

Attitudes et attentes des 18-25 ans Tunisiens vis-à-vis des médias

Mai 2004

>> Les jeunes Tunisiens urbains de 18 à 25 ans sont une population et une cible de choix pour un grand nombre d'annonceurs mais les atteindre n'est pas toujours facile. A travers cette étude qualitative et quantitative, nous avons voulu mieux cerner leurs comportements spécifiques en terme d'utilisation des médias mais également mieux comprendre leurs attentes à ce niveau.

Données méthodologiques

- Phase 1 qualitative :

2 focus group exploratoires, 1 pour les CSP A et B et 1 pour les autres CSP.

- Phase 2 quantitative réalisée en face à face dans la rue :

o Méthode :

Méthode des quotas

o Population mère :

Population âgée de 18 à 25 ans

o Variables de contrôle :

Sexe et CSP

o Date d'administration :

Mai 2004

o Taille de l'échantillon :

1001 personnes

o Couverture :

- 6 gouvernorats : Tunis, Ariana, Manouba, Ben Arous, Sousse et Sfax

PLAN DE L'ETUDE

PRESENTATION DE L' ECHANTILLON ATTITUDE VIS-A-VIS DE LA TELEVISION

Habitudes de consommation

Moments de consommation

Utilisation de la télévision

Appréciation de la TV Tunisienne

ATTITUDE VIS-A-VIS DE LA RADIO

Habitudes de consommation

Moments de consommation

Utilisation de la Radio

Appréciation de la Radio Tunisienne

ATTITUDE VIS-A-VIS DES JOURNAUX

Fréquence, moments, habitudes et préférences de consommation

Utilisation des journaux

Appréciation des journaux Tunisiens

ATTITUDE VIS-A-VIS DES MAGAZINES

Fréquence, habitudes et préférences de consommation

Utilisation des magazines

Appréciation des magazines Tunisiens

ATTITUDE VIS-A-VIS D'INTERNET

Fréquence d'utilisation d'internet

Fréquence de visite du web Tunisien

Utilisation d'Internet

Appréciation du web Tunisien

ATTITUDE VIS-A-VIS DES MEDIAS EN GENERAL

Classification de la préférence des médias

Appréciation des médias Tunisiens

Appréciation globale

Fréquence d'utilisation des médias

Problématique de L'étude

« Quel est le comportement des jeunes Tunisiens urbains de 18 à 25 ans vis-à-vis des médias ? »

Les objectifs de l'étude

- o Identifier les attitudes des jeunes vis à vis des médias,
- o Identifier les préférences des jeunes en termes de médias,
- o Etudier fréquence de contact des jeunes avec les médias,
- o Etudier les moments d'utilisation des médias,
- o Etudier les programmes, supports, etc. les plus vus et les plus entendus,
- o Etudier les besoins recherchés à travers l'utilisation des médias,
- o Procéder à une évaluation générale des médias tunisiens et de leurs composantes.

131 PAGES

ETUDE GRATUITE
(depuis juin 2006)

Une étude madwatch
avec:

