



..... :
..... :

- -

:
:

:

:

2005 2000

2006/06/07 :

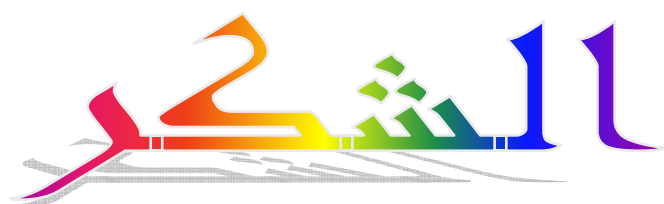
:

:
:
:
:
:
:

الأهـ كـاء

.

.....



:

.

.

/

.

.

I	-
II	-
III	-
IV	-
V	-
VI	-
.....	
01 :
02 :
02 :
05 :
09 :
11 () :
14 :
14 :
16 :
17 :
22 :
25 :
25 :
27 :
29 :
32 :
33 :
33 :
36 :

40	:	
43	:	
43	:	
44	:	
47	:	
50	:	
50	:	
55	:	
56 ()	:	
62	:	
62	:	
65	:	
70	:	
73	:	
77	:	
78	:	
78	:	
80	:	
82	:	
86	:	
86 "ATM"	:	
91 "OTA"	:	
98 "WTA"	:	
101	..	:	
101	:	
106	:	
117	:	
120		
124		
131		

72		01
81	()	02
82	()	03
84	()	04
89	" "	05
95	" "	06
97	"Flotte"	07
99	" "	08
101	" "	09
105		10
110		11
111		12
112		13
113		14
114		15
116		16
116		17

03		01
09	ANSOFF	02
13		03
14		04
24		05
37		06
56		07
65		08
66		09
70		10
81	()	11
82	()	12
83	()	13
84		14
85	2004	15
85	2005	16
103	Excel 2003	17
104	SPSS 11	18
105	"Value Labels"	19
106		20
107		21
107		22
108		23
108		24
109		25
109		26
111		27
115		28
115		29

132		01
133		02
134		03
137	()	04
138	()	05
141	" "	06
142	" "	07
143	" "	08
144		09



⋮

1

.

.

.

()

.

)

.

(

⋮

.

⋮

⋮

-1

-2

-3

⋮

⋮

-1

-2

-3

⋮

⋮

"

"

-1

-2

-3

-4

⋮

⋮

-

-

⋮

-1

-2

-3

⋮

⋮

.

⋮

⋮

.2005

2000

.

⋮

.

⋮

.

⋮

⋮

.

"

"

.

"

"

"

"

.

.

.

:

.(...

)

2003

(ARPT)

. 700

"

"

"

"

.

.

:

:

.

-1

.

-2

(

)

-3

.



1

(Les publics)

✓

✓

✓

:

:

" :

⇐

2"

" :

⇐

3"

"

Kotler et Dubois

⇐

4"

" "

¹ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , "**Etudes de marchés**" , (Paris : BERTI , 2005) , p.12.

² Claude Demeure, "**Marketing**" , (Paris : DALLOZ , 1999), p.29.

