

# **GUIDE D'ENTRETIEN INDIVIDUEL POUR L'ANALYSE DU MARCHÉ DU CHAMPAGNE**

## **AU CAMEROUN**

*(Ciblant les professionnels des clubs, bars, hôtels, restaurants, supermarchés, supérettes, grossistes et grands détaillants)*

### **INTRODUCTION**

#### **Présentation**

- **Bonjour, je suis [Votre nom] et je travaille pour Média Intelligence. Nous menons une étude sur les produits de grande consommation Cameroun afin de mieux comprendre habitudes et les attentes du marché. Votre participation est très importante pour nous.**
- Média Intelligence est un cabinet indépendant opérant dans la prestation de service (Étude de marché) ; depuis 2007, nous accompagnons les entreprises en Afrique Centrale dans la transformation de la masse de données en informations exploitables, et ces informations en décisions stratégiques. Nous menons actuellement une étude sur la consommation de champagne au Cameroun.

L'objectif de cette étude est d'analyser le marché du champagne au Cameroun pour identifier les opportunités de développement pour une nouvelle marque : Comprendre la dynamique du marché du champagne au Cameroun, Collecter des informations sur les marques, les prix, la distribution, et les préférences des consommateurs.

**Cet entretien nous prendra en moyenne 30 - 40 minutes. Nous vous rassurons que les données collectées dans le cadre de cet entretien sont strictement confidentielles et seront traitées dans l'anonymat.**

---

**INSTRUCTIONS : VEUILLEZ RÉPONDRE À TOUTES LES QUESTIONS EN COCHANT LA OU LES RÉPONSES APPROPRIÉES ET EN FOURNISSANT DES INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES LORSQUE CELA EST DEMANDÉ. (ENQUÊTEUR)**

### **SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES DU PDV**

**Q01.** Nom et type d'établissement

<b>TYPE</b>		<b>NOM DU POINT DE VENTE</b>
Grossistes et Grands détaillants	1	

**Q02.** Localisation : Ville, Quartier, Lieu précis.

**Q03.** Quelle est l'année d'ouverture et évolution de l'activité (croissance, stagnation, régression) ?

**Q04.** Quelle est le volume d'affaires annuel approximatif pour les Champagnes ?

---

## **SECTION 2 : ANALYSE DE L'OFFRE**

### **Disponibilité des marques de champagne**

**Q08.** Quelles marques de champagne proposez-vous actuellement ?

**Q09.** Quelles marques sont les plus demandées par vos clients ?

**Q10.** Avez-vous observé une augmentation ou une diminution de la demande pour certaines marques récemment de champagne ?

### **Types de produits proposés**

**Q11.** Quels types de champagnes vous proposés (Exemple : brut, demi-sec, rosé, millésimé, etc.)

**Q12.** Donnez une estimation du volume de champagne vendu annuellement (en carton ou en bouteille).

**Q14.** Observez-vous la croissance ou la baisse de la demande en champagne au Cameroun ?

---

## **SECTION 3 : STRATÉGIES DE DISTRIBUTION**

### **Canaux de distribution**

**Q16.** Quelles sont les principales sources d'approvisionnement du champagne au Cameroun ? (Importation directe, autres grossistes, fournisseurs locaux ?)

**Q17.** Quelle est la fréquence des réapprovisionnements ?

**Q18.** Quel est le délai moyen entre commande et livraison.

**Q19.** Quelles sont les contraintes logistiques principales (coûts, délais, disponibilité) ?

### **Réseau de distribution**

**Q20.** Quel sont vos principaux clients (particuliers, détaillants, organisateurs d'événements, associations, etc.) ?

**Q21.** Proposez-vous du champagne sur des plateformes en ligne (e-commerce) ?

**Q22.** Quelles est votre perception des ventes en ligne dans ce secteur ?

### **Contraintes**

**Q23.** Quels sont les principaux défis logistiques rencontrés (transport, stockage, ruptures de stock) ?

**Q24.** Quelles sont vos suggestions pour améliorer la distribution du champagne ?

**Q26.** Rencontrez vous des contraintes liées à l'importation des produits ?

## **SECTION 4 : ANALYSE DES PRIX**

### **Prix de vente**

**Q26.** Quels sont les prix moyens des différentes gammes de champagne vendues (entrée de gamme, milieu de gamme, haut de gamme) ?

