

Chapitre II : ETUDE DE MARCHE VISE

Section 1 : Description du marché visé :

Le marché visé est le marché local. Quant aux publiques cibles, elles sont constituées par ceux qui constituent de nouvelles maisons ou bâtiments, des murs de clôtures ou des dépendances (garages et W.C...) et par ceux qui effectuent des extensions ou surélévations de maison. Toutes ces clientèles cibles peuvent avoir acquis ou non des autorisations auprès des communes.

1.1 Le type de logement :

La classification optée pour les logements dépendait des observations soit par milieu urbain/rural, soit par mode d'occupation de ces logements. Ainsi, on a quatre classes de logement :

- *Un appartement* : un regroupement de quelques pièces assorties de toilettes, cuisine...
- *Un studio* : composé d'une pièce assortie éventuellement des toilettes, cuisine...
- *Une chambre* : une pièce servant à la fois de chambre à coucher et de séjour ; les toilettes et la cuisine sont souvent communes avec d'autres occupants.
- *Une maison individuelle traditionnelle (M.I.T.T)* : un immeuble indépendant habité exclusivement par le ménage. Le style de construction est un peu ancien, et il comprend en général plusieurs pièces.
- *Une villa* : est un immeuble moderne indépendant.

1.2 Le type de logement selon le milieu :

On subdivise en quatre catégories de milieu de résidence : la capitale, les autres grands centres urbain (A.G.C.U), le centre urbain secondaire (C.U.S), le rural.

TYPE DE LOGEMENT SELON LE MILIEU :

TYPE DE LOGEMENT	Milieu de résidence				Ensemble
	CAPITALE	A.G.C.U	C.U.S	RURAL	
Appartement	16,8	13,3	14,4	6,8	8,7
Studio	2,2	2,5	1,4	0,7	1,0
Chambre	35,4	29,2	16,7	5,7	10,0
M.I.T.T	36,7	48,2	63,6	84,8	77,3
Villa	4,4	2,3	1,7	1,1	1,5
Autre	4,6	4,5	2,3	0,9	1,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : INSTAT/DSM/EPM 2004

Plus couramment, on trouve des occupations des maisons individuelles traditionnelles (MITT) pour 77,3% de l'ensemble. Seul dans la capitale, ce taux est plus faible (36,7%) dû sûrement à une plus forte densité d'occupation. Il est peu fréquent qu'un ménage occupe un immeuble entier comme les maisons individuelles traditionnelles dans la capitale. En milieu rural, la facilité de construction traditionnelle et le nombre restreint de pièces par logement justifie un taux un peu plus élevé de 84,8% d'occupation de ces maisons individuelles traditionnelles.

Cette analyse nous permet de dire que la plupart des constructions sont anciennes même dans la capitale, donc la construction et la rénovation des maisons d'habitation sont prioritaires, nous essayons de cibler les propriétaires de ces maisons de type traditionnel dans la capitale et ceux qui ont l'intention de construire aux alentours de la ville en d'autre terme les périphéries.

Cette première étude nous amène à examiner le type de logement selon les pouvoirs d'achat de la population pour qu'on puisse segmenté notre clientèle cible.

1.3 Le type de logement selon le pouvoir d'achat :

1.3.1 La mesure du pouvoir d'achat de la population :

La classification des individus selon *les quintiles* de consommation mensuelle sert à situer les différents individus de la population par rapport aux autres individus. Il s'agit

alors d'une mesure objective relative à la pauvreté car elle consiste à comparer les différents individus entre eux à l'aide d'une mesure objective qui est la consommation.

Les limites au prix de chaque classe sont les suivants :

- Quintile 1 (Q₁) : Consommation < 219 430,8 fmg.
- Quintile 2 (Q₂) : 219 430,8 fmg < Consommation < 340 716,4 fmg.
- Quintile 3 (Q₃) : 340 716,4 fmg < Consommation < 538 970,4 fmg.
- Quintile 4 (Q₄) : 538 970,4 fmg < Consommation < 967 063,9 fmg.
- Quintile 5 (Q₅) : Consommation > 967 063,9 fmg.

Ainsi, par exemple, les individus qui ont une consommation mensuelle moins de 219 430,8 fmg sont classés parmi les plus pauvres (quintile 1) et les individus qui ont une consommation mensuelle plus de 967 063,9 fmg sont classés parmi les plus riches (quintile 5).

