

**Le mois de Ramadan en Tunisie : tout bouge.. tout change !**

**Le mois de Ramadan, un mois qui vient chaque année chambouler les habitudes du tunisien, susciter de nouveaux comportements et éliminer d'autres, un mois qui vient marquer considérablement le paysage commercial et médiatique et engendrer ainsi de majeures mutations. Toujours aussi confus entre la religion, les coutumes et la consommation, le tunisien profite pleinement de chaque occasion, les préparatifs se trouvant toujours au centre de ses préoccupations, le mois de Ramadan demeure, sans aucun doute, le mois des métamorphoses comportementales, des dépenses et des consommations impulsives.**

**D'une manière classique, les changements comportementaux, commerciaux et médiatiques constatés pendant le mois de Ramadan sont bien attendus : le tunisien s'acharne sur l'acquisition de certains produits dont la consommation est étroitement liée à ce mois, la demande accrue fait hausser considérablement les prix de l'offre, l'activité commerciale change, on note ainsi la vente de certains produits spécifiques à ce mois, les grandes surfaces tentent de vivre cet évènement, les chaînes télévisées réalisent leur plus grand taux d'audience avec une nette augmentation du nombre des séries télévisées et des publicités, surtout des spots publicitaires qui sont devenus des spots cauchemardeux dont la succession est totalement ennuyeuse ! Ces toutes dernières années et surtout cette année, le Web a commencé à avoir sa place parmi l'ensemble de ces changements. Le Web constitue à la fois un moyen de divertissement, ou alors de passe-temps, surtout pendant le mois du jeûne, comme il présente un outil de communication, d'expression et de partage de l'ensemble des perceptions qui lui sont relatives. Les deux éléments ayant le plus suscité l'intérêt des internautes cette année demeurent les publicités excessives et le partage et critique des séries télévisées. Ainsi, Internet constitue une source incontournable d'informations et de veille aussi bien pour les entreprises que pour les hommes de média. Les bannières publicitaires « ramadanesques » apparaissent sur la majorité des sites les plus visités, les communautés virtuelles se multiplient, les blogs et les sites événementiels ne manquent plus, sans oublier les réseaux sociaux qui offrent la possibilité aux internautes de s'exprimer et de partager librement leurs avis et opinions. En définitif, les internautes sont en quête d'une ambiance ramadanesque « virtuelle » et qui n'est pas moins importante à leurs yeux que celle du « monde réel », une ambiance virtuelle qui devrait être prise en compte voire modélisée pour une meilleure compréhension des répercussions sur les comportements et attitudes des tunisiens et apporter par conséquent une précieuse aide aux entreprises et aux hommes de média pour une meilleure planification de leurs futurs choix.**

**Publié par Amira TRABELSI le mardi 22 septembre 2009 [marketeuZ.com]**