

Note d'analyse à la direction - Kawa Market

Date : 5 décembre 2025

Auteur : Yuhi Makamba Stéphane

Résumé exécutif

L'analyse des ventes sur la période allant de janvier à décembre 2024 révèle une performance globale saine, avec un chiffre d'affaires total de ~480 000 USD et une marge brute moyenne de 34 %. Les magasins de Gombe et Ngaliema se distinguent par leur rentabilité, tandis que Matete affiche un CA élevé mais une marge plus faible. La catégorie Épicerie domine (62 % du CA), suivie par Boissons (19 %). Le cash reste le mode de paiement majoritaire (45 %), mais le mobile money progresse rapidement (32 %). L'évolution mensuelle montre une saisonnalité marquée, avec des pics en novembre-décembre.

Principaux enseignements

Magasins performants :

Gombe : CA = 108 k\$, marge = 38 % → meilleure rentabilité.

Ngaliema : marge = 37 %, forte croissance sur produits frais.

Magasin en vigilance :

Matete : CA = 125 k\$ (le plus élevé) mais marge = 31 % → pression sur coûts ou tarification trop agressive.

Catégories clés :

Épicerie : 62 % du CA, marge = 36 %.

Boissons : 19 % du CA, marge = 28 % → potentiel d'optimisation.

Modes de paiement :

Cash (45 %), Mobile Money (32 %), Carte (21 %), Autres (2 %).

Le mobile money affiche un panier moyen de 27 % supérieur au cash.

Analyse détaillée (2 constats chiffrés)

Les produits "Huile végétale 1L" et "Riz 5kg" représentent à eux seuls 28 % du CA Épicerie, mais leurs marges varient fortement selon les magasins :

À Gombe : marge Huile = 42 %

À Matete : marge Huile = 29 % → indicateur de tarification non alignée ou coûts logistiques plus élevés.

Décembre 2024 affiche un CA mensuel record de 51 k\$ (+34 % vs moyenne annuelle), porté par les fêtes et les promotions. Cependant, la marge a chuté à 30 % (vs 34 % en moyenne), suggérant une surexposition aux remises (remise moyenne = 6,2 % en décembre vs 3,1 % le reste de l'année).

Recommandations actionnables

- **Aligner la tarification sur les produits stratégiques (Huile, Riz) :**
 - Réviser les prix à Matete pour atteindre une marge cible de 35 %.
 - Mettre en place un prix plancher par catégorie/magasin.
- **Optimiser la stratégie de remises en période de forte affluence :**
 - Limiter les remises globales en décembre ; privilégier les offres croisées (ex. "1 Huile + 1 Riz = -5 %") pour préserver la marge.
- **Promouvoir le mobile money :**
 - Mettre en place des avantages clients (ex. -2 % sur le prochain achat) pour fidéliser les utilisateurs de mobile money, dont le panier est plus élevé.