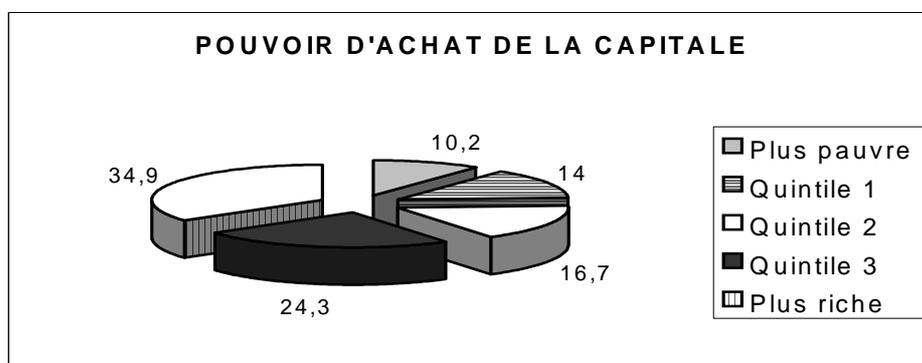
POUVOIR D'ACHAT PAR PROVINCE EN 2004 :

PROVINCES						
POUVOIR D'ACHAT	ANTANAN	FIANARAT	TOAMASI	MAHAJA	TULEAR	ANTSIRA
Plus pauvres	10,2	25,6	21,0	34,1	18,6	23,0
Quintile 2	14,0	27,9	21,7	18,8	19,3	20,5
Quintile 3	16,7	22,6	23,2	17,2	21,1	20,6
Quintile 4	24,3	14,8	18,9	18,6	21,2	19,5
Plus riche	34,9	9,0	15,1	11,3	19,8	16,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : PROJET MADIO 2004

A titre d'information, les 34,1% de la population de Mahajanga vivent dans une situation de misère contre 10,2% de celle d'Antananarivo et on trouve 34,9% de riches dans la capitale.

En terme de population humaine, notre marché cible, se localisant dans la capitale et ses environs, qui nous conduisent à présenter un bref schéma



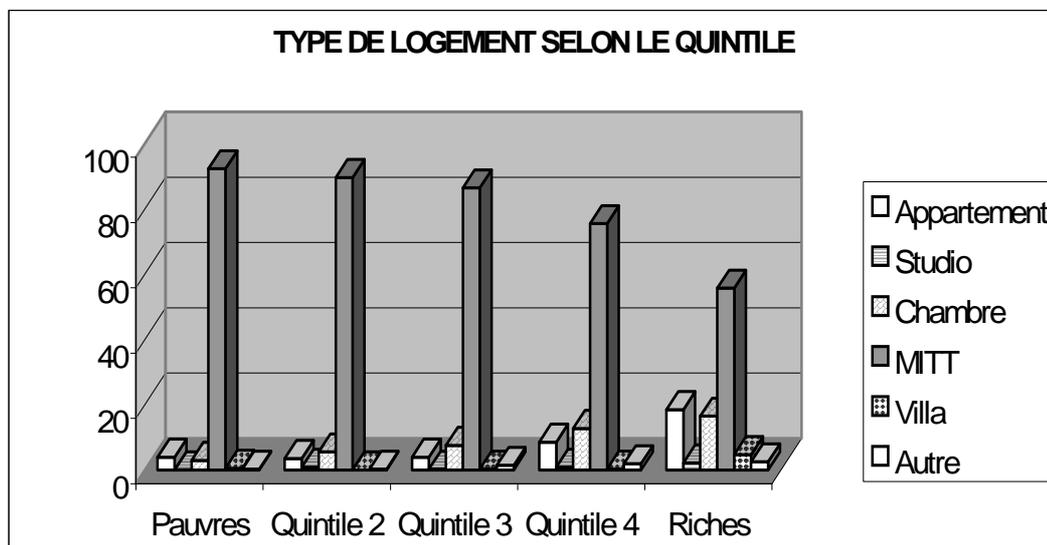
:1.3.2 Le type de logement selon le quintile :

Cette première étape essayait de définir le niveau de vie de la population de chaque province à partir du quintile, Le tableau ci-dessous, extraits du «*rapport statistique 2003-2004*» du projet madio nous donne le type de logement selon le quintile :

POUVOIR D'ACHAT	Plus pauvres	Quintile 1	Quintile 2	Quintile 3	Quintile 4	Plus riches
Appartement	3,9	3,6	3,9	8,5	18,5	8,7
Studio	0,0	0,9	0,3	0,9	2,2	1,0
Chambre	3,0	5,6	7,6	12,8	16,5	10,0
M.I.T.T	92,3	89,6	86,4	75,5	55,7	77,3
Villa	0,5	0,0	0,3	0,3	4,7	1,5
Autre	0,3	0,3	1,5	1,9	2,5	1,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : PROJET MADIO 2004.

