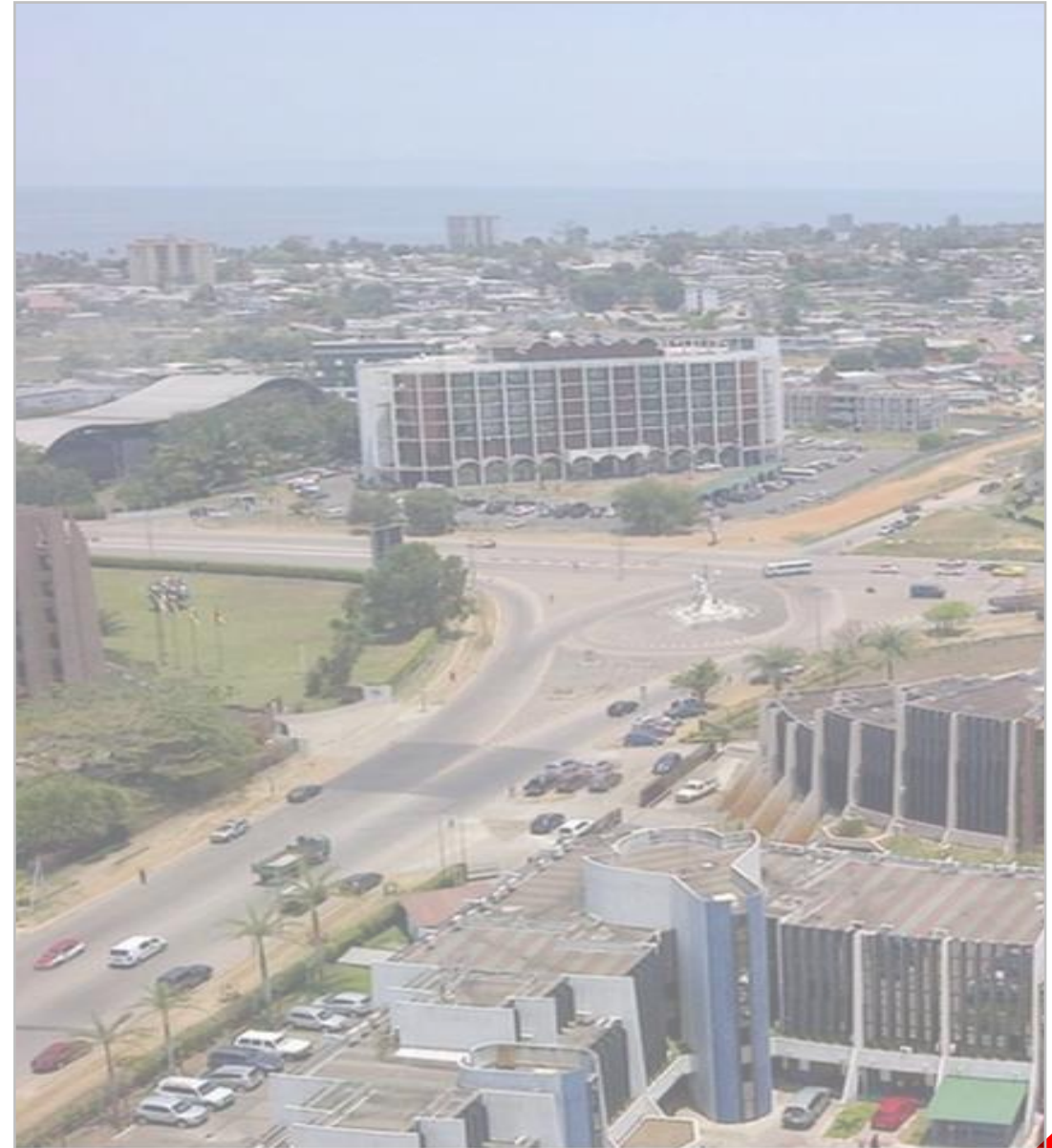
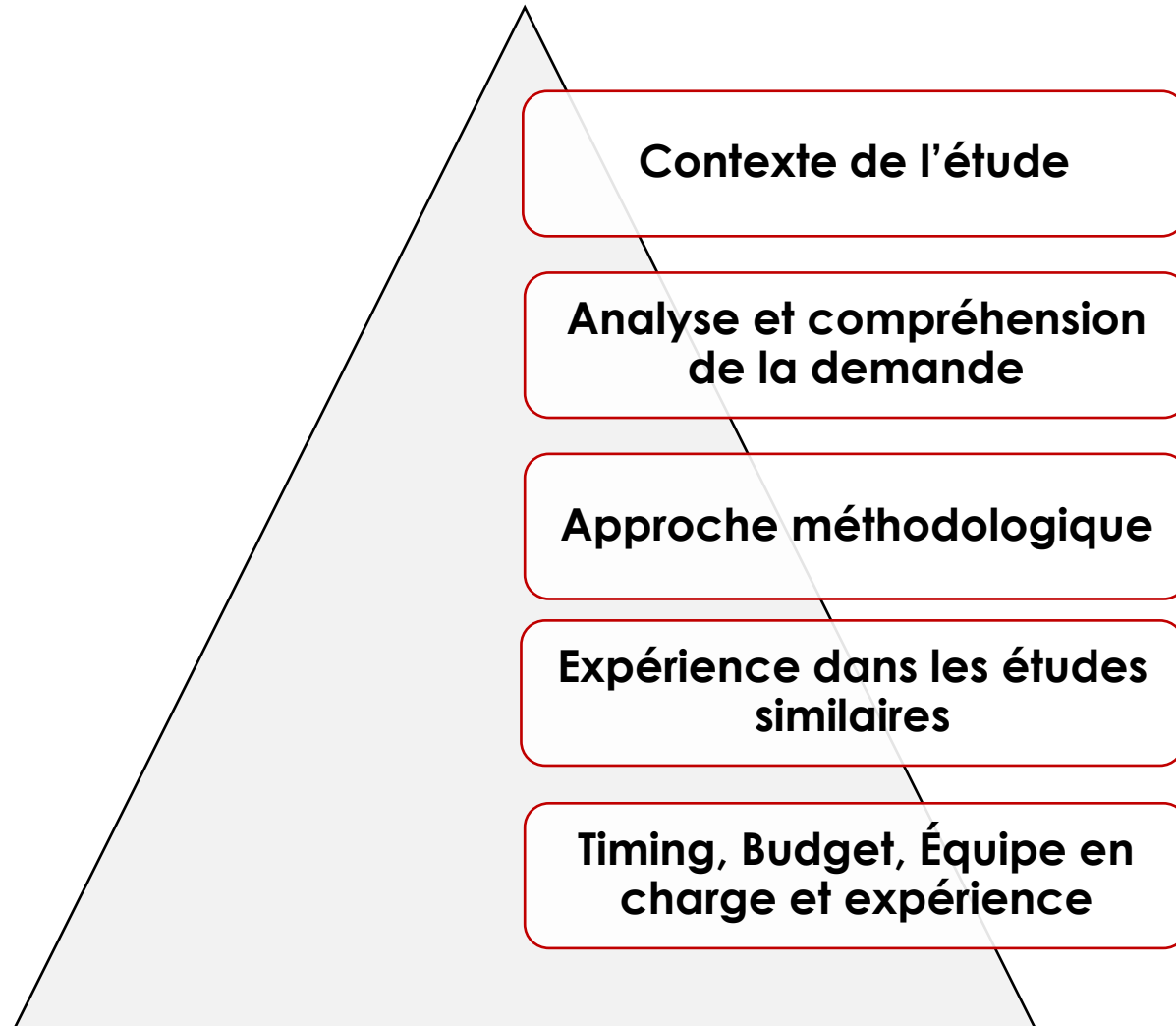


