

RÉPUBLIQUE DU SÉNÉGAL



UN PEUPLE – UN BUT – UNE FOI

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L
INOVATION**

DIRECTION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

GROUPE SUPDECO DAKAR

INSTITUT SUPERIEUR DES TRANSPORTS



7, Avenue Faidherbe Dakar-Sénégal
Tél : 33 849 69 19 Fax : 33 821 50 74
www.supdeco.sn

Rue 3 prolongé Boulevard de l'EST
Point E BP 21354 Dakar Sénégal
Tél : 33 859 95 95 Fax : 33 860 52 02

MEMOIRE

Pour l'obtention du diplôme de **BACHELOR**

THEME :

**ANALYSE DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE
L'EAU MINERALE DANS LA VILLE DE DAKAR :
CAS DE LA SOCIETE KIRENE**

Rédigé par :

Mlle : MARIE ELISE GNARRY BIDIAR

ENCADREUR :

NZUDIE Guy Théophile

Année académique :

2019-2020

DEDICACE

Je dédie ce travail à ma très chère adorable
maman

Sira Martine BONANG

II

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos sincères remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

- Notre encadreur **Mr NZUDIE Guy Théophile** pour ces enseignements, son soutien sans faille tout au long de la rédaction de ce travail et ces nombreux conseils qui me serviront sans doute à vie.
- **M. BARRY**, professeur de **SUP DE CO** qui m'a beaucoup orienté dans le cadre de cette rédaction de mémoire mais aussi à tous les autres professeurs qui ont également contribué dans l'enseignement.
- Nous remercions et saluons tous les membres de l'administration du groupe **SUP DE CO DAKAR** particulièrement à Mr ly , directeur de l'institut des transports, le corps professoral et l'ensemble du personnel mais aussi à tous ceux et celles « *mes parrains, mes marraines, mes frères et sœurs supdecois* » avec qui nous avons tissé et gardé de très bonne relation durant ces trois années» et de cohabitation de partage, d'échange etc. passés ensemble.
- Nous ne saurions oublier notre ami et frère **M. ABDOURAHMANE DIOUF** du centre de documentation et d'information de **SUP DE CO DAKAR** pour sa disponibilité sans faille et son soutien pour que ce travail puisse être rendu dans les délais.
- Mes correspondants **MARCEL ET MONIQUE** et à tous ceux-là qui contribuent pour mes études
- Mon père, ma mère, mes frères, sœurs et les religieuses et prêtres qui n'ont jamais cessé de m'épauler, de me conseiller et de formuler des prières à mon égard
- Mes chers amis pour leur soutien infaillible et inconditionnel. Mention spéciale à ma très chère amie **SIRE AMASSINA BAGJI** et à ma sœur **COLETTE TACKY BIDIAR**

MERCI A TOUS !!

AVANT-PROPOS

Depuis son apparition l'homme est à la quête du savoir. Ceci lui permet de s'accroître de jour en jour. En ce sens l'éducation devient l'un des plus importants leviers en matière de développement.

Grace à l'avancé de la technologie de l'information et de la communication, la face du monde a changé. Elle permet aux entreprises d'utiliser des stratégies de plus en plus sophistiquées pour un bon développement de leur organisation. Pour rester performants les entreprises devront suivre ce rythme. Ainsi on assiste à un développement fulgurant des moyens de transport. Les mouvements deviennent de plus en plus fréquents et faciles.

En effet, conscient de l'importance des transports dans le monde émergent, le président directeur général du groupe SUP DE CO a créé l'Institut Supérieur des Transport (IST) ce qui fut une belle surprise pour tout un peuple.

Tenant compte de l'importance de tous ce qui se dresse dans cet univers du savoir, le groupe SUP DE CO Dakar tire son épingle du jeu en instituant une formation de qualité basé sur la rigueur et la discipline.

SOMMAIRE

| | |
|---|-----|
| DEDICACES | II |
| REMERCIEMENTS | III |
| AVANT-PROPOS | IV |
| SOMMAIRE | V |
| RESUME..... | VI |
| ABSTRACT..... | VII |
| INTRODUCTION..... | 1 |
| CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA SOCIETE KIRENE..... | 3 |
| SECTION I : HISTORIQUE ET ORGANISATION | 4 |
| I- HISTORIQUE DE KIRENE | 4 |
| II- ORGANISATION..... | 11 |
| SECTION II : ACTIVITES ET MOYENS LOGISTIQUES DE KIRENE..... | 13 |
| I- ACTIVITES DE KIRENE | 13 |
| II- MOYENS LOGISTIQUES DE KIRENE | 14 |
| CHAPITRE 2 : CADRE ANALYTIQUE ET RECOMMANDATIONS..... | 18 |
| SECTION 1 : PRESENTATION DES RESULTATS OBTENUS | 19 |
| I- DESCRIPTION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU MINERALE | |
| II- PRESENTATION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU | |
| MINERALE DANS LA VILLE DE DAKAR PAR LA SOCIETE KIRENE..... | 22 |
| SECTION II : ANALYSE ET RECOMMANDATIONS..... | 25 |
| I- ANALYSE SWOT | 26 |
| II- SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS..... | 27 |
| CONCLUSION GENERALE | 28 |
| BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE | 29 |
| TABLE DES MATIERES | 31 |

RESUME

Le groupe KIRENE offre sur le marché sénégalais les produits jus, lait et particulièrement l'eau. Cette eau minérale est offerte sur un marché concurrentiel qui impose au groupe KIRENE une stratégie fondée sur le développement de sa politique de distribution afin de régler aux problèmes de quantité, de temps surtout de couverture de son marché, de rester compétitive et de conserver son leadership. Ceci n'est possible que si les faiblesses que présente sa politique de distribution sont corrigées. Nous avons constaté que les problèmes ne se situent pas essentiellement au niveau de la publicité et du prix du produit, mais aussi et surtout au niveau de sa politique de distribution. Le client est celui qui attribue une valeur aux différentes offres présentes sur le marché. Pour lui la valeur d'un lieu commerciale est fonction de sa commodité d'accès, de la variété du prix et des solutions qu'il propose, de l'expérience d'achat qu'il procure aux regards des efforts qu'il déploie pour y accéder et transformer la visite en achat : car l'un des avantages que recherche un consommateur sur un lieu commerciale réel ou virtuel peut relever de dimensions utilitaires (obtenir des produits désirés à moindre coût rapidement) ou symbolique.

Le groupe KIRENE doit porter un intérêt particulier sur son mix distribution afin d'orienter et de réguler sa production en adaptant davantage son produit aux consommateurs, mais aussi les consommateurs à son produit. C'est ainsi que le thème qui est traité analyse de distribution de l'eau minérale KIRENE ; sa présence sur le marché de l'eau minérale embouteillée au Sénégal.

Ce mémoire a donc pour objectif d'amener l'entreprise à améliorer la pratique de la politique de distribution au sein du marché sénégalais de distribution de l'eau minérale embouteillée.