Les maisons individuelles de type traditionnelles sont les plus occupées par les 92,3% des plus pauvres des Tananariviens. Chez les plus riches, par contre, les taux d'occupation élevés sont en sus ceux des appartements pour 18,5% et ceux des chambres pour 16,5%.



Nous avons pu constater que la maison individuelle de type traditionnelle tient le record en matière d'occupation, alors notre cible se situe entre les individus du quintile 1 jusque ce qu'à la personne dont nous considérons comme les plus riches. Pour conclure, le besoin d'appartenance et de vouloir construire est l'une des intentions principales de l'homme alors notre cible ne peut pas être limitée.

Section 2 : Analyse de l'offre :

Il s'agit en fait des ventes réalisées par les entreprises concernées et les artisans, alors une étude est nécessaire auprès de nos concurrents directs.

2.1 Identification des concurrents :

Nous avons évoqué précédemment nos marchés cible que nous voulons atteindre. Il est indispensable de connaître et d'analyser nos concurrents auxquels nous devons faire face.

Notre métier se situe dans la production des briques, il est difficile d'énumérer les principaux acteurs qui interviennent dans les domaines, à titre indicatif nous avons pris comme référence les principales entreprises qui s'investissent dans ce secteur. Nous ne restons pas uniquement sur les professionnels des opérateurs mais aussi des artisans pouvant avoir des incidences sur nos activités. Nous allons donc les énumérer selon les catégories professionnelles :

➤ *Ceux qui sont dans le secteur informel :*

Les briquetiers artisanaux éparpillés presque partout aux alentours d'Antananarivo.

➤ *Ceux qui sont des sociétés de taille grande et moyenne :*

Le plus important est *BETON France*, suivie des PME telles que, *Briqueterie d'Ambohimena, Iavoloha, JEMSH* ces deux derniers sont en veilles selon notre source d'information.

RAISON SOCIALE	ZONE D'INTERVENTION	DOMAINE D'ACTIVITE	MARCHE CIBLE
A- GROS INDUSTRIELS :			
BETON FRANCE.	Territoire national	- Constructions - Productions des matériaux de constructions - Installations électriques	- Sociétés - Marchés publics - Particuliers (à fort revenu)
B- PRODUCTEURS DE TAILLE MOYENNE :			
Briqueterie d'Ambohimena	Antananarivo	- Production des briques - Production des tuiles	- Société - Particuliers
C- ARTISANS			
DIVERS	Marché diversifié	- Production des briques	- Ménage tout confondu.

