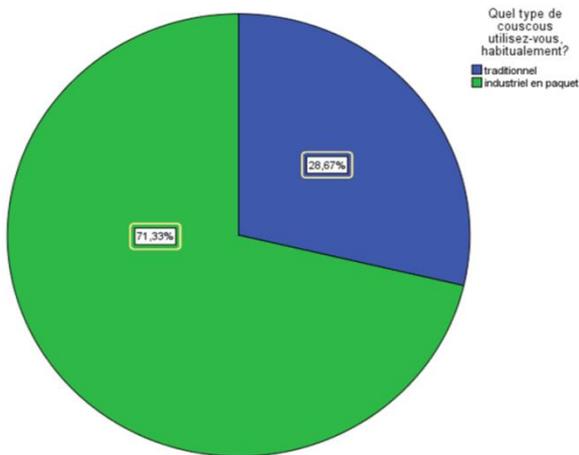


**6.1 Le tri à plat de questionnaire :**

**Question2 :** Quel type de couscous utilisez-vous, habituellement ?

**Graphe N°01:** le couscous utilisé



**Tableau N° 02:** le couscous utilisé

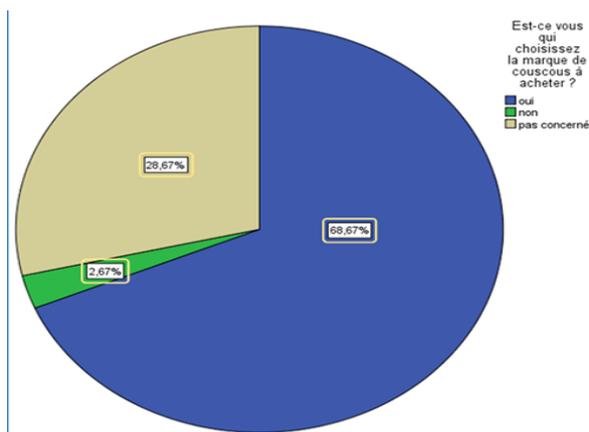
	Effectifs	%
Traditionnel	43	29
Industriel en paquet	107	71
Total	150	100

**Commentaire:**

Un peu plus de 71% des femmes utilisent le couscous en paquet.

**Question 3 :** Est-ce vous qui choisissez la marque de couscous à acheter ?

**Graphe N° 02:** le choix de la marque



**Tableau N°03:** le choix de la marque

	Effectifs	%
Oui	102	68
Non	5	3
Pas concerné	43	29
Total	150	100

**Commentaire :**

- 96% des femmes qui cuisinent le couscous choisissent la marque de couscous à acheter.
- 4% des femmes qui cuisinent le couscous ne choisissent pas la marque de couscous

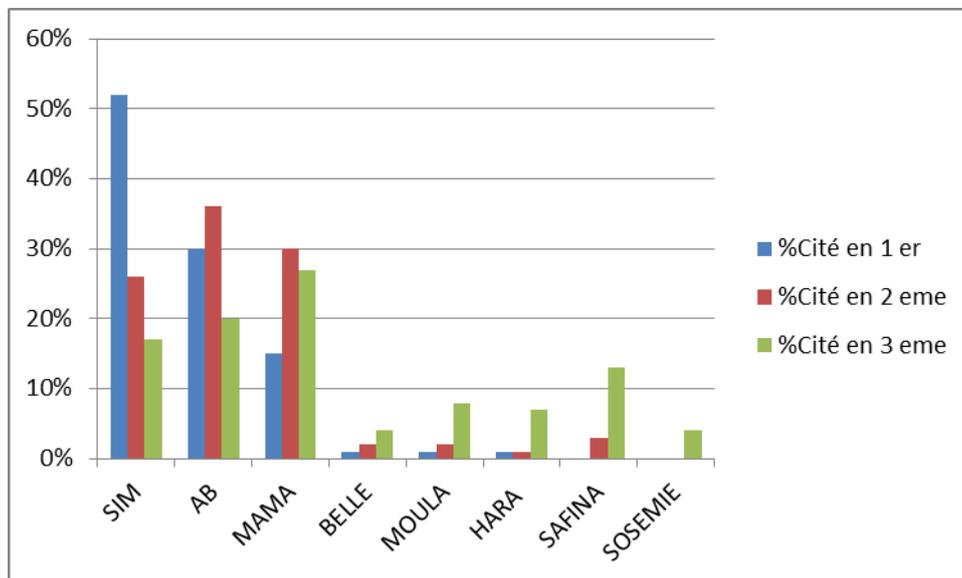
### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie

**Question 4 :** Quelles sont les marques de couscous que vous connaissez ?  
(Notoriété spontanée, top of mind)

**Tableau N°4:** notoriété spontanée

	Cité en 1 er		Cité en 2 eme		Cité en 3 eme	
SIM	53	52%	27	26%	17	17%
AB	31	30%	37	36%	20	20%
MAMA	15	15%	30	30%	28	27%
BELLE	1	1%	2	2%	4	4%
MOULA	1	1%	2	2%	8	8%
HARA	1	1%	1	1%	8	7%
SAFINA	0	0%	3	3%	13	13%
SOSEMIE	0	0%	0	0%	4	4%
Total	102	100%	102	100%	102	100%

**Graphe N°03:** notoriété spontanée



#### Commentaire :

Nous constatons que les marques les plus connues sur le marché par ordre SIM, suivie de la marque Amor Benamor et en troisième position la marque de couscous Mama. La marque Sosemie ne jouit d'aucune notoriété spontanée sur le marché du couscous.

