

OFFRE TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

Étude de marché pour le
lancement d'un hôtel à
Yaoundé (cathédrale)



Sommaire

01

Contexte

02

Objectifs de l'étude

03

Méthodologie

04

Planning

05

Budget de l'étude

06

Livrables

07

Equipe projet

08

Conditions commerciales

01 Contexte

Le secteur hôtelier camerounais affiche une dynamique de croissance significative, favorisée par une augmentation notable du nombre de lits et d'établissements au cours des dernières années. Entre 2012 et 2016, le parc hôtelier s'est presque doublé, passant de 930 à 1 721 lits, tandis que le nombre d'hôtels est passé de 678 à 785 entre 2016 et 2017. Dès 2020, plus de 1 000 établissements offraient un total de 181 152 chambres, 698 suites et 45 centres de conférence, démontrant un marché en pleine expansion.

Dans ce contexte, la demande de nouveaux projets hôteliers est stimulée par l'évolution des besoins des voyageurs et la croissance du tourisme d'affaires et culturel. Pour un investisseur souhaitant se lancer dans la construction d'un nouvel hôtel, une étude de marché approfondie s'impose afin de déterminer précisément le potentiel de la zone, d'identifier les segments de clientèle porteurs et de définir un positionnement stratégique optimal.

Cette étude permettra d'analyser les tendances actuelles du marché, d'évaluer l'attractivité du site envisagé et de projeter les performances économiques du futur établissement. En intégrant ces éléments, le projet pourra être conçu de manière à tirer pleinement parti des opportunités offertes par le marché hôtelier camerounais en expansion.



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



02 Objectifs de l'étude

L'**objectif général** de cette étude est de réaliser une étude de marché complète afin d'évaluer le potentiel et la viabilité économique d'un nouveau projet hôtelier dans le secteur ciblé, en vue d'optimiser son positionnement stratégique et son développement futur.

De manière spécifique, il s'agira de :

- 
- 01 Analyse de l'Environnement et du Site**
 - ✓ Examiner l'attractivité géographique et les infrastructures environnantes.
 - ✓ Identifier les générateurs de demande (touristiques, culturels, d'affaires) dans la zone.
 - 02 Segmentation et Comportement de la Clientèle**
 - ✓ Définir les profils de clientèle potentiels (touristes, voyageurs d'affaires, etc.).
 - ✓ Analyser les besoins et attentes spécifiques de chaque segment.

- 03 Étude de la Concurrence**
 - ✓ Recenser et évaluer les établissements hôteliers existants dans la zone.
 - ✓ Identifier les forces, faiblesses et opportunités de différenciation par rapport à la concurrence.
- 04 Modélisation Financière et Évaluation Économique**
 - ✓ estimer les coûts d'investissement et d'exploitation.
 - ✓ Élaborer différents scénarios financiers pour mesurer la rentabilité du projet.

03 Méthodologie

L'approche que nous proposons repose sur une analyse en cinq axes complémentaires, garantissant une vision complète et détaillée du projet :

1 - Analyse du Marché

1. Collecte de données sur le volume de visiteurs, taux d'occupation, ADR (Average Daily Rate) et RevPAR (Revenue per Available Room) de la zone de marché à l'aide de sources fiables (enquêtes terrain et en ligne).
2. Segmentation de la clientèle pour identifier les profils types (touristes, voyageurs d'affaires, clients locaux).

Étude de la
demande (avec
analyse digitale)



- ✓ Recensement et benchmarking des établissements hôteliers existants dans la zone : positionnement, offre de services, tarification et performances récentes.
- ✓ Identification des opportunités de différenciation et des niches de marché peu exploitées.

Analyse
concurrentielle



- ✓ Analyse des tendances touristiques et économiques régionales et locales.
- ✓ Projection de la demande future en intégrant les évolutions du marché et l'impact des nouveaux projets hôteliers.

Tendances et
prévisions



03 Méthodologie

L'approche que nous proposons repose sur une analyse en cinq axes complémentaires, garantissant une vision complète et détaillée du projet :

2 - Évaluation de l'Emplacement

- ✓ Analyse de la proximité des infrastructures de transport et de la connectivité.
- ✓ Évaluation de la visibilité et de l'accessibilité du site, ainsi que de son intégration dans le tissu urbain environnant.

Accessibilité et
Environnement



- ✓ Identification des principaux attraits touristiques, centres d'affaires et générateurs de (sites culturels, religieux, événements).
- ✓ Analyse démographique et socio-économique de la zone (taille des ménages, demande, revenu moyen, taux d'emploi).

Attractivité Locale



Étude des réglementations locales
(normes de construction,
contraintes environnementales) et
des possibilités d'extension ou de
développement futur.

Contraintes et
Opportunités
Urbanistiques



03 Méthodologie

L'approche que nous proposons repose sur une analyse en cinq axes complémentaires, garantissant une vision complète et détaillée du projet :

3 - Considérations Techniques

Conception et Configuration du Projet :

Définition de la classification et de la taille de l'hôtel en adéquation avec le positionnement ciblé.

Planification des configurations de chambres et suites, et identification des équipements et services à proposer pour répondre aux standards du secteur.

Étude des Infrastructures et des Normes :

Évaluation des coûts de construction ou de rénovation, en prenant en compte les contraintes techniques et réglementaires.

