

Communiqué de presse

L'Impact de la Covid 19 (une étude qualitative auprès de la classe moyenne de Kinshasa)

La RDC compte à jour ce plus de 7.000 cas et près de 180 décès. Les messages sur les mesures de protection fusent de partout. Après avoir mené deux sondages quantitatifs sur la Covid 19, Target vient de mener une étude qualitative afin de comprendre le quotidien de la classe moyenne de Kinshasa face à la pandémie. Cette étude qualitative a été faite à l'aide d'une plateforme digitale, au lieu des échanges en face à face qui sont actuellement proscrits pas ESOMAR et les autorités sanitaires locales.

Les recommandations de la recherche sont destinées de la Task force de la Présidence, au Ministère de Santé, au Secrétariat technique du Comité multisectoriel de la riposte contre Covid19 en RDC, mais aussi à toute personne physique et morale désireuse de contribuer à la lutte contre la pandémie de la Covid-19 en RDC. Les entreprises ciblant la classe moyenne pourront aussi y déceler des opportunités de business.

En tant que membre de Global Compact RDC et cabinet d'étude, Target contribue à la lutte contre la pandémie de la Covid-19 en fournissant des informations sur les impacts de cette maladie dans le vécu quotidien des Congolais. L'agence a poursuivi cinq objectifs dans cette étude, à savoir : comprendre ce que les gens savent de manière sommaire de la Covid19 ; comprendre les nouvelles attitudes et comportements ; comprendre le quotidien actuel ; analyser la perception du confinement dans le contexte actuel et l'impact de la Covid 19 dans les projets personnels.

Il ressort de l'étude que les personnes de classe moyenne à Kinshasa sont globalement conscientes de la pandémie et prennent des précautions aussi bien en public qu'à domicile (lavage des mains, port des masques, gels hydro alcooliques,...); cependant, elles fréquentent des personnes vivant en zones non résidentielles qui ne semblent pas y croire (pour elles, la pandémie n'est pas vraie). D'où une certaine confusion dans les esprits (Croire? Ne pas croire à la Covid-19?). Target fait plusieurs recommandations dont la détection et le recrutement dans les communes non-résidentielles de Kinshasa d'une forte équipe de sensibilisation pour véhiculer des messages plus convaincants sur la réalité de la pandémie et la grande nécessité du respect des mesures barrières.

L'étude montre que la vie est devenue économiquement compliquée pour les personnes interrogées; celles-ci sont prêtes à s'adapter et à adopter de nouvelles solutions économiques mais, seraient à court d'idées. Le cabinet propose la création d'une plateforme de solutions et astuces économiques au quotidien face à la Covid 19. Les solutions peuvent porter sur les menus alimentaires moins chers et pratiques, l'organisation des achats, les divertissements moins chers en famille, opportunités de petites affaires, les lieux d'achat économiques, etc.

L'incertitude sur le lendemain développe chez les répondants un certain recentrage sur les choses essentielles en termes de fréquentations, d'achats de produits et d'usage de l'internet. Target recommande aux entreprises de réaliser des études plus approfondies pour mieux cerner la nouvelle hiérarchie des besoins et le nouveau processus d'achat post Covid-19 afin de proposer des produits et services plus adaptés dans un contexte de crise financière. Les achats en ligne et livraison à domicile devront de plus en plus être proposées, ainsi que des produits d'épargne plus attractifs.



Société à responsabilité Limitée

RCCM :13-B-01346 · Identification Nationale : 01-8N59707

Compte bancaire : FBN BANK 84001-21012060401-88 USD

Tél. : +243 (0) 970 134 454 · info@target-sarl.cd · www.target-sarl.cd

Immeuble Vulambo (ex Shell) · huitième niveau Boulevard du 30 juin · Commune de la Gombe
Kinshasa République Démocratique du Congo

L'étude qualitative a été réalisée sur Microsoft team. Deux focus groups ont été organisés dont un avec 10 femmes et un autre avec 10 hommes. Tous sont des personnes de classe moyenne entre 25- 40 ans mariés ayant des enfants. Ils ont été recrutés grâce au Panel en ligne de Target sarl. Chaque groupe a duré 2 heures. Après les groupes, les répondants ont envoyé via WhatsApp quelques photos et vidéo de leurs quotidiens pendant 5 jours.

A propos de Target Sarl

Target est un cabinet spécialisé dans les études de marché, sondage d'opinion et conseil en Marketing et stratégie existant depuis 2011 en RDC. Sa mission est d'orienter efficacement les entreprises et organisations afin qu'elles atteignent leurs objectifs de performance et de rentabilité. Target intervient non seulement en RDC, mais aussi dans d'autres pays africains (République du Congo, Rwanda, Burundi, Gabon, Cameroun, Côte d'Ivoire, Ouganda, Sierra Leone, ...). Nous publions régulièrement des études sur des sujets divers : médias, publicité, téléphonie mobile, banques, personnalités préférées, social, santé, ...

Pour plus de détails sur Target Sarl, voir notre site internet : www.target-sarl.cd



Société à responsabilité Limitée

RCCM :13-B-01346 · Identification Nationale : 01-8N59707

Compte bancaire : FBN BANK 84001-21012060401-88 USD

Tél. : +243 (0) 970 134 454 · info@target-sarl.cd · www.target-sarl.cd

Immeuble Vulambo (ex Shell) · huitième niveau Boulevard du 30 juin · Commune de la Gombe
Kinshasa République Démocratique du Congo