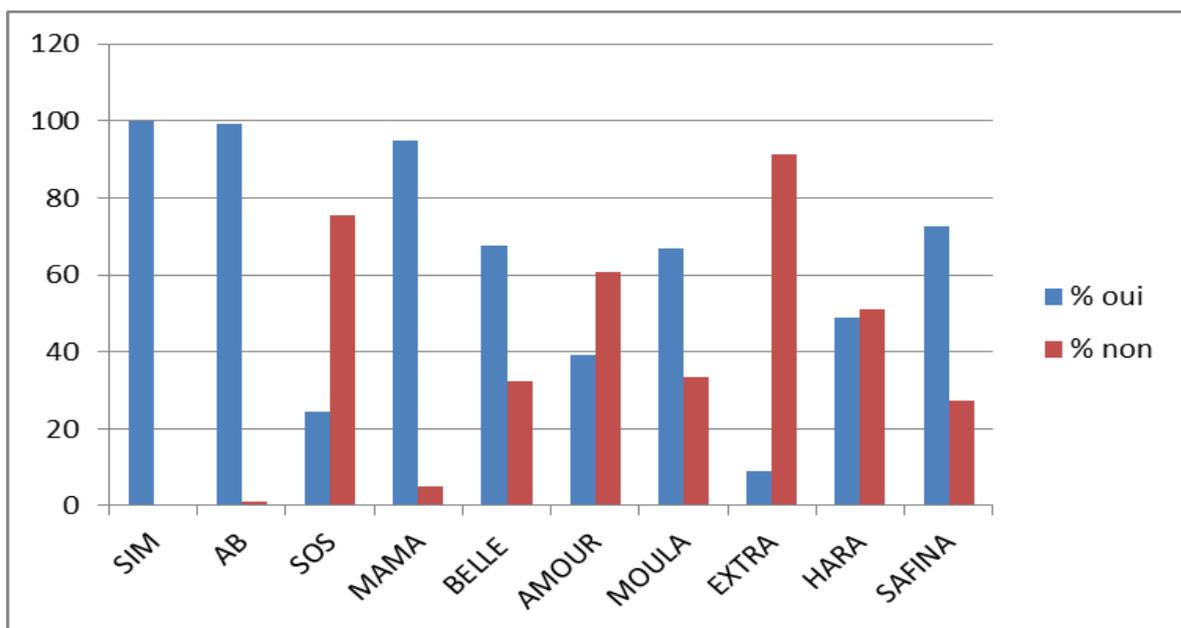
### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie

**Question 5 :** parmi les marques de couscous suivantes, lesquelles connaissez-vous ? (notoriété assistée)

**Tableau N°05:** notoriété assistée

	Oui	%	Non	%
SIM	102	100	0	0
AB	101	99	1	1
SOS	26	25	76	75
MAMA	97	95	5	5
BELLE	69	68	33	32
AMOUR	40	39	62	61
MOULA	68	67	34	33
EXTRA	9	9	93	91
HARA	50	49	52	51
SAFINA	74	73	28	27