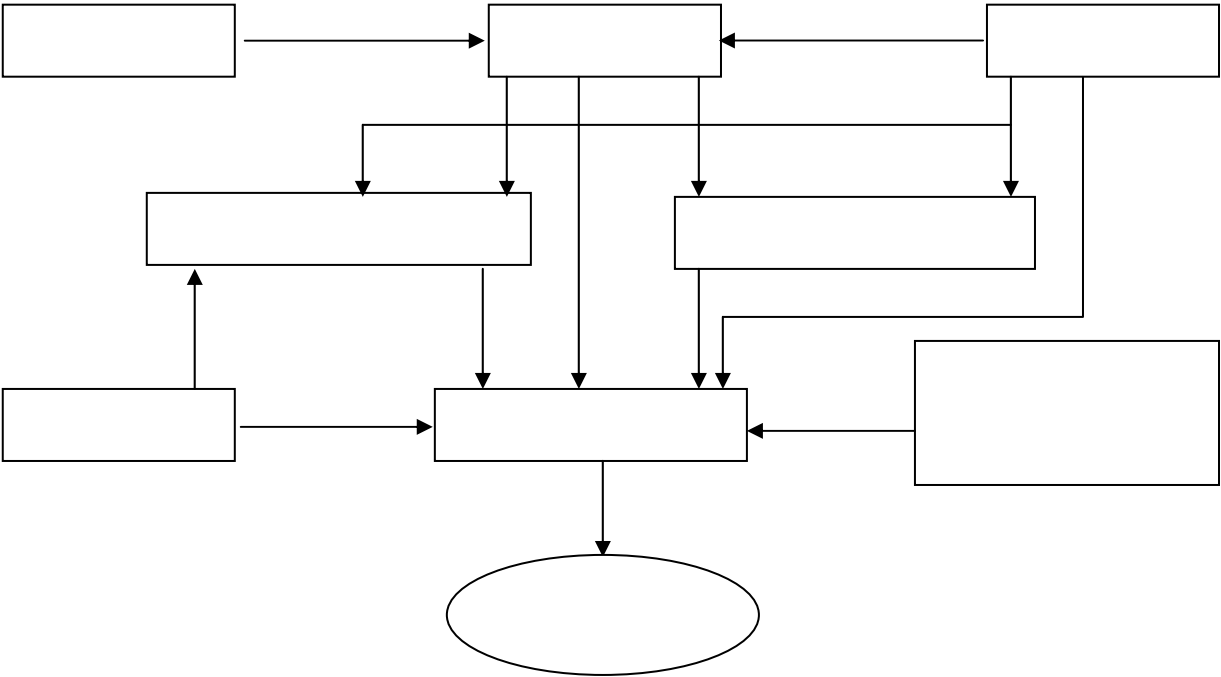
³ Claude Demeure, Loc.Cit.

⁴ S. Martin , et J.P. Védrine , "**Marketing**" , (Batna : CHIHAB , 1996) , p.21.

.(Publics)
:¹
:
/1
.() " "

:
/2
() (Publics)
.²
.

:
: (01)



Source : J. Lendrevie, et autres, "MERCATOR" , (Paris : DALLOZ , 2000), p.45.

() (01)
:

¹J. Lendrevie, J. Lévy et D. Lindon, "MERCATOR" , (Paris : DALLOZ , 2000), p.39.

²Ibid. p.44.

: /1

.

: /2

. ...

. () : /3

. : /4

:¹

(Publics) : /1

.

.

: /2

.

. ()

: : /3

: ✓

. ...

() : (Prescripteur) ✓

.

: (Préconisateur) ✓

(Le décorateur) :

. ...

: ✓

.

¹Ibid. pp.45-47.

: /4

.

. ...

:

.

: /1

: 1

: (Principal) -

.

: (Environnant) -

.

: (Générique) -

()

.

.

: (Support) -

.

¹Chantal AMMI, "Le Marketing/ Un outil de décision Face à l'incertitude" , (Paris : ellipses , 1993), p.59.

:1

: -

: (Fragmentés) -

: /2

2

:

: -

:

: ✓

: ✓

: () -

(Filière)

¹J. Lendrevie et autres, Op.Cit. , pp.50-52.

²Claude Demeure , Op.Cit. , p.p.32-33.

/3

•

•

.1

. .2

.3

.4

: (Les ruptures) -

1

•

• • •

•

2

: /4

•

3

:

—

² "Le cycle de vie du marché", <http://www.etudesdemarche.net/cycle-vie-marche.html>, page consultée le 14/01/2006.

:

:

-

. "Notoriété"

✓

✓

✓

.

-

:

-

✓

✓

:

-

✓

✓

✓

.

()

1

.

:

/5

()

:

/

=

:

()

()

✓

.(

)

¹J. Lendrevie et autres , Op.Cit. , p.64.

✓

1

.

(Le leader)

2

.

.

3

.