Déjà, on remarque qu'il existe des forces et faiblesses de l'eau minérale KIRENE, mais qu'elles parviennent à occuper la position de leader et à couvrir plus ou moins le territoire national, ce qui lui confère une force sur les autres eaux.

ABSTRACT

The KIRENE group offers juice, milk and particularly water products on the Senegalese market. This mineral water is offered on a competitive market which imposes on the KIRENE group a strategy based on the development of its distribution policy in order to solve the problems of quantity, especially of time to cover its market, to remain competitive and to maintain its leadership. . This is only possible if the weaknesses in its distribution policy are corrected. We have noticed that the problems are not primarily at the level of advertising and the price of the product, but also and above all at the level of its distribution policy. The customer is the one who attributes a value to the various offers on the market. For him, the value of a commercial space depends on its convenience of access, the variety of prices and the solutions it offers, the shopping experience it provides in view of the efforts it deploys. To access it and transform the visit into a purchase: because one of the advantages that a consumer is looking for in a real or virtual commercial place may relate to utility (obtaining desired products at a lower cost quickly) or symbolic.

The KIRENE group must pay particular attention to its distribution mix in order to orient and regulate its production by adapting its product more to consumers, but also consumers to its product. This is how the theme is treated: analysis of the distribution of KIRENE mineral water; its presence in the bottled mineral water market in Senegal.

This thesis therefore aims to bring the company to improve the practice of the distribution policy within the Senegalese market for the distribution of bottled mineral water.

Already, we notice that there are strengths and weaknesses of KIRENE mineral water, but that they manage to occupy the position of leader and to cover more or less the national territory, which gives it a force on the other waters. .

INTRODUCTION

L'eau est essentielle pour la vie, la santé et la dignité des personnes. Dans certaines situations d'urgence extrême, il est possible qu'il n'y ait pas assez d'eau disponible pour subvenir aux besoins de base et dans ce cas, mettre à disposition une quantité minimum d'eau potable est d'une importance capitale. Une quantité d'eau insuffisante et la consommation d'eau contaminée sont souvent les premières et plus importantes causes de maladie qui touchent les populations déplacées pendant et après une catastrophe.

L'entreprise est un agent essentiel sur le plan économique, dont l'intérêt général reflète non seulement sur le plan commercial mais aussi celui de consommateur. Comme elle joue un rôle très important sur l'économie nationale et mondiale, elle met en exergue le choix du produit. La raison d'être d'une entreprise est de fabriquer et distribuer des produits à ses clients de manière, à obtenir un bénéfice pour gérer efficacement ces processus de fabrication et distribution, il est nécessaire de bien percevoir les éléments de nature industrielle et logistique qui caractérisent un produit. La distribution consiste à amener les produits au bon endroit, en quantité suffisante avec le choix requis, au bon moment et avec les services nécessaires à leur vente, à leur consommation et le cas échéant à leur entretien. Pour atteindre cet objectif l'entreprise se dote de ressources et la mise en œuvre de celle-ci constitue la fonction logistique de l'entreprise. Cette fonction a longtemps cantonnée au domaine militaire ; aujourd'hui elle est intégrée à la politique générale de l'entreprise. Le champ de la logistique d'entreprise a connu un développement spectaculaire ces dernières années, la maîtrise de la logistique est donc aujourd'hui, l'un des enjeux majeurs à relever en association théorique et pratique proche des normes. Dans le terme logistique, Il y a l'adjectif qui correspond à l'ensemble des opérations permettant aux armées de vivre, de se déplacer, de combattre, d'assurer les évacuations ainsi que le traitement médical du personnel. La logistique, nom féminin, signifie, quant à elle l'ensemble des méthodes et des moyens liés à l'organisation d'un service, d'une entreprise, en comprenant les manutentions, les transports, les conditionnements et parfois même les approvisionnements. La logistique est la fonction qui permet à l'entreprise de se mettre dans le noyau de l'activité industriel ou commerciale. La logistique est comme l'art de gestion. Des flux meilleurs et adéquats par rapport au cout approprié, ceux-ci concernent le flux information associé aux flux physiques et financier depuis le fournisseur initial jusqu'au client final. Elle permet l'adéquation entre une demande et une offre, ainsi qu'une meilleure rentabilité des investissements. Les entreprises qui réussissent sont également celles dont la logistique est

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

performante. La planification logistique permet en effet de réduire les coûts de traitement des commandes, d'obtenir des stocks moins importants ou de meilleures performances à la livraison. Ces bons résultats influent positivement sur la rentabilité de l'entreprise... et même sur sa capitalisation boursière. La logistique industrielle constitue aujourd'hui un gisement important de productivité dans de nombreux secteurs. En effet, partant de ces constats, notre étude a son intérêt en ce sens que ce mémoire de Bachelor essaie d'apporter des éléments d'appréciation sur les différents critères de performances du dit processus auxquels doivent répondre la société **KIRENE** et de proposer des solutions aux problèmes soulevés. Cependant l'eau minérale qui est aujourd'hui un produit de forte consommation doit également respecter les normes de potabilité d'où la nécessité d'une bonne maîtrise de la chaîne de distribution de l'eau minérale ce qui nous ramène à poser la question suivante : **Le processus de distribution d'eau minérale de la société KIRENE répond-il aux exigences des consommateurs ?** Pour appréhender cette problématique, trois questions spécifiques se posent à notre réflexion à savoir : comment optimiser les circuits de distribution d'eau minérale de la société **KIRENE** dans la ville de Dakar ? Comment organiser le processus de distribution d'eau minérale de la société **KIRENE** dans la ville de Dakar ? Quelles sont les solutions d'amélioration des circuits de distribution d'eau minérale de la société **KIRENE** dans la ville de Dakar ?

Afin d'apporter les réponses pertinentes à ces questions, nous avons jugé utile de présenter dans un premier chapitre l'entreprise KIRENE, ensuite présenter le processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de Dakar par KIRENE et enfin faire des recommandations pour amélioration.

CHAPITRE 1 :

PRESENTATION DE LA SOCIETE KIRENE

SECTION I : HISTORIQUE ET ORGANISATION

I- HISTORIQUE

L'usine KIRENE est implantée à Diass, à 40 kilomètres de Dakar, à proximité immédiate de la source KIRENE. Construite en 2001, cette structure hyper moderne s'est rapidement développée pour répondre aux besoins croissants du marché. L'usine dispose depuis juillet 2011 de sa propre Centrale Electrique d'une puissance de 1800 KVA et d'un Groupe de secours de 1000 KVA, un investissement majeur qui assure la continuité et l'autonomie de la production.

