

تحت مسمى مشروع سياسة رئيس الجمهورية زين العابدين بن علي

الإستشارة الوطنية الموسعة
حول واقع وآفاق
القطاع التجاري

جوان - جويلية 2004



Sondage d'opinion des consommateurs de la région du grand Tunis

من أجل تعصير القطاع التجاري

وزارة التجارة بالتعاون مع
الإتحاد التونسي للصناعة والتجارة والصناعات التقليدية وبمشاركة المنظمات المعنية

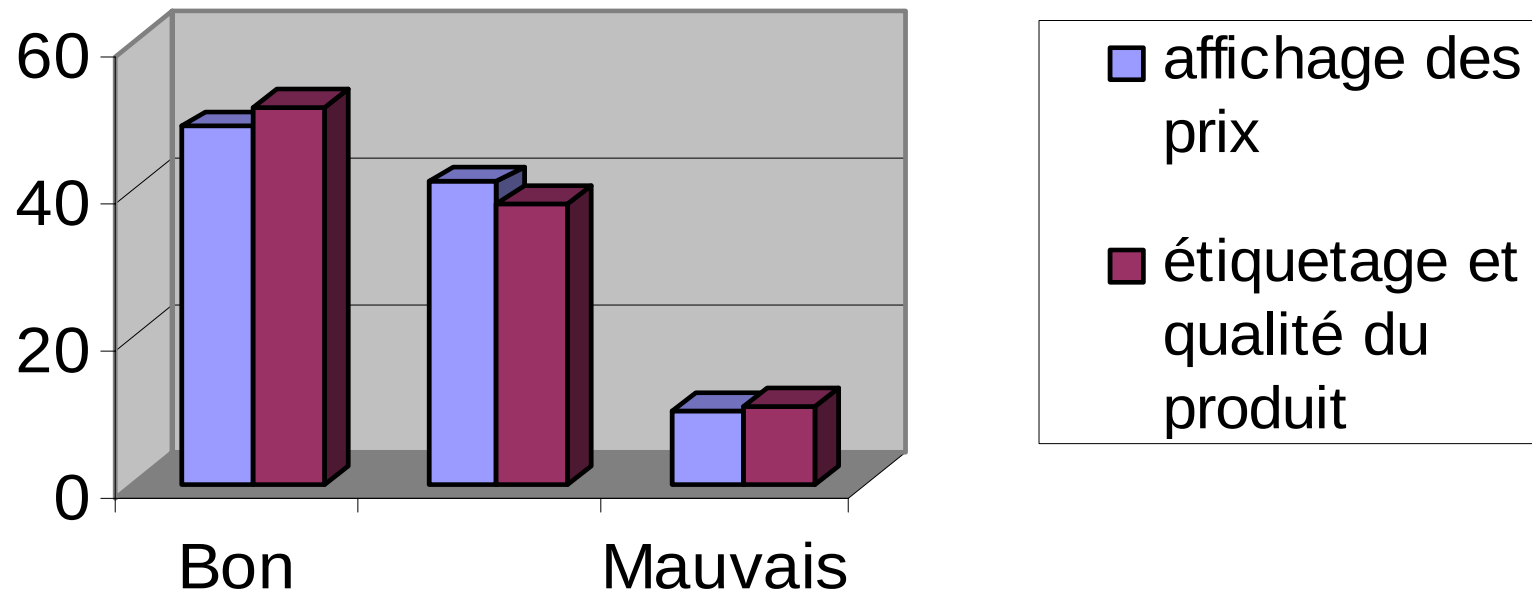


Spécificités de l'échantillon

- Echantillon de 720 familles aux caractéristiques suivantes:
- Moyenne d'âge: 51.8 ans
- Sexe: 13% féminin et 87% masculin
- Niveau d'instruction: 30% primaire, 33% secondaire et 23% universitaire
- Milieu: 92% urbain et 8% rural
- Catégories sociales: 10% hauts cadres, 23% cadres moyens, 30% ouvriers, 20% commerçants et professions libérales et 9% sans emplois