RECENSEMENT ET GEOLOCALISATION DES MINI DÉPÔTS

Libreville et environs

Offre technique & financière

Novembre 2024



CONTEXTE DE L'ETUDE

CONTEXTE DE L'ETUDE

La Société des Boissons Rafraîchissantes du Gabon (SOBRAGA) est un acteur majeur du marché des boissons au Gabon, avec une gamme variée de produits qui répondent aux besoins des consommateurs. Cependant, pour renforcer sa position et optimiser sa présence sur le marché de Libreville, SOBRAGA identifie une opportunité stratégique dans la collaboration avec des **mini dépôts de boissons indépendants**.

Ces mini dépôts jouent un rôle essentiel dans la chaîne de distribution, en assurant une couverture locale et en desservant les détaillants de proximité. Cependant, ils fonctionnent souvent de manière autonome, avec des liens indirects via les grossistes. Cette configuration limite les possibilités pour SOBRAGA de maximiser la visibilité et l'accessibilité de ses produits, tout en offrant un potentiel inexploité de partenariats directs.

Dans un marché de plus en plus concurrentiel, où l'efficacité de la distribution est un levier clé de différenciation, il est impératif pour SOBRAGA d'améliorer sa connaissance de ces acteurs et de leur rôle dans la chaîne d'approvisionnement. La cartographie précise et l'analyse des dynamiques de ces mini dépôts permettront à SOBRAGA de :

- **Renforcer sa présence sur le terrain** en élargissant son réseau de distribution.
- **Optimiser ses opérations logistiques**, notamment la gestion des routes de livraison.
- **Développer des partenariats durables** avec des acteurs clés, en offrant des solutions adaptées à leurs besoins spécifiques.
- **Anticiper les opportunités de croissance** en comprenant les habitudes et capacités des mini dépôts.

Mener cette étude revêt une importance stratégique pour SOBRAGA. Elle permettra de mieux exploiter un segment de marché crucial et d'établir une chaîne de distribution plus intégrée, dynamique et efficace. L'amélioration des relations avec les mini dépôts indépendants se traduira par une meilleure pénétration du marché, une fidélisation accrue des partenaires, et, in fine, une augmentation des ventes et de la satisfaction client.

Cette démarche s'inscrit également dans une volonté de SOBRAGA de mieux structurer l'écosystème de distribution de Libreville, en consolidant les liens entre tous les acteurs, des grossistes aux détaillants, pour créer de la valeur partagée.

Dans cette optique, SOBRAGA sollicite le cabinet MEDIA INTELLIGENCE Sarl, spécialisé dans les études et la surveillance des marchés en Afrique Centrale depuis plus de 16 ans pour la réalisation de cette mission.



COMPREHENSION DE LA DEMANDE CLIENT

COMPREHENSION DE LA DEMANDE CLIENT

OBJECTIFS

Identifier, géolocaliser et analyser les mini dépôts de boissons indépendants à Libreville afin d'établir une relation de collaboration durable avec ces acteurs stratégiques, en vue d'améliorer la distribution des produits de SOBRAGA, d'optimiser les opérations logistiques et de renforcer sa position sur le marché local.