Le site de production est constitué de 2 unités de productions :

L'unité « Briques », dédiée à la production du lait Candia GrandLait, des laits aromatisés CANDY'UP et des Jus Préssés. Cette unité bénéficie d'un partenariat exclusif avec Tetra Pak, le leader mondial de l'emballage pasteurisé. Le Groupe Kirène a conçu la première unité UHT (Ultra haute température) d'Afrique de l'Ouest pour Candia, afin de produire un lait de grande qualité à conservation prolongée en toute sécurité, à un prix très compétitif. Afin de contrôler la qualité du lait Candia, toutes les 5 minutes, une bouteille de lait est prélevée et analysée en laboratoire.

L'unité « Bouteilles », dédiée à la production de l'eau minérale naturelle Kirène . Cette unité permet un processus totalement automatisé : fabrication des bouteilles, rinçage, remplissage et étiquetage. La production fonctionne 6j/7, 24

En 2001 LANCEMENT DE KIRÈNE



unité ultra perfectionnée.

La Société Sénégalaise Industrielle Agroalimentaire (SIAGRO) lance Kirène, la première eau minérale 100% sénégalaise. La source proche du village de Kirène, sur le plateau de Diass, fournit une eau pure et saine. Les bouteilles sont soufflées, rincées, remplies et étiquetées à l'usine dans une

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

En 2005 : LANCEMENT DE CANDIA GRANDLAIT



En lançant en 2005 la fabrication et la commercialisation de Candia GrandLait sous franchise Candia, le Groupe Kirène a ouvert une nouvelle ère dans le marché de la grande consommation au Sénégal, en réalisant la première unité de stérilisation de lait à Ultra Haute Température (UHT). Une innovation majeure pour l'ensemble de la filière lait du Sénégal.

CONQUÊTE ET DIVERSIFICATION



En 2005, le Groupe Kirène est devenu le leader des ventes d'eau minérale sur un marché jusque-là dominé par les importations. La même année le Groupe diversifie ses activités en créant deux marques de jus de fruits (PrèsSéa et Jip).

En 2010 : LANCEMENT DU PROGRAMME LAIT À L'ÉCOLE EN PARTENARIAT AVEC LA MAIRIE DE DAKAR



Le programme Lait à l'Ecole est lancé en 2010 et enregistre des résultats majeurs en termes de diminution de l'absentéisme des élèves et d'augmentation des taux d'inscription et de ré-inscription dans les établissements concernés par le programme.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

LANCEMENT DE PRÉSSÉA BISSAP



Le Groupe Kirène complète sa gamme Prisséa avec Prisséa Bissap, une boisson 100% sénégalaise élaborée à partir d'une décoction de fleurs d'Hibiscus (calices) achetées à des Gie à proximité de Kaolack avant d'être transformées en concentré par notre partenaire

l'ITA (Institut de Technologie Alimentaire).

En 2011 : KIRÈNE CÉLÈBRE SES 10 ANS



Le Groupe Kirène fête ses 10 ans par une série d'activités à caractère social, éducatif et sportif au bénéfice de ses collaborateurs, des populations de Diass et des consommateurs. La nouvelle Centrale électrique de l'Usine Kirène est inaugurée la même année

En 2012 : LANCEMENT DE PRÉSSÉA MIX



En décembre 2012, le Groupe Kirène enrichit encore sa gamme Prisséa par le lancement des Prisséa Mix : Coco-Ananas, Mangue-Orange-Ananas et Pêche-Abricot-Orange.

En 2014 : LA BANQUE MONDIALE À L'USINE KIRÈNE

En mars 2014, Bertrand Badré, Directeur général et financier de la Banque Mondiale visite l'usine Kirène de Diass. Cette visite intervient dans le cadre d'un prêt octroyé par la Banque

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

Mondiale au Groupe Kirène pour lui permettre d'étendre ses activités en Afrique de l'Ouest, de créer des emplois et de multiplier les opportunités commerciales en faveur des exploitants agricoles.

LANCEMENT DE CANDIA GRANDLAIT 500ML



Candia GrandLait est lancé au format 500ml, pour le plaisir des petits des grands. Issu de fermes sélectionnées sénégalaises, Candia GrandLait apporte le meilleur de la forme : santé, énergie et bonheur pour toute la famille !

LANCEMENT DU PRÉSSÉA MIX ANANAS-GINGEMBRE



La famille Préssea s'agrandit, avec le lancement du Préssea Mix Ananas-Gingembre ! La douceur de l'Ananas, rehaussé par le parfum épicé du Gingembre, crée un équilibre harmonieux de saveurs uniques !

2016

TRIO MANGUE



Savourez l'énergie et la fraîcheur des nouveaux parfums Préssea à base de purée de mangue du Sénégal : le Préssea Mangue/Passion et un nouveau Cocktail Mango. Avec sa nouvelle filiale Agrofuits, le Groupe Kirène a mis en place la 1ère unité de transformation de la mangue Kent

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

au Sénégal en provenance de Casamance et de la zone des Niayes !

CANDY'UP



Découvrez notre nouveau Candy Up Choco ! Avec sa paille, il est facile à boire et à emporter pour des goûters malins, équilibrés et pleins de vitamines ! Profitez de son prix découverte à 200 F seulement ! Dégustez aussi nos délicieux berlingots Candy 'Up au bon goût de fraise et de

vanille !

En 2017 : LA PÉTILLANTE



Le groupe Kirène, fort de ses 15 années d'expérience, continue de diversifier sa gamme de produits. En 2017, la marque Kirène leader sur le marché, lance une nouvelle eau Gazéfiée : La Pétillante pour consommer l'eau autrement.

En 2018 : PRÉSSÉA TETRA SQUARE



En 2018 La marque phare Prisséa présente sur le marché sénégalais depuis 13 ans se modernise et change de forme avec sa nouvelle brique de 1L est son ouverture plus facile, plus pratique et plus facile à servir.

SOIF DE VIVRE MIEUX



Nous sommes fiers de vous présenter notre nouvelle signature de marque : **#SoifDeVivreMieux** ! Depuis 2001, notre engagement à vos côtés est toujours plus fort pour vous fournir une eau minérale **100% sénégalaise**, pure et équilibrée, qui contribue au bien-être de chacun.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

PRÉSSÉA FRESH



Prisséa élargit sa gamme et propose une nouvelle variété de boisson **aux fruits** sous la marque **Prisséa Fresh**. Prisséa Fresh est une boisson à base de vrai jus de fruits, une réelle alternative aux sodas et aux boissons aromatisées. Prisséa Fresh se consomme partout, à tout moment de la journée, pour une pause délicieuse et pleine de fraîcheur.

CANDIA LAIT BLANC ET LAITS AROMATISÉS 500ML



Lait entier ou lait demi-écrémé, parfum vanille ou parfum fraise ; notre **nouvelle brique** est dotée d'un bouchon malin qui facilite son ouverture comme son stockage.

Avec notre **brique 50cl**, soyez sûrs de ne pas perdre une goutte de votre plaisir gourmand !

En 2019 : CANDIA SOOW À BOIRE, LE SOOW AUTREMENT...