**Graphe N°04:** notoriété assistée



#### Commentaire :

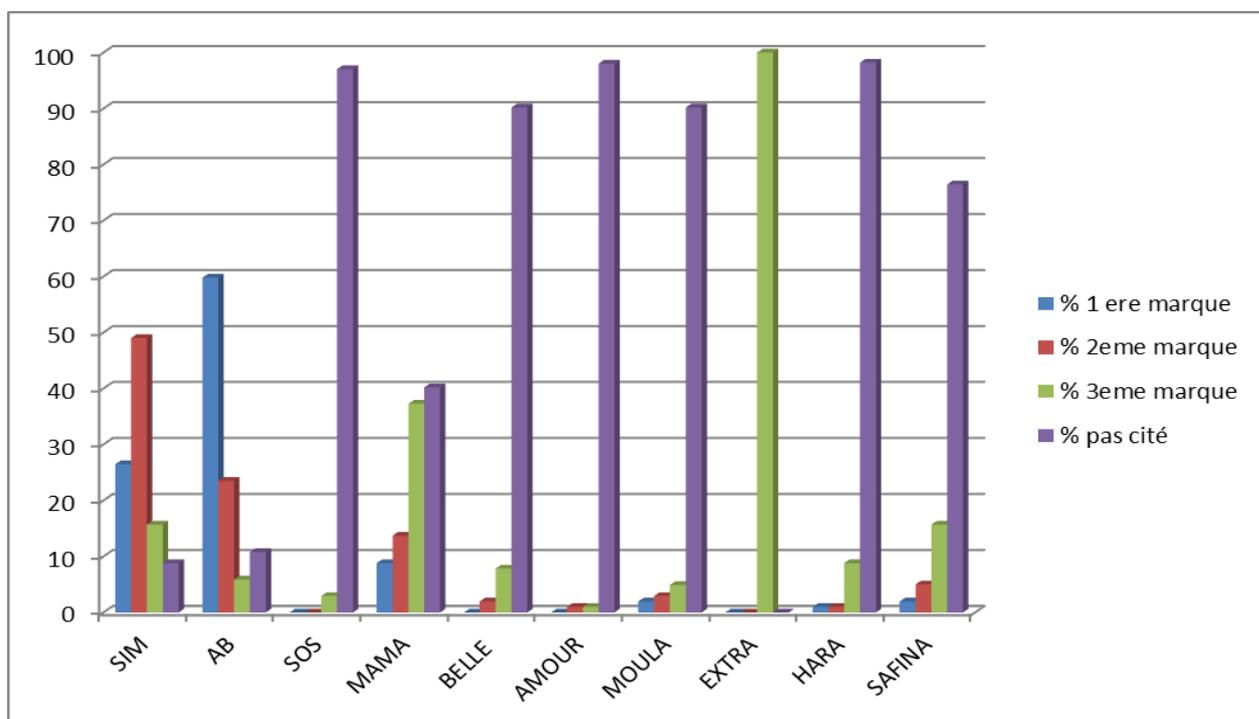
Bien que n'ayant pas de notoriété spontanée, la marque jouit, tout de même d'une faible notoriété assistée puisque 25% des personnes interrogées déclarent connaître cette marque. Soemie manque de visibilité sur le marché et a besoin d'action de communication afin de la faire connaître et lui construire une image de marque favorable.

**Question 6 :** Classez les marques que vous connaissez par ordre de préférence

**Tableau N°06 :** les préférences

	1 ère marque	%	2 ème marque	%	3 ème marque	%	Marque pas cité	%
SIM	27	26	50	49	16	16	9	9
AB	61	60	24	24	6	6	11	11
SOS	0	0	0	0	3	3	99	97
MAMA	9	9	14	14	38	37	41	40
BELLE	0	0	2	2	8	8	92	90
AMOUR	0	0	1	1	1	1	100	98
MOULA	2	2	3	3	5	5	92	90
EXTRA	0	0	0	0	102	100	0	0
HARA	1	1	1	1	9	9	100	98
SAFINA	2	2	5	5	16	16	78	76

**Graphe N°05 :** les préférences

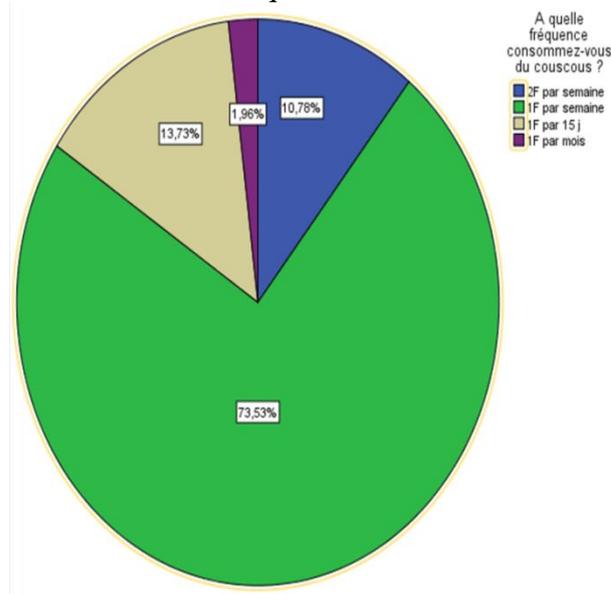


**Commentaire :**

Cette question vient confirmer la place des deux principaux compétiteurs sur le marché du couscous. Nous remarquons, néanmoins, que bien que la marque Sim soit la plus connue parmi notre échantillon, la préférence va delà marque Amor Benamor.

**Question 7 :** A quelle fréquence consommez-vous du couscous ?

**Graphe N°06:** fréquence de consommation  
**Tableau N°07 :** fréquence de consommation



	Effectifs	%
2F par semaine	11	11
1F par semaine	74	73
1F par 15 jrs	15	14
1F par mois	2	2
Total	102	100

**Commentaire:**

Un peu plus de 73% des femmes préparent le couscous une fois par semaine.

-73% des femmes qui utilisent le couscous en paquet et choisissent eux même la marque, préparent le couscous une fois par semaine.

-14%des femmes qui utilisent le couscous en paquet et choisissent eux même la marque, préparent le couscous une fois par quinze jours.

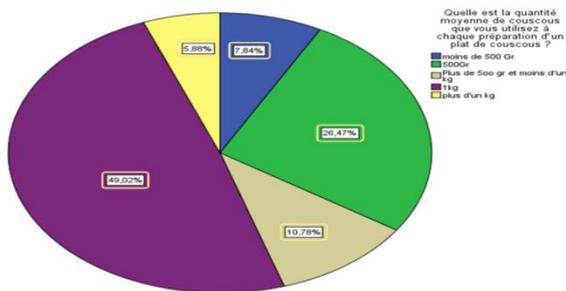
-11% des femmes qui utilisent le couscous en paquet et choisissent eux même la marque, préparent le couscous deux fois par semaine.