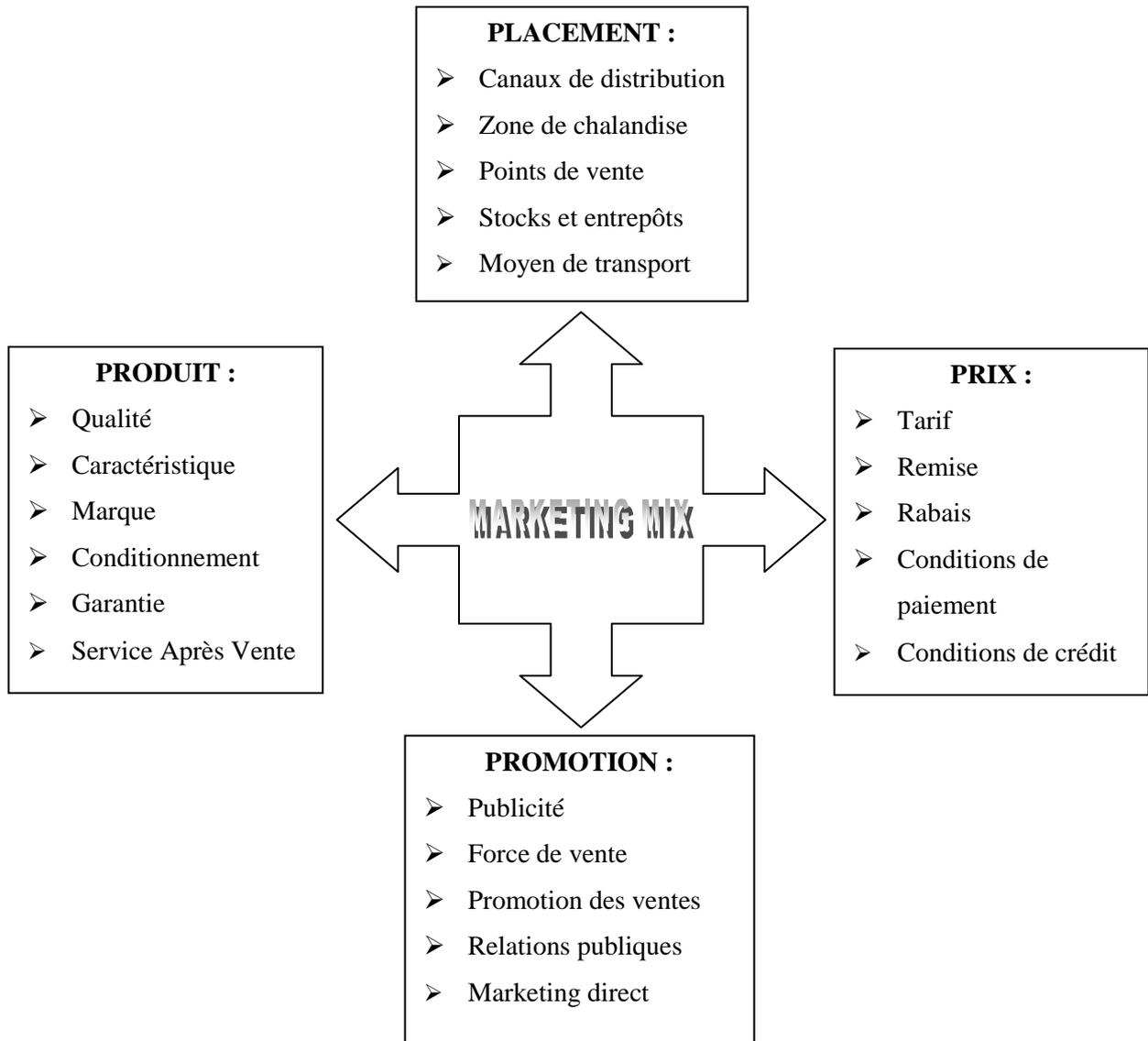
2.2 Stratégies des concurrents :

L'identification précise des concurrents est utile pour comprendre leur stratégie car, en générale, plus les entreprises se ressemblent, plu elles se font concurrence. Et une entreprise doit toujours surveiller ses concurrents afin d'anticiper ses mouvements et d'adapter sa stratégie en conséquence.

Les stratégies des concurrents sont liées aux quatre P (4P) ou le marketing mix. Ce dernier se définit comme l'ensemble des outils dont l'entreprise dispose pour atteindre ses objectifs auprès du marché cible.

Les 4 composants du marketing mix selon Mc Carthy :

1. Prix
2. Produits
3. Placement
4. Promotion.



STRATEGIES DES CONCURRENTS :

STRATEGIES	BRIQUES ARTISANALES	BETON France	Briqueterie d'Ambohimena
CIBLES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tout constructeur (autorisé ou non) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Marché public ➤ Nouveaux investisseurs ➤ Riches particuliers ➤ Les constructions des religieux 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Commerçants ➤ Entreprises ➤ Particulier
PLACEMENT	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aux alentours du centre ville : AMBOHITRIMANJAKA – AMPASIKA – LES DIGUES – ANOSIZATO – SABOTSY NAMEHANA – AMBOHIMANGAKELY – BELANITRA – SOAVIMASOANDRO – AMBOHIMANAMBOLA – TANJOMBATO – AMPITATAFIKA – AMBOHIMANARINA – FENOARIVO ... 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amboripotsy – TALATAMATY à 12 km du centre ville. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Siège social : Rue generale Ramanantsoa – ANTANINARENIN ➤ Usine : AMBOHIMENA
PRODUITS	<p>BAS DE GAMME :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Briques traditionnelles. longueur : 20 cm, largeur : 10 cm, hauteur : 9 cm 	<p>HAUT DE GAMME</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Agglos de ciment (en 4 dimensions) ➤ Hourdis en ciment ➤ Poutrelles 	<p>HAUT DE GAMME</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Briques creuses ➤ Briques ordinaires ➤ Boisseaux de cheminets
PRIX	<ul style="list-style-type: none"> ➤ PRIX DE PENETRATION : de 175 fmg à 325 fmg 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ PRIX D'ECREMAGE : de 5000 fmg à 12 500 fmg. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ PRIX D'ECREMAGE : de 4000 fmg à 7000 fmg.
PROMOTION	<ul style="list-style-type: none"> ➤ DISTRIBUTION : vente sur le lieu de production ➤ COMMUNICATION : par bouche à oreille. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ DISTRIBUTION : disponible à Talatamaty pas de transport, point de vente ➤ COMMUNICATION S pot télévisé, force de vente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ DISTRIBUTION : Vente sur place, pas de transport ➤ COMMUNICATIO N : relation avec la clientèle, pub journal.