Le Groupe Kirène depuis juin 2019 a lancé une innovation inédite sur le marché des produits laitiers : Candia, le Soow à boire, c'est du « yaourt à boire » en UHT (Ultra haute température) prêt à être consommé, une boisson délicieuse, rafraîchissante et source de calcium.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

1- Statut juridique

Type : Société de personnes (associés)

Taille de l'entreprise : 201-500 employés

Secteur : Agro-alimentaire

Fondée en 2001

107 sur LinkedIn Inclut des membres avec Groupe **KIRENE** comme employeur actuel, y compris les postes à temps partiel.

SIAGRO est une société anonyme (SA) de droit sénégalais dont le capital initiale de cent millions de FCFA (100 000 000) a été entièrement libéré.

En 2004, les actionnaires ont décidé de procéder à une augmentation de capital de quatre cent million de FCFA (400 000 000) par compensation de créances ; par la suite en 2007 et pour faire face à de nouveaux investissements , les actionnaires ont décidé d'une nouvelles augmentation de capitale de cinq cent millions de FCFA (500 000 000) , portant ainsi le capitale à un milliards de FCFA.

2- Perspectives de KIRENE

Nos dons d'eau, de lait et de jus continuent plus que jamais en cette période de pandémie. Un don d'une valeur de 1 million de Francs CFA a été fait en soutien aux malades et au personnel soignant de l'hôpital régional de Ziguinchor. Aujourd'hui, nos actions s'étendent aux 13 structures de santé accueillant les malades du Covid-19. Ensemble on est plus fort¹

3- Localisation de KIRENE

Site web : <http://kirene-groupe.com/>

Siège social : Dakar, Dakar

Lieux (1) : Adresse principale Immeuble SERHAN

Av Malick Sy, 6° étage, Dakar, Dakar 99999, SN

¹ <http://kirene-groupe.com/>

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

II- ORGANISATION

L'industrie KIRENE est composée de la Direction Générale, du Conseil d'Administration et du Comité d'entreprise avec le CHSCT (Comité d'Hygiène de Sécurité et de Conditions de Travail).

La Direction Générale : Elle assume la bonne marche de l'entreprise sur tous les plans.

Le Conseil d'Administration : C'est un groupe de personnes qui prend les décisions au sein de l'entreprise

Le Comité d'Entreprise : C'est une groupe de salariés élus par tous lessalariés qui est chargé d'organiser des activités au sein de l'entreprise etc.

Le CHSCT = Le Comité d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail : Il s'occupe de l'entretien des locaux.

La Direction Générale a pouvoir sur le Directeur Commercial, le Directeur Administratif Financier et le Directeur Technique.

Le directeur Commercial dirige :

- Le chef des ventes,
- Le marketing,
- La publicité,
- Le développement et
- Le service après-vente.

Le Directeur Administratif Financier dirige :

- Le chef du personnel (qui s'occupe de la paye des salariés, de l'administration du personnel et des relations humaines) et
- Le chef comptable (qui s'occupe du Conseil et du Trésorier).

Le Directeur Technique dirige :

- Le chef d'atelier (qui s'occupe de la fabrication et du montage),
- Le chef du Bureau d'étude (qui s'occupe du bureau de dessin et du laboratoire),
- Les méthodes,
- L'approvisionnement,
- Le service des achats,
- Le contrôle qualité et
- La sécurité

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

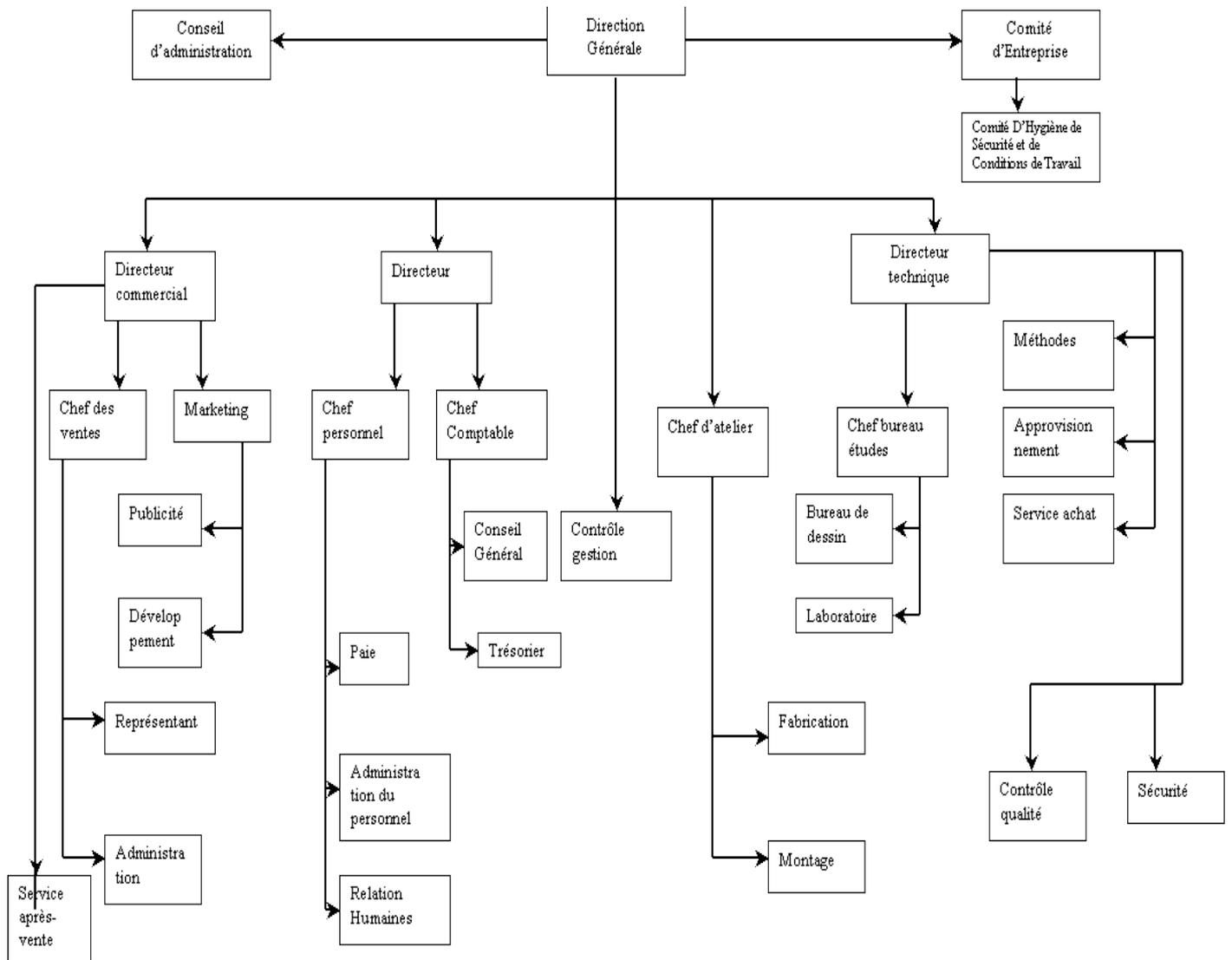


Schéma : organigramme de la société KIRENE

SECTION II : ACTIVITES ET MOYENS LOGISTIQUES DE KIRENE

I- ACTIVITES DE KIRENE

SIAGRO a été créée en 1999, elle est classée parmi les petites et moyennes entreprises (PME) au Sénégal. SIAGRO a pris une place importante dans la production et la distribution de l'eau traitée, devenant ainsi un poids lourd de l'eau minérale au Sénégal.