-2% des femmes qui utilisent le couscous en paquet et choisissent eux même la marque, préparent le couscous une fois par mois.

**Question8 :** Quelle est la quantité moyenne que vous utilisez à chaque préparation d'un plat de couscous?

**Graphe N°07 :** la quantité utilisée

### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie



**Tableau N°08 : la quantité utilisée**

	Effectifs	%
Moins de 500g	8	8
500g	27	26
Plus de 500g et moins d'un kg	11	11
1 kg	50	49
Plus d'un kg	6	6

	Effectifs	%
SIM	36	35
Amor benamor	59	58
Mama	6	6
Extra	1	1
Total	102	100

Total	102	100
-------	-----	-----

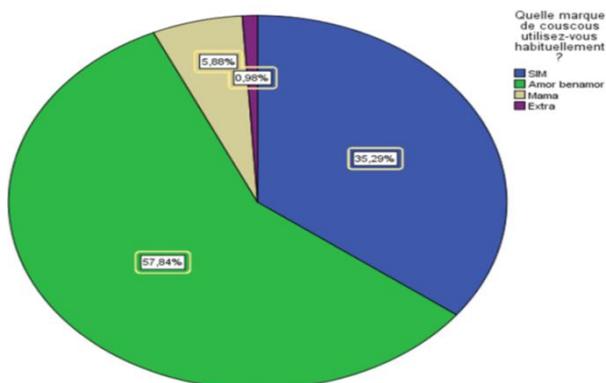
**Commentaire :**

49% des femmes utilisent 1 kg de couscous en paquet dans chaque préparation.

**Question9 :** Quelle marque de couscous utilisez-vous habituellement ?

**Graphique N°08: la marque utilisée**

**tableau N°09 : la marque utilisé**

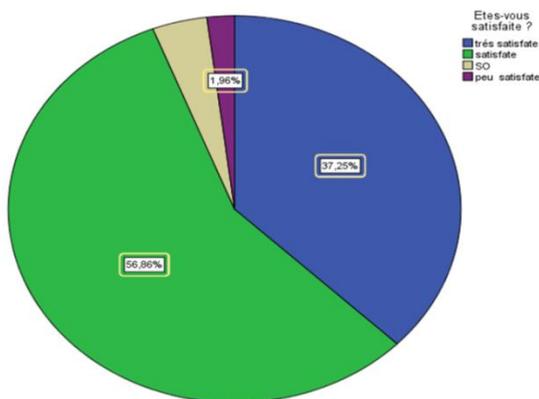


**Commentaire :**

Les marques les plus utilisées par ordre sont Amor Benamor de 58%et SIM de 35%. Ces deux marques se partagent le marché du couscous en Algérie.

**Question11 :** Etes-vous satisfaite?

**Graphe N°09 :** la satisfaction



**Tableau N°10 :** la satisfaction

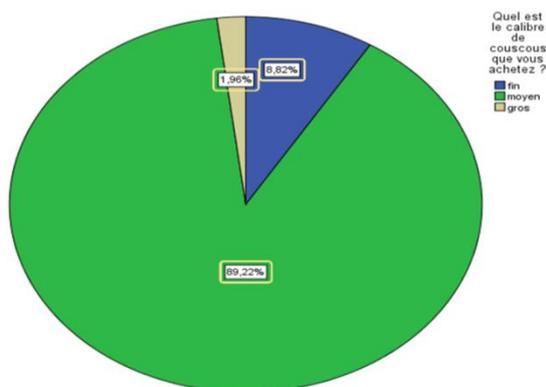
	Effectif	%
Fin	10	9
Moyen	90	89
Gros	2	2
Total	102	100

**Commentaire :**

94% des femmes de notre échantillon sont satisfaites par la marque de couscous qu'elles utilisent.

**Question 12 :** Quel est le calibre de couscous que vous achetez?

**Graphe N°10 :** le calibre acheté



**Tableau N°11 :** le calibre acheté

	Effectifs	%
--	-----------	---

**Commentaire :**

La grande majorité (89%) des femmes utilisent le couscous de calibre moyen.

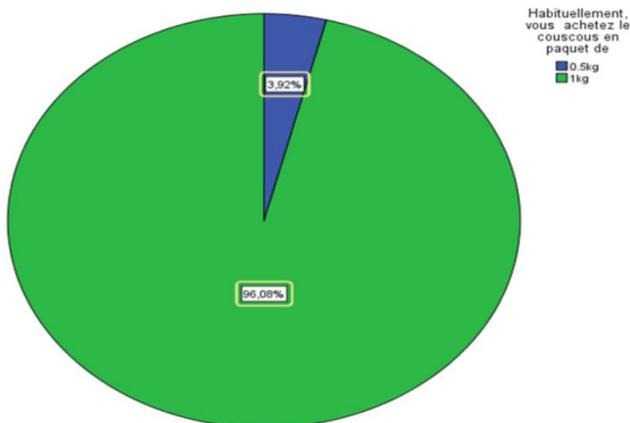
**Question13 :** Habituellement, vous achetez le couscous en paquet de?