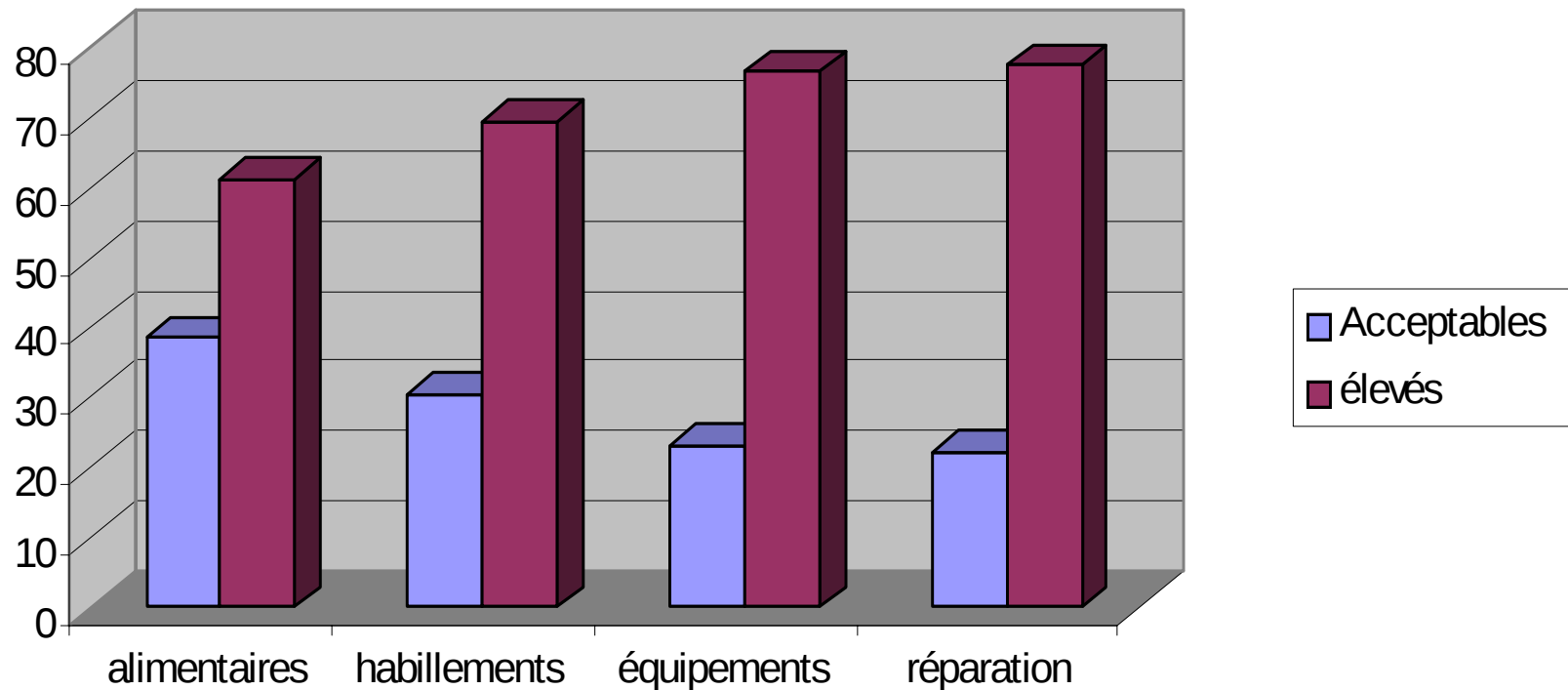


Appréciation du niveau d'information



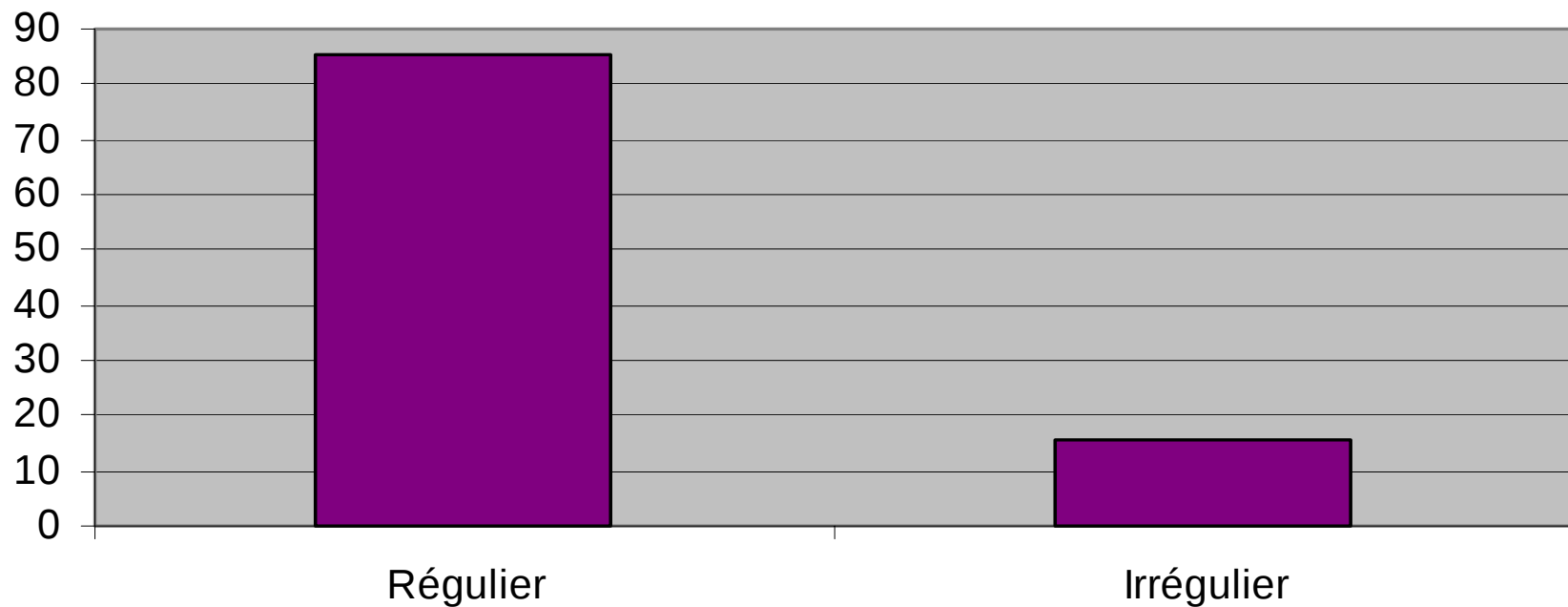


Attitude vis à vis des prix pratiqués



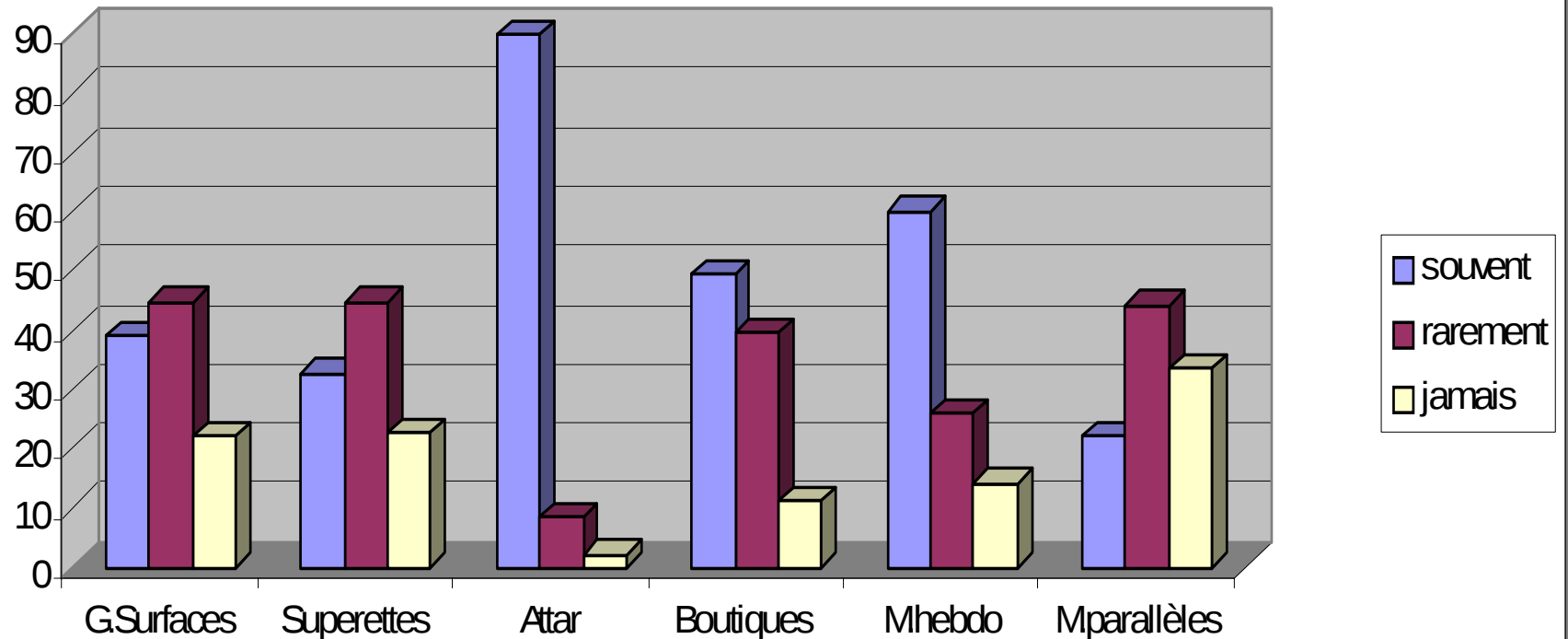


Approvisionnement du marché en produits de base





Fréquentation des différents modes de commerce



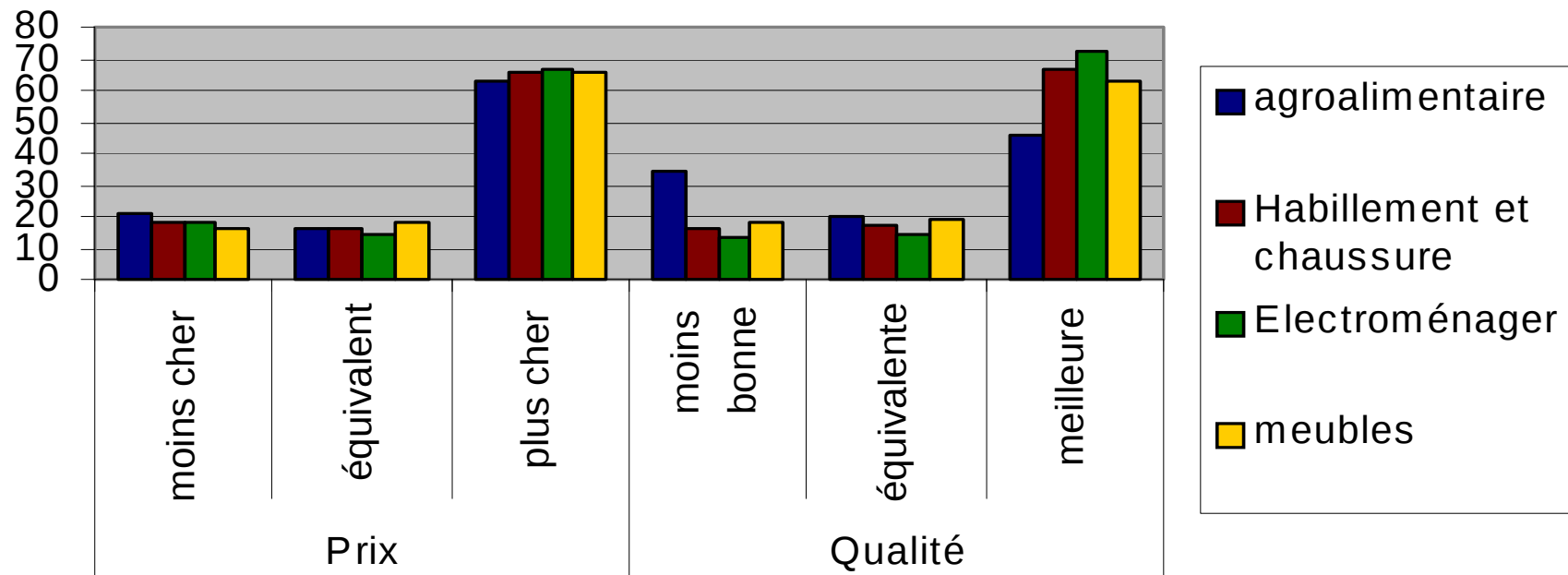


Principaux axes de la modernisation du secteur commercial

- 74% placent la modernisation du petit commerce parmi le 2 axes les plus important et 94% parmi les parmi les trois premiers axes les plus importants.
- 63% placent la modernisation des marchés hebdomadaires, parmi les 2 priorités et 88% parmi les 3 axes principaux.
- 50% placent l'encouragement à l'émergence des grandes surfaces, parmi les 2 priorités et 97%, parmi les 3 premiers axes principaux

