

**Réalisation d'un retail audit  
complet trimestriel du marché des  
huiles de table et savons de  
ménage au Cameroun, couvrant  
les 10 régions du pays.**

**PROPOSITION COMMERCIALE**

**4 Février 2025**



## **SOMMAIRE**

**Introduction**

**Objectifs de l'étude**

**Méthodologie**

**Indicateurs clés**

**Livrables**

**Budget de l'étude**

**Équipe projet**

**Conditions commerciales**

**Conclusion**



# Introduction

Dans un marché camerounais dynamique et diversifié, la compréhension des dynamiques régionales est essentielle pour une stratégie marketing efficace. Cette étude approfondie, répartie sur les **10 régions du Cameroun**, permettra à **AZUR S.A** d'obtenir une vision précise des acteurs du marché, des parts de marché, de la distribution pondérée et des indicateurs clés de performance. L'étude sera réalisée avec une **périodicité trimestrielle** pour assurer un suivi continu et réactif des évolutions du marché.



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



# Objectif de l'étude

## Objectif général :

Evaluer la compétitivité d'Azur sur le marché des huiles de table et des savons de ménage au Cameroun afin d'identifier les leviers stratégiques pour renforcer son positionnement et son développement.

De manière spécifique, l'étude vise à :

- ❖ Identifier les acteurs clés du marché des huiles de table et des savons de ménage.
- ❖ Mesurer les parts de marché en volume et en valeur par marque et par région.
- ❖ Analyser la distribution pondérée et la disponibilité des produits.
- ❖ Évaluer les performances commerciales (prix, promotions, rotation des stocks).
- ❖ Comprendre les comportements des consommateurs et les stratégies concurrentielles.

# Méthodologie

Pour cette étude, nous prévoyons de collecter et d'analyser à la fois les **données quantitatives** et les données **qualitatives**, afin d'obtenir une vision complète et stratégique du marché des huiles végétales au Cameroun.

## 1. Collecte des données

**Type de données :** Données quantitatives et qualitatives.

**Techniques de collecte :**

**Observations en magasin :** Relevés de prix, comptage des facings, mesure du linéaire, vérification des stocks.

**Enquêtes auprès des détaillants :** Entretiens structurés pour comprendre les pratiques commerciales et les perceptions des marques.

**Données de panels distributeurs :** Analyse des ventes et des stocks.

**Outils de collecte :**

Application mobile avec géolocalisation pour une collecte précise et en temps réel.  
Formulaires standardisés pour garantir la cohérence des données.

## 2. Échantillonnage

**Taille de l'échantillon :** 400 points de vente répartis sur les 10 régions du Cameroun.

**Stratification :**

**Modern Trade :** Supermarchés, superettes et grandes surfaces (30 % de l'échantillon).

**Off-Trade :** Petits commerces, épiceries, boutiques du quartier et marchés traditionnels (70 % de l'échantillon).

**Sélection :** Points de vente choisis de manière aléatoire mais représentatifs de chaque région.

## 3. Périodicité

- **Collecte trimestrielle :** Une collecte de données sera réalisée tous les 3 mois pour suivre l'évolution du marché.
- **Durée de chaque collecte :** 2 semaines par trimestre.

# Planning

## Calendrier 2025

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5
PHASE 1 : PRÉPARATOIRE ET CONCEPTUELLE	Formation des enquêteurs.					
	Élaboration et validation des outils de collecte					
	Validation des questionnaires.					
	Cartographie des points de vente.					
PHASE 2 : COLLECTE DES DONNÉES	Relevés prix et stocks.					
	Mesures linéaires.					
	Audit promotionnel.					
	Entretiens détaillants.					
PHASE 3 : CONTRÔLE QUALITE	Validation temps réel.					
	Photos géolocalisées.					
	Rédaction des rendus					
	Double saisie données.					
PHASE 4 : ANALYSE DES DONNÉES ET RÉDACTION DES RAPPORTS	Nettoyage et validation des données					
	Pondération et extrapolation					
	Rédaction des rendus					
	Livraison des Résultats					

## Calendrier 2025

Vague 1 : Mars (S10-S15)

Vague 2 : Juin (S23-S28)

Vague 3 : Septembre (S36-S41)

Vague 4 : Décembre (S49-S52)

# INDICATEURS CLES

## Analyse des parts de marché

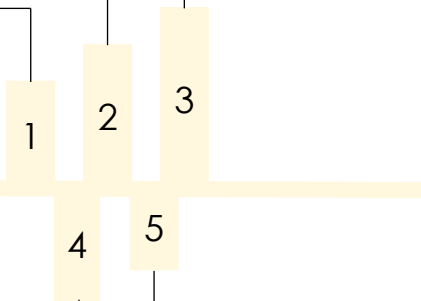
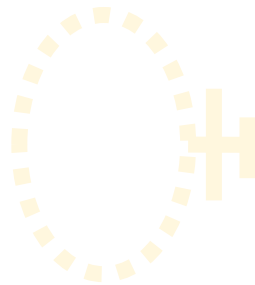
- Parts de marché en valeur et volume par marque/fabricant.
- Évolution des parts sur 12 mois glissants.
- Segmentation par gamme de prix.

