



# L'optimisation

Newsletter numéro 5



janvier - juin 2018

Newsletter numéro 5

# Sommaire

---



01

Editorial



02

La vie dans les départements  
Projet et Informatique



03

Extrait des quelques publica-  
tions du 1er semestre 2018



04

Actualités du cabinet



## **‘UN SAVOIR FAIRE POUR UNE VISION CLAIRE’**

---

Target a été créée en 2011 et nous sommes spécialisés dans les études de marché. Nous fournissons des insights pertinents visant l'accroissement des activités de nos clients directs et indirects. Entre autres:

- Collecte de données
- Rédaction et présentation des rapports
- Consultance marketing (stratégique et opérationnelle)

Nous couvrons toutes les 26 régions de la RD Congo mais, sommes également présents dans d'autres pays africains (République du Congo, Cameroun, Burundi, Gabon, Rwanda, Sierra Leone, Cote d'Ivoire, Ouganda....)



*Serge  
Mumbu*

GM Target sarl

Petit à petit, Target se place dans le cercle des grands cabinets africains. Cela s'est fait grâce à une vision claire et aux valeurs prônées au sein de l'entreprise. Notre agence s'est étendue au Ghana et en Ouganda. Malgré la crise multiforme qui secoue l'Afrique, nous avons atteint des performances en 2017.

Pendant le premier semestre 2018, nous avons capitalisé ces acquis avec le renforcement des capacités de nos équipes et l'acquisition des logiciels et des outils pour rendre notre travail plus compétitif. C'est ainsi que nous nous faisons entourer d'un personnel qualifié. Nous avons renouvelé notre collaboration avec des consultants seniors locaux et internationaux. Des nouvelles unités ont rejoint nos équipes tant en RDC que dans les autres pays d'interventions.

La technologie évolue dans notre industrie. Nous faisons un effort pour nous mettre à niveau et nous équiper en logiciels et autres outils. Nous avons acquis une expérience durant ces dernières années dans la conduite des études qualitatives à l'aide d'une application sur des Smartphones ou tablettes. Au lieu de se retrouver dans une salle, la modération discute à distance avec plusieurs répondants connectés à une plateforme. Nous aimerions développer cette technique au cours de cette année.

Merci



A photograph of a man and a woman in a meeting. The man, on the left, is wearing glasses and a white shirt, and is speaking with his mouth open. The woman, on the right, has curly hair and is wearing a light blue shirt, looking towards the man. They are sitting at a table with papers, pens, and a glass of water. A dashed line with arrowheads at both ends is drawn over the image, passing through the text box.

# LA VIE DANS NOS DEPARTEMENTS



# DÉPARTEMENT PROJET



**une vision encore  
plus grande pour  
2018**

Target a procédé au recrutement des consultants au cours du 1er semestre 2018. Nous avons élargi notre base des consultants pour répondre aux besoins croissants des études au niveau des toutes les Provinces de la RDC et au Burundi (particulièrement à Bujumbura). Pour assurer l'efficacité des nouvelles recrues, nous comptons organiser une nouvelle série des formations pour tous les consultants extérieurs (Enquêteurs, Superviseurs, Field Manager, Modérateur, etc.) mais également pour les chargés d'études internes en vue d'être en mesure de gérer le stress du travail, de tenir une réunion avec les consultants extérieurs et de manager un projet.

Target a mené l'année passée des études dans plusieurs domaines tels que pharmaceutique, énergie solaire, automobile, etc. N'étant pas spécialisé dans tous les domaines de recherche, Target compte recruter des seniors (locaux et internationaux) dans différents domaines (santé, minier, énergie, assurance, etc.).

Le but est d'apporter à nos analyses le regard extérieur d'un ou de plusieurs spécialistes du domaine afin de rendre plus crédibles les données de nos analyses quantitatives.

Depuis 2017, Target a pris l'habitude de conduire plusieurs sondages nationaux sur toute l'étendue de la RDC en visant plus les chefs-lieux des 26 provinces du pays. Pour la première vague de cette année 2018, il s'est avéré nécessaire de s'appesantir sur quelques sujets notamment Environnement, Médias, Publicité, Elections, Religion et Santé. Vous pouvez trouver les extraits de quelques publications dans le 3e point.

Le monde des études évolue avec de nouvelles techniques des récoltes des données, d'analyses et des traitements. Pour maintenir une adéquation face aux évolutions technologiques, Target compte mettre en place la possibilité de mener ses études qualitatives (focus groups et entretiens individuels) en ligne en utilisant une application internet qui va recueillir les points de vue des répondants recrutés aux préalables sans pour autant qu'ils aient à se déplacer.

# DÉPARTEMENT INFORMATIQUE



## Renforcement des capacités de l'équipe et la sécurité de nos données



Le développement technologique ne s'improvise pas.

