendu Bama chacun de ces points de vente a vendu en moyenne 91 boîtes.

II.3 Mayonnaise 32 OZ

Au cours de la semaine de l'étude 2204 boîtes de Mayonnaise 32OZ de toutes marques confondues ont été vendues. Dans les marchés de l'étude les marques vendues sont Bama et Blue plate. La marque Bama est la plus vendue (2158 boîtes soit 98%) alors que seulement 46 boîtes de Blue plate ont été vendues.

Tableau N°2.1 : Ecoulement des marques de Mayonnaise 16OZ

Marques	Quantité (en boîte)	Pourcentage (n= 2204)
Bama	2 158	98
Blue plate	46	2
Total	2 204	100

Sur les 28 points de vente, 25 ont vendu Bama alors que ce sont 6 seulement qui ont la marques Blue plate.

Tableau N°2.2 : Ecoulement des marques de Mayonnaises 16 OZ par point de vente.

Quantités	Marques de mayonnaise 16 OZ	
	Bama (n= 25)	Blue plate (n= 6)
Moyenne	86	8
Médiane	17	2,5
Mode	4	1
Minimum/Maximum	1/428	1/36

II.4 Mayonnaise 1 galon

Au cours de la semaine de l'étude, 591 boîtes de Mayonnaise 1 galon de toutes marques confondues ont été vendues dans les trois Marchés visités. Il s'agit des marques Bama (99%) et Blue plate (1%). La marque Bama est donc la plus vendue (583 boîtes).

Tableau N°2.3 : Ecoulement des marques de Mayonnaise 1 galon

Marques	Quantités (en boîte)	Pourcentage (n= 591)
Bama	583	99
Blue plate	8	1
Total	591	100

Au cours de cette enquête, 16 boutiques ont vendu Bama et 2 Blue plate.

Tableau N°2.4 : Ecoulement des marques de mayonnaise 1 galon par point de vente

Quantités	Marques mayonnaise 1 galon.	
	Bama (n=16)	Blue plate (n=2)
Moyenne	36	4
Mediane	19,5	13,5
Mode	11	1
Minimum/Maximum	1/235	1/7

D'après cette étude, Bama 32 OZ est la marque de Mayonnaise qui marche le mieux : 2 158 boîtes par semaine pour 28 points de vente. Bama 16 OZ, vient en deuxième position avec 1 818 boîtes vendues, comme l'indique ce tableau :

Tableau N°2.5 : Ecoulement de la marque Bama.

Marque de Bama	Quantités vendues	Pourcentage
Bama 32 OZ	2 158	36,2
Bama 16 OZ	1 818	30,5
Bama 8 OZ	1 401	23,5
Bama 1 galon	583	9,8
Total	5 960	100

CHAPITRE III : LAIT

III.1 Lait Concentré sucré

3.1.1 Lait Concentré 1Kg

Dans les 28 boutiques de l'étude, 4 883 boîtes de lait concentré sucré toutes marques confondues ont été vendues. Farm est la marque la plus vendue (49,5% des ventes). Omela et BB viennent respectivement en deuxième (26%) et troisième position (23%). Le tableau ci-dessous indique les quantités vendues par marque.

Tableau N°3.1.1 : Ecoulement des marques de lait concentré sucré 1 Kg

Marques	Quantités (en boîte)	Pourcentage
Farm	2 417	49,5
Omela	1 280	26,2
BB	1 135	23,2
Bonnet bleu	23	0,5
Gloria	15	0,3
Nestlé	13	0,3
Total	4 883	100

C'est la marque Farm qui a été vendue dans un plus grand nombre de point de vente (18 sur les 28 de l'étude).

Tableau N°3.1.2 : Nombre de points de vente par marque de lait.

Marques de lait sucré 1 kg	Nombre de points de vente	
	Nombre	Pourcentage (n=28)
Farm	18	64,3
Oméla	9	32,1
BB	6	21,4
Bonnet bleu	4	14,3
Gloria	3	10,7

Le tableau qui suit donne les quantités, moyennes, médianes et modales vendues par marque.

Tableau N°3.1.3 : Ecoulement des marques de lait concentré sucré 1 kg par point de vente.

Quantités	Marques				
	Farm (n=18)	Oméla (n=9)	BB (n=6)	Bonnet bleu (n=4)	Gloria (n= 3)
Moyenne	134	142	182	6	5
Médiane	21,5	14	155,5	5,5	4
Mode	1	15	24	1	4
Minimum/Maximum	1/816	1/1 104	24/402	1/11	4/7

3.1.2 Lait concentré sucré 397g

Au cours de la semaine de l'étude, 4 833 boîtes de lait concentré sucré 397 g, toutes marques confondues, ont été vendues dans les marchés de Kaloum, Taouyah et de Matoto.