	Effectifs	%
Très satisfaite	38	37
Satisfaite	58	57
SO	4	4
Peu satisfaite	2	2
Pas du tout satisfaite	0	0
Total	102	100

**Graphe N°11:** le poids de paquet

**Tableau N°12:** le poids de paquet

**Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie**



0.5 Kg	4	4
1 kg	98	96
Total	102	100

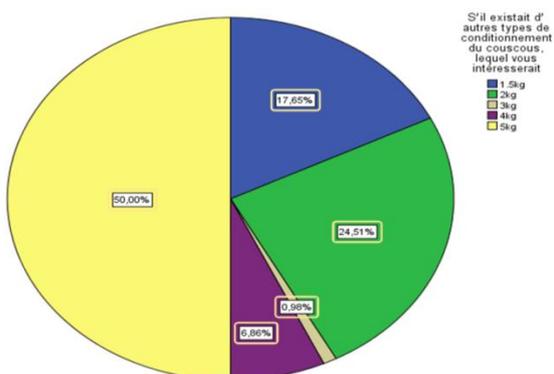
**Commentaire :**

La grande majorité des femmes utilisent le paquet de couscous d'un kg.

**Question 14 :** S'il existait d'autres types conditionnement du couscous, lequel vous intéresserait?

	Effectifs	%
--	-----------	---

**Graphe N°12 :** le conditionnement  
**tableau N°13 :** le conditionnement



	Effectifs	%
1.5 kg	18	18
2 kg	25	24
3 kg	1	1
4 kg	7	7
5 kg	51	50
Total	102	100

**Commentaire :**

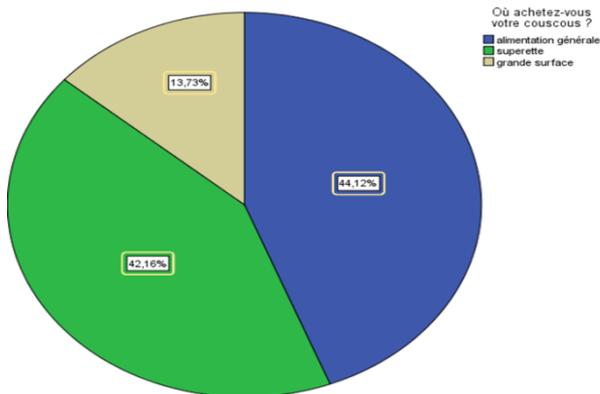
-50% des femmes qui utilisent le couscous en paquet sont intéressées par le conditionnement de 5 kg.

**Question 15 :** Ou achetez-vous votre couscous ?

**Graphe N°13 :** le lieu d'achat

**Tableau N°14 :** le lieu d'achat

### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie



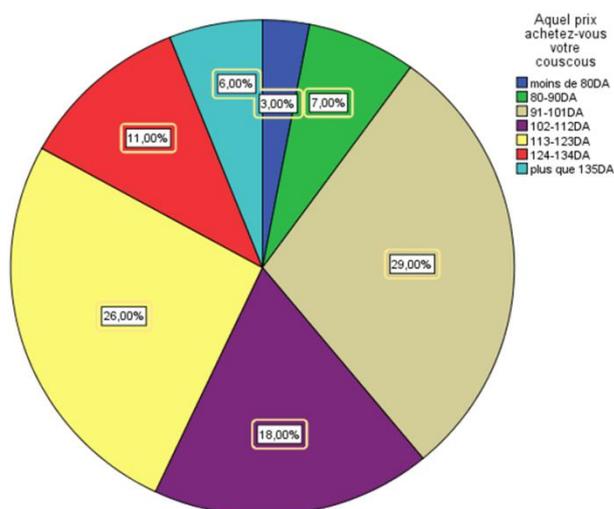
Alimentation générale	45	44
Supérette	43	42
Grande surface	14	14
Total	102	100

#### Commentaire :

Le lieu le plus fréquenté pour acheter le couscous est le commerce de proximité (alimentation générale ou superette) et représente 86% de notre échantillon.

**Question 16 :** A quel prix achetez-vous votre couscous d'un kg?

**Graphe N°14 :** le prix d'achat



**Tableau N°15 :** le prix d'achat

DA	Effectifs	%
Moins de 80	3	3
80-90	7	7
91-101	29	29
102-112	18	18
113-123	26	26
124-134	11	11
Plus de 135	6	6
Total	100	100

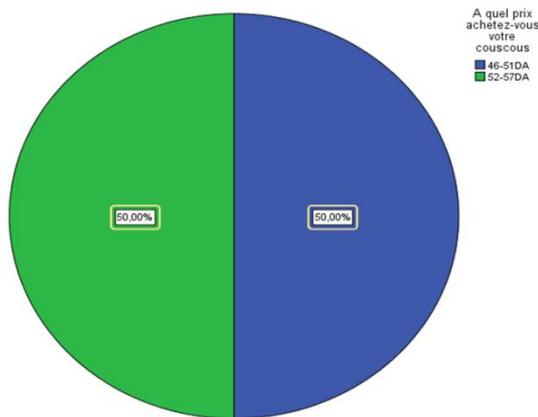
**Commentaire :**

La majorité des femmes acceptent de payer un prix entre 91Da et 101Da pour avoir un paquet de couscous soit un pourcentage de 29%, suivi par un pourcentage de 26 % d'un prix entre 113Da - 123 Da.