(Domaines d'activités)

:

:

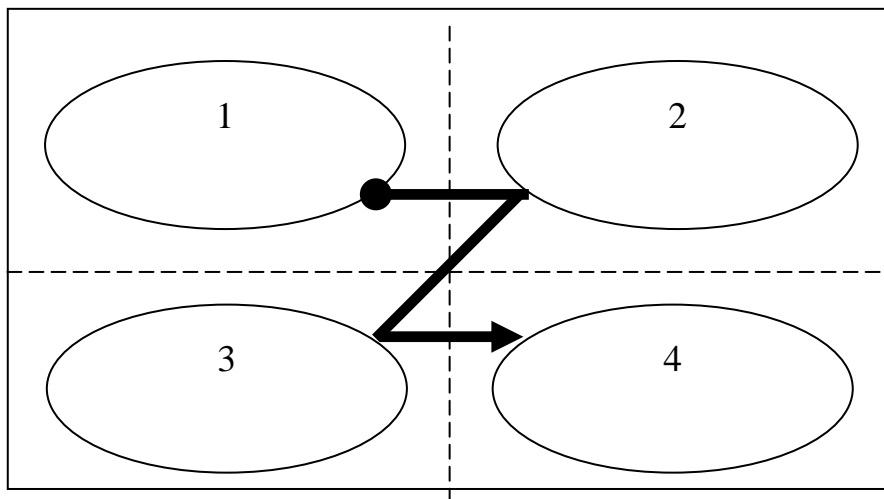
4

"Igor ANSOFF"

:

ANSOFF

: (02)



51.

:

¹J. Lendrevie et autres , Loc.Cit.

²Ibid. p.66.

³Ibid. p.67.

) "-

-

"

4

: /1

: (1)

/ - } ⇐ (1)

: /2

: (2)

/ - } ⇐ (2)

: /3

: (3)

/ - } ⇐ (3)

: /4

: (4)

/ - } ⇐ (4)

)Z

(

.

() :
: /1

(Segmentation)

() ()

.¹

.²

: /2

:

: -

.³ ...

:

.124.	(2003	:) "	"	1
.279.	(2001	:) "-	- "	2
				.287.	3

:-

:

....

:-

:

1
... .

2
.

:-

3
.

:-

4
.

:- /3

.5
.

:-

.

:-

.

1

.88. (2001 :) " "

2

.89.

3

.132.

4

.93-92.

5

:-

.

:-

1

.

:/4

:

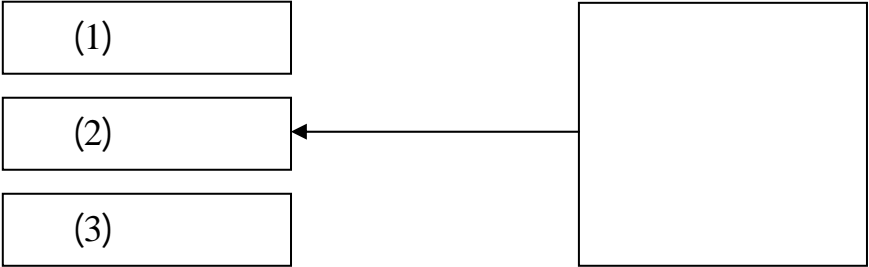
:-

()

:

.

:(03)

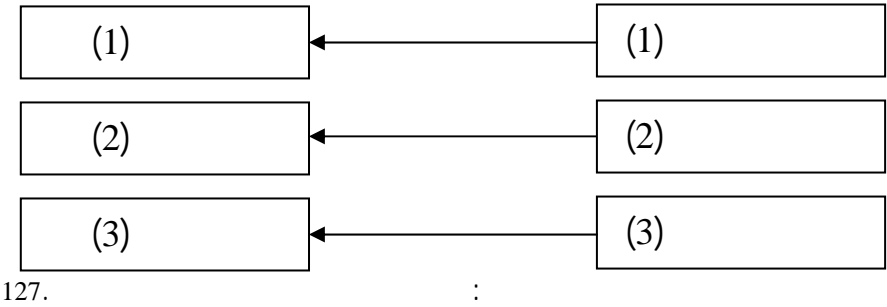


126.:

:-

.

: (04)



:
:
:
: /1

"

1"

.

2
.
"
(Les publics)

3"
.
4 () :

5
.

¹ Claude Demeure , Op.Cit., p.35.

² Stéphane Etienne , et Hichem Hellara , "**Etudes de marchés**" , (Tunis: CLE , 2000), p.09.

