

Etude de marché paris sportifs

Février 2025



SOMMAIRE

Conditions d'engagement

Contexte

Analyse de la demande client

Objectifs principaux de l'étude

Méthodologie

Planning

Aperçu des résultats

Budget de l'étude

Conditions d'engagement

Dans le cadre de cette collaboration, les conditions suivantes s'appliquent :

1.Modalités de paiement :

- Un premier versement correspondant à **40 % du montant total** est exigé avant le début de l'étude.
- Le solde, soit **60 %**, sera réglé à la remise finale des livrables.

2.Droit d'auteur et propriété intellectuelle :

Les méthodologies, recommandations, et tout autre élément fourni par Media Intelligence dans le cadre de cette offre sont protégés par des droits d'auteur. Par conséquent :

- Toute utilisation de ces éléments par un autre cabinet ou tiers sans l'accord écrit de Media Intelligence est strictement interdite.
- En cas de rupture de collaboration et d'engagement avec un autre cabinet, le client s'engage à **ne pas réutiliser les idées, recommandations, ou solutions proposées par Media Intelligence** dans le présent cadre contractuel.

Ces conditions visent à garantir un partenariat transparent et respectueux des droits des parties impliquées.

Contexte

Le marché des paris sportifs connaît une croissance significative au Cameroun, porté par une population jeune, passionnée de sports, et un accès croissant aux technologies numériques. L'émergence de multiples plateformes, qu'elles soient physiques ou numériques, a créé un environnement concurrentiel où les acteurs se disputent une clientèle diversifiée aux attentes spécifiques.

Dans ce contexte dynamique, un nouvel entrant envisage de se positionner sur ce marché en pleine expansion. Cependant, réussir à s'implanter nécessite une compréhension approfondie du secteur, notamment en ce qui concerne le comportement des parieurs, les stratégies des concurrents, les tendances du marché, ainsi que les cadres réglementaires en vigueur.

Cette étude vise donc à fournir une analyse complète et structurée du marché des paris sportifs au Cameroun. En combinant des données secondaires et primaires, elle permettra d'identifier les opportunités, les menaces et les leviers stratégiques nécessaires pour guider le lancement et la mise en œuvre de ce projet.



Media Intelligence est un cabinet conseil spécialisé en Intelligence Economique et Etude de marché.



Analyse de la demande client

Le client (le nouvel acteur souhaitant se lancer dans le secteur des paris sportifs au Cameroun) désire une **analyse stratégique, détaillée et actionnable** pour comprendre le marché, s'y insérer efficacement et réussir son lancement dans ce secteur compétitif.

De ce fait il désire:

1. **Comprendre le marché des paris sportifs au Cameroun**
2. **Identifier les besoins et comportements des consommateurs**
3. **Analyser la concurrence**
4. **Évaluer le cadre réglementaire**
5. **Identifier les opportunités de différenciation**
6. **Obtenir des recommandations stratégiques**

Objectif de l'étude

Objectif général :

*Évaluer le potentiel du marché
des paris sportifs au Cameroun
afin de fournir des
recommandations stratégiques
pour l'entrée d'un nouvel acteur
et sa différenciation face à la
concurrence.*

Objectifs spécifiques :

1. Analyse du marché et de l'environnement concurrentiel :

- ❖ Étudier les acteurs principaux du marché (locaux et internationaux) et analyser leurs stratégies, et leurs forces/faiblesses.
- ❖ Identifier la croissance, et la dynamique du marché des paris sportifs au Cameroun.
- ❖ Évaluer les tendances actuelles dans l'industrie, telles que la digitalisation ou les innovations produits.

2. Étude des habitudes et comportements des consommateurs :

- ❖ Identifier les profils des parieurs (âge, sexe, CSP, revenu).
- ❖ Comprendre les motivations des consommateurs (loisir, addiction, espérance de gain) et leurs attentes envers les plateformes de paris.
- ❖ Analyser les habitudes de pari : fréquence, montants misés, types de sports favoris, et canaux privilégiés (agences physiques ou plateformes en ligne).
- ❖ Évaluer l'impact des solutions de paiement digitalisées (mobile money, cartes bancaires) sur le choix des consommateurs.