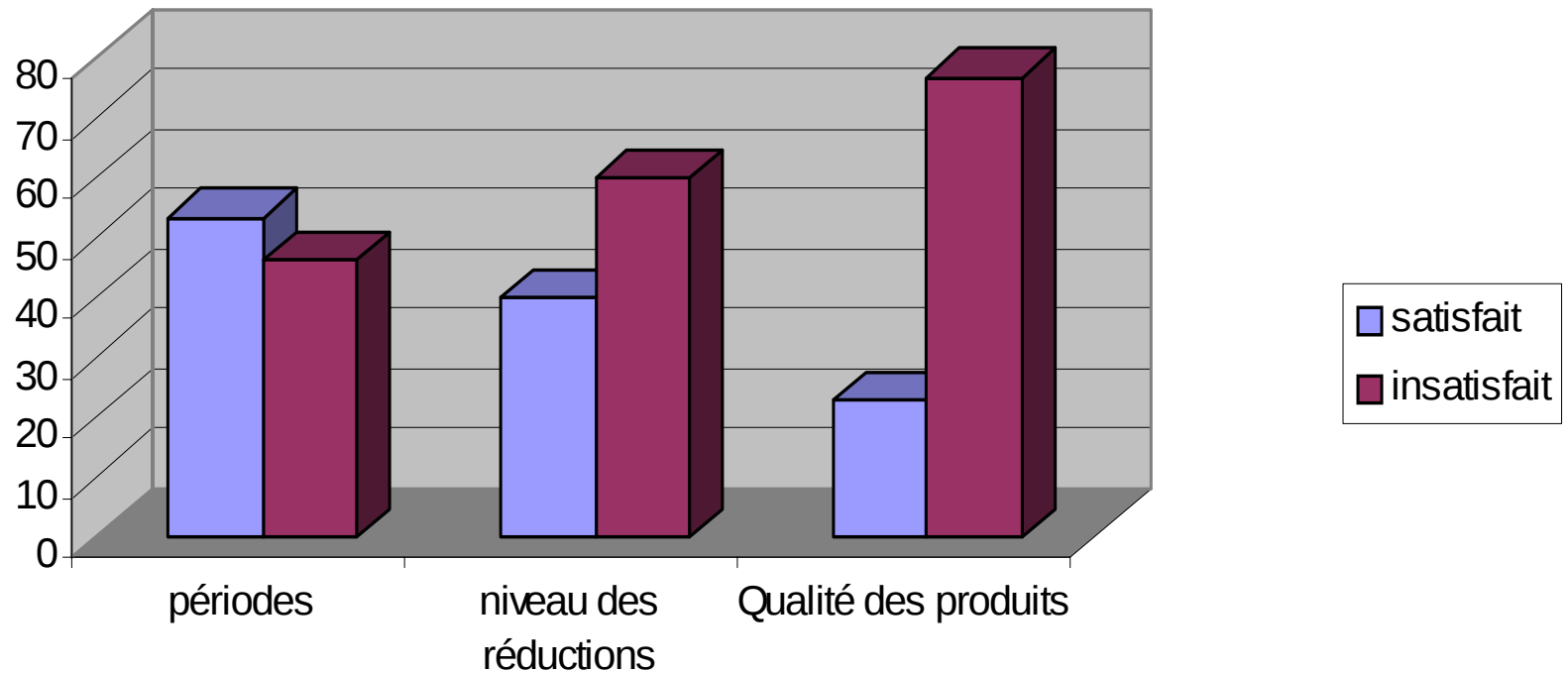


Perception du produit importé par rapport au produit local



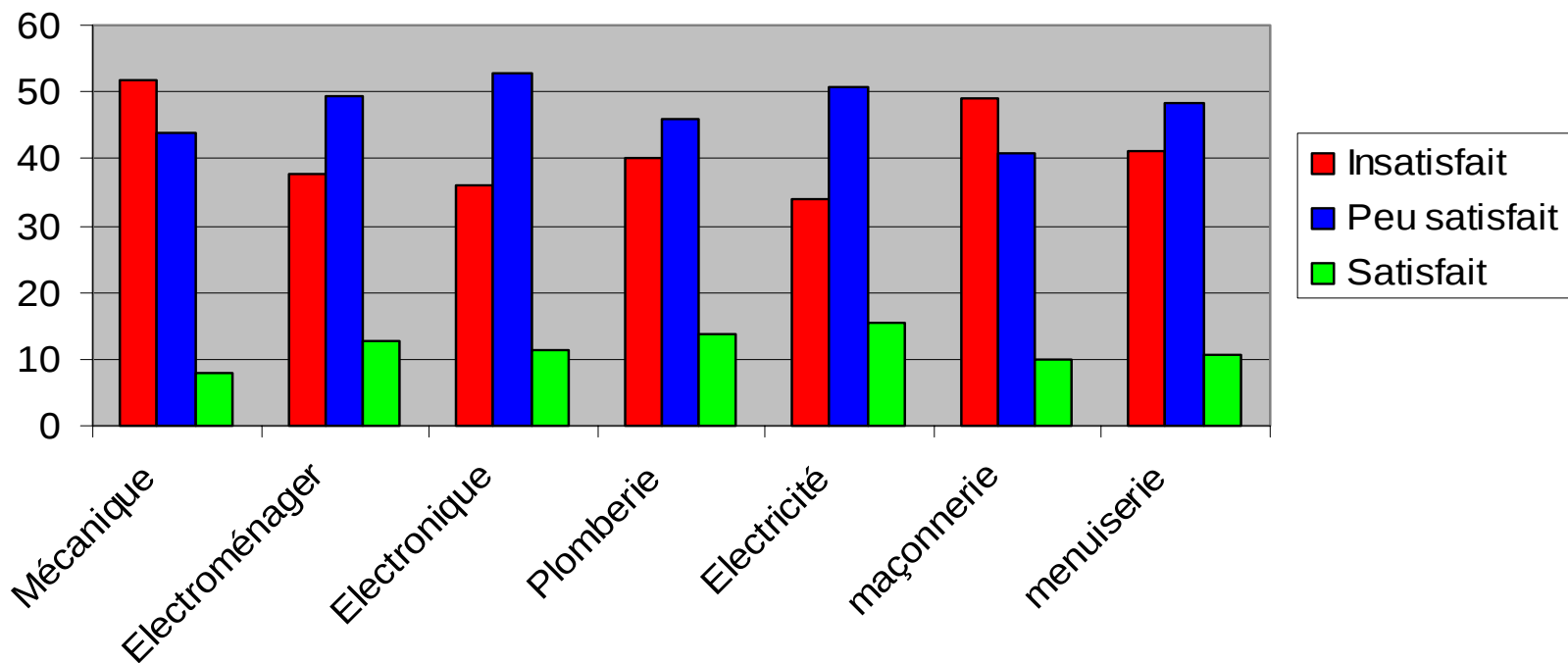


Satisfaction vis à vis du solde



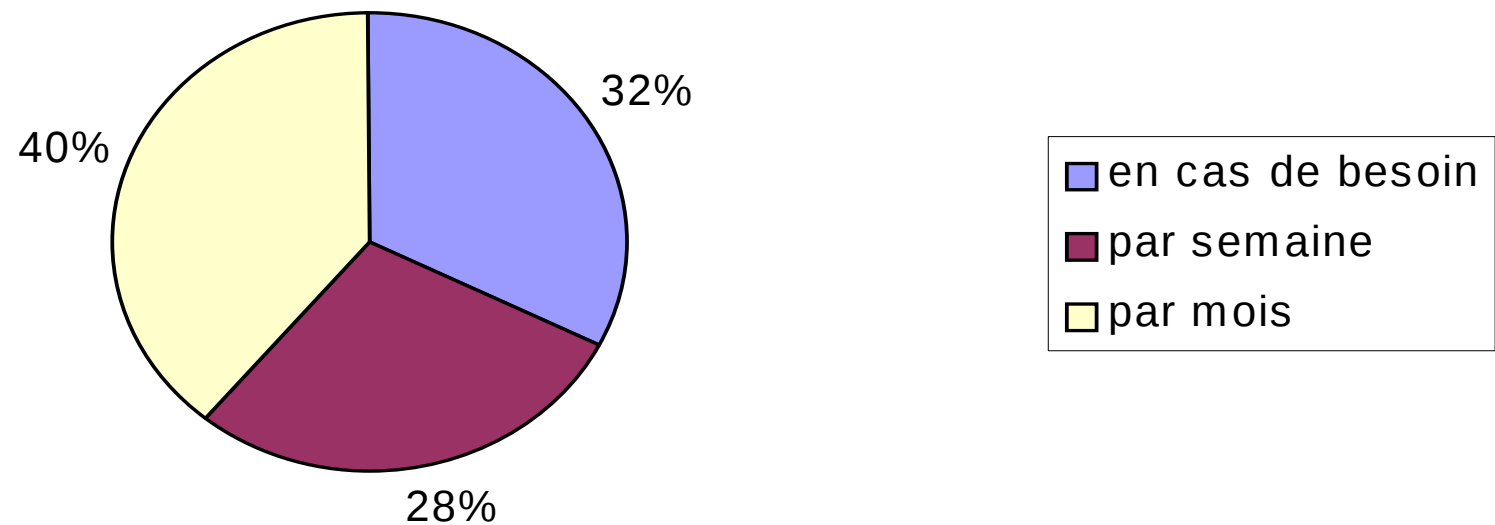


Satisfaction globale à l'égard des services de réparation et de maintenance