## Distribution

- Taux de Distribution Numérique (DN) : % des points de vente commercialisant le produit.
- Distribution Valeur (DV) : % du CA total réalisé dans les points de vente distribuant le produit.
- Distribution Pondérée (DP) : % des points de vente pondéré par leur potentiel de vente.
- Indice de concentration : rapport entre DV et DN.

## Performance commerciale

- Rotation moyenne par référence.
- Ruptures de stock (taux et durée).
- Prix moyen par segment.
- Élasticité-prix.
- Parts de linéaire.



## Visibilité et merchandising

- Facing moyen par référence.
- Position dans le rayon.
- Présence promotionnelle.
- Matériel PLV utilisé.

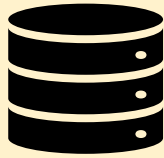
## Analyse concurrentielle

- Mapping des gammes.
- Analyse des prix positionnés.
- Innovations et lançements.
- Actions promotionnelles.





# Livrables attendus



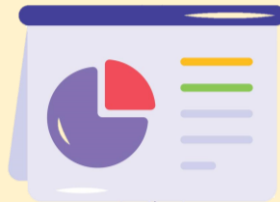
## **Données brutes**

- Base de données complète.
- Photos rayons.
- Relevés prix exhaustifs.



## **Rapport d'analyse comportant :**

- Synthèse exécutive.
- Analyses détaillées par indicateur.
- Tableaux croisés.
- Graphiques et visualisations.



## **Présentation stratégique :**

- Présentation PowerPoint.
- Workshop de restitution.
- Recommandations actionables.

## **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***

# Budget

Coût par trimestre	
Poste de dépense	Coût (XAF)
Préparation (questionnaire, formation)	500 000 XAF
Main-d'œuvre (enquêteurs, superviseurs)	2 125 000 XAF
Logistique (transport, hébergement, communication)	900 000 XAF
Outils de collecte (tablettes, logiciel)	1 200 000 XAF
Analyse et reporting	600 000 XAF
Frais divers (incitations, imprévus)	900 000 XAF
<b>Total par trimestre</b>	<b>6 225 000 XAF</b>
<b>Coût annuel (4 trimestres)</b>	
<b>Total annuel : 6 225 000 XAF × 4 = 24 900 000 XAF.</b>	

# 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)

[rostante@mediaintelligence.fr](mailto:rostante@mediaintelligence.fr)

[www.mediaintelligence.fr](http://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

# 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.

**3. Délai de paiement :** 30 jours.

**4. Validité de l'offre :** 30 jours.

**5. Durée du contrat :** 12 mois.

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

# Conclusion

Cette étude exhaustive permettra à **AZUR S.A** de :

- Comprendre en profondeur le marché des huiles de table et savons de ménage au Cameroun.
- Identifier les opportunités et les défis dans chaque région.
- Développer des stratégies marketing efficaces et ciblées.
- Optimiser sa distribution et sa présence sur le marché.

Nous sommes convaincus que notre expertise et notre connaissance du marché cameroundais nous permettront de fournir à **ASUR S.A** des résultats pertinents et exploitables.

Le marché du savon au Cameroun est un secteur important de l'économie du pays. Avec une demande croissante de produits de soins personnels, le savon est un produit essentiel dans la vie quotidienne des Camerounais.

Le marché du savon au Cameroun est dominé par plusieurs fabricants locaux ainsi que par des entreprises internationales. Ces acteurs produisent une gamme variée de savons, notamment des savons de toilette, des savons liquides et des savons naturels. Les fabricants locaux jouent un rôle important en offrant des produits adaptés aux besoins et aux préférences des consommateurs camerounais.

Une tendance majeure sur le marché du savon au Cameroun est la demande croissante pour des savons naturels et biologiques. Les consommateurs sont de plus en plus conscients des avantages des ingrédients naturels pour la peau et préfèrent des produits sans produits chimiques agressifs. Cette tendance a conduit à une diversification des offres de savon sur le marché, avec des marques proposant des options naturelles pour répondre à cette demande croissante

# Contacts



Pour toute question relative au marché du savon au Cameroun, vous pouvez contacter :

**Media Intelligence SARL**

- **Rostant Tene** : [rostant.tene@mediainelligence.fr](mailto:rostant.tene@mediainelligence.fr)
- **Emmanuel Njomo** : [emmanuel.njomo@mediainelligence.fr](mailto:emmanuel.njomo@mediainelligence.fr)

Le marché du savon au Cameroun est dominé par plusieurs fabricants locaux ainsi que par des entreprises internationales. Le marché du savon au Cameroun est un secteur important de l'économie du pays. Avec une demande croissante de produits, notamment des savons de toilette, des savons liquides et des savons naturels. Les fabricants locaux jouent un rôle important dans la vie quotidienne des Camerounais. en offrant des produits adaptés aux besoins et aux préférences des consommateurs camerounais.

Une tendance majeure sur le marché du savon au Cameroun est la demande croissante pour des savons naturels et biologiques. Les consommateurs sont de plus en plus conscients des avantages des ingrédients naturels pour la peau et préfèrent des produits sans produits chimiques agressifs. Cette tendance a conduit à une diversification des offres de savon sur le marché, avec des marques proposant des options naturelles pour répondre à cette demande croissante

# 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**