³ S. Martin , et J.P. Védrine , Op.Cit , p.60.

:1

✓
✓
✓
✓

.

:

/2

2
.

:

:

-

(

)

✓

(

)

✓

)

✓

(

....

.(...

)

✓

:

:

-

(...

)

✓

)

✓

.(...

:

:

-

✓

✓

(...

)

✓

.

✓

:

/3

:

:

-

.

1
.

:

-

.

2
.

:

-

.

(Chiffrables)
3
.

:

(19)

4

5
1824

¹ Ibid. p.36.
² Ibid. p.37.
³ Claude Demeure , Loc.Cit.
⁴ Stéphane Etienne, et Hichem Hellara , Op.Cit., p.10.
⁵ Stéphane Etienne, et Hichem Hellara , Loc.Cit.

.

¹Kress

. ...

.

()

.

.

²1929

.

()

.

1973

³

.

.

.

:

:

²Stéphane Etienne, et Hichem Hellara , Op.Cit., p.11.

³M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.cit., p.16.

1/

:"

1"

(Le sondage)

2.

(Représentatif)

:

3.

)

:-

(

:-

. ...

:-

.(SPSS)

:(Les panel)

(Le panel)"

(Panélistes)

4"

:

:-

¹Ibid. p.39.

²M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Loc.cit.

⁴Ibid. p.46.

: -
1
.

:() /2
:

.

2
.

3
.

.

:

4(30 5)

✓

✓

✓

5
.

✓

✓

✓

✓

. ...

.

¹ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Loc.cit.

² Ibid. p.48.

⁴ Claude Demeure, Op.Cit.,. p.48.

⁵ Stéphane Etienne , et Hichem Hellara , Op.Cit , p.38.

:()

:

() : -

.

: 1

.

✓

.

✓

✓

) (Animateur)

:

-

²(12 7)

(

: 3

.

✓

.

()

✓

.⁴

✓

:

: (L'entretien)

:(Les tests projectifs)

-

:

.

.205.

1

²Claude Demeure, Op.Cit.,. p.49.

.207.

3

⁴Voir aussi : M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit., p.p.91-102.

✓

.

✓

.

 : -

:

()

✓

✓

¹

 :
²

(Sens)

. ...

" "

³

.

.

⁴ .

¹ Claude Demeure, Op.Cit., p.50.

² Claude Demeure, Loc.Cit.

³ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit., p.135.

⁴ Claude Demeure, Op.Cit., p.51.

:

1

.

.

"

Kotler

2"

.

3

.

.()

✓

.

✓

.

✓

4

.

.(...

)

✓

✓

✓

✓

.

:

:

:

-1

5

.

.133.

1

²S. Martin , et J.P. Védrine , Op.Cit. , p.62.

.41.

3

.42.

4

.92.

5

✓

✓

✓

✓

✓

$$\frac{\vdots}{-2}$$

" : ()

1"

:

✓

✓

✓

✓

✓

$$\frac{\vdots^2}{-3} \quad (\quad)$$

:³

: /1

.93.	1
.95.	2
	3

: /2

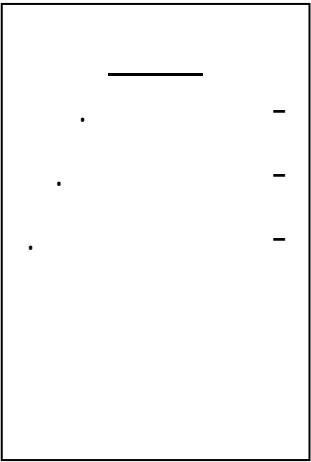
. ...

: /3

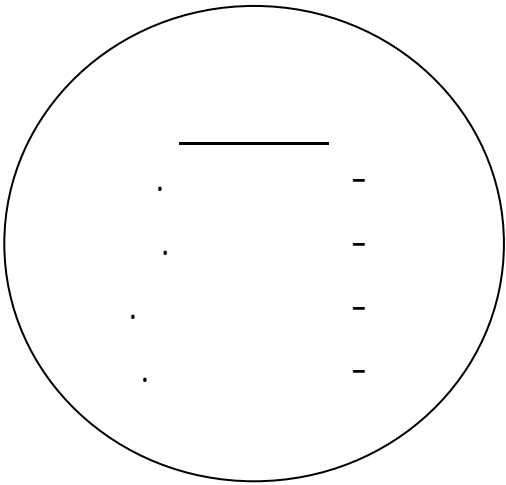
.