3. Analyse des produits et services disponibles :

- ❖ Examiner les types de paris les plus populaires (sports concernés, paris en direct, paris multiples).
- ❖ Comparer les offres des concurrents, y compris les bonus, les promotions et les programmes de fidélisation.
- ❖ Identifier les éventuelles lacunes dans l'offre actuelle.

4. Exploration des contraintes légales et réglementaires :

- ❖ Examiner les cadres réglementaires et les exigences pour l'obtention de licences.
- ❖ Identifier les risques juridiques et fiscaux liés à l'exploitation des paris sportifs au Cameroun.

5. Identification des leviers de différenciation :

- ❖ Recommander des stratégies pour se démarquer de la concurrence (ex. : fonctionnalités innovantes, ciblage d'un segment précis).
- ❖ Identifier les niches sous-exploitées ou les besoins non satisfaits des consommateurs.

Méthodologie

Pour cette étude, nous prévoyons de collecter et d'analyser deux types principaux de données : les **données secondaires** et les **données primaires**, afin d'obtenir une vision complète et stratégique du marché des paris sportifs.

1. Données secondaires

Les données secondaires regroupent des informations déjà disponibles et accessibles, issues de diverses sources pertinentes pour comprendre le marché et les concurrents.

Ces données, déjà disponibles, seront recueillies à partir de :

Sites web et applications des concurrents : Analyse des fonctionnalités, bonus et interfaces.

Réseaux sociaux : Observation des campagnes et des retours clients.

Rapports et publications : Étude des tendances et analyses de marché.

Loi et décrets : Identification des contraintes et opportunités juridiques.

2. Données primaires

Les données primaires seront collectées directement auprès des consommateurs potentiels afin de mieux cerner leurs profils, leurs besoins et leurs comportements.

Cette collecte sera réalisée à travers des **enquêtes consommateurs**, structurées de la manière suivante :

Objectif :

Identifier le profil démographique, les attentes et les habitudes des parieurs sportifs au Cameroun.

Méthodologie :

- Administration d'un **questionnaire** (en ligne ou en physique) pour toucher un large échantillon de répondants.
- Les questions seront conçues pour obtenir des réponses exploitables à des fins stratégiques.

Variables à analyser :

- Démographie** : Âge, sexe, localisation, revenu.
- Habitudes** : Fréquence, montants misés, sports préférés, canaux utilisés.
- Motivations** : Raisons de parier (divertissement, gains, etc.).
- Préférences** : Importance des cotes, bonus et interfaces (physique/digital).

Méthodologie

Nous proposons une approche mixte qui permettra de formuler des recommandations solides, basées à la fois sur des données quantitatives représentatives et des données digitales capté sur les réseaux social et plateforme en ligne et application.

Méthode de sondage

1 — Recherche documentaire

la recherche documentaire constitue une étape stratégique, permettant de poser les bases de l'analyse, d'orienter la collecte de données primaires et de développer une compréhension approfondie du marché et de son environnement.



2 — Etudes quantitatives

Sondage consommateurs

Collecter des données auprès d'un échantillon large et représentatif des consommateurs afin d'identifier les tendances générales, les perceptions du savon Jazz et les freins à l'achat pour confirmer ou infirmer les résultats issus de l'analyse qualitative.