Le tableau précédent nous a permis de dresser une liste qui énumère les forces et faiblesses de nos concurrents.

2.3 Forces et faiblesses des concurrents :

FORCES		
BRIQUES ARTISANALES	BETON FRANCE	BRIQUE D'AMBOHIMENA
➤ Prix très bas	➤ Qualité de leurs produits	➤ Qualité assez bonne
➤ Facile d'accès	➤ Bonne communication	➤ Diversification de leurs produits.
➤ Poids léger	➤ Rapidité des constructions	
FAIBLESSES		
➤ Faible résistance aux intempéries	➤ Prix très élevé	➤ Utilisation des bois pour la cuisson
➤ Qualité médiocre : aspect déparé par des fissures, pas d'angles aux côtés	➤ Poids très lourd	➤ Usine trop loin
➤ Précipitation des productions.	➤ Production d'aggloméré limitée : produits très concurrents.	➤ Production de briques limitées
		➤ Prix un peu plus élevé.

Ces recherches nous permettent de dresser une autre critique qui retrace les points dominants et ceux qui sont défendables.

SIEGE SOCIAL	DOMINANTS	DEFENDABLE
ARTISANS	➤ Prix très bas	➤ Précipitation de la production
BRIQUETERIES A/mena	➤ Expérience	➤ Rapidité d'exécution
	➤ Diversifications/produits	➤ Prix usine
BETON FRANCE	➤ Expérience	➤ Choix de la clientèle
	➤ Qualité de produits	➤ Prix.

2.4 L'offre théorique globale auprès des concurrents :

Elle est issue de :

- BETON FRANCE
- Briqueterie d'Ambohimena
- Et les briqueteries artisanales.

Quant aux autres entreprises concernées tel que : Briqueterie d'Iavoloha et L'entreprise JEMSH, elles sont toutes à l'insomnie.

CAUSE DE CET ABANDON :

En réalité, ces entreprises choisissent la stratégie de désengagement autrement dit elles sont en phases de déclin alors le désinvestissement est nécessaire pour changer à d'autre activité. Ce n'est pas l'activité de briqueterie qui est en chute mais les firmes précitées ci-dessus ne supportent plus la pression causée par :

L'environnement socio-économique actuel comme : la dégradation du pouvoir d'achat des consommateurs, l'inflation qui peut avoir une répercussion à la prévision préétablie.

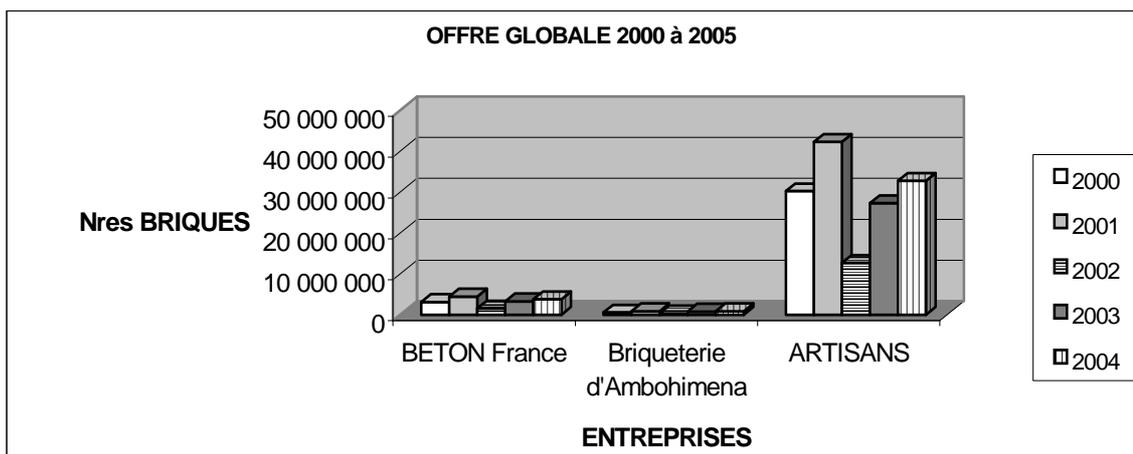
L'environnement juridique : l'intervention de l'état sur la protection de l'environnement.