RECENSEMENT DES MINI DÉPÔTS

Identifier tous les mini dépôts opérant dans la ville de Libreville avec qui SOGRAGA n'a pas de relation directe.

ANALYSE DES LIENS AVEC LES GROSSISTES

Dresser une carte des connexions entre ces mini dépôts et nos partenaires grossistes afin de mieux comprendre les chaînes d'approvisionnement existantes.

CARACTÉRISATION DES MINI DÉPÔTS

Fournir des informations sur le volume des opérations de chaque mini dépôt, leurs capacités de stockage, capacité logistique, les marques qu'ils distribuent, et leurs habitudes de réapprovisionnement.

GÉOLOCALISATION

Fournir une cartographie précise (coordonnées GPS exactes) de la localisation de chaque mini dépôt recensé.



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Enquête terrain(Recensement):

Le recensement est une **méthode d'enquête exhaustive** qui vise à collecter des données auprès de **toutes les unités** de la population cible. Dans le cas de cette étude, il s'agit d'identifier et de caractériser **tous les mini grossistes** opérant dans la ville de Libreville. Cette méthode garantit une couverture complète de la population étudiée, sans recours à un échantillonnage.

Zones couvertes:

Le succès de ce recensement, repose essentiellement sur la couverture de l'exhaustivité de la zone géographique cible, notamment les arrondissements suivant:

Libreville

- Arrondissement 1 (Libreville)
- Arrondissement 2 (Libreville)
- Arrondissement 3 (Libreville)
- Arrondissement 4 (Libreville)
- Arrondissement 5 (Libreville)
- Arrondissement 6 (Libreville)

Zones environnantes

- Arrondissement 2 (Akanda)
- Arrondissement 3 (Ntoum)
- Arrondissement 2 (Ntoum)
- Arrondissement 1 (Owendo)
- Arrondissement 2 (Owendo)



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Segmentation Géographique

Chaque agent enquêteur sera assigné à une zone de dénombrement (ZD), constituée d'un regroupement de quartiers. Les ZD seront ensuite regroupées en zones de contrôle, supervisées par un contrôleur terrain. Ce dernier sera chargé de veiller à la coordination des équipes sur le terrain et à la bonne exécution de leurs tâches.

Chaque questionnaire rempli par les agents enquêteurs sera transmis instantanément au service de contrôle qualité via la plateforme en ligne Xebo.AI. Les questionnaires seront vérifiés afin d'évaluer la qualité des informations transmises.



Outils:

Questionnaire structuré:

Conception d'un formulaire de collecte d'informations (numérique) pour standardiser les données à recueillir :

- Nom et contact du propriétaire
- Adresse physique
- Produits vendus, etc.



Plateforme de collecte:



En tant que représentant exclusif de la plateforme **Xebo.AI**(ex Survey2conect) en Afrique Central, le cabinet fera usage de ladite plateforme pour la collecte instantanée des données. Cette plateforme est un outil efficient et rapide dans la collecte et l'analyse des données terrain. Elle permet

- Centraliser les données collecter par les différent enquêteurs
- Faire le traking du parcours de l'enquêteur, afin de jugé de son parcours effectif dans les zone qui lui sont assigné
- Collecter les enregistrements audio pour jugé de la qualité de l'entretien entre enquêteur et responsable de mini dépôts
- Récupérer la position GPS des l'enquêtés
- Générer des analyses de base sur les données collectées.

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Données à collecter

Type de données	Description	Exemples de champs
Localisation et communication		
Identification	Informations permettant d’identifier le mini dépôt.	Nom du dépôt, numéro d’enregistrement (s’il existe).
Localisation	Coordonnées géographiques et adresse physique pour la géolocalisation et l’intégration sur une carte.	Adresse complète, coordonnées GPS, quartier, ville.
Contacts	Moyens de communication avec le responsable ou le dépôt.	Nom du responsable, numéro de téléphone, email.
caractérisation et segmentation		
Caractéristiques opérationnelles	Informations sur le fonctionnement et la capacité du dépôt.	Capacité de stockage (en m ² ou volume), nombre de salariés.
Volume d’activité	Estimation des quantités de boissons distribuées ou stockées par période (hebdomadaire, mensuelle).	Volume moyen des ventes (litres ou casiers), saisonnalité.
Marques distribuées	Liste des marques de boissons actuellement vendues par le mini dépôt.	Noms des marques (incluant celles de SOBRAGA ou autres).
Habitudes de réapprovisionnement	Fréquence et modalités de réapprovisionnement en produits.	Fréquence (quotidienne, hebdomadaire), fournisseur principal.
Relation avec les grossistes	Identification des grossistes principaux et analyse des liens commerciaux.	Nom des grossistes partenaires, fréquence de transactions.
Logistique	Moyens de transport et infrastructure logistique utilisée par le dépôt.	Nombre et type de véhicules, accès à des entrepôts.
Besoin ou intérêts potentiels	Perception du dépôt sur les produits de SOBRAGA et opportunités de collaboration.	Intérêt pour des promotions, besoin d’un approvisionnement direct.

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Ciblage des mini dépôts :

Pour localiser efficacement les mini dépôts durant la phase d'enquête, les enquêteurs utiliseront une combinaison d'approches stratégiques

Structuration des déplacements

- Planification des déplacements des enquêteurs par zones spécifiques pour éviter les chevauchements ou oublis.
- Attribuer des quartiers ou secteurs précis à chaque enquêteur pour garantir une couverture exhaustive.