**Q27.** Quelle est la gamme de champagne que vos clients préfèrent ?

**Q28.** Quels sont les facteurs influençant le prix (coûts d'importation, taxes, marges bénéficiaires) ?

**Q29.** Quelle comparaison (vente) faite vous avec d'autres boissons de luxe (vins, spiritueux) ?

**Q30.** Les clients se plaignent-ils des prix ? Quel est l'impact des variations de prix sur les ventes

### **Concurrence et positionnement des prix**

**Q31.** Quelle(s) marque(s) de champagne est/sont le(s) plus demandée ?

**Q33.** Quelle gamme de produit est la plus vendue ?

**Q35.** Offrez-vous des promotions ou des rabais sur le champagne ?

**Q36.** Quel(s) facteur(s) influence(nt) fortement la consommation de champagne ?

---

## **SECTION 5 : CONTEXTE DE CONSOMMATION**

### **Profil des clients finaux**

**Q37.** Quelles sont selon votre expérience les catégories de clients finaux principaux (âge, sexe, niveau de revenu, région d'origine) ?

**Q38.** Quels sont les motivations des consommateurs pour acheter du champagne (événements, statut social, goût, etc.) ?

### **Lieux et moments de consommation**

**Q40.** Quel rôle joue les grands détaillants dans l'approvisionnement pour ces événements.

**Q41.** Est-ce que certains lieux se démarquent comme des points clés pour la consommation de champagne ? Si oui, Lesquels ?

---

## **SECTION 6 : CONCURRENCE ET OPPORTUNITÉS**

### **Concurrents directs et indirects**

**Q42.** Marques de champagne perçues comme concurrentes principales ?

**Q43.** Quelles autres marques ou types de boissons rivalisent directement avec le champagne (vins mousseux, spiritueux, bières de luxe) ?

**Q44.** Quelles stratégies ces concurrents utilisent-ils (prix, communication, événementiel) ?

### **Opportunités de marché**

**Q45.** Percevez-vous une demande insatisfaite pour certaines gammes ou types de champagne ?

**Q46.** Quels segments de clientèle mériteraient d'être davantage ciblés ?

**Q47.** Suggestions pour une nouvelle marque souhaitant entrer sur le marché : Gamme, Positionnement, Marketing.

---

## **SECTION 7 : PERSPECTIVES D'AMÉLIORATION ET RECOMMANDATIONS**

### **Suggestions pour améliorer la distribution**

**Q48.** Quels sont les obstacles actuels dans l'approvisionnement en champagne ?

**Q49.** Quelles sont les meilleures pratiques pour améliorer la disponibilité et l'accès au champagne sur le marché ?

### **Recommandations pour une nouvelle marque**

**Q51.** Quels conseils donneriez-vous à une nouvelle marque souhaitant pénétrer ce marché ?

**Q52.** Quels sont les facteurs/éléments clés pour réussir (prix, qualité, marketing, visibilité).

---

## **IDENTIFICATION DU REpondant**

**Q53.** Sexe

Homme	1
Femme	2

**Q54. Age :**

**Q55. Numéro de téléphone :**

**Q56. Quel poste occupez-vous ?**

**Q56. Prenez une photo du point de vente**

---

## CLÔTURE

Nous vous remercions pour votre temps et surtout à vos différentes réponses apportées. Nous vous rappelons une fois de plus qu'aucune des informations ne partagées et ceux-ci seront traitées dans l'anonymat