(en nombre de briques)

<i>PRODUCTEURS</i>	ANNEES				
	2000	2001	2002	2003	2004 - 2005
<i>ETON FRANCE</i>	3 100 000	4 433 000	1 551 550	3 256 255	3 779 576
<i>Briq d'A/mena</i>	545 576	807 393	319 548	731 873	839 348
<i>ARTISANS</i>	30 210 000	42 294 000	12 688 200	27 279 630	32 735 556
TOTAL	33 855 576	47 534 393	14 559 298	31 269 758	37 354 480

Source : Données collectées auprès des entreprises de briqueteries et des Artisans.

Elles sont chiffrées suivant les dimensions des briques artisanales. Une conversion a été donc faite pour les briques plus grandes, ainsi l'offre globale pour l'année 2004 est de 37 354 480 unités.

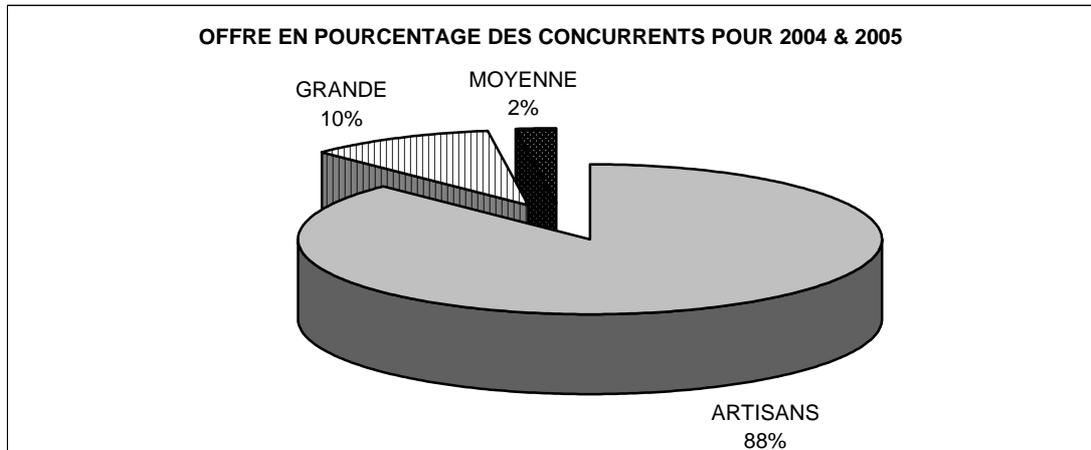


Depuis l'année 2000, la longueur de la saison de production des briques artisanales était très longue sauf l'année 2002, de sorte que le maximum était presque atteint ; d'autant plus que presque toutes les rizières ont été déjà exploitées, donc pour l'avenir la hausse de cette offre serait probablement très faible.

La collecte d'information est indispensable pour connaître l'attitude du marché et pour élaborer la stratégie dont dépendent la production et les finances ; dans ce cas-là nous essayons d'obtenir et de segmenter l'offre mensuelle de l'année 2004 et 2005 de chaque producteur :

MOIS	Entreprise de taille :		
	GRANDE	MOYENNE	ARTISANS
<i>JANVIER</i>	151 183	50 361	1 636 778
<i>FEVRIER</i>	113 387	25 180	982 067
<i>MARS</i>	75 592	33 574	1 309 422
<i>AVRIL</i>	37 796	16 767	982 067
<i>MAI</i>	415 753	92 328	3 600 911
<i>JUIN</i>	529 141	100 722	3 928 267
<i>JUILLET</i>	642 528	134 296	4 255 622
<i>AOUT</i>	604 732	117 509	4 582 978
<i>SEPTEMBRE</i>	415 753	83 935	4 255 622
<i>OCTOBRE</i>	377 958	67 148	2 946 200
<i>NOVEMBRE</i>	302 366	67 148	2 291 489
<i>DECEMBRE</i>	113 387	50 361	1 964 133
TOTAL	3 779 576	839 348	32 735 556

SEGMENTATION DE L'OFFRE POUR L'ANNEE 2004 (en pourcentage) :



Nous avons pu observer que les artisans tiennent la plus grande part de marché, suivis des grands investisseurs étrangers avec un taux de 10% et il ne reste que 2% pour les petites et moyennes entreprises (PME).

Ces résultats nous permettent de bien distinguer le nombre de brique offert par nos concurrents afin que nous puissions conformer notre stratégie avec le marché existant.