Analyse de la mise en place des systèmes technologiques (gestion immobilière, sécurité, efficacité énergétique, durabilité).

03 Méthodologie

L'approche que nous proposons repose sur une analyse en cinq axes complémentaires, garantissant une vision complète et détaillée du projet :

4 - Analyse Financière

- ✓ Décomposition détaillée des investissements initiaux (acquisition de terrain, construction, aménagement, frais pré-ouverture).
- ✓ Identification et estimation des coûts d'exploitation (personnel, utilités, maintenance, marketing, frais administratifs).

Estimation des
coûts et
investissements



- ✓ Élaboration de plusieurs scénarios (optimiste, réaliste, pessimiste) afin de projeter les revenus et évaluer la rentabilité du projet.
- ✓ Calcul des principaux indicateurs financiers tels que le NOI (Net Operating Income), ROI (Return on Investment), IRR (Internal Rate of Return) et la période de récupération.

Modélisation et
scénarios
financiers



Simulation des impacts de variations
de paramètres clés (taux
d'occupation, évolution tarifaire,
fluctuations de coûts) sur la
performance financière du projet.

Analyse de
sensibilité



03 Méthodologie

L'approche que nous proposons repose sur une analyse en cinq axes complémentaires, garantissant une vision complète et détaillée du projet :

5 - Évaluation des Risques et Stratégies d'Atténuation

Identification des Risques :

Analyse des risques de marché (fluctuations de la demande, concurrence accrue, évolutions économiques).

Évaluation des risques opérationnels (problèmes de gestion, conformité réglementaire, risques liés à la sécurité et à la réputation).

Stratégies de Mitigation :

Recommandations stratégiques pour renforcer la résilience et optimiser la viabilité du projet à moyen et long terme.

04 Planning

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5
PHASE 1 : PRÉPARATOIRE ET CONCEPTUELLE	Recrutement et formation des enquêteurs					
	Élaboration et validation des outils de collecte					
	Collecte des données secondaires et revue documentaire					
PHASE 2 : ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA CONCURRENCE	Étude du site et de l'accessibilité					
	Analyse des infrastructures et des attraits locaux					
	Benchmarking des établissements concurrents					
PHASE 3 : ÉTUDE DE LA DEMANDE ET SEGMENTATION CLIENT	Réalisation d'enquêtes terrain et en ligne					
	Entretiens avec des acteurs clés					
	Segmentation des profils de clientèle					
PHASE 4 : MODELISATION FINANCIERE ET ANALYSE DES RISQUES	Élaboration de scénarios financiers					
	Estimation des investissements et des coûts d'exploitation					
	Rédaction du rapport					
	Identification et évaluation des risques					
Synthèse, Recommandations et Restitution	Consolidation de l'ensemble des analyses					
	Rédaction du rapport final					
	Organisation d'un atelier de restitution et présentation des conclusions					

05 Budget de l'étude

Phase	Description	Coût Estimé (FCFA)
Phase 1 : Cadrage et Collecte	Réunions de lancement, collecte documentaire et préparation du planning	570 000
Phase 2 : Analyse de l'Environnement et Concurrence	Étude de site, benchmarking et analyses comparatives	1 760 000
Phase 3 : Étude de la Demande et Segmentation	Enquêtes terrain/en ligne, interviews et segmentation de la clientèle	2 950 000
Phase 4 : Modélisation Financière et Analyse des Risques	Élaboration des scénarios financiers, analyses de rentabilité et risques	1 140 000
Phase 5 : Synthèse et Restitution	Rédaction du rapport final, préparation de la présentation et atelier de restitution	680 000
Total HT	Coût global pour l'étude (hors taxes)	7 100 000
TVA (19,25%)	Calculée sur le montant HT	1 366 750
Total TTC	Montant total toutes taxes comprises	8 466 750

06 Livrables



Rapport d'étude complet

Contenant toutes les principales analyses (analyse de la concurrence, de la demande, des risques ...etc)



Presentation

Résumant et restituant les principaux enseignements et recommandations stratégiques de l'étude.

Quelques références

Etude de marché dans le secteur brassicole, Pré-test musique pub
Pour Coca Cola
Juil-2009

Etude de marché de sucre Princesse Tatie pour SOSUCAM
mars-2013

Étude Exploratoire du marché de la Boulangerie au Cameroun
sept-2016

Etude sur la structure et le business model du marché postal au Cameroun
juil-2016

07 Equipe projet



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

Formation

Master en Sciences et Techniques de et de la Communication/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
marketing direct analyse financière media planning
relations communication management d'équipe
presse



Emmanuel Mpossoua

+ 02 years' experience in data analysis and market studies



mpossoa@mediaintelligence.fr



Chrispin Epoma

+ 02 years' experience in data analysis and market studies



Chrispinmediaintelligence@gmail.com

08 Conditions commerciales

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

1. Modalités de paiement :

- Un premier versement correspondant à **50 % du montant total** est exigé avant le début de l'étude.
- Le solde, soit **50 %**, 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.



Competitive Business Intelligence – Media Research - Business Research - Digital

Since 2011

MERCI !

Media Intelligence

Yaoundé ; Elig-Essono pont de la gare

BP.:11115 Yaoundé

Tel. Yaoundé:

- Fixe: (237) 222 23 44 01
- Portable: (237) 677 43 10 13

Mail : info@Mediaintelligence.fr

Web site : www.mediaintelligence.fr