:¹

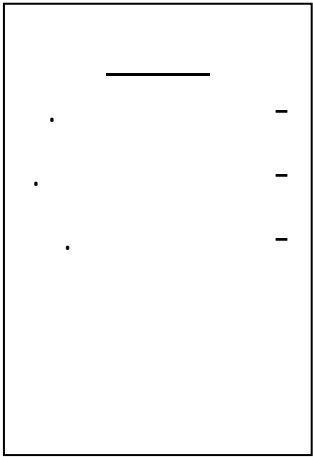
: (05)



.44.



:



:

:²

: _____ -1

:

✓

✓

✓

✓

.262. (2002 :) "

.63-62. . (2004 :) "

_____ " : 1

2

✓

✓

✓

.

$$\frac{\quad}{\quad} -2$$

:

✓

()

✓

✓

.

$$\frac{\quad}{\quad}$$

:

:

$$\frac{\quad}{\quad}$$

:

$$\frac{\quad}{\quad} (\quad) \quad /1$$

.

1

.

2

.

.

.100.

1

.101.

2

:

. ✓
. ✓
. ✓

: /2

.
1
.

: /3

2
.

.

: /4

()

3
.

4
.

: /5

:

.

: ✓
: ✓

	1
.104.	
.106.	2
.107.	3
	4

.100.

: ✓

1

: /6

2.

:

:

: /1

:

: -

3

.

4.

: -

.

.110.

1

2

3

4

.47. (2001 :) "

.82. (2000 :) "-

-

"

1

2

:

:

-

.

3

.

:

/2

:

:

-

. ...

()

:

-

4

.

:

/3

:

✓

.

✓

.

✓

.

5

.

✓

.84.

1

.47.

2

.49.

3

.118.

4

.

5

:

/4

:

.

✓

.

✓

.

✓

()

.

1

:

/5

.

2

.

2

.

...

:

:

:

()

/1

()

3

.

.120.

1

.121.

2

.

3

:

/2

1

:

/3

2

:

/4

3

.

	1
.122.	2
.123.	3
.107.	

.

.



.

:

.



.



.



.



:

:

: **/1**

1

.

"

2"

.

: **/2**

.

"

1"

:

/3

:

-

:

:

✓

✓

✓

:

-

2

...

3

✓

✓

✓

:

-

"

4"

:

1

.439.

2

.444.

3

.185.

4

.445.

:

-

1

()

:

-

.

:

: 2

.

✓

.

✓

.

✓

✓

.

✓

.

:

-

3

.

:

-

4

.

.446. 1

.187-186. 2

.446. 3

.447. 4

:

:

:() :

" "

:

:¹ /1

.

:

.

.1

.2

.3

.4

:

.

:

-

-

:

:² /2

:

.N 1 .1

.K .2

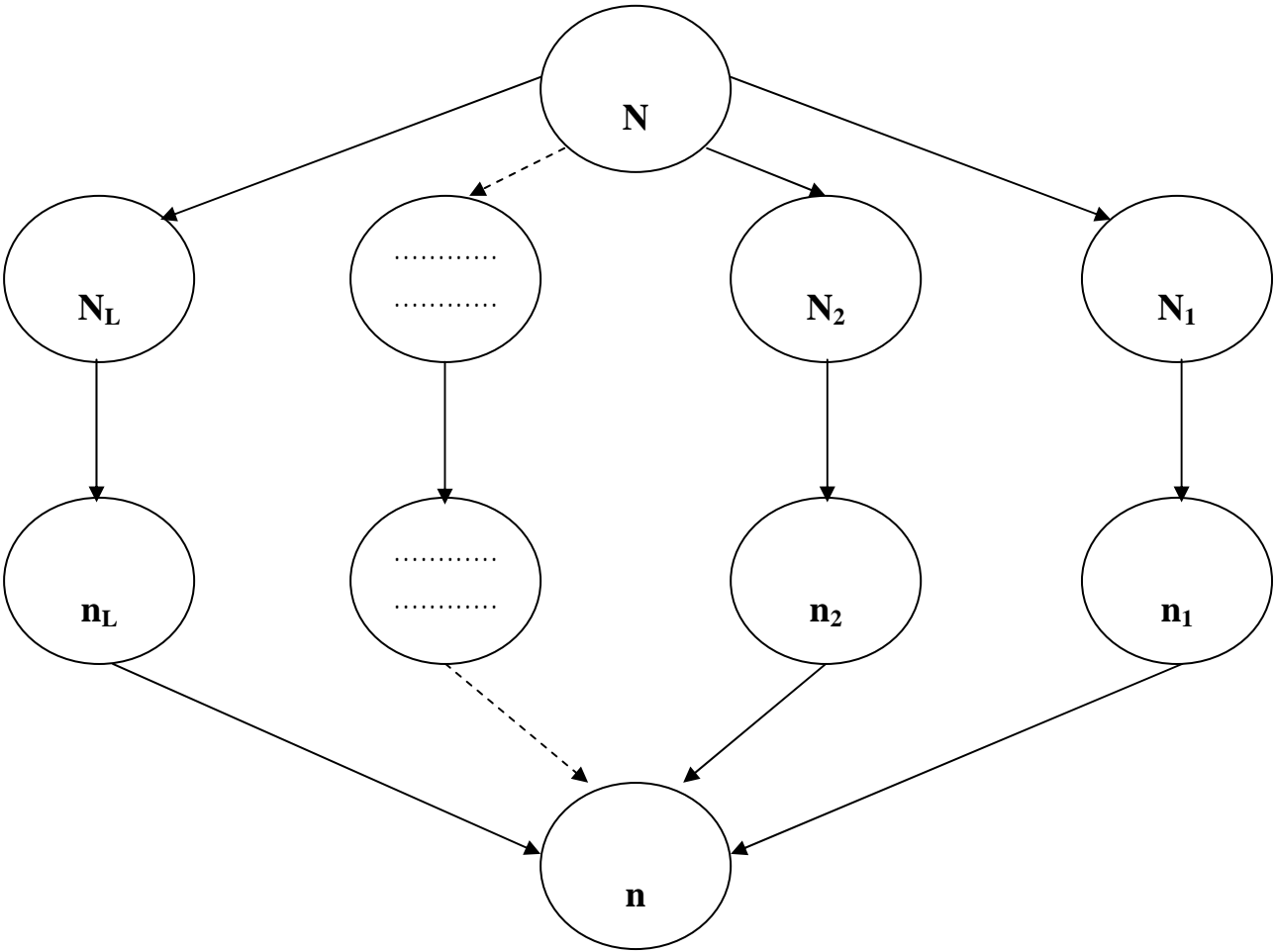
D = N/K D .3

D .4

: 3

.
:1
.
1
2
3
4
.
:
(06)

: (06)



.58. (2003 :) " "

: 4

1

()

. :

.

2:

Sudman

✓

. ✓

.

✓

.

✓

.

: 5

)

. (

:)

(...

3

()

.

:

4 -

(...)

.

.

.

. 71. (2005

:) "

"

1

.465.

2

.468.

3

.469.

4

:

1

-

.

.

:

2

-

.

.

.

:

:

.

.

:

:

/1

3

.

.

.

:()

/2

4

.

.

1

.470.

2

.473.

3

.199.

.475.

4

: /3

"

1.

...

()

2.

: /4

3.

(...)

:

4.

"

"

:

5.

.199.

.477.

.479-477. .

1

2

3

5

⁴M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.268.

.481.



1.

.1

.2

.3

—

/1

—

.2

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (p) \times (1 - p)}{(e)^2}$$

$$: n :$$
 $\vdash p$ $\vdash e$ $p = 0,50$

p

*

²Ibid. p.270.

[illegible]

11

11.