Les différentes marques de lait vendues sont BB, Gloria, Farm, Oméla et Bonnet bleu. BB est la marque la plus vendue (2 327 boîtes). Les marques les moins vendues sont Gloria (35 boîtes) et Bonnet bleu (24 boîtes).

Tableau N°3.1.4 : Ecoulement des marques de lait concentré sucré 397 g.

Marques	Quantités	Pourcentage
BB	2 327	48,1
Oméla	1 296	26,8
Farm	1 151	23,8
Gloria	35	0,7
Bonnet bleu	24	0,5
Total	4 833	100

Peu de vendeurs de lait concentré sucré 397g en ont vendu au cours de la semaine de l'étude. BB est la marque la plus vendue en moyenne comme l'indique ce tableau.

Tableau N°3.1.5 : Ecoulement des marques de lait concentré sucré 397g par point de vente.

Quantités	Marques de lait			
	BB (n=3)	Gloria (n=4)	Farm (n=6)	Oméla (n=5)
Moyenne	777	9	192	259
Médiane	743	4	38,5	24
Mode	672	1	4	7
Minimum/Maximum	672/912	1/26	4/102	1/1152

Conclusion :

De toutes les marques de lait sucré, Farm et BB sont les plus vendues (respectivement 36,8% et 35,7% des ventes). Plus précisément, c'est Farm 1kg et BB 397g qui sont les plus sollicitées. Elles ont respectivement 25% et 24% des parts de marché de lait concentré sucré.

III.2 Lait concentré non sucré

3.2.1 Lait concentré non sucré 170 g

Au cours de la semaine de l'étude, 20 829 boîtes de lait concentré non sucré, toutes marques confondues, ont été vendues par les 28 boutiques ciblées. Ce chiffre concerne les marques suivantes : BB, Oméla, Farm, Belle hollandaise, Mana et Milk cow.

Oméla est la marque la plus vendue (48,6% des ventes).

Tableau N°3.2.1 : Ecoulement des marques de lait concentré non sucré 170g.

Marques	Quantités (en boîte)	Pourcentage (n=20 829)
Oméla	10 123	48,6
Farm	5 732	27,5
BB	2 026	9,7
Milk cow	1 567	7,5
Belle hollandaise	1 060	5,1
Mana	321	1,5
Total	20 829	100

Parmi toutes ces marques, Oméla est celle qui a de nombreux points de vente (22 sur les 28 visités). Farm et Belle hollandaise sont respectivement vendues par 13 et 12 points de vente. Les autres marques ont moins de 5 vendeurs sur les 28.

Le tableau ci-après indique les quantités moyennes, médianes et modales de lait concentré non sucré 170g vendues par marque.

Tableau N°3.2.2 : Ecoulement des marques de lait concentré non sucré 170g par point de vente.

Quantités	Marques de lait					
	Oméla (n=22)	Farm (n=13)	Belle hollandaise (n=12)	BB (n=3)	Mana (n=3)	Milk cow (n=2)
Moyenne	460	441	88	675	107	783,5
Médiane	84,5	114	27,5	396	30	783,5
Mode	9	2	2	190	3	31
Minimum/Maximum	1/3 840	2/2 064	2/480	190/1 440	3/288	31/1 536

3.2.2 Lait concentré non sucré X 410 g:

Au total, 1919 boîtes de lait concentré non sucré 410g, toutes marques confondues, ont été vendues au cours de la semaine. Les marques trouvées sur le marché sont Oméla, Farm, Bonnet bleu, Belle hollandaise et Gloria. Farm est loin la marque la plus vendue (70% des ventes).

Tableau N°3.2.3 : Ecoulement des marques de lait concentré non sucré X 410g

Marques	Quantités (en boîte)	Pourcentage (n=1919)
Farm	1 332	69,4
Belle hollandaise	420	21,9
Oméla	158	8,2
Bonnet bleu	2	0,1
Gloria	2	0,1
Total	1 919	100

Cependant, les marques de lait concentré non sucré 410g ont peu de points de vente. Farm qui est la marque la plus vendue n'a que 4 points de vente sur les 28 retenus pour l'étude.