Section 3 : Analyse de la demande :

3.1 Sources des données :

Toutes les données employées dans cette section ont été réunies auprès du service provincial de l'aménagement du territoire d'Antananarivo, auprès de la commune urbaine et des communes rurales.

Pourquoi avons-nous choisi le service invoqué ci-dessus ?

La place et les fonctions du service provincial de l'aménagement du territoire d'Antananarivo :

- *SA PLACE* : Il est l'une des services au sein du vice primature (VPM) dont l'organisation et les attributions sont décrites par un décret ministériel.
- *SES FONCTIONS* : Le service intervient dans les domaines suivants : construction, foncier urbain, planification urbaine, aménagement urbain,

gestion urbaine, habitat dans la province d'Antananarivo. Autres ces tâches principales, il est en relations étroites avec les communes des périphéries.

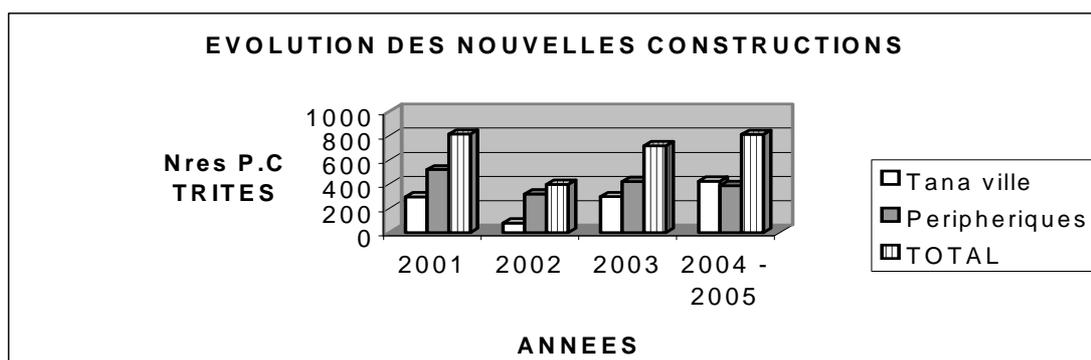
3.2 La demande réelle :

La demande réelle est composée par les briques achetées et consommées. Elle est tirée en partie de l'analyse des constructions bâties, étendues ou surélevées récemment, ayant obtenues une autorisation de construire auprès des communes.

Cette autorisation est concrétisée par la présence d'un permis de construire (P.C), le tableau suivant nous cite les rapports statistiques sur les permis de construire :

COMMUNES	ANNEES				TOTAL
	2001	2002	2003	2004 - 2005	
TANA VILLE	295	79	296	424	1 094
PERIPHERIQUES	520	320	422	388	1 650
TOTAL	815	399	718	812	2 744

Source : service provincial de l'aménagement du territoire d'Antananarivo, CUA, commune rurale.



D'après ce schéma, on remarque que le nombre de dossiers traités pour l'année 2002 est réduit à moitié dû à l'événement de l'époque et reprend le rythme normal à partir de l'année 2003 jusqu'à présent.

- *Cause de la diminution en 2002* : L'année 2002 est connue sous le nom de «l'événement de libération», les problèmes persistent tant sur le plan politique qu'économique. Sur le plan politique : la divergence entre le régime de l'époque et le régime actuel. Quant à l'économie : l'existence des barrages économiques qui ont paralysé le pays entier, l'effritement des pouvoirs d'achat, l'insuffisance des matériaux de constructions sur le marché...
- *Augmentation en 2003* : à cause de l'incitation de l'Etat sur la construction des bâtiments à usage d'habitation, la cadence devient normale. Cette incitation de l'Etat s'est traduite par les dispositions suivantes : Détaxation des équipements, facilité des moyens d'acquisition des terrains domaniaux...

Cette ressuscité de la demande nous entraîne à prendre l'année 2003 et 2004 - 2005 en tant qu'année de référence pour la prévision 2006.

3.3 Estimation de la demande :

Comme nous avons indiqué plus haut, nous allons recourir l'année antérieure pour dresser notre prévision 2006. Dans ce cas-là, l'évolution des nouvelles constructions sera basée par la formule suivante :

$\frac{\mathbf{N.P.C}_{04\&05} - \mathbf{N.P.C}_{2003}}{\mathbf{N.P.C}_{2003}}$
$\mathbf{N.P.C}_{04\&05} \times \mathbf{e.n.c}$

N.P.C : Nombre de Permis de Construire

e.n.c : évolution des nouvelles constructions

➤ *CALCUL DE L'EVOLUTION DES CONSTRUCTIONS SUR GRAND TANA :*

N.P.C_{04&05} = 424 constructions

N.P.C₂₀₀₃ = 296 constructions

$$\longrightarrow \text{e.n.c} = \frac{424 - 296}{296} = 0,43 \times 100 = \mathbf{43\%}$$

Nous avons obtenu ici une augmentation de 43% ce qui ne s'écarte pas à notre objectif.

