

METHODOLOGIE DES ETUDES EUROMONITOR



making sense of global markets

1. PHASE DOCUMENTAIRE

Euromonitor dispose d'une importante quantité d'informations internes sur chaque secteur d'activité : ces données primaires fournissent un point de départ pour les recherches au niveau national et international. Une recherche documentaire complémentaire est alors menée afin de collecter des données de sources secondaires.

Sources documentaires de niveau national et international :

- spécialistes nationaux et internationaux, presse spécialisée et associations professionnelles
- rapports publiés par les principaux fabricants, distributeurs, détaillants et fournisseurs
- bases de données en ligne
- presse financière et grand public
- enquêtes commerciales
- offices de statistiques nationaux, les organismes inter-gouvernementaux

2. PHASE TERRAIN

• Contrôles en magasin

Les équipes d'analystes internationaux effectuent des audits des produits et marques disponibles pays par pays dans les principaux points de vente. Les données constituent des bases de données sur l'emballage, les prix, l'affichage, le marketing et les tendances du merchandising ainsi que sur la stratégie des producteurs et distributeurs. Combinée à la recherche documentaire, ces vérifications en magasin constituent une base d'informations solide.

• Enquêtes commerciales

Afin de produire des rapports riches et objectifs, Euromonitor interviewe directement les acteurs-clés des différents secteurs d'activité afin de combler les lacunes des données publiées par les entreprises et d'obtenir les points de vue des principaux opérateurs d'un marché donné.

3. PHASE D'ANALYSE ET VALIDATION

• Analyse de l'entreprise

L'analyse d'un groupe repose sur des entretiens avec les principaux acteurs et sur l'analyse des données documentaires collectées. Des recherches sont menées au niveau des filiales nationales et internationales pour compléter les estimations sur la totalité des ventes globales et régionales.

• Analyse du marché

Après leur recueil, les données et les rapports définitifs sont rédigés par des équipes chargées d'analyser les tendances des marchés.

• Les données Euromonitor :

- Utilisation des sources les plus pertinentes pour les recherches sur le terrain
- Equipes d'analystes d'expérience formés aux techniques de l'interview
- Travail en étroite collaboration avec les principaux acteurs des marchés

4. PREVISION

Les perspectives d'évolution pour chaque secteur sont les éléments-clés des études de marché Euromonitor. Après avoir établi l'historique des tendances du marché, quelques questions simples sont posées :

- Comment se comporte le marché aujourd'hui par rapport à ses performances des 5-10 dernières années?
- Est-ce que sa tendance historique a aujourd'hui tendance à accélérer, évoluer comme précédemment ou ralentir?

- Le marché sera-t-il rapidement amené à un pic de croissance ou une stabilisation?
La question du potentiel de croissance d'un marché est centrale car les prévisions représentent l'essentiel des conclusions produites sur l'état actuel du marché et son fonctionnement.

Normalisation des données :

Les équipes de spécialistes assurent la liaison avec le personnel de recherche sur le terrain, afin d'exercer un contrôle éditorial et de coordonner la publication finale des nouvelles données. Les examens comparatifs sont réalisés par niveaux de dépenses par habitant, la croissance des taux, les modèles des sous-secteurs et des parts de la distribution. La méthodologie Euromonitor garantit la comparabilité internationale des données : lorsque des irrégularités sont constatées entre les marchés nationaux de pays proches, une recherche complémentaire est menée dans les pays concernés afin de confirmer et / ou de modifier ces conclusions.

METHODOLOGIE DES ETUDES EUROMONITOR - SCHEMA