Le tableau N° 3.2.4 donne les quantités vendues par marque de lait concentré non sucré X 410 g

Le tableau N° 3.2.4 : Ecoulement des marques de lait concentré non sucré X 410 g par point de vente.

Quantités	Marques de lait		
	Farm (n=4)	Oméla (n=4)	Belle hollandaise (n=3)
Moyenne	334	39,5	140
Médiane	36	38	95
Mode	2	2	33
Minimum/Maximum	2/80	2/1 263	33/292

Conclusion :

Oméla et Farm sont les marques de lait concentré non sucré qui marche le mieux. Elles font respectivement 45% et 31 % des ventes. Mais plus précisément, c'est Oméla 170g qui est la plus sollicitée (44,5%) vient en suite Farm 170g (25,2%).

CHAPITRE IV : TEA 100 PIECES/PKT

Dans les différents points de vente concernés par la présente étude, l'on a enregistré la vente de 35 339 sachets de Tea au cours de la semaine pour toutes marques confondues. Ce sont : Dilmah, Jolly, Super joy, Tylos et le Champion. La marque la plus vendue au cours de la semaine est Dilmah avec 23 712 sachets soit 67 %. La marque Champion occupe le second rang avec 5416 sachets soit 15%. La moins vendue reste Super joy pour 1 000 sachets.

Le tableau ci-dessous précise le taux d'écoulement de chaque marque pendant la semaine de l'étude.

Tableau N°4.1 : Ecoulement des marques de Tea 100 pièces/Pkt

Marques	Quantités (en sachets)	Pourcentage (n=35339)
Dilmah	23 712	67
Champion	5 416	15
Tylos	3 208	9
Jolly	2 003	6
Super joy	1 000	3
Total	35 339	100

Par ailleurs, la marque Dilmah a été achetée au niveau de 15 points de vente sur les 28 visités durant la semaine avec une quantité moyenne de 1 581 sachets. La marque champion a été sollicitée au niveau de 6 points de vente avec une moyenne de 903 sachets vendus. Les autres marques ont été achetées dans au moins 3 points de vente. Les quantités moyennes et médianes vendues pour chaque marque sont précisées dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°4.2 : Ecoulement des marques de Tea 100pièces/PKT par point de vente

Quantités	Marques de Tea 100 pièces/Pkt				
	Dilmah (n=15)	Champion (n=6)	Tylos (n=3)	Jolly (n=3)	Super joy (n=3)
Moyenne	1581	903	642	501	333
Médiane	1100	1000	800	550	300
Mode	1100	1600	8	3	200
Minimum/Maximum	2/5200	16/1600	8/1200	3/900	200/500

CHAPITRE V : BOMBONS ET CHEWING GUM

V-1 Bombons Mints :

Au total, 273 sachets de Bombons mints ont été achetés à travers les 28 boutiques retenues pour les besoins de cette étude. Les marques vendues au cours de la période de l'étude sont : Mana, la plus vendue, avec 144 sachets soit 53% ; Arcor mints avec 52 sachets ; Spécial mints avec 40 sachets achetés ; Collins mints et le Mints Amacif. Il faut préciser que ces 3 dernières marques ont été les moins sollicitées au cours de cette étude de marché surtout le Mints Amacif avec 11 sachets vendus. D'ailleurs, elles n'ont été achetée qu'au niveau d'un seul point de vente chacune. Par contre, Mana et Arcor mints ont été vendus respectivement au niveau de 5 et 3 points de vente. Les quantités moyennes vendues sont : 29 sachets pour Mana et 17 sachets pour Arcor mints. Le tableau ci-dessous précise le taux d'écoulement de chacune des marques achetées.

Tableau N°5.1 : Ecoulement des marques de Bombons mints.

Marques	Quantités (en sachets)	Pourcentage (n=273)
Mana	144	53
Arcor mints	52	19
Spécial mints	40	15
Collins mints	26	9
Mints Amacif	11	4
Total	273	100

V.2 Candies

Pour cette catégorie de Bombons, une seule marque a été achetée par les clients à savoir Coffee Bite pour une quantité totale de 155 sachets. Elle a été achetée au niveau de 4 points de vente sur les 28 sélectionnés pour les besoins de cette étude de marché. Les quantités moyennes et médianes achetées sont respectivement de 39 et 41 sachets pour une quantité modale de 7 sachets.

