

# Baromètre de la petite distribution

Mars 2007 / Juillet 2007 / Décembre 2007

## Le Marché du Couscous

>> **C**e baromètre permet de quantifier la pénétration et la présence des produits et des marques de **Couscous** au sein de la petite distribution (épiciers et superettes) sur l'ensemble des régions considérées par l'enquête ainsi que l'évolution de cette pénétration et de cette présence dans le temps afin de disposer d'une vue d'ensemble du marché et de sa dynamique.

### Données de l'enquête

#### o Dates d'administration :

- Mars 2007
- Juillet 2007
- Décembre 2007

#### o Taille des échantillons :

- **2044** points de vente en Décembre 2007
- **2002** points de vente en Juillet 2007
- **2001** points de vente en Mars 2007

#### o Couverture :

- **11 gouvernorats** : Tunis, Ariana, Manouba, Ben Arous, Sousse, Monastir, Sfax, Mahdia, Kairouan, Bizerte et Nabeul en Juillet et décembre 2007
- **9 gouvernorats** : Tunis, Ariana, Manouba, Ben Arous, Sousse, Monastir, Sfax, Mahdia et Kairouan en Mars 2007

## PLAN DU RAPPORT

### PRESENTATION DE L' ECHANTILLON

Par gouvernorats  
Par surfaces de vente

### RESULTATS DE L'ETUDE

#### Nombre moyen de marques

Moyenne générale  
Par gouvernorat  
Par type de surface

#### Pénétration du Couscous (+ évolution)

En général  
Par gouvernorat  
Par type de surface

#### Distribution Numérique (DN) des marques de Couscous (+ évolution)

En général  
Par gouvernorat  
Par type de surface

#### Présence des marques de Couscous (+ évolution)

En général  
Par gouvernorat  
Par type de surface

### Problématique de L'étude

« *Quelle est la pénétration des produits du marché du Couscous chez les épiciers/ superettes des régions étudiées ?* »

### Les objectifs de l'étude

- o Connaître le taux de pénétration petite distribution des produits et marques dans les régions étudiées
- o Connaître le taux de présence petite distribution des produits et marques dans les régions étudiées
- o Mesurer l'évolution des positions dans le temps

### Les plus de l'étude

- o **Pour les industriels du secteur**, le baromètre de la petite distribution Madwatch / Elka Consulting constitue un outil d'optimisation de la politique commerciale.
- o **Pour les agences et bureaux de conseil en marketing et communication**, ces rapports permettent de mieux cerner les forces en présence, les enjeux, les positions et la dynamique du marché considéré afin d'établir des recommandations opérationnelles et stratégiques idoines.

35 PAGES



2150 DT HT



1350 Euros

Une enquête :