	Effectifs	%
Plastique	32	31
Carton	18	18
Tissu	41	40
Papier	11	11
Total	102	100

**Question 20 :** A quel prix achetez-vous votre couscous de 500gr ?

**Graphe N°15 :** le prix d'achat d'un paquet de 500 gr  
**tableau N°16:** le prix d'achat 500gr



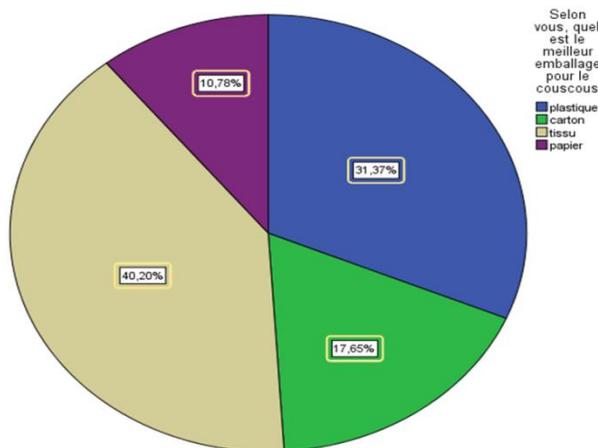
**Commentaire :**

Il y a seulement 2 % des femmes qui achètent le paquet de couscous de 500 gr.

**Question 21 :** Selon vous, quel est le meilleur emballage pour le couscous ?

**Graphe N°16:** le meilleur emballage

**Tableau N°17:** le meilleur emballage



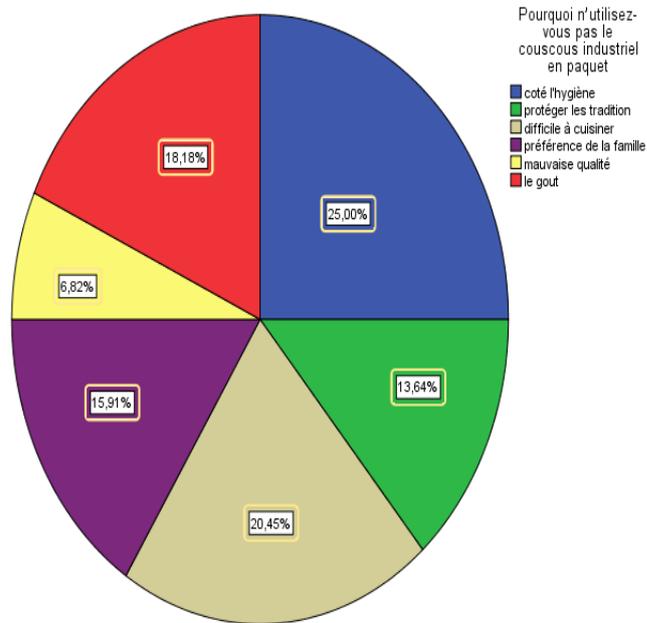
DA	Effectifs	%
46-51	1	50
52-57	1	50
Total	2	100

**Commentaire :**

Le meilleur emballage pour le couscous selon les femmes qui utilisent le couscous en paquet est le tissu qui représente 40%.

**Question 23:** Pourquoi n'utilisez-vous pas le couscous industriel en paquet ?

**Graphe N°17:** les raisons



**Tableau N°18 :** les raison

**Commentaire :**

Les freins qui empêche les femmes à acheter sont le coté l'hygiène de 25% suivi de la protection des traditions de 20%