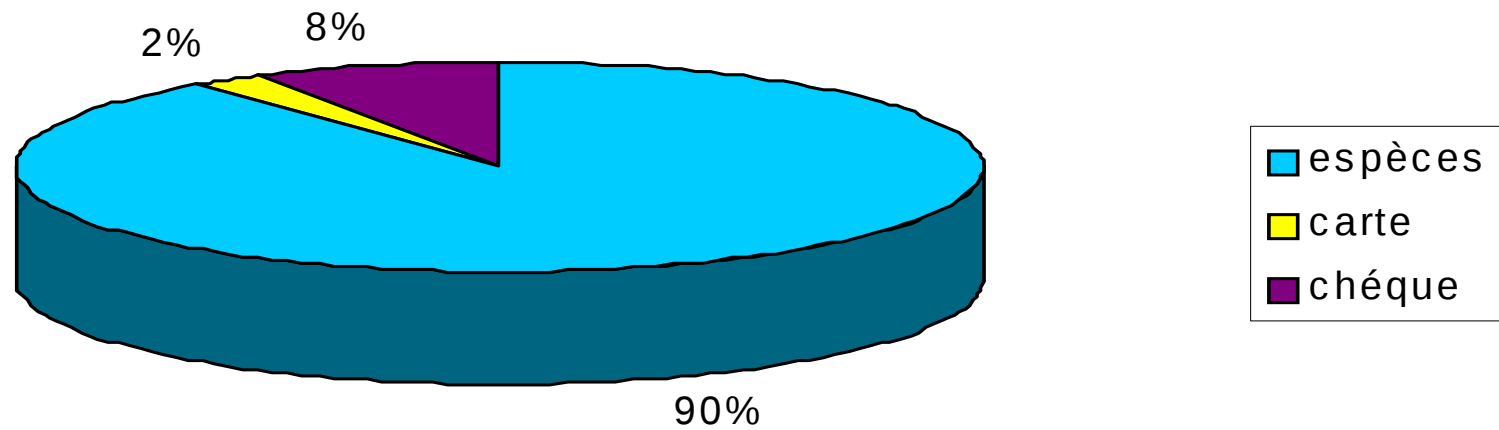


Fréquence d'achat des produits habituels



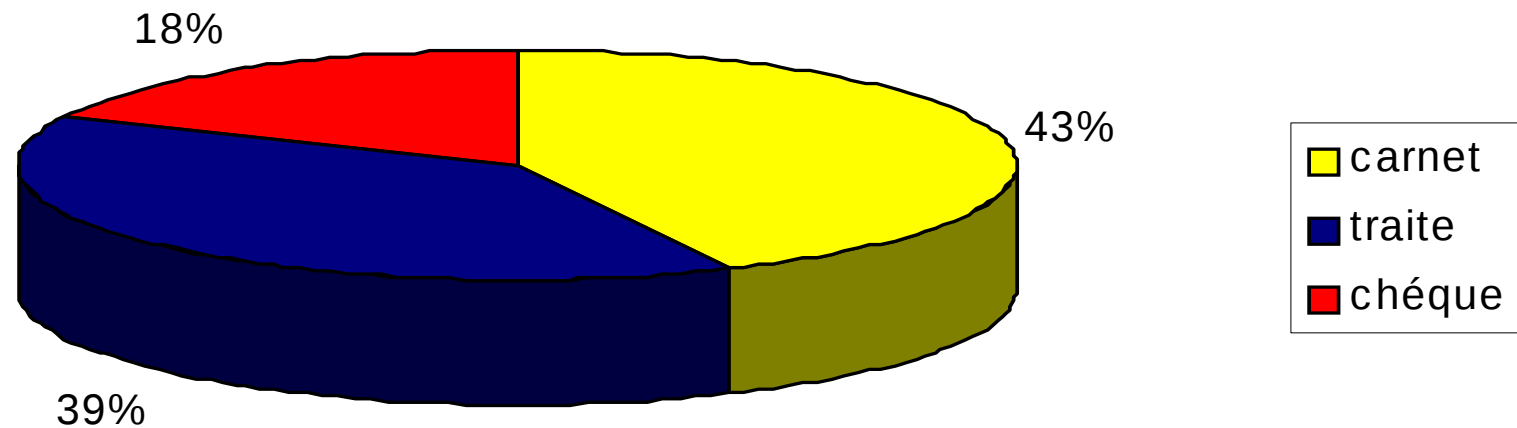


Moyens de paiement au comptant



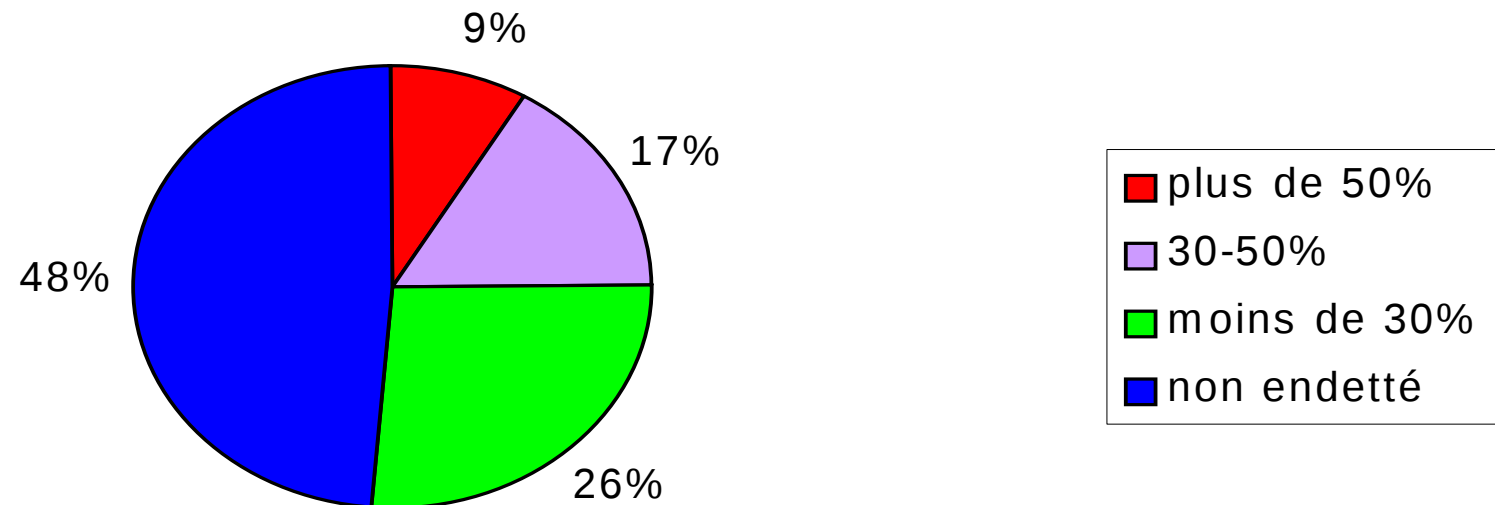


Moyens de paiement à crédit



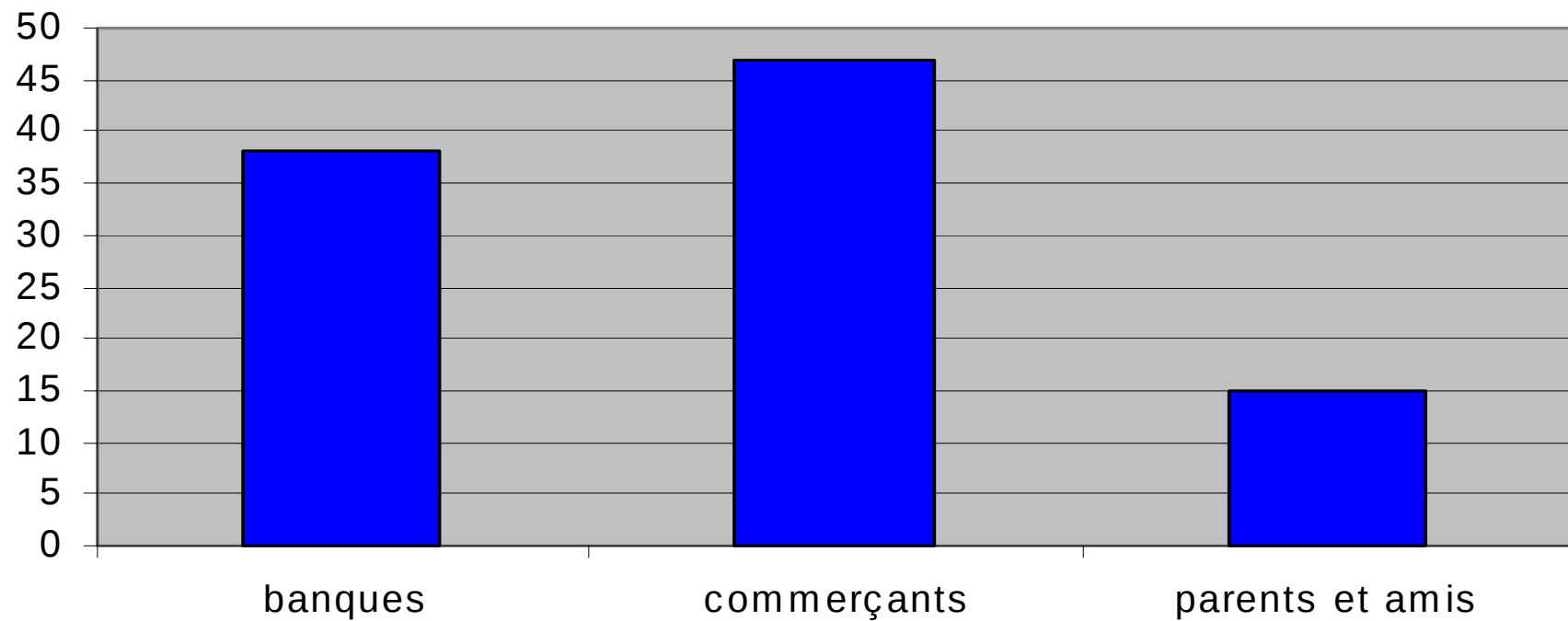