La SIAGRO qui produit la marque KIRENE, détient 70% du marché nationale, détrônant ainsi les importations.

L'objectif principal de la société est :

Le conditionnement d'eau dans des bouteilles PET (soufflage de performes importées) au démarrage.

La production et la commercialisation de lait et de jus de fruit depuis 2005.

La société a démarré ses activités de productions en septembre 2001. De 2001 à 2007 la société a fait une très grande évolution au niveau de sa production, de son chiffre d'affaires et de son effectif. Sur le marché locale SIAGRO est le leader dans le secteur de la production d'eau minérale. La société a également engagé une politique de diversification de son portefeuille de produits, elle ambitionne aussi d'être un fleuron national dans la production de jus et de lait. En s'alliant avec **Tétra Pack**, fabriquant mondiale d'emballages pasteurisés, le groupe kirene a misé sur la qualité et le respect du consommateur.

De par sa notoriété, KIRENE est un partenaire de choix pour les évènements en lien avec la jeunesse et les activités sportives.

Par ailleurs, le groupe KIRENE a choisi d'axer sa communication sur le thème « *et si on s'engageait à vivre mieux* ». Cette campagne innovante s'accompagne d'une sensibilisation de la population aux enjeux de l'écologie au Sénégal.

Enrichie en sels minéraux à travers les roches profondes du plateau de Diass, l'eau de KIRENE est embouteillée à la source et contrôlée quotidiennement pour offrir, à tous, les bienfaits d'une eau pure, équilibrée et légère. Recommandée pour les futures mamans et les biberons des bébés.

Votre corps est composé en moyenne de 70% d'eau. Vous hydrater quotidiennement est nécessaire pour être en bonne santé. Boire Kirène est indispensable à votre organisme et lui procure des sels minéraux essentiels pour éliminer la fatigue et dynamiser le corps et l'esprit.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

Des formats pratiques et économiques 0,5L, 1,5L, 10L, 19L, nous n'avons qu'un objectif : rendre l'eau minérale accessible à tous !

II- MOYENS LOGISTIQUES UTILISES PAR KIRENE

1- L'usine de production

Sans conteste, l'une des marques favorites des sénégalais, le groupe KIRENE a su s'installer dans les habitudes de consommation de la population sénégalaise.

Depuis maintenant 20 ans, une eau jaillit de la source souterraine du village de KIRENE. Cette source d'une profondeur de 165 mètres abrite le plus grand réservoir d'eau minérale de l'Afrique de l'Ouest, première eau minérale 100% sénégalaise. L'eau KIRENE provient d'une nappe phréatique d'une superficie de 14 ha recouverte d'une couche granite qui la protège et lui confère toute sa pureté.

C'est grâce à un équipement ultra moderne que l'eau KIRENE est analysée en respectant les normes d'hygiène internationale. Il est conditionné avec le plus grand soin pour apporter aux consommateurs toutes les qualités d'une eau minérale naturelle.

Embouteillés en sources, l'eau minérale KIRENE est naturellement riche en calcium, en magnésium et en bicarbonate. Et depuis 2017 le groupe KIRENE a lancé une eau minérale gazéifiée fine et légère, la pétillante de KIRENE. Fondé en 2001 le groupe KIRENE est rapidement devenu une référence au Sénégal proposant aussi du jus et du lait.

Fort de ces 10 lignes de production il est aujourd'hui un exemple sénégalais de performance et de capacité d'innovation. Depuis sa création, KIRENE a démocratiser l'accès à l'eau minérale, la marque fournit aujourd'hui plus de 70% du marché locale dont le format 10 litres est le bestseller de la marque. Tous les jours des milliers de bouteilles quittent l'usine pour approvisionner en eau toutes les régions du Sénégal, 25000 bouteilles d'eau sont produites chaque heure. Cette capacité sera doublée dans les mois à venir. Ce succès n'aurait pu avoir lieu sans ses 300 collaborateurs qui accompagnent chaque jour le groupe KIRENE dans sa croissance et son développement. Le groupe ambitionne de s'étendre très vite dans la sous-région.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE



2- Les aires de stockages



Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE



3- Les véhicules

Pour préserver leurs qualités et leur pureté, les eaux minérales naturelles sont toujours embouteillées à la source avant d'être expédiées sur leurs lieux de distribution. Pour limiter l'empreinte carbone de ces déplacements, les **minéraliers favorisent les alternatives au transport routier**



Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE



4- Les ressources humaines

Au quotidien, plus de 200 collaborateurs s'activent pour vous offrir des produits de qualité supérieure et conforter notre statut d'entreprise de référence en Afrique de l'Ouest. Equipes commerciales, Experts-qualité, opérateurs de stock, transporteurs... Nos collaborateurs sont engagés et impliqués dans notre projet d'avenir ambitieux.

CHAPITRE 2 :
CADRE ANALYTIQUE
ET
RECOMMANDATIONS

SECTION 1 : PRESENTATION DES RESULTATS OBTENUS

I- DESCRIPTION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU MINERALE

Distribuer un produit consiste à acheminer le bon produit, les bonnes quantités au bon endroit, au bon moment avec l'ensemble des services associés.

A noter : Le terme "distribution" couvre aussi bien la distribution physique du produit que sa commercialisation, sa promotion, etc. En effet, un détaillant (intermédiaire entre le producteur et le consommateur) a pour vocation d'approvisionner, stocker et vendre.