3 — Analyse digitale

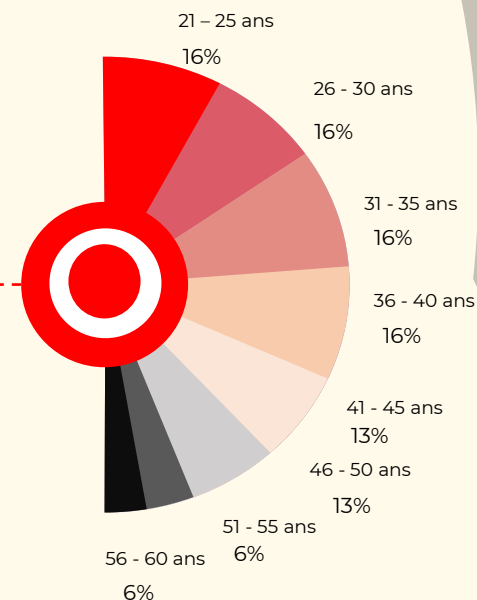
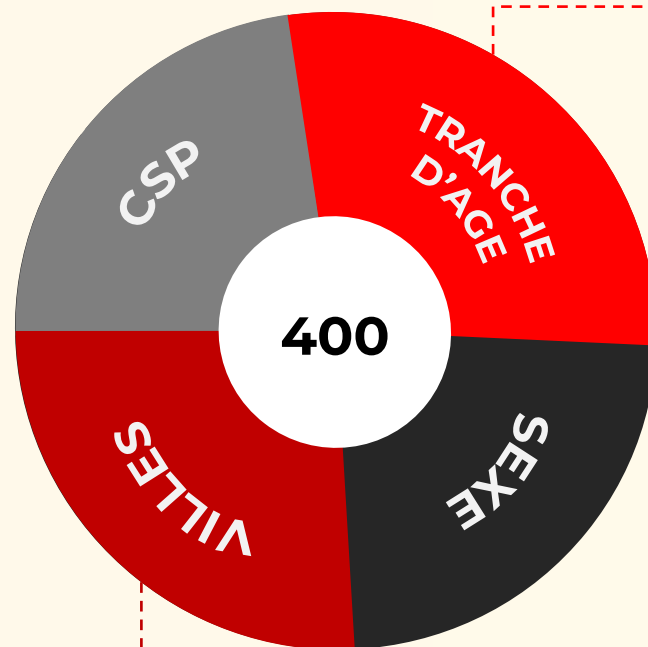
Une analyse digitale permettra de compléter les données collectées sur le terrain par des insights modernes et accessibles en temps réel. Cela offre une perspective plus large et plus proactive sur les attentes des consommateurs et les opportunités de croissance pour Jazz, tout en permettant d'évaluer l'efficacité des stratégies de communication et de distribution dans un environnement connecté.

Méthodologie

Cibles

Dans le cadre de cette étude, nous avons défini un échantillon représentatif et diversifié, structuré autour de plusieurs critères clés afin de garantir une compréhension approfondie du marché des paris sportifs au Cameroun. Les cibles sélectionnées reflètent une diversité d'activités socio-économiques, de zones géographiques, de genres et de tranches d'âge. Cette segmentation nous permettra d'explorer les attentes, les habitudes et les comportements des différents profils de consommateurs, tout en prenant en compte les spécificités démographiques et culturelles des principales villes et communautés du pays.

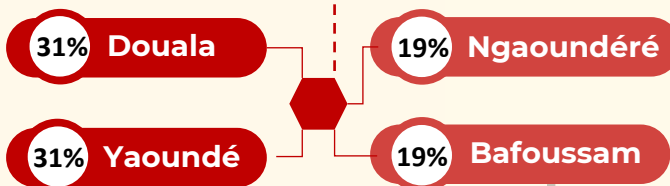
Les commerçant dans les marchés	25%
Les parieurs dans les points physiques	25%
Les étudiants dans les université et établissement privé	25%
Les moto taxi et taximan	25%



Femme
38%



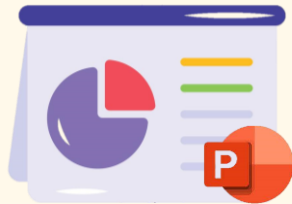
Homme
62%



Livrables attendus



Rapport d'analyse



Présentation

Rapport détaillé et une présentation comportant :

- ❖ Des insights sur le marché et les consommateurs.
- ❖ Matrice SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) pour guider les décisions stratégiques.
- ❖ Recommandations pratiques sur le positionnement du nouvel acteur.
- ❖ Stratégies de lancement, notamment en matière de marketing, communication, et offre de services.