Niveau d'endettement par rapport au revenu



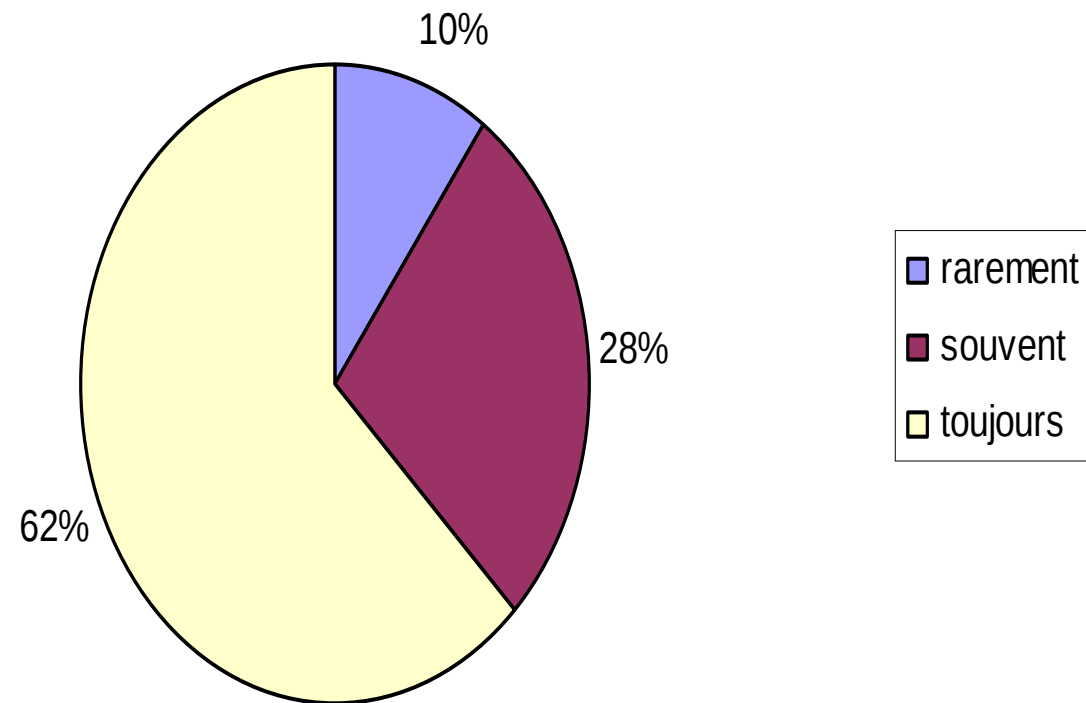


Sources d'endettement



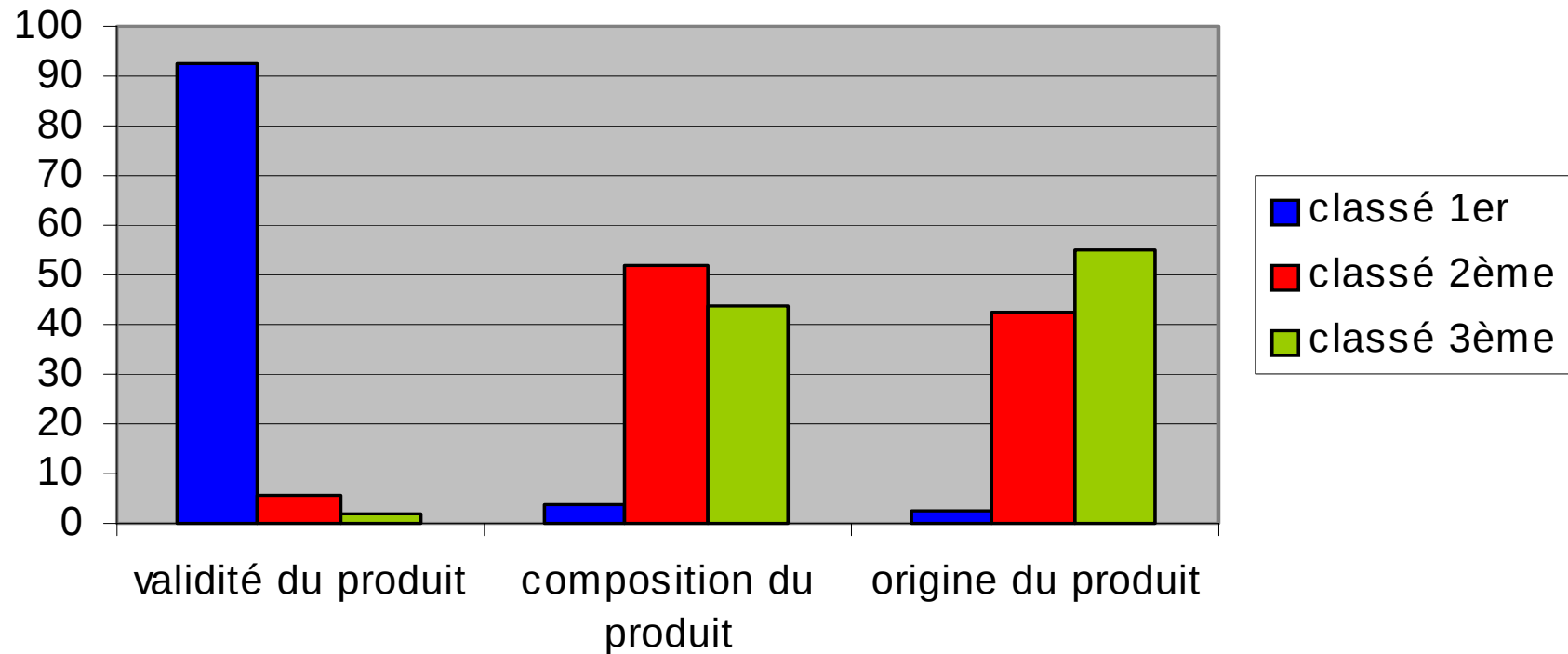


Lecture des étiquettes des produits achetés



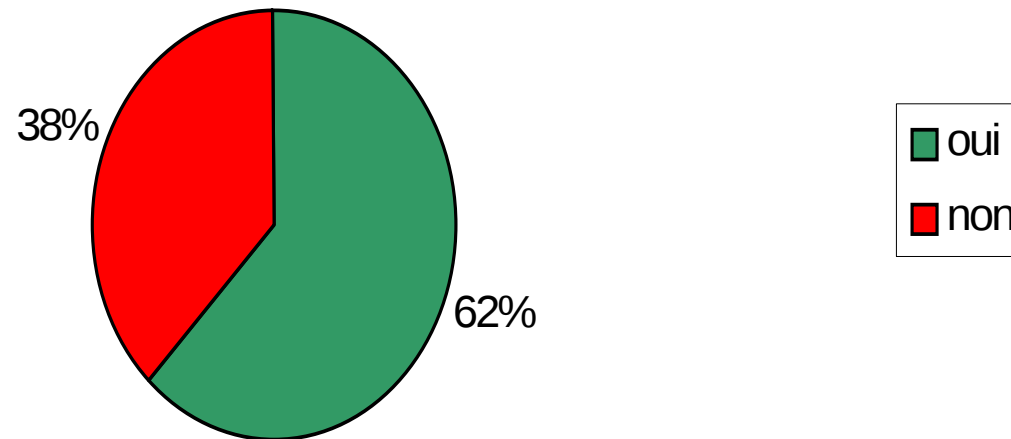


Classement des rubriques dans les étiquettes



