

# I A C E

Instauring an Advocacy Champion for Economy

# CONSUMER CONFIDENCE INDEX



***Climat de consommation*** : Cet indicateur est appelé également moral des ménages ou indice de confiance des ménages. Il mesure la confiance, les préoccupations majeures et les habitudes de consommation des consommateurs en Tunisie.

## ***Méthodologie :***

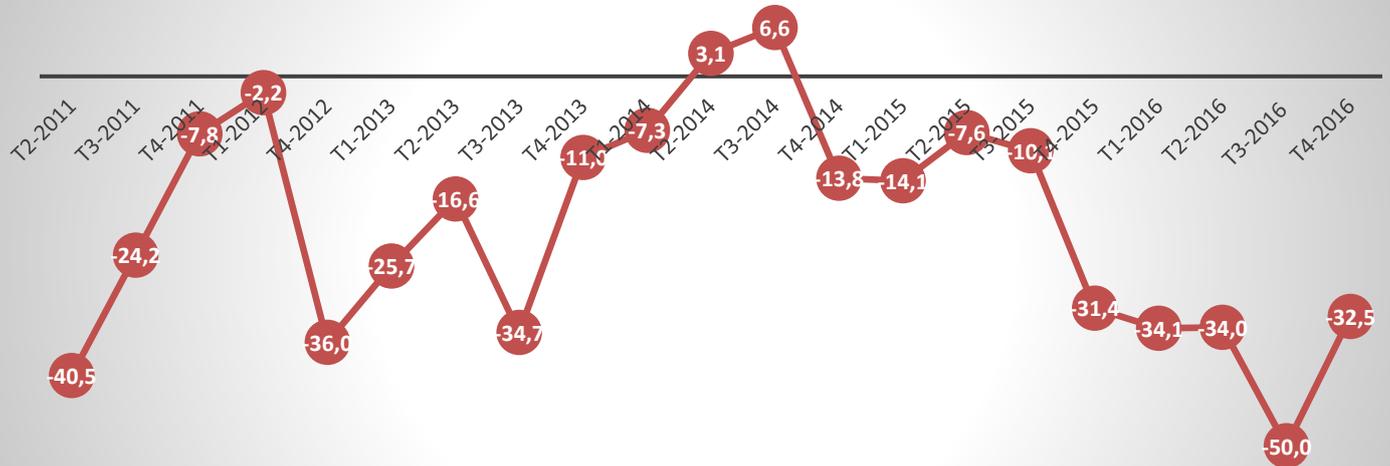
- ✓ Enquête trimestrielle auprès des ménages
- ✓ Enquête lancée en ligne
- ✓ L'échantillon de l'enquête est de plus de 500 consommateurs.
- ✓ Période de Collecte : du 7 au 29 décembre 2016

## ***Contexte :***

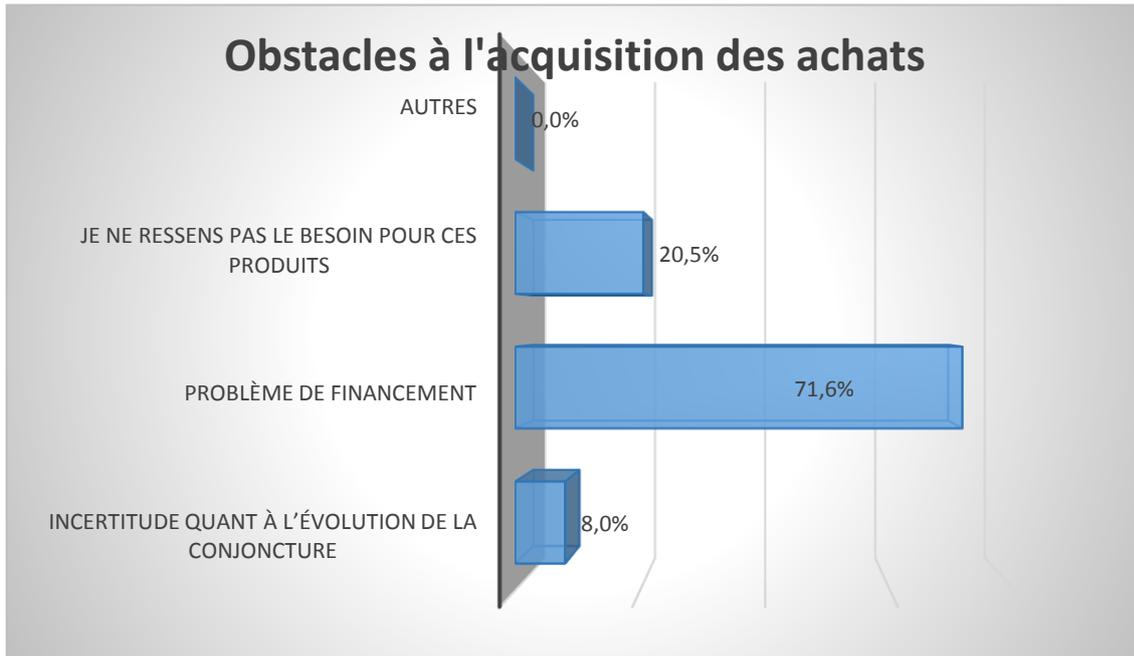
- ✓ 20 Questions
- ✓ 3 Dimensions :
  - La confiance des ménages
  - Les préoccupations majeures
  - Les habitudes de consommation des consommateurs

## Résultats :

## Climat de consommation : -32,5%



Solde d'opinion en %	T3-2016	T4-2016	
Evolution du budget familiale durant les trois dernier mois	-33,3	-11,3	
Le niveau actuel du budget familiale	-42,9	-36,8	
Perception du niveau général des prix les trois derniers mois	-81	-56,2	
Anticipation du niveau général des prix les trois prochains mois	-61,9	-66,7	
Le moment est favorable pour acheter un logement	-79	-88,6	
Le moment est favorable pour acheter une voiture	-100	-77,2	
Le moment est favorable pour acheter du meubles	-70	-62	
Le moment est favorable pour acheter de l'Electroménagers	-52,4	-41	
Le moment est favorable pour acheter du Matériels électroniques et/ou informatiques	-70	-20	
Le moment est favorable pour acheter autres choses	-81	-67	
Possibilité d'effectuer des achats de grandes acquisitions	-42,9	-53,7	
La situation économique générale durant les trois derniers mois	-71,4	-53,9	
La situation économique générale durant les trois prochains mois	-42,9	-6,6	



- Indice restant toujours négatif
- Les ménages ne prévoient que de très faibles changements de leur situation personnelle et financière
- Situation financière des ménages va légèrement s'améliorer mais elle est toujours non satisfaisante.