V.3 Chewing gum

Trois marques de Chewing gum ont été achetées pendant cette période de recherche pour un total de 197 paquets. Il s'agit de Dos en vuo, de Pk et de Jenika. Cependant, il faut préciser que la marque la plus achetée est de loin Dos en vuo avec 179 paquets vendus soit 91%. Les marques Pk et Jenika ont été peu achetées avec respectivement 15 et 3 paquets. D'ailleurs, elles n'ont été achetées qu'au niveau d'un seul point de vente chacune. Par contre, Dos en vuo a été acheté au niveau de 8 points de vente pour une quantité moyenne et médiane de 22 et 18,5 paquets respectivement. Le tableau suivant indique le taux d'écoulement de chaque marque de Chewing Gum.

Tableau N°5.2 : Taux d'écoulement des Marques de Chewing Gum.

Marques	Quantités (en paquets)	Pourcentage (n=197)
Dos en vuo	179	91
Pk	15	8
Jenika	3	1
Total	197	100

CHAPITRE VI : CORNED BEEF 450 G

Plusieurs marques de Corned Beef ont été achetées au cours de cette étude de marché pour un total de 1987 boîtes. Il s'agit notamment de Food loove, Taybat, Campéon et Liberty. La plus vendue parmi ces marques est Food loove avec 859 boîtes. En suite vient Taybat avec 522 boîtes vendues. La marque la moins vendue pendant cette étude est Liberty avec 212 boîtes soit 11% (Voir tableau ci-après).

Tableau N°6.1 : Taux d'écoulement des marques de Corned Beef 450g.

Marques	Quantités (en boîtes)	Pourcentage (n=1987)
Food loove	859	43
Taybat	522	26
Campéon	394	20
Liberty	212	11
Total	1 987	100

Par ailleurs, chacune de ces marques a été achetée au niveau de 7 points de vente au moins. Food loove, la plus sollicitée au cours de cette période, a été achetée également à travers plus de points de vente (11) soit une quantité moyenne de 78 boîtes achetées. Les marques Taybat et Campéon ont été sollicitées respectivement dans 7 et 8 points de vente. Les quantités moyennes, médianes et modales vendues pour chacune des marques sont indiquées dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°6.2 : Ecoulement des marques de Corned Beef 450g

Quantités	Marques de Corned Beef 450g			
	Food Loove (n=11)	Taybat (n=7)	Campéon (n=8)	Liberty (n=10)
Moyenne	78	74,5	49	21
Médiane	28	27	43,5	8,5
Mode	1	1	23	1
Minimum/Maximum	1/415	1/324	1/100	1/131

CHAPITRE VII : ANTI-MOUSTIQUES (Aerosol)

Au cours de cette étude de marché qui a duré une semaine, les différents points de vente choisis à cet effet ont enregistré l'achat de 5 288 tubes (pompes) toutes marques confondues. Parmi ces marques, l'on rencontre Spritex qui est la plus vendue avec 5 007 tubes soit 95%. A-Z Spray, avec 171 tubes, vient au second rang soit 3%. La marque Oro fut la moins sollicitée au cours de cette étude (25 tubes, soit 0,4%). (Voir tableau ci-après).

Tableau N°7.1 : Taux d'écoulement des marques d'Anti-moustiques.

Marques	Quantités (en tubes)	Pourcentage (n=5 288)
Spritex	5 007	95
A-Z Spray	171	3
Cock spray	55	1
Insect Killer	30	0,5
Oro	25	0,4
Total	5 288	100

Il faut ajouter par ailleurs que la marque Spritex, qui avait été la plus sollicitée, a été achetée également dans plus de points de vente (17) soit une quantité moyenne de 295 tubes. Par contre, les marques Oro et Insect killer n'ont été achetées que dans un seul point de vente chacune. Les quantités moyennes, médianes et modales pour chacune des marques d'Anti-moustiques sont données dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°7.2 : Ecoulement des marques d'Anti-moustiques par point de vente.

Quantités	Marques d'Anti-moustiques		
	Spritex	A-Z Spray	Cock spray
Moyenne	295	21	9
Médiane	12	8,5	7,5
Mode	8	1	9
Minimum/Maximum	2/3000	1/72	1/27

CHAPITRE VIII : WHISTLE

Lors de la semaine de cette étude de marché, 82 sachets de Whistle, toutes marques confondues ont été vendues dans les 3 marchés ciblés. De toutes ces marques, c'est le Purilitopop qui marche le mieux (39 sachets soit 47,5%). Après viennent respectivement Ice cream (22 sachets soit 27%) et Max lollipops (21 sachets, soit 26 %). Les marques, la quantité et le pourcentage sont mis dans le tableau suivant :

Tableau N°8.1 : Taux d'écoulement des marques de Whistle.

Marques	Quantités (en sachets)	Pourcentage (n=82)
Purilitopop	39	47
Ice cream	22	27
Max lollipops	21	26
Total	82	100

CHAPITRE IX : ALLUMETTES

Pendant la semaine de l'étude de marché, 13 270 boîtes d'Allumettes toutes marques confondues ont été vendues par les 28 boutiques. Parmi toutes ces marques, l'on a constaté que c'est Rizla qui est la plus vendue (80% des ventes).

Tableau N°9.1 : Ecoulement des marques d'Allumettes

Marques	Quantités (en boîtes)	Pourcentage (n=13 270)
Rizla	10 656	80
Goose	1420	11
Palmtree	1194	9
Total	13 270	100

Cependant, sur les 28 points de vente de l'échantillon, 2 ont enregistré la vente de la marque Goose. Chacun de ces points de vente a vendu en moyenne 710 boîtes. Deux boutiques ont vendu Palmtree contre 10 pour Rizla. Les quantités moyennes vendues sont 597 boîtes de Palmtree et 1 066 pour Rizla.

Tableau N°9.2 : Ecoulement des marques d'Allumettes par point de vente.

Quantités	Marques d'Allumettes		
	Rizla (n=10)	Goose (n=2)	Palmtree (n=2)
Moyenne	1 066	710	597
Médiane	287,5	710	597
Mode	3	400	414
Minimum/Maximum	3/4400	400/1020	414/780

CHAPITRE X : BISCUITS 1000 FG ET 100 FG

10.1 Biscuits 1000 FG

Dans cette catégorie de Biscuits, l'on a enregistré l'achat d'une seule marque, Prince cleo avec 9 paquets achetés à travers les trois points de vente, soit une quantité moyenne de 3 paquets.

10.2 Biscuits 100 FG

Biscuit Bébé 2 est la marque la plus vendue (80 paquets en une semaine). Super baby est la seconde marque avec 12 paquets. Trois points de vente ont enregistré l'achat de Bébé 2 soit 27 paquets en moyenne par point de vente. Super baby n'a été vendu que par un seul point de vente.

CHAPITRE XI : SUCRE PAQUETS

Deux marques de sucre (paquets) ont été achetées lors de cette étude de marché pour une quantité totale de 3 463 paquets. Parmi ces 2 marques, la plus vendue est St louis, pour une quantité de 3460 paquets soit 99,9%. Sur les 28 points de vente visités au cours de cette étude de marché, 23 ont vendu la marque St louis. Chacun de ces points de vente a vendu en moyenne 150 paquets.

CHAPITRE XII : SARDINES

Trois marques de Sardines ont été achetées pendant cette étude de marché pour une quantité totale de 5 999 boîtes. Il s'agit des marques Princess, Mer du sud et Scala. Il faut préciser que la marque la plus achetée est Princess (3 231 boîtes soit 54 %). Après viennent respectivement Mer du sud (1 981 boîtes, soit 33%) et Scala (787 boîtes, soit 13 %).

Tableau N°12.1 : Ecoulement des marques de Sardines.

Marques	Quantités (en boîtes)	Pourcentage (n=5999)
Princess	3 231	54
Mer du sud	1 981	33
Scala	787	13
Total	5 999	100

Par ailleurs, la marque Princess a été achetée au niveau de 15 points de vente sur les 28 points retenus avec une quantité moyenne de 215 boîtes. La marque Scala a été achetée au niveau de 7 points de ventes avec une moyenne de 283 boîtes.

Tableau 12.2 : Ecoulement des marques de Sardine.

Quantités	Marques de Sardines		
	Princess (n=15)	Scala (n=6)	Mer du sud (n=7)
Moyenne	215	131	283
Médiane	49	10	102
Mode	2	2	7
Minimum/Maximun	2/1000	1/600	7/700

Personnel de l'étude

Coordination

Aliou BARRY

Elaboration des documents techniques

Aliou BARRY, Mamadou Dabola DIALLO, Alpha KEITA, Bangaly CAMARA, Alpha Ousmane DIALLO

Collecte des données

Ibrahima Sory BARRY, Dr Kadiatou BAH, Djénabou BARRY

Analyse et rédaction du rapport

Aliou BARRY, Ibrahima BAH, Djénabou BARRY

Informatique

Aliou BARRY, Ibrahima BAH

Secrétariat

Maïmouna BAH