**Question 22 :** Quels sont les critères que vous prenez en considération dans le choix de votre couscous ?

**Tableau N°19:** Les critères erreur dans l'échelle : important NOT satisfaisant

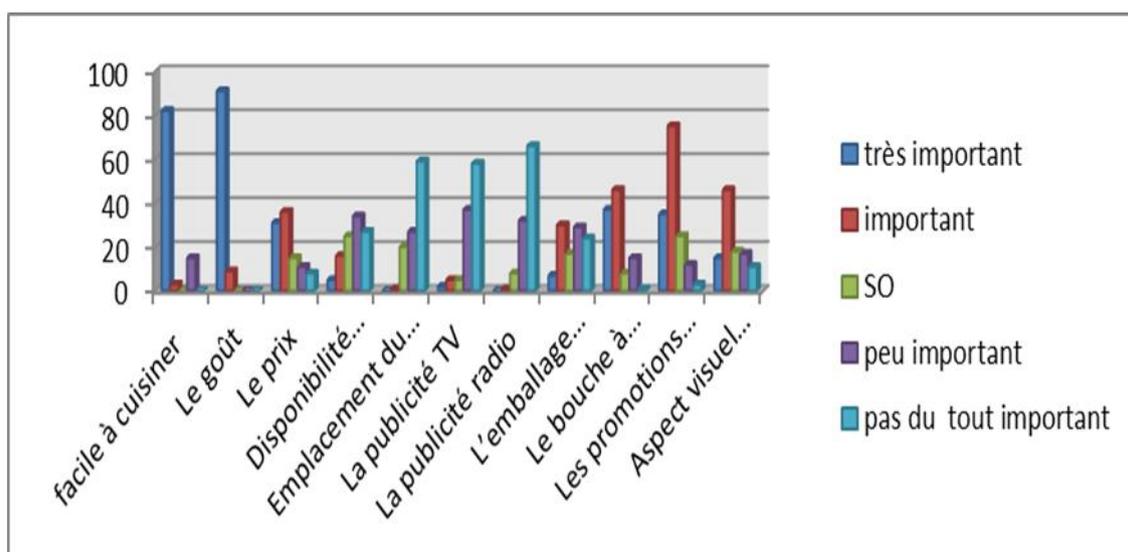
	Très satisfaite	Satisfaite	S O	Peu satisfaite	Pas du tout satisfaite
Facile à cuisiner	84	3	0	15	0
Le goût	93	9	0	0	0
Le prix	32	36	15	11	8
Disponibilité	5	15	24	33	25
Emplace	0	1	1	26	56

	Effectifs	%
Coté d'hygiène	11	25
Protéger les traditions	6	14
Difficile à cuisiner	9	20
Préférence de la famille	7	16
Mauvaise qualité	3	7
Le goût	7	18
Total	43	100

### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie

ment			9		
La pub TV	2	5	5	35	55
La pub radio	0	1	7	31	63
L'emballage	7	29	16	27	23
Le bouche à l'oreille	36	44	7	14	1
Les promotions de ventes	24	51	17	8	2
Aspect visuel	14	44	18	16	10

**Graphe N°18:** les critères



#### Commentaire :

Nous constatons que la facilitée de cuisiner le couscous et sont gout constituent les critères les plus important dans le choix de ce produit. Le conseil de l'entourage représenté par le BAO constitue lui aussi un critère déterminant. Les réponses obtenues montrent une sensibilité aux promotions de ventes ainsi qu'à l'emballage et l'aspect visuel du couscous.

**Les caractéristiques que les femmes prendraient en considération dans le choix de leur couscous.**

**Tableau N° 20 : les critères de choix**

<b>Les critères</b>	<b>Facile à cuisiner</b>	<b>Le gout</b>	<b>Le prix</b>	<b>La disponibilité</b>	<b>L'emplacement</b>	<b>La pub tv</b>	<b>Pub radio</b>	<b>L'emballage</b>
<b>Moyen</b>	<b>3.76</b>	<b>3.91</b>	<b>2.68</b>			<b>0.66</b>	<b>0.47</b>	<b>1.71</b>

<b>Le B à O</b>	<b>PDV</b>	<b>L'aspect visuel</b>
<b>2.97</b>		<b>2.36</b>

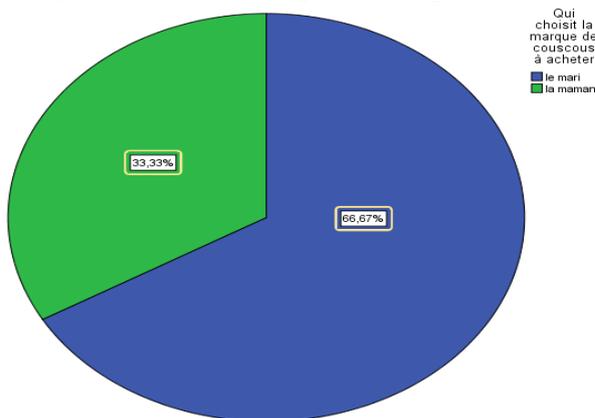
**Commentaire :**

Les critères que les femmes prennent en considération dans le choix de leurs couscous sont par ordre d'importance:

Le gout, facile à cuisiner, le bouche à oreilles, la promotion de vente, le prix et l'aspect visuel. (On prend les critères qui sont supérieures à la moyenne 2,13)

**Question23 :** Qui choisit la marque de couscous à acheter ?

**Graphe N°19 :** la marque choisie par



**Tableau N°21 :** la marque choisie par

	Effectifs	%
Le mari	3	67
La maman	2	33
Total	5	100

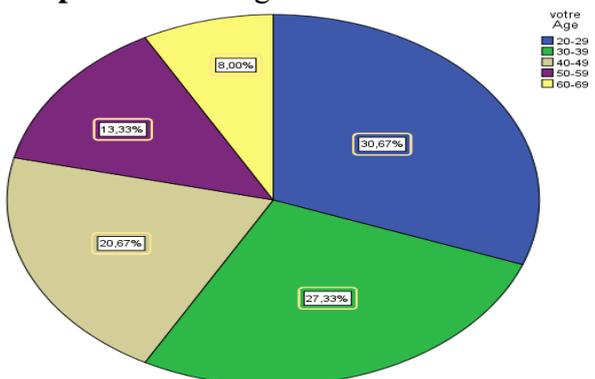
**Commentaire :**

- 4% des femmes qui cuisinent le couscous ne choisissent pas la marque de couscous, tel que 67% est choisi par le mari et 33% est choisi par la maman.