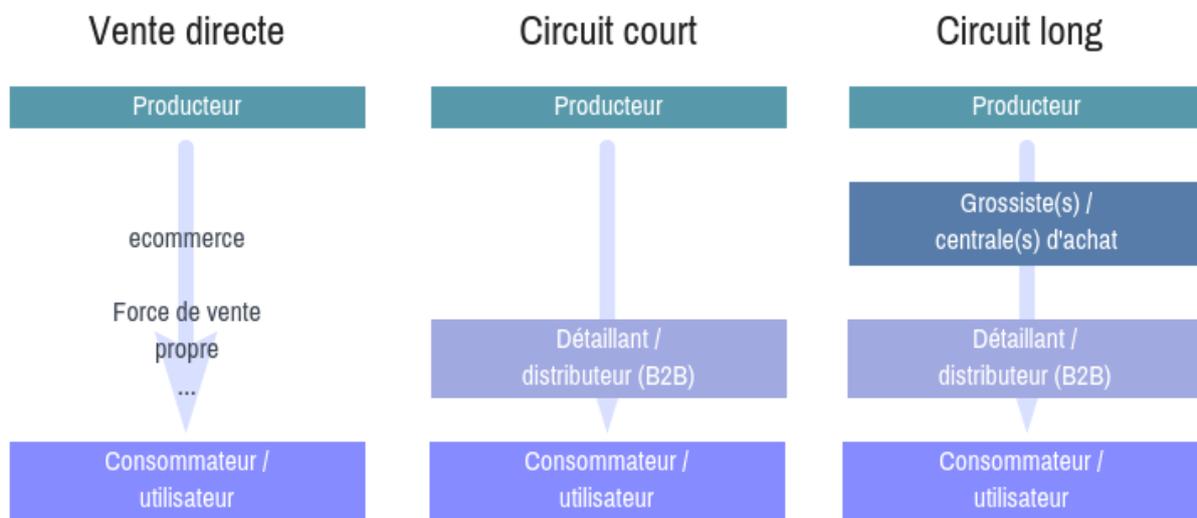
1- Qu'est-ce qu'un canal de distribution ?

Pour rappel, la **définition du canal de distribution est la suivante** : chemin emprunté par le produit pour arriver à l'utilisateur final.

Choix des canaux de distribution

Vente directe, circuit court, circuit long ... définitions

Quelles sont les différentes solutions qui s'offrent aux entreprises pour distribuer leurs produits ? Voici les typologies de canaux :



Copyright www.manager-go.com

Les différents canaux de distribution

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

INTERPRETATION DU SCHEMA

VENTE DIRECTE

Il n'y a **aucun intermédiaire** entre l'entreprise et le consommateur.

Exemples de circuit direct :

- vente par une force de vente interne dans le cas du B to B
- par internet : via une plateforme de vente en ligne
- par démarchage direct (porte à porte)

CIRCUIT COURT OU VENTE PAR UN INTERMEDIAIRE

La distribution des produits **repose alors sur un partenaire intermédiaire**. Il peut s'agir d'un détaillant - exemple des boutiquiers qui distribuent la production des entreprises .

A savoir : Dans le jargon 2.0, on parle de "Retail" pour évoquer le détaillant ou le point de vente final s'adressant aux consommateurs.

CIRCUIT LONG

Le circuit de distribution se complexifie par **l'ajout d'un ou plusieurs intermédiaires qui peuvent être des grossistes, des centrales d'achat** (typiquement pour des produits de grande consommation).

C'est le cas pour la vente via la grande distribution. Le producteur passe par une centrale d'achat, avant de voir son offre distribuée dans les hypermarchés et supermarchés.

2- Politique de distribution

L'exercice consiste à **définir une stratégie de distribution en sous pesant différents domaines** : financier, image de marque, services, etc. Cette politique dépend fortement de la taille de votre entreprise et de ses moyens économiques, mais également de son mode production.

Le choix du canal est un élément du business model.

3- Le consommateur au centre du choix de canal

Les caractéristiques, besoins et comportements des consommateurs du segment ciblé ainsi que le positionnement de l'entreprise **déterminent quel circuit de distribution choisir.**

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

Par exemple en B to B :

- vos clients ont l'habitude de travailler avec les mêmes grossistes et vous avez une force de vente limitée ? Le recours à des grossistes ciblés est une opportunité.
- les prospects sont demandeurs de conseils et attendent un accompagnement fort, vous vous positionnez comme un spécialiste - vous avez tout intérêt à travailler en direct.

En B to C :

- vos clients achètent majoritairement par internet les types de produit que vous vendez. L'e-commerce est donc adapté pour une vente directe ou bien via une marketplace.

4- Choix en termes de couverture de marché

Autre composante stratégique, le "mix canal" : à retenir pour que son offre soit présente sur les segments ciblés. Plusieurs alternatives :

- **distribution intensive** : être présent sur un maximum de points de vente
- **distribution exclusive** : réservation et exclusivité pour un réseau ou point de vente particulier
- **distribution sélective** : présence verticale sur un réseau déterminé dans l'objectif de toucher une cible particulière

Cette décision fixe le nombre d'intermédiaires.

5- Le multicanal comme argument compétitif

Avec une concurrence de plus en plus vive et la digitalisation de la société, il convient de mettre en place une stratégie de distribution et de vente élaborée en utilisant plusieurs canaux :

- soit d'une manière **différenciée, avec le multicanal** . Le client peut ainsi acheter son produit via différents canaux : à partir d'un magasin de proximité, en directe via un site de commerce électronique, etc. En multipliant les canaux de distribution, vous augmentez les opportunités de vous adapter aux pratiques et habitudes d'achats de vos clients et prospects.
- soit en intégrant plusieurs canaux dans le parcours client , **le cross canal** : exemple du "web to store" (le client choisit sur internet et se rend en boutique pour acheter).
- soit enfin, en optant pour l' **omnicanal** en unifiant l'ensemble des canaux pour une expérience client unique . Dans ce cas, il n'existe plus de frontière entre les canaux.

II- PRESENTATION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU MINERALE DANS LA VILLE DE DAKAR PAR LA SOCIETE KIRENE

Les ventes d'eaux embouteillées transitent par trois circuits de distribution avant d'aboutir chez le consommateur final. On distingue les ventes directes, le circuit court et le circuit long

1- Les ventes directes de KIRENE

Le groupe **KIRENE** assure lui-même l'activité de vente / distribution de ses produits auprès des consommateurs. La vente directe est choisie pour se réapproprier les marges pour mieux contrôler la distribution.

La vente directe peut être le mode exclusif de distribution ou n'être qu'un des modes ou canaux de distribution utilisés. **KIRENE** utilise par exemple la vente directe dans ses points de ventes mais également la distribution sélective chez des distributeurs agréés. La vente directe est également fait par tournées, par une force de vente interne itinérante salariée , par des points de vente détenus en propre ou par le biais de la vente à distance et du e-commerce.

Nous pouvons citer les différents canaux de distribution de ventes directes

La vente par correspondance : par téléphone ou encore par internet, la vente en circuit court par correspondance est un plein boom. En quelques clics, il est désormais possible de se procurer des produits de KIRENE sans passer par quelconque intermédiaire et sans se déplacer.

La vente en tournées : à domicile ou en points relais, les produits du consommateur sont livrés à un endroit prédéterminé.

2- Le circuit court

Au cours de ces dernières années, la consommation en circuit court a repris du poil de la bête. En effet, après trente ans passés dans les supermarchés, la conscience des entreprises s'éveille, les amenant à se rediriger vers des modes de consommation plus sains. C'est ainsi que le circuit court s'est développé pour donner naissance à différents canaux de distribution. Les nouvelles technologies, de la même manière que l'expansion des moyens de transport donnent aux consommateurs la possibilité de consommer en circuit court, et cela, peu importe où ils se

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

trouvent. Le problème étant que les acheteurs n'ont pas tous connaissance des différents canaux qui s'offrent à eux. Alors, quels sont-ils ?