Exploitation des données existantes :

- Collaboration avec les grossistes partenaires de SOBRAGA pour obtenir une liste (même partielle) des mini dépôts avec lesquels ils travaillent.
- Utiliser les données internes de SOBRAGA sur les ventes indirectes ou les zones sous-représentées.

Interviews informelles avec des détaillants :

- Demander aux détaillants locaux où ils s'approvisionnent, ce qui peut permettre d'identifier les mini dépôts de leur zone, obtenir des contacts ou des indications géographiques sur la localisation de ces dépôts.

Collaboration avec des informateurs clés :

- S'appuyer sur des commerçants ou habitants locaux pour obtenir des informations sur les dépôts proches.

Méthode boule de neige

- Interroger chaque mini dépôt visité sur l'existence d'autres dépôts voisins ou partenaires dans la zone, ce processus permet d'étendre progressivement la couverture en identifiant des clusters de dépôts.



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Zone Géographique couverte



LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS

LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS



1 - BASE DE DONNÉES DES MINI DÉPÔTS

Une base de données complète contenant les informations sur chaque mini dépôt (nom, coordonnées, adresse physique, volume d'activité, partenaires grossistes, etc.).



2 - CARTE GÉOLOCALISÉE

Une carte digitale interactive (format compatible avec les systèmes GPS et logiciels de cartographie) avec la localisation de chaque mini dépôt.



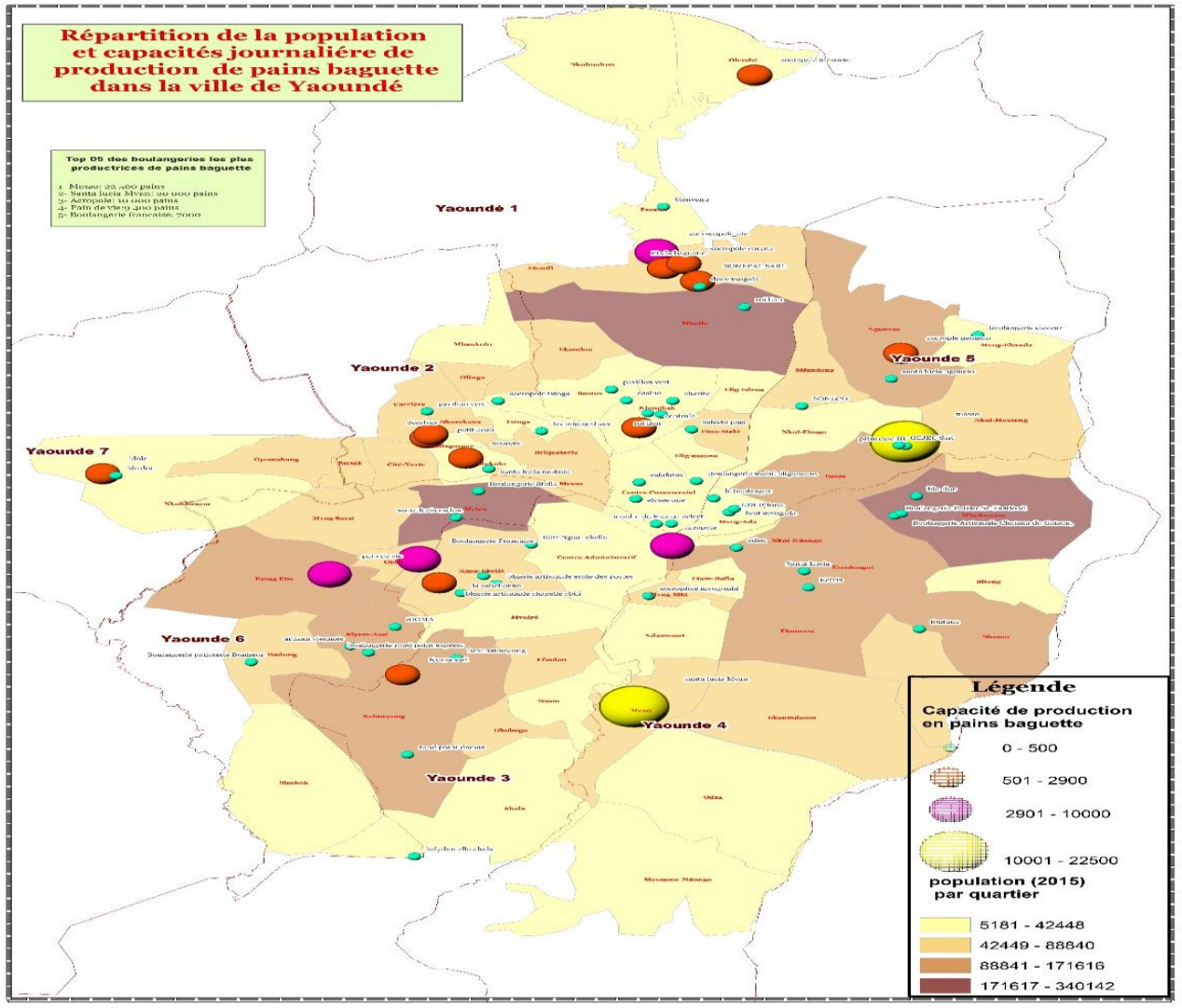
3 - RAPPORT D'ANALYSE PRESENTANT LES RESULTATS

Un rapport détaillé sur les dynamiques de marché des mini dépôts recensés, incluant une analyse des opportunités de collaboration avec SOBRAGA.



LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS

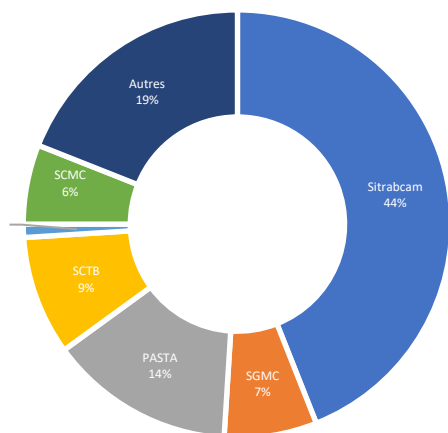
Tous ces acteurs sont ouvert 7j/7 , et travaillent en moyenne 20h par Jour, les équipes se relaient pour la plus part toutes les 8h.



	Jours d'ouverture	Horaires d'ouverture	Fonctionnement du personnel
Baguette Française	7j/7	6h – 22h	2 équipes (Service de quart)
Acropole	7j/7	24h/24	3 équipes qui se relaient toutes les 8h
Belavie - Ndokoti	7j/7	24h/ 24	-
Masso Palace	7j/7	05h- Minuit	3 équipes qui se relaient toutes les 8h

LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS

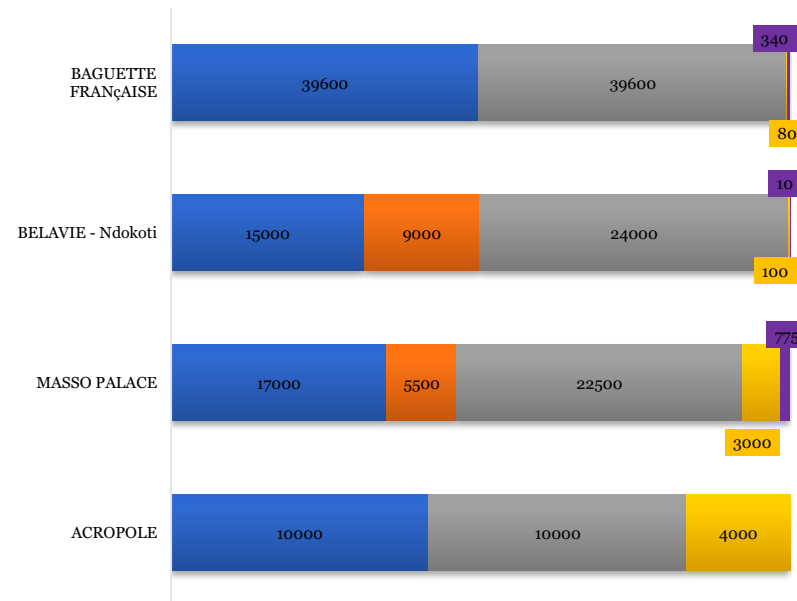
Part de marchés des meuniers par rapport aux boulangeries interrogées



Avec **44%** de part de marché, **Sitrabcam** est le principal fournisseur en farine des boulangeries interrogées

Produits commercialisés

■ Pain baguette guichet ■ Pain baguette livraison ■ Total Pain Baguette ■ Viennoiseries ■ Pains spéciaux



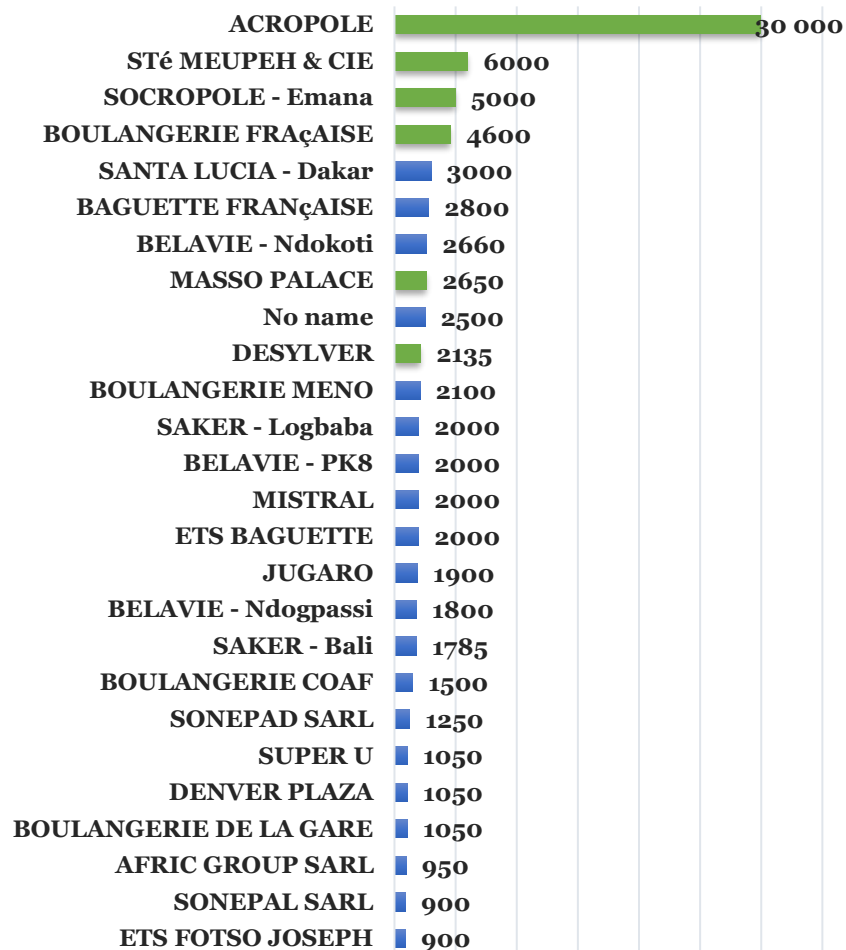
Le pain baguette constitue les principales ventes pour chacune des boulangeries : les quantités vendues sur le point de vente sont nettement supérieures à celles vendues aux revendeurs

