

SUJET 22 :

Bien qu'ils cherchent à mondialiser leur approche commerciale, les géants multinationaux de la grande consommation, de l'équipement et des services ont appris à vendre en Afrique Subsaharienne, malgré la faible densité des populations ou des habitudes de consommation différentes de leurs modèles occidentaux. Ils se sont adaptés aux achats unitaires, aux faibles rentrées d'argent, à l'informel, aux circuits de distribution comme aux problèmes de transport et de stockage./...

C'est ainsi que les " cinq P du marketing ", suivant la formule rendue populaire aux Etats-Unis par Jérôme Mc Carty dans les années soixante (Product, Packaging, Placement, Price, Publicity ou, en français : Produit, Conditionnement, Distribution, Prix, Publicité) ont désormais leur version africaine, comme ils ont eu une transposition européenne, sud-américaine ou asiatique./...



Source : Economla n° 2-P. 63 & 64

Questions :

A l'aide du texte et de vos connaissances répondez aux questions

- 1°) Définissez : - publicité, - secteur informel , - marketing.
- 2°) Quelles sont les conséquences de l'implantation des multinationales dans les pays d'Afrique Subsaharienne ?
- 3°) Quels sont les difficultés auxquelles les multinationales font face en Afrique ?