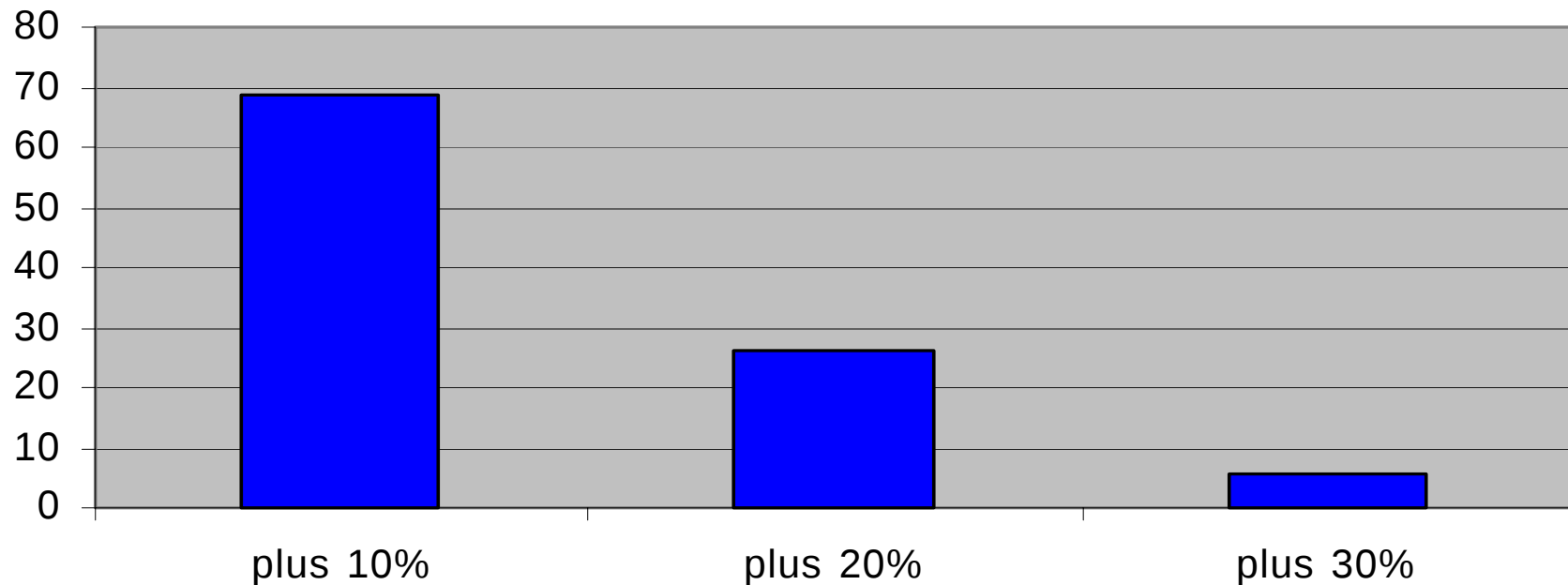


Acceptation de payer plus cher une qualité supérieure



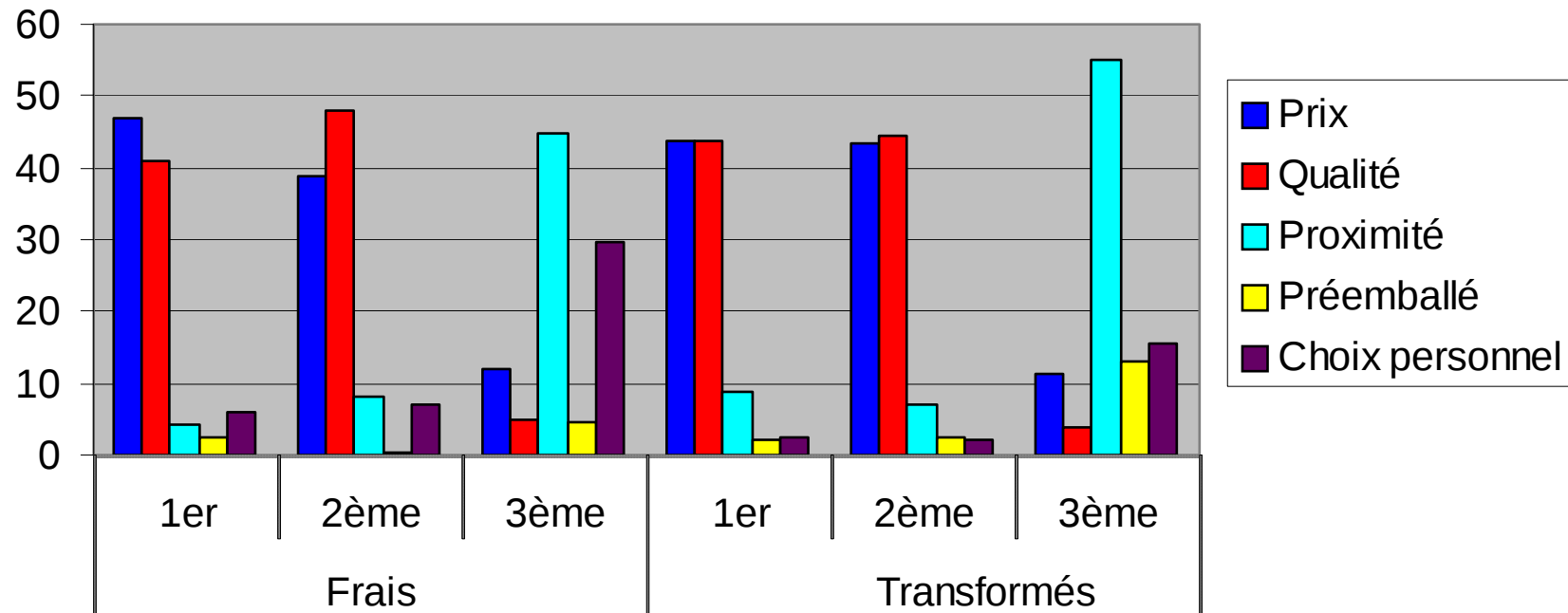


Différence de prix acceptée de payer pour une meilleure qualité



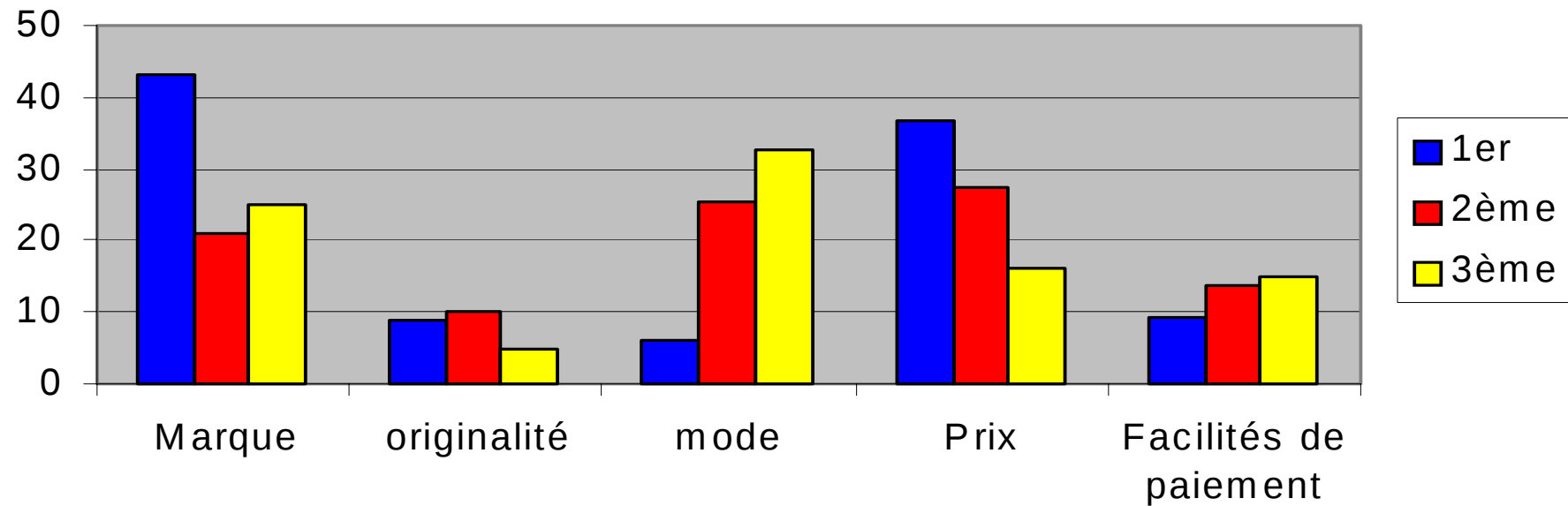