Les pains spéciaux sont plus commercialisés que les viennoiseries chez Belavie et au Masso Palace

LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS

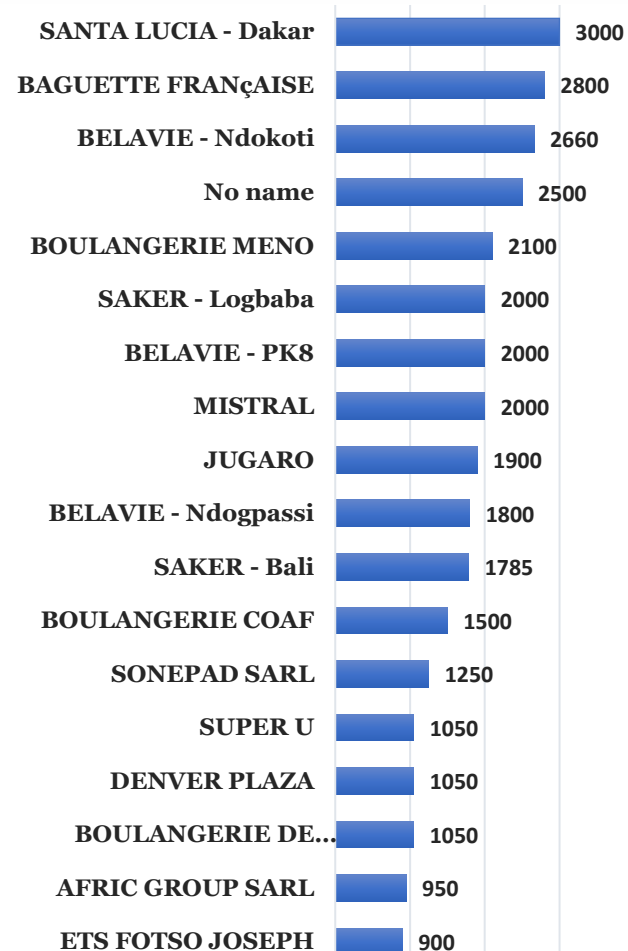
“Acropole en tête de liste consommation de farine avec 30 Tonne/jour”