C'est ce que nous allons voir ici !

La notion de « vente indirecte » ou circuit court indique à l'acheteur qu'il passe par un intermédiaire. Le groupe KIRENE vend ses marchandises à une tierce personne/entreprise qui se charge de revendre les produits.

Et les différents canaux de circuit court dans tout ça ? Nous y venons !

La vente sur les marchés : probablement le canal de circuit court le plus connu.

Le groupe travaille avec AUCHAN, SUPER UTILE etc

Vente par le producteur par le biais d'un intermédiaire : le producteur vend ses marchandises à une tierce personne qui, de son côté, les revend aux consommateurs.

Vente à des détaillants : traiteurs, restaurateurs, épiciers, commerces bio... Les producteurs vendent leurs produits à des professionnels qui retravaillent, ou non, les produits bruts pour les commercialiser par la suite.

Vente à la restauration collective : entreprises, cantines d'écoles... Les intéressés peuvent passer commande auprès de ces organismes. Les producteurs livrent, l'organisme redistribue.

Avantages du circuit court

Un moyen de **renforcer le lien avec le consommateur** : le circuit-court fait se rencontrer producteur et consommateur. Il s'agit de présenter tous les bienfaits de votre produit, de faire découvrir votre profession. Le consommateur est bien plus rassuré à l'idée d'acheter un produit dont il connaît la provenance.

Un **mode de distribution plus respectueux de l'environnement** : comparé à un mode de distribution classique, le transport des marchandises est diminué. Dans le cas d'une vente directe réalisée sur l'exploitation même, elle est quasi-nulle. Circuit court rime aussi avec moins de gaspillage : les critères de sélection de la grande distribution, basé sur un calibrage précis des produits, entraîne des pertes inutiles.

Avoir **la main sur le prix** : vous êtes maître du prix de votre production. En ne passant plus par les intermédiaires, vous êtes libres de choisir le prix de vos produits.

Des **solutions coopératives** disponibles : si vous avez peur de vous lancer en solo, des points de vente collectifs se sont développés pour vous permettre de vendre vos produits sans avoir besoin d'investir dans des locaux ou d'être présent pour vendre vos articles

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

3- Le circuit long

Le groupe KIRENE utilise aussi le canal long en distribuant l'eau minérale auprès des grossistes qui par définition, revendent aux détaillants et les détaillants aux consommateurs finaux qui sont les clients.

Exemple :

Les produits de grande consommation vendus en grandes et moyennes surfaces, dans les dépôts et les boutiques du quartier.

Les avantages :

Réduction des équipes de vente.

Couverture géographique plus dense.

Régulation des ventes grâce au stockage des intermédiaires.

Financement plus souple de la production.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

SECTION II : INTERPRETATION – ANALYSE – RECOMMANDATIONS

I- INTERPRETATION

Sans conteste l'une des marques favorites des sénégalais, le groupe Kirène a su s'installer dans les habitudes de consommation de la population sénégalaise.

Avec ses quatre marques : Kirène, la première eau minérale naturelle 100% sénégalaise, qui fournit aujourd'hui plus de 70% du marché local ; la pétillante, une eau minérale gazeuse de qualité made in Sénégal ; Candia une marque de lait ; Présséa qui propose des jus de fruits variés et leader sur le marché des nectars. Le groupe est devenu aujourd'hui une référence au Sénégal et un exemple de performance et de capacité d'innovation. Il ambitionne de s'étendre dans la sous-région.

Ce succès n'aurait pu avoir lieu sans ces 300 collaborateurs qui accompagnent chaque jour le Groupe KIRENE dans sa croissance et son développement.

Le Groupe KIRENE répond à l'appel du Président de la République

Le Groupe KIRENE, dans son engagement à contribuer au mieux-vivre des Sénégalais, tient à soutenir le combat contre le **COVID-19** et se mobilise aux côtés de l'Etat du Sénégal et des sénégalais.

Dans le contexte de cette épidémie qui touche actuellement le territoire national, le Groupe Kirène répond plus que jamais présent à l'appel du Président de la République, son Excellence Macky Sall, et participe à l'effort national par une donation de **200 millions de FCFA** destinée au Fond de Riposte et de **Solidarité FORCE-COVID-19**.

Nous traversons une épreuve commune qui nécessite un engagement à la mesure des efforts consentis par tous.

Au quotidien, et particulièrement dans le contexte actuel, le Groupe Kirène poursuit et renforce ses actions de soutien à la population mais aussi aux établissements de santé notamment à **Fann, Diamniadio** et **Touba** à travers une importante distribution d'eau minérale, pour les personnes touchées par l'épidémie et le personnel soignant.

Toutes nos ressources sont également mobilisées pour renforcer l'approvisionnement en **eau minérale, lait UHT** et **jus** dans les points de vente habituels, sur l'ensemble du territoire national, ceci dans le respect des dispositions prises par les autorités sanitaires et le ministère des transports.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

II- ANALYSE SWOT

| FORCES | FAIBLESSES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Leader dans le domaine de l'eau au Sénégal • Solide partenariat avec le bureau de mise à niveau • Bonne implantation géographique • Bonne réputation • Bonne qualité de produits • Equipe jeune • Dynamisme commerciale | <ul style="list-style-type: none"> • Trop forte centralisation du management • Personnel subalterne non qualifié • Manque d'organisation : absence de définition des rôles • Manque de visibilité de l'organisation : organigramme non diffusé et ignoré par le personnel, absence d'un règlement intérieur |
| OPPORTUNITES | MENACES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de croissance interne et externe • Marché en croissance • Clients généralement satisfaits • Proximité avec l'aéroport de DIASS • Possibilité de diversifications et d'innovation | <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence rude dans le secteur agroalimentaire, • Importations non contrôlées et les pratiques informelles, • Matières premières tributaires des fluctuations, • Tendances écologiques |

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

III- RECOMMANDATIONS

Indispensable à la vie, naturelle, non calorique, l'eau est la meilleur réponse à un besoin primaire de l'Homme ; s'hydrater. Un impératif : elle doit toujours répondre à un enjeu de qualité et de présence sur son marché. Ainsi, les actions correctives méritent d'être mises en œuvre afin d'accompagner le groupe KIRENE dans l'amélioration de son processus de distribution de l'eau minérale.

Nous avons proposé des objectifs de distributions pour le groupe kirene, il s'agira de :

De diversifier des axes de distributions et veiller à la présence de l'eau kirene tout en en respectant son positionnement dans un maximum de points de vente dans la ville de dakar.

Eviter les ruptures de stocks dans les lieux de ventes de la place.