Importance des critères de choix pour les produits alimentaires



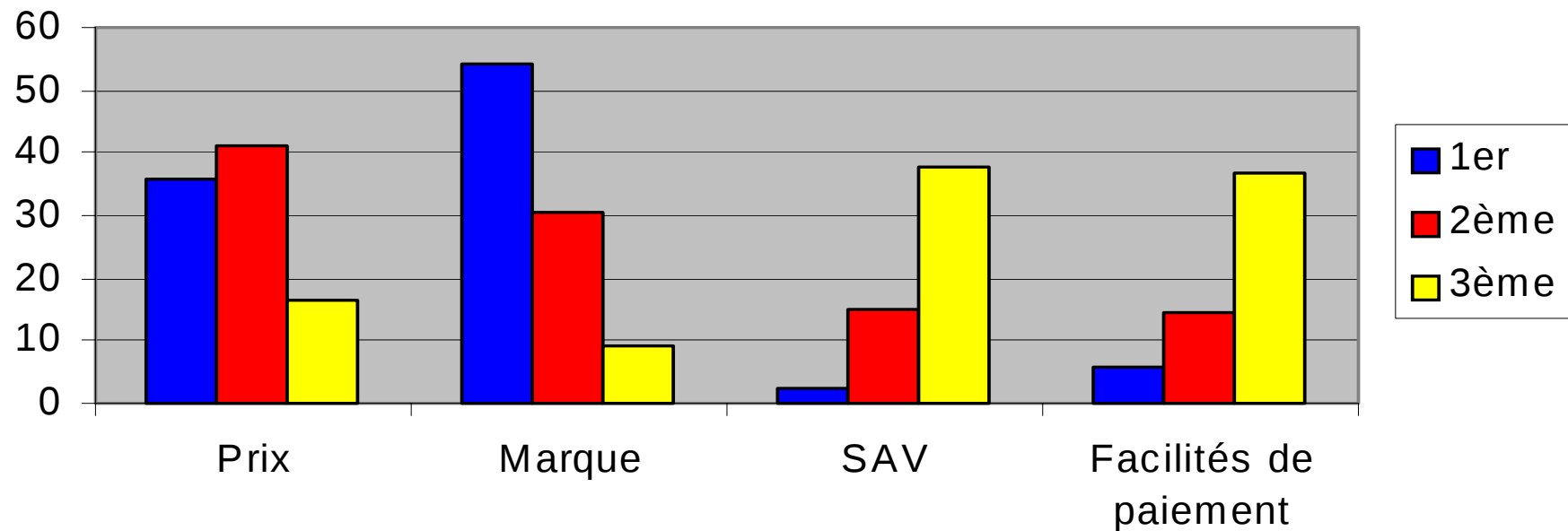


Importance des critères de choix pour les chaussures et l'habillement



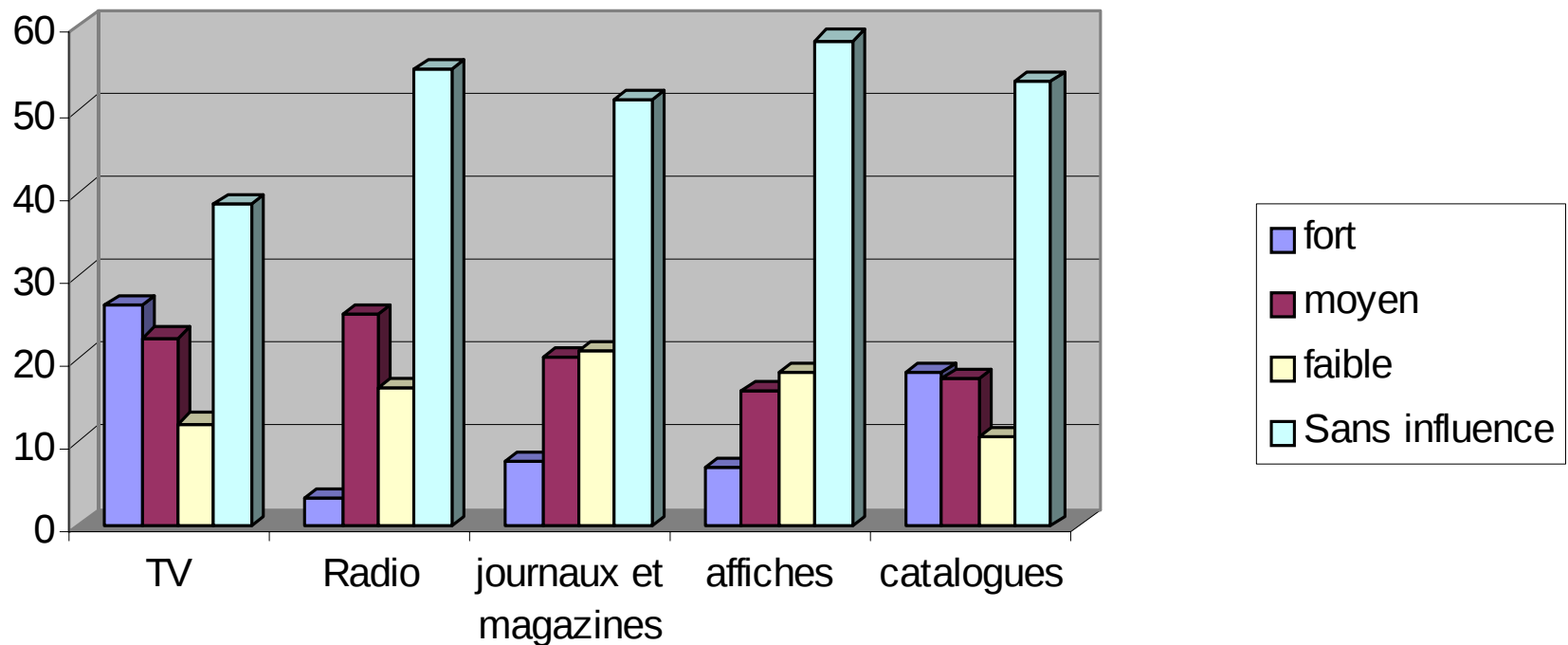


Importance des critères de choix pour les produits d'équipement



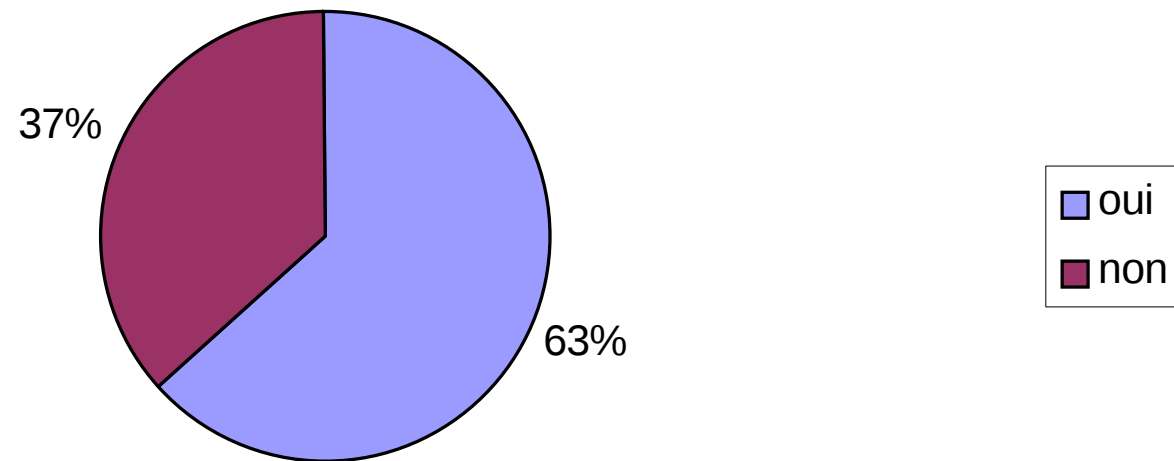


Degré d'influence de la publicité sur les achats du ménage



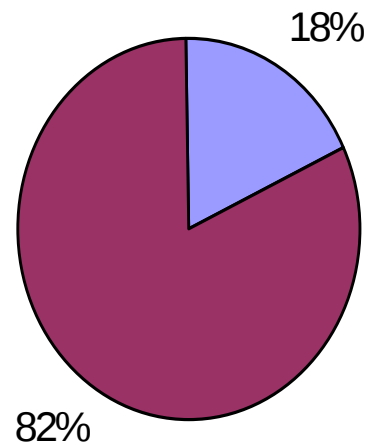


connaissance du commerce électronique





Disposition de moyens pour l'utilisation du commerce électronique



oui
non



Domaines d'application du commerce électronique