Global



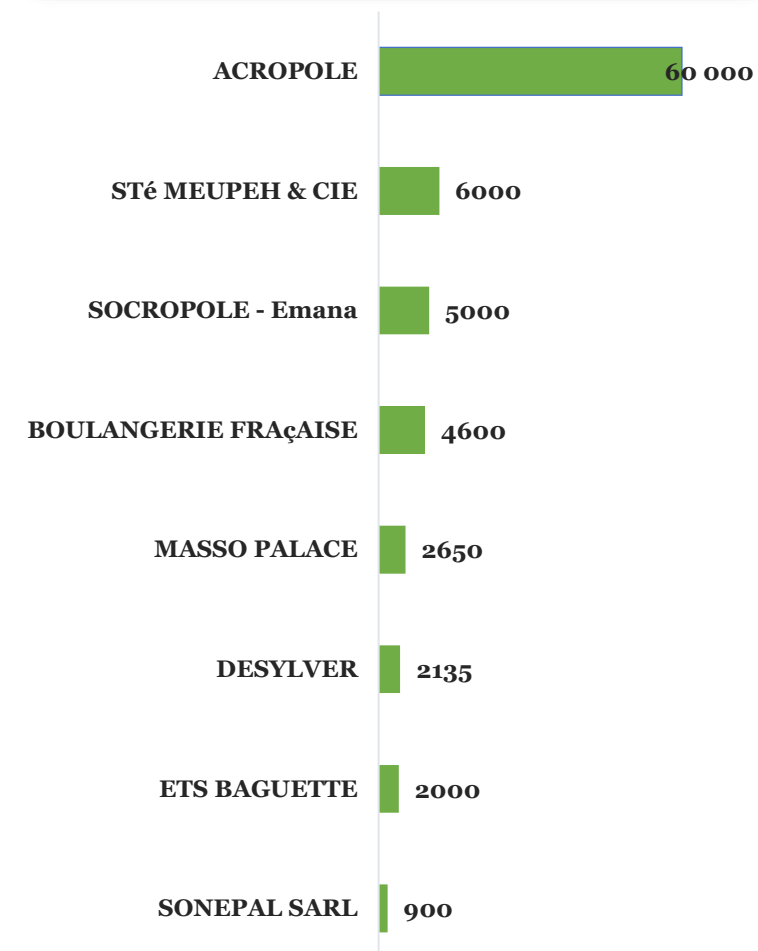
Quantité en Kilogrammes

Douala



Quantité en Kilogrammes

Yaoundé

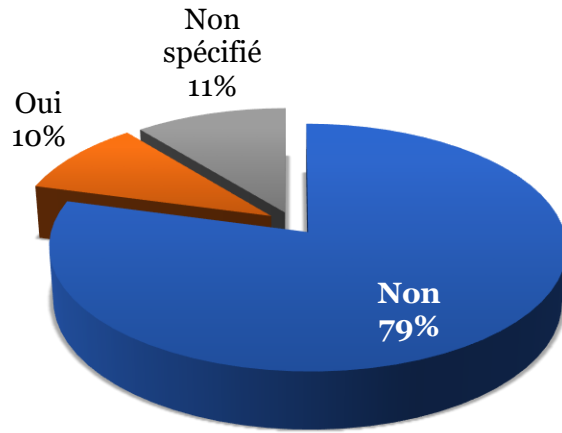


Quantité en Kilogrammes

LIVRABLES ET APERCU DES RESULTATS

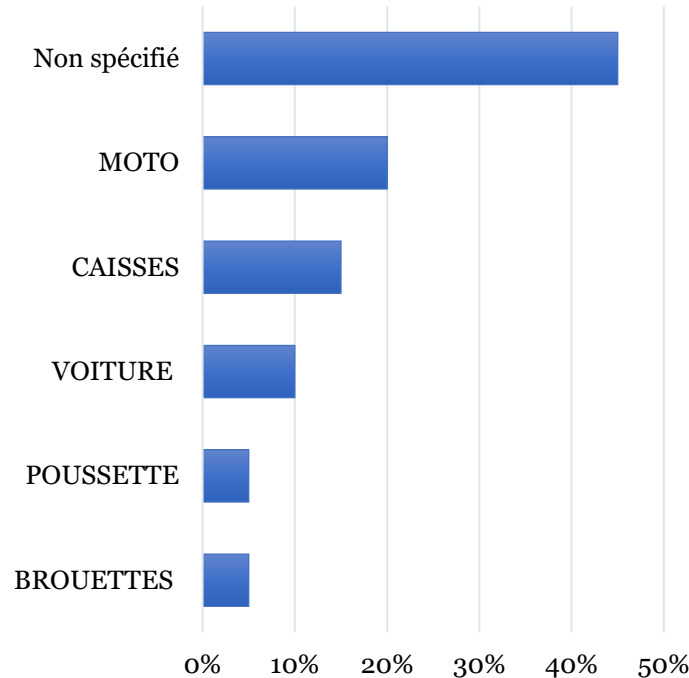
“Seulement 10% des fournisseurs donnent la logistique pour la distribution des produits”

Fourniture de logistique



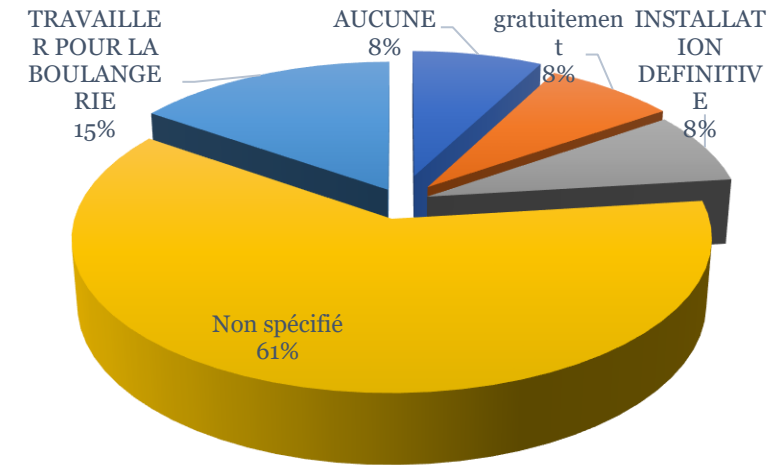
Seulement **10%** des boulangeries fournissent la logistique pour la distribution de leurs produits; **Belavie, Santa lucia, Desylver, Champs Elysées**

Logisitque fournie



Les motos / voitures sont fournies aux livreurs de la boulangerie (Desylver, champs Elysée, santa Lucia)

Condition de fourniture



La principale condition de fourniture de logistique est de travailler pour la boulangerie, en effet, des boulangeries comme **Santa Lucia** octroient des caisse aux distributeurs qui sillonnent dans la ville ou ont des points de vente différents des boulangeries.

TIMING DE L'ETUDE

TIMING DE L'ETUDE

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5	Semaine 6	Semaine 7	Semaine 8
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 de Données								
PHASE 3 : ANALYSE DES DONNÉES ET RÉDACTION DES RAPPORTS	Nettoyage des données								
	Traitement et Analyse des Données								
	Rédaction et Présentation des Résultats								

BUDGET DE L'ETUDE

BUDGET DE L'ETUDE

EN CHARGE	PHASES		RESSOURCES	NOMBRE / PERSONNE	NOMBRE DE JOURS	PRIX UNITAIRE (FCFA)	PRIX TOTAL (FCFA)
PHASE DE CONCEPTION							
Media Intelligenc	Conception de la méthodologie		Analystes	3	5	25000	375 000 FCFA
	Conception des outils de collecte						
	Recrutement et formation des enquêteurs			3	3	50000	450 000 FCFA
	TOTAL 1						825 000 FCFA
COLLECTE DES DONNÉES							
Fit Entreprises	Collecte de données						
LOCATION DE LA PLATE FORME DE COLLECTE							
Media Intelligence	21					20000	420 000 FCFA
	TOTAL 2						420 000 FCFA
TRAITEMENT DES DONNÉES							
Media Intelligence	Nettoyage, traitement et analyse des données		Analystes et Cartographes	4	7	41500	1 162 000 FCFA
	Rédaction des rapports d'étude (01)			4	7	45000	1 260 000 FCFA
	TOTAL 3						2 422 000 FCFA
	MONTANT TOTAL HT (FCFA)						3 667 000 FCFA