➤ *CALCUL DE L'EVOLUTION DES CONSTRUCTIONS PERIPHERIQUES :*

N.P.C_{04&05} = 388 constructions

N.P.C₂₀₀₃ = 422 constructions

$$\longrightarrow \text{e.n.c} = \frac{388 - 422}{422} = -0,08 \times 100 = \mathbf{-0,08\%}$$

Nous avons obtenu ici une diminution de 8%, une valeur qui paraît illogique, dans ce cas cette décroissance nous engage à prendre l'évolution 2002 à 2003 une sorte d'année de référence :

N.P.C₂₀₀₃ = 422 constructions

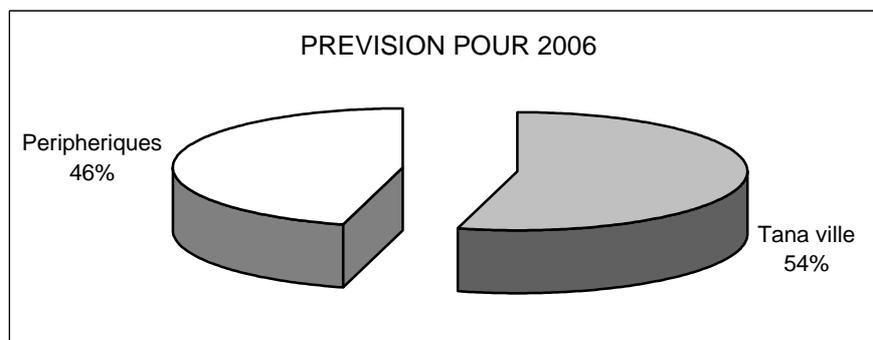
N.P.C₂₀₀₂ = 320 constructions

$$\longrightarrow \text{e.n.c} = \frac{422 - 320}{320} = 0,32 \times 100 = \mathbf{32\%}$$

Une augmentation de 32%.

La prévision en 2006 sera donc de :

- TANA VILLE = 424 x 143% = 606 constructions
- PERIPHERIQUE = 388 x 132% = 512 constructions.



➤ *L'EVOLUTION DE L'EXTENSION ET DE LA CLOTURE :*

A propos de l'extension et la clôture, il est difficile de présenter des chiffres exacts compte tenu des agrandissements illégaux et des enclos sauvages. Néanmoins, à titre d'information nous allons présenter quelques éléments réunis auprès de la commune urbaine d'Antananarivo :

COMMUNES	ANNEES				TOTAL
	2001	2002	2003	2004 - 2005	
TANA VILLE	17	08	15	18	58
PERIPHERIQUES	00	00	00	00	00
TOTAL	17	08	15	18	58

Source : C.U.A

Le chiffre nous indique l'abaissement en 2002 dans la grande ville, en ce qui concerne la zone périphérique aucune suggestion n'a été trouvée.

➤ *CALCUL DE LA DEMANDE GLOBALE EN NOMBRE DE BRIQUE :*

Selon une étude menée par le service étude de l'aménagement du territoire et de la ville, les consommations moyennes en briques sont présentées comme suit :



Déduite des consommations moyennes avec les nombres de permis de construire sur les nouvelles constructions, la demande réelle en brique devient :

COMMUNES	ANNEES				Prévision	TOTAL
	2001	2002	2003	2004 - 2005	2006	
Tana ville	13 275 000	3 555 000	13 320 000	19 080 000	27 284 400	76 514 400
Périphériques	23 400 000	14 400 000	18 990 000	17 460 000	23 047 200	97 297 200
TOTAL	36 675 000	17 955 000	32 310 000	36 540 000	50 331 600	173 811 600

DEMONSTRATION :

➤ *TANA VILLE* : **Prévision 2006** : 606 p.c x 45 000 briques = **27 284 400 briques**

➤ *PERIPHERI* : **Prévision 2006** : 512 p.c x 45 000 briques = **23 047 200 briques.**

Selon notre tableau ci dessus, **la demande globale** en 2006 est donc de :

50 331 600 briques.