**L'analyse des questions signalétique (tri à plat)**

**Question 25 :** Votre Age

**Graphe N°20 :** l'Age

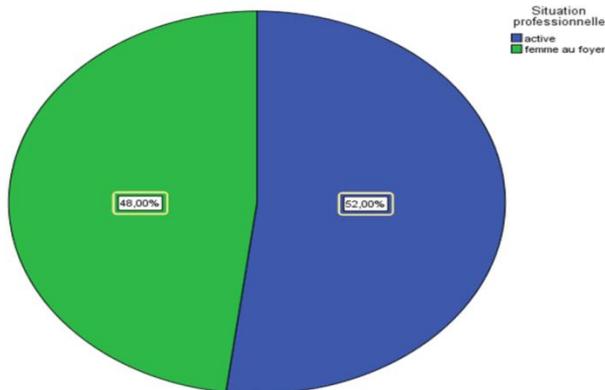


**Tableau N°22 :** l'Age

	Effectifs	%
20-29	46	31
30-39	41	27
40-49	31	21
50-59	20	13
60-69	12	8
Total	150	100

**Question 26 :** situation professionnelle :

**Graphe N°21:** situation professionnelle



**Tableau N°23:** situation professionnelle

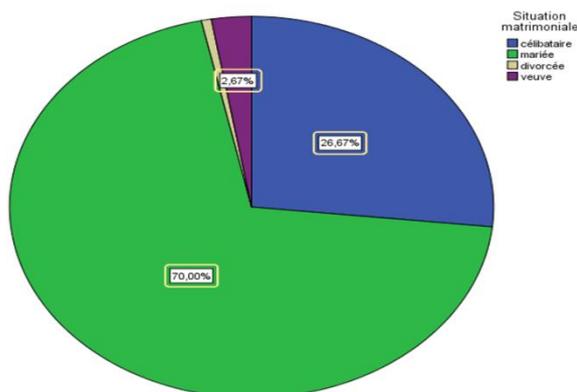
	Effectifs	%
Actif	78	52
Au foyer	72	48
total	150	100

**Commentaire :**

La situation professionnelle de femmes interrogées est équilibrée

**Question 27 :** situation matrimoniale :

**Graphe N°22:** situation matrimoniale  
**tableau N°24 :** situation matrimoniale



	Effectifs	%
Célibataire	40	27
Mariée	105	70
Divorcée	1	1
Veuve	4	3
Total	150	100

**Commentaire :**

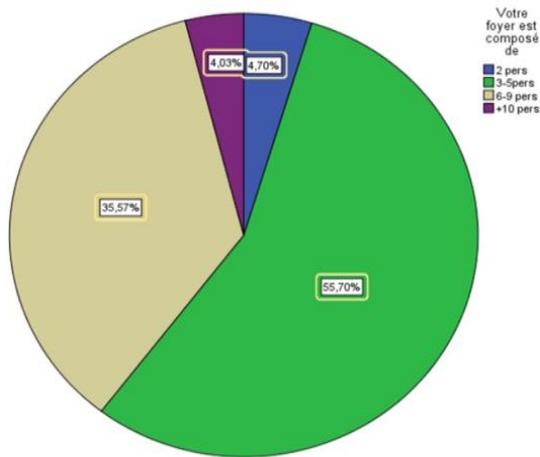
Les femmes mariées représentent la majorité des femmes interrogées avec 70%

**Question 28 :** votre foyer est composé de :

**Tableau N°23:** membre de la famille  
**graphe N°25 :** membre de la famille

Personne	Effectifs	%
2	7	4.70
3-5	84	55.70
6-9	53	35.57
Plus de 10	6	4.03
Total	150	100

### Chapitre3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie



#### Commentaire:

Un peu plus de 55% des familles sont composées de 6-9 individus

#### Calcul du prix psychologique : (d'acceptabilité)

Tableau N°26: le prix psychologique

prix proposé	A		DETERMINATION DE PRIX D4ACCBTIBILITE				acheteurs pc
	nombre	%	% cumulé décroissant	prix trop élevé		%cumulé croissant	
40	10	10%	100%	0	0%	0%	0%
50	22	22%	90%	0	0%	0%	10%
60	23	23%	69%	0	0%	0%	31%
70	21	21%	46%	0	0%	0%	54%
80	17	17%	25%	0	0%	0%	75%
90	6	6%	9%	1	1%	1%	90%
100	3	3%	3%	5	5%	6%	91%
110	0	0%	0%	12	12%	18%	82%
120	0	0%	0%	25	25%	42%	58%
130	0	0%	0%	14	14%	56%	44%
140	0	0%	0%	10	10%	66%	34%
150	0	0%	0%	29	28%	94%	6%
160	0	0%	0%	1	1%	95%	5%
170	0	0%	0%	1	1%	96%	4%
180	0	0%	0%	1	1%	97%	3%
200	0	0%	0%	3	3%	100%	0%
	102			102			

100DA est le prix pour lequel il y a un maximum de client prêt à acheter le produit (Couscous).

#### Graphique N°24: Le prix psychologique