EQUIPE

EQUIPE



Rostant TANE
Lead Consultant
Media Intelligence

17 ans d'expérience

- Expert senior en intelligence de marché, stratégique et media

Téléphone

+237 677 43 10 13

E-mail

rostantane@mediaintelligence.fr

QUALIFICATIONS

- Intelligence stratégique
- Media Research and Measurement
- Media Ads spend SOV, SOS - Media planning
- Competitive and competitor Business Intelligence -
- Field Research and Segmentation
- Social Engineering - Psychological Profiling – Shadowing
- Reverse Engineering
- Quali-quant print media Analysis
- Customer Intelligence - Brand Management
- Maître de conférences à l'ESSTIC/UYDE 2
- Formateur



M. Marius-Trésor TOGNOU
Analyste Media Intelligence

8 ans d'expérience dans le Média
Monitoring

Mini cv

Conception, coordination et supervision des projets, analyse stratégique.

Domaines de compétences

- ✓ Réalisation de la page Publicitaire et tu média monitoring des campagnes Publicitaires: TV, Radio, Presse
- ✓ Recueil de données quantitatives et qualitatives sur l'environnement, les marchés et la concurrence
- ✓ Mystery shopping
- ✓ Stratégie média

Diplômes et certifications

Licence en Marketing management des opérations

REFERENCES

A PROPOS DE NOUS



PLUS DE 16 ANS D'EXPERIENCE!

Media Intelligence Sarl est un **cabinet de conseil spécialisé** en études de marché, enquêtes et sondages d'opinion, veille concurrentielle et veille média. Nous concevons des supports d'aide à la prise de décision dans le but d'aider les dirigeants à prendre plus aisément des décisions et atteindre leurs objectifs sereinement.

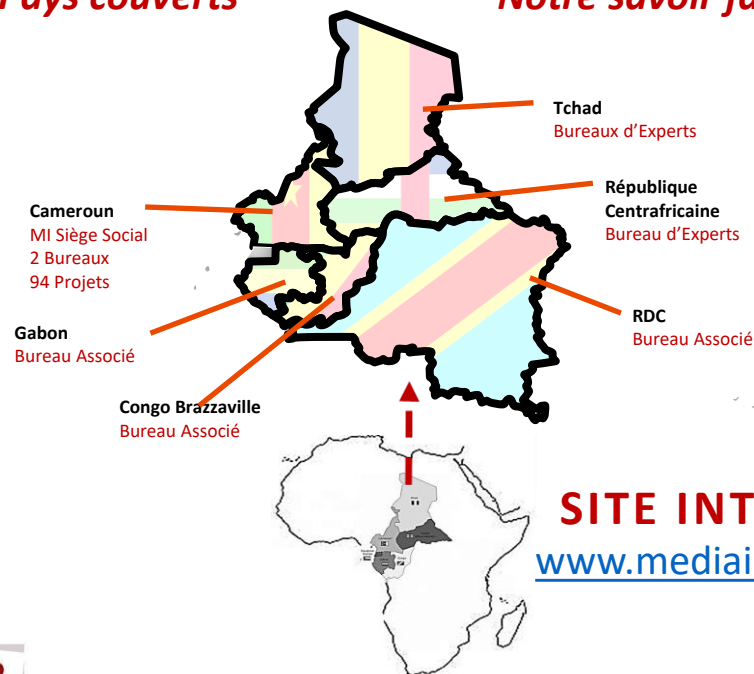
A ce jour, nous avons plus de 16 ans d'existence au Cameroun et sur le marché Africain,

- ✓ Plus de 300 projets menés à bien dans divers domaines, projets d'études d'audience et de veille médiatique, et de nombreuses études de marché dans le secteur de la Banque, de transfert d'argent et le Mobile money,
- ✓ Présent au Cameroun, nous couvrons également 5 autres pays à savoir : Tchad, Gabon, RDC, Congo Brazzaville, RCA.

Pays couverts

Notre savoir faire

- **Veille stratégique** : concurrentielle, réglementaire, consommateur, technologique, digitale;
- **Etude de marché** : études d'opportunité, post test et pré-test publicitaire, Etude quantitative et qualitative, retail census, retails Audit, due diligence
- **Intelligence Média** : audit des campagnes publicitaires, évaluation des dépenses publicitaires,
- **Accompagnements & Formations** : formations, bulletins d'analyses conjoncturelles des secteurs d'activité ; mise en place de cellules de veille, conférences.



SITE INTERNET

www.mediainelligence.fr



NOTRE EXPERIENCE – NOS REFERENCES

Ils nous ont fait confiance !



Et bien d'autres !



MERCI !

N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.



Elig-Essono, Pont de la Gare, Yaoundé



www.mediaintelligence.fr



info@mediaintelligence.fr



+237 677 43 10 13 / +237 222 23 44 01