Il demande beaucoup de moyens financiers, matériels et l'apport humain. Le Big data est l'un des développements technologiques qui préoccupe Target depuis des années. Après échanges avec nos consultants en Informatique, nous continuons à travailler sur le sujet pour proposer ce service à nos clients.

Les objectifs 2017 ont été atteints dans leur majorité. Target a une boutique en ligne pour les publications [www.target-sarl.com](http://www.target-sarl.com). Le Département informatique a renouvelé son équipement. Les consultants en informatique ont suivi plusieurs formations dont une formation en CS Pro pour améliorer le travail des collectes de données et le Sphinx pour le traitement de données.

La formation en infographie a permis d'améliorer la qualité de nos visuels tels que les publications, rapports d'études, site de la vente en ligne ([www.targe-sarl.com](http://www.targe-sarl.com)), logo, etc. Le Système d'Information Géographique (SIG), permettra d'actualiser, d'analyser et afficher sur une carte numérique ou imprimée des données localisées (points géographiques) des points de vente, ATM, Agences, Banques, supermarchés, etc. ainsi que les informations qui leur sont associées tels que : le lieu d'implantation, l'accessibilité, la population,... pour simplifier la compréhension et l'interprétation des résultats. Pour Target, ces formations sont un investissement dans le capital humain, principal moteur du succès.

La sécurité de données est parmi le leitmotiv de Target. En interne quelques mesures de bonne pratique ont été développées afin de réduire le risque potentiel de vol de données comme l'utilisation d'un mot de passe différent, renouveler souvent les mots de passe, supprimer les fichiers importants sur les flashes disque, faire attention à ce qui est téléchargé et installé, installer les logiciels de protections appropriés (anti-virus, anti-spyware,...), éviter d'ouvrir ou de répondre aux mails des correspondants inconnus. Outre ces dispositions sécuritaires, d'autres seront mise en place afin d'éviter le pire.







# EXTRAITS DES QUELQUES PUBLICATIONS 2018



## L'ENVIRONNEMENT EST UNE PRÉOCCUPATION EN RDC

Les Congolais avancent les principales raisons de l'importance accordée aux problèmes environnementaux. La problématique de la gestion des déchets ménagers en milieu urbain a été également abordée dans cette publication. Nos répondants ont donné quelques pistes des solutions pour éviter les montages d'immondiés dans les artères de nos chefs-lieux des provinces.

### PRINCIPAUX RÉSULTATS :

L'environnement est une préoccupation pour la grande majorité des Congolais (86%).

Pour un Congolais sur 2, la création d'une brigade des ordures peut résoudre le problème des débordements des déchets publics dans les grandes villes du pays



## AUDIENCE DES MÉDIAS EN RDC 2018

est plus détaillée que celle de 2017. Elle donne les supports par lesquels les Congolais se connectent aux différents médias, les langues préférées pour suivre les médias, les différents lieux et personnes avec qui les Congolais ont l'habitude de suivre les médias. A côté de ces nouveautés, nous y avons également inséré les sociétés de télédistribution. Les Congolais se sont prononcés sur les raisons de choix des bouquets.

### PRINCIPAUX RÉSULTATS :

La radio avec 72% d'audience reste le premier médias en RDC. Elle est suivie par la télévision (48%), l'internet (24%), la télévision payante (10%) alors que la presse écrite poursuit sa descente aux enfers avec seulement 1% d'audience à l'échelle nationale contre 8% en 2017.



# EXTRAITS DES QUELQUES PUBLICATIONS 2018



## LES ACCIDENTS VASCULAIRES CÉRÉBRAUX EN RDC

est une étude menée auprès de la population congolaise et des professionnels de santé afin d'éclaircir les causes de la maladie, ses symptômes ainsi que les modalités de prévention et de prise en charge. Entièrement gratuite, cette publication peint de manière précise le tableau de la maladie en RDC.

### PRINCIPAUX RÉSULTATS :

La notoriété de l'AVC est assez élevée auprès de la population Congolaise (66%)

Le taux d'hospitalisation pour AVC est en croissance, il varie de 3 à 15 cas par semaine selon la grandeur de l'hôpital et il est beaucoup plus important pendant certaines périodes.

Même s'il n'existe pas une corrélation directement établie entre une profession donnée et la survenue des AVC, les chefs d'entreprises figurent de plus en plus parmi les personnes exposées aux risques des AVC.



## LA PERCEPTION DES ENTREPRISES EN RDC

permet aux sociétés publiques et privées de mieux connaître leur degré d'appréciation auprès de la population. L'agence Target a réalisé cette étude sur toute l'étendue du pays pour collecter les opinions des Congolais. Nous avons poursuivi deux objectifs, d'abord mesurer les appréciations de la population sur les actions des entreprises installées en RDC, ensuite connaître les préférences des Congolais dans différents domaines tels que : actions sociales, publicité, promotion et sponsoring des événements.