Quelques références

*Etude de satisfaction de la clientèle
SODISCA RCA*
août-24

*Analyse du marché automobile au
Cameroun pour l'implantation du client
ABN Motor*
juil-24

*Étude Stratégique de la Filière de
Transformation du Maïs: Opportunités et
Défis pour les Produits Alimentaires au
Cameroun*
oct-24

Etude de satisfaction de la clientèle CBC
déc-24

Planning

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5
PHASE 1 : PRÉPARATOIRE ET CONCEPTUELLE	Conception du plan de collecte					
	Élaboration et validation des outils de collecte					
	Recrutement et formation des agents de collecte					
PHASE 2 : COLLECTE DES DONNÉES	Collecte digitale					
	Sondage					
PHASE 3 : ANALYSE DES DONNÉES ET RÉDACTION DES RAPPORTS	Nettoyage et validation des données					
	Analyse des Données					
	Rédaction des rendus					
	Livraison des Résultats					

Budget

PHASES		RESSOURCES	NOMBRE / PERSONNE	NOMBRE DE JOURS	PRIX UNITAIRE (FCFA)	PRIX TOTAL (FCFA)
PHASE DE CONCEPTION						
Conception de la méthodologie		Analystes	3	3	35000	315 000 FCFA
Conception des outils de collecte						
Recrutement et formation des enquêteurs			3	2	35000	210 000 FCFA
TOTAL 1						525 000 FCFA
COLLECTE DES DONNÉES						
Collecte digitale	Frais de service	Analyste en veille	3	4	20000	240 000 FCFA
Collecte de données (800 questionnaires)	Frais de supervision (incluant transport et alimentation)	Superviseurs	7	5	10000	350 000 FCFA
	Transport et alimentation	Agents enquêteurs	14	5	3000	210 000 FCFA
	800 questionnaires				2000	1 600 000 FCFA
		Badges	Superviseurs et enquêteurs	21		2000
TOTAL 2						2 442 000 FCFA
TRAITEMENT DES DONNÉES						
Nettoyage, traitement et analyse des données		Analystes et Cartographes	4	4	35000	560 000 FCFA
Rédaction des rapports d'étude (01)			4	1	35000	140 000 FCFA
TOTAL 3						700 000 FCFA
MONTANT TOTAL HT (FCFA)						3 667 000
					TVA : 19,25%	705 897,5 FCFA
MONTANT TOTAL TTC (FCFA)						4 372 897,5

Equipe



Rostant Tane

Expert senior en Intelligence stratégique et marketing avec 17+ ans d'expérience dans les médias et l'Intelligence économique en Afrique. Fondateur et Directeur Général de Media Intelligence SARL, j'ai dirigé 300+ projets dans 17 pays.

+237 677431013 / +237 6 97 18 33 99

[linkedin.com/in/rostant-tane-4794221a5](https://www.linkedin.com/in/rostant-tane-4794221a5)

rostane@mediaintelligence.fr

www.mediaintelligence.fr

Formation

Master en Sciences et Techniques de et de la Communication l'Information

Certifications ICI

Méthodes d'Analyse des Marchés,
Analyse Financière,
Intelligence Économique Compétitive,
AI Challenge 2024.

Langues

Français

Anglais

Expertise :

- Intelligence médiatique, veille stratégique Études de marché et analyse concurrentielle (SOV, SOS, segmentation)
- Media planning, mesure d'audience et analyse d'impact publicitaire et gestion de l'information d'entreprise
- Utilisation d'IA dans les projets d'analyse et d'études de marché
- Business Intelligence et analyse financière

Expérience :

- Fondateur & DG, Media Intelligence SARL:
- Direction et développement de projets pour Western Union, CRTV, Canal+ et des groupes bancaires.
- Enseignant Associé, ESSTIC: Intelligence Économique et Médias; veille informationnelle et media planning.

Compétences clés :

Veille stratégique études de marché intelligence économique
marketing direct analyse financière media planning
relations presse communication management d'équipe



Marius TIOGNOU

+ 10 years' experience in strategic and competitive intelligence



Tresortiognoou@mediaintelligence.fr



Jessica BELLA

+ 03 years' experience in digital tracking and digital research



Bella@mediaintelligence.fr

MERCI

**SUIVEZ-NOUS
ÉGALEMENT
SUR NOS DIFFÉRENTES
PLATEFORMES**

**CONTACT
ET LOCALISATION**



MEDIA INTELLIGENCE



MEDIA INTELLIGENCE



MEDIAINTELLIGENCE



+237 677 43 10 13



info@mediaintellige



**Yaoundé, face Entrée c
Elig-Essono, Immeubl**