Assurer une livraison permanant a ses partenaires de la distribution.

Faire en sorte que le produit soit disponible en quantité suffisante, au moment où les clients le désire, au bon endroit et accompagné des services susceptibles de retenir ces derniers.

En tant que leader, il doit augmenter et développer son marcher. Elle tiendra compte de l'objectif général afin de choisir et de développer d'autres axes de distribution pour une bonne couverture de son marché, cette stratégie serait approprié dans la mesure ou le souhait serait que le produit soit disponible dans une diversité de point de vente.

CONCLUSION

au terme de notre étude sur l'analyse du processus de distribution de l'eau minérale KIRENE , nous avons pu atteindre les différents objectifs que nous nous sommes fixés à savoir l'analyse du processus de distribution de l'eau minérale KIRENE, l'étude des circuit et réseaux de distribution utilisé par le groupe KIRENE, l'étude de la motivation des distributeurs quant à la commercialisation de l'eau minérale KIRENE, l'étude de l'organisation et de la motivation de la force de vente de KIRENE, l'étude de la perception des consommateurs face à la politique de distribution de l'eau minérale KIRENE, la vérification de la qualité de l'eau et en fin la proposition d'axe d'amélioration du processus de distribution de l'eau minérale KIRENE. Cette étude a permis de constater certaines faiblesses dans la bonne gestion de la distribution. En effet aujourd'hui, le fait de concevoir des produits correspondant aux attentes des consommateurs, d'innover en permanence tout en assurant une gestion efficace ne suffit pas car, dans ce monde de plus en plus globalisé, il est primordiale de mettre en place un processus de distribution efficace et adapté aux besoins et attentes des clients. Notre étude nous a aussi permis de savoir quels sont les critères de choix d'un circuit de distribution, le circuit utilisé par le groupe KIRENE, l'organisation de distribution ainsi que le choix de ses stratégies de distribution.

En fin de compte, le résultat de notre étude n'est pas le fruit du hasard. On s'en aperçoit bien qu'il n'est pas aussi surprenant. C'est bien une confirmation de l'idée perçue. Le groupe KIRENE se doit de prendre en compte et de s'attacher aux nouvelles connaissances aussi cruciales au bon fonctionnement de ses activités, à la bonne couverture de son marché et au bon acheminement de sa marque KIRENE.

Signalons qu'au moment de retenir ce theme que nous venons développer, nous ne doutons point avoir l'opportunité pour consolider les concepts et les expériences acquis au cours de notre formation au sein du groupe SUPDECO. Toutefois ceci ne nous fera pas perdre de vue le fait que nous avons produit un travail intellectuel tout à fait perfectible par d'autres chercheurs plus outillés que nous.

Le travail comporte certaines lacunes, du fait de l'absence des informations qu'on n'a pas pu se procurer. D'ailleurs quiconque qui écrit devrait se rendre compte qu'on lui reprochera de tout ce qu'il n'a dit en tout ce qu'il n'a pas dit.

Toutefois chaque étude a ses limites : notre travail mériterait donc d'être approfondi.

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

BIBLIOGRAPHIE

Mémoire de THIerno AMATH DIALLO : l'incidence de l'audit marketing sur les performances commerciale d'une entreprise sénégalaise ; cas de la SIAGRO KIRENE SA

Mémoire de ABOU PRINCE MPIOMIE : analyse de la politique de distribution d'eau embouteillée ; cas de la marque source eau mayo de la société nouvelle des plastiques du Congo (SN PLASCO)

WEBOGRAPHIE

<http://kirene-groupe.com/-Carrieres-.html>

<http://kirene-groupe.com/COVID-19-EngageonsNousEnsemble.html>

<http://kirene-groupe.com/Culture.html>

<https://www.jeuneafrique.com/351015/economie/reussite-3/>

<https://www.kirene-groupe.com/>

<http://kirene-groupe.com/Lancement-de-Kirene.html>

<https://web.facebook.com/groupeKIRENE/posts/2606105026092062/>

https://business.facebook.com/pg/groupeKIRENE/reviews/?post_id=2115878505096785&referrer=page_recommendations_home_card

<https://www.afrik.com/senegal-l-eau-kirene-coule-a-flot>

<https://www.manager-go.com/marketing/distribution.htm>

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----|
| DEDICACES | II |
| REMERCIEMENTS | III |
| AVANT-PROPOS | IV |
| SOMMAIRE | V |
| RESUME..... | VI |
| ABSTRACT | VII |
| INTRODUCTION..... | 1 |
| CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA SOCIETE KIRENE..... | 3 |
| SECTION I : HISTORIQUE ET ORGANISATION | 4 |
| I- HISTORIQUE DE KIRENE | 4 |
| 1- STATUT JURIDIQUE..... | 10 |
| 2- PERSPECTIVES DE KIRENE..... | 10 |
| 3- LOCALISATION DE KIRENE..... | 10 |
| II- ORGANISATION..... | 11 |
| SECTION II : ACTIVITES ET MOYENS LOGISTIQUES DE KIRENE..... | 13 |
| III- ACTIVITES DE KIRENE | 13 |
| IV- MOYENS LOGISTIQUES DE KIRENE | 14 |
| 1- L'USINE DE PRODUCTION | 14 |
| 2- LES AIRES DE STOCKAGES | 15 |
| 3- LES VEHICULES..... | 16 |
| 4- LES RESSOURCES HUMAINES | 17 |
| CHAPITRE 2 : CADRE ANALYTIQUE ET RECOMMANDATIONS..... | 18 |
| SECTION 1 : PRESENTATION DES RESULTATS OBTENUS | 19 |
| III- DESCRIPTION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU MINERALE | |
| 1- QU'EST-CE QU'UN CANAL DE DISTRIBUTION ?..... | 19 |
| 2- POLITIQUE DE DISTRIBUTION | 20 |
| 3- LE CONSOMMATEUR AU CENTRE DU CHOIX DE CANAL | 20 |
| 4- CHOIX EN TERMES DE COUVERTURE DE MARCHÉ..... | 21 |
| 5- LE MULTICANAL COMME ARGUMENT COMPETITIF | 21 |
| IV- PRESENTATION DU PROCESSUS DE DISTRIBUTION DE L'EAU MINERALE DANS LA VILLE DE DAKAR PAR LA SOCIETE KIRENE..... | 22 |
| 1- LES VENTES DIRECTES DE KIRENE | 22 |

Analyse du processus de distribution de l'eau minérale dans la ville de dakar : cas de la société KIRENE

| | |
|--|----|
| 2- LE CIRCUIT COURT..... | 22 |
| 3- LE CIRCUIT LONG | 24 |
| SECTION II : ANALYSE ET RECOMMANDATIONS..... | 25 |
| III- ANALYSE SWOT..... | 26 |
| IV- SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS..... | 27 |
| CONCLUSION GENERALE..... | 28 |
| BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE | 29 |
| TABLE DES MATIERES | 31 |