### PRINCIPAUX RÉSULTATS :

Les sociétés investissant le plus en termes de communication et actions marketing sont en général les mieux classées. Le top 5 est constitué par Vodacom (93%), Airtel (82%), Orange (82%), Bralima (79%) et Rawbank (75%)





# ACTUALITES DU CABINET AU COURS DU PREMIER SEMESTRE



## AMRA Africa Forum 2018 :

AMRA Africa Forum 2018 : Target a parlé de la RDC, de ses opportunités d'affaires et de sa diversité culturelle

Notre cabinet d'études de marché et consulting a participé du 22 au 23 février dernier à Nairobi aux travaux du forum organisé par l'Association Africaine des études de marché (AMRA). Le thème central du forum était la recherche dans une Afrique diversifiée. Target a parlé des opportunités d'affaires de la RDC.

Le cabinet a également exposé sur sa capacité à maîtriser certains aspects des études de marchés et à faire le suivi des projets complexes dans un pays aux dimensions d'un sous-continent. Cela explique les coûts élevés, les délais longs etc. des études dans le pays. Target était la seule agence de l'Afrique francophone noire à avoir participé à ce forum. (Pour voir plus cliquez ici : <http://urlz.fr/7oBB> )



# Katanga business Meeting



Target SARL a participé au Katanga Business Meeting qui s'est tenu du 24 au 26 Mai dernier à Lubumbashi. Placé sous le thème « Les solutions innovantes pour le développement de la RDC » cette rencontre a réuni plus de 170 exposants issus de divers secteurs. (Pour voir plus cliquez sur le lien svp <http://urlz.fr/7oBJ> )

# 5<sup>e</sup> ÉDITION DE LA SEMAINE FRANÇAISE DE KINSHASA 2018



La cinquième édition de la Semaine Française s'est déroulée du 13 au 16 juin 2018, au Pullman Grand Hôtel, à Kinshasa, capitale de la République Démocratique du Congo. Habitué à ces rendez-vous importants, Target a pris part de manière plus significative à cette édition (Pour voir plus cliquez sur le lien svp <http://urlz.fr/7oBM> )





# NOTRE ÉQUIPE



**Serge MUMBU**  
General Manager  
(+243) 99 904 50 27  
smumbu@target-sarl.cd



**Agnès EKETEBI**  
Chargée/Missions  
(+243) 0998441001  
aeketebi@target-sarl.cd



**Blaise PEZO**  
Data Manager  
(+243) 81 508 73 51  
bpezo@target-sarl.cd



**Hortense MBUMBA**  
Project Manager  
(+243) 990 111 485  
hmbumba@target-sarl.cd



**Sarah NGONGO**  
As.de direction  
(+243) 89 554 00 75  
sngongo@target-sarl.cd



**Saleh SIKOFU**  
Research Specialist  
(+243) 810 598 265  
ssikofu@target-sarl.cd



**Divine KAWAYA**  
Business Development  
(+243) 8202 839 19  
businessdevelopment@target-sarl.cd

# NOTRE ÉQUIPE



**Arlette LEUMBOU**

Senior Market  
Analyst

(+243) 815377869

a.leumbou@target-sarl.cd



**Yves Banza**

Field Manager /  
Rwanda

(+250) 788 899 694

fieldrwanda@target-sarl.cd



**Ines Kaneza**

Field Manager /  
Burundi

(+257) 795 88 038

fieldburundi@target-sarl.cd



**Martial BUDUILE**

Research Specialist

(+243) 815377869

m.buduile@target-sarl.cd

## GAG, GAG...



TOTO SI J'AI TROIS  
POMMES À DIVISER EN  
SEPT PARTIES ÉGALES.  
QUE DOIS-JE FAIRE ??

DE LA COMPOTE MADAME !



**Si je bois de l'alcool,  
je suis alcoolique...**



**Alors si je bois du Fanta,  
je suis fantastique?**



- Donne la a ton frere  
- mais maman c'est pas à moi  
- Paul? Donc toi tu a une coupe du monde et ton frere il a pas le droit?



**Prof : Toto qu'est-ce qu'une période ?**

**Toto : Je ne sais pas mais je suis sur que c'est quelque chose de dangereux.**

**Prof : Pourquoi ?**

**Toto : Parce que lorsque ma sour a dit qu'elle n'a pas vu sa période depuis 5 mois, ma mere s'est évanouie, mon pere a eu une crise cardiaque et notre gardien a fui le travail.**

**UN ADULTE  
CREATIF  
EST UN  
ENFANT  
QUI A SURVECU**



MERCI

The background is a vibrant orange color. Overlaid on this are several light gray, semi-transparent curved shapes that create a layered, paper-like effect. In the upper right, there is a simple orange crescent moon. In the lower right, there is a large orange heart with several smaller orange teardrop shapes radiating from its top, suggesting a pulse or a burst of energy. A single orange vertical bar is visible on the left side, partially obscured by the gray shapes.