11

11

1.

$$n = \left[\frac{1,96 \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

:

$$: n$$
$$:\sigma$$
 $\vdash e$
$$\frac{1}{2}$$

.2

$$n = \frac{\sum_{i=1}^L N_i^2 \frac{p_i(1-p_i)}{w_i}}{N^2 D + \sum_{i=1}^L N_i \cdot p_i(1-p_i)}$$

:

$$: n$$
 $\vdash p_i$ $\cdot \mathcal{W}_i$
$$: N_i$$
$$: N$$
 $\vdash D$

i

(

i

) i

i

²Ibid. p.273.

:

/3

:¹

.

$$n = \frac{B}{C}$$

.

: *n*

:

.

: *B*

.

: *C*

:

:

"

Tull et Hawkins

2"

.

Aeker et Day

:³



4

¹Ibid. p.275.

.226. 2

.227. 3

⁴Voir aussi : P. Amerein , "**Études de marché**" , (Maxéville : Nathan , 1996) , p.p.14-15.

: 1

✓

✓

✓

✓

✓

✓

: 2

✓

✓

✓

:

3"

"

4

.227.

1

.109-107.

2

³M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.140.

1
.2
.

:

:

:

-

(01)

3
.

.

:

/

-

4
.

:

-

.

()

.
5
.

:

-

.

6
.

.208.

1

.217.

2

.220.

3

.219.

4

⁵ Naresh Malhotra , "**Etudes marketing avec SPSS**" , (Paris : PEARSON Education , 2004) , p.133.

.221.

6

	:	-
	()	
1		
	:	
	2 :	
		✓
		✓
		✓
	:	
	3 :	/1
		✓
		✓
		✓
		✓
	:	/2
4 :		
		✓

¹M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.143.

.219-218. .

2

³M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.145.

.224.

4

✓

✓

✓

✓

✓

✓

. ...

:1

✓

✓

✓

.(En temps réel)

:

"

()

()

2"

":

3"

)

4

(...

¹ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.145.

.233. (1993 :) "- - " 2

³ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.148.

"Kinnear et Taylor"

:1

()

✓

.

✓

.

:

:2

.

:

✓

.

:

✓

:

✓

.

:

✓

.

:

:" - " /1

:3

(1) () -1

..... () -2

(2) () -3

:

1 - 2 =

.147.

1

.235-234. .

2

.235.

3

$$\frac{:\quad " - " \quad }{/2}$$

:1

$$\begin{array}{rcl} (1) & (1) & \dots\dots\dots -1 \\ & & \dots\dots\dots -2 \\ (2) & (2) & \dots\dots\dots -3 \end{array}$$

$$\begin{array}{rcl} & & : \\ (&) & = 1 - 2 \\ & & = 1 - 2 \end{array}$$

$$\begin{array}{rcl} & & : \\ (1 - 2) & - & (1 - 2) = \end{array}$$

$$\frac{:\quad " \quad " \quad }{/3}$$

:2

$$\begin{array}{rcl} & & \dots\dots\dots -1 \\ & & \dots\dots\dots -2 \\ () & () & \dots\dots\dots -3 \end{array}$$

:

$$- =$$

$$\begin{array}{rcl} .236. & 1 \\ .241. & 2 \end{array}$$

:

:

:¹ /1

✓

✓

✓

✓

✓

:² /2

✓

✓

✓

✓

:

:

:

:

/1

3

¹M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.165.

:1

✓

()

✓

✓

✓

: (Le Briefing)

✓

: 2

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

: 3

✓

¹Y. Evrard , B. Pras , E. Roux , "**MARKET**" , (Paris : DUNOD , 2003), p.180.

✓

✓

✓

✓

✓

:

/2

1

: 2

✓

✓

✓

: 3

✓

✓

:

/3

4

.233. 1

.234. 2

.235. 3

4

$$\left(\begin{array}{cc} & 5 \ 4 \end{array} \right) \qquad \left(\begin{array}{cc} & \end{array} \right)$$

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

∴ $\frac{1}{4}$

3

1
: -
✓

✓

✓

✓

2
: -
✓

✓

✓

✓

: **/5**

3

: (Virtuel)

4
:

: -

¹ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.183.

.241-240.

2

³ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.191.

.243-242. .

4

: -

.
()

.

: () -

. (Tchatche)
(02)

.

: -

:1

: -

.

: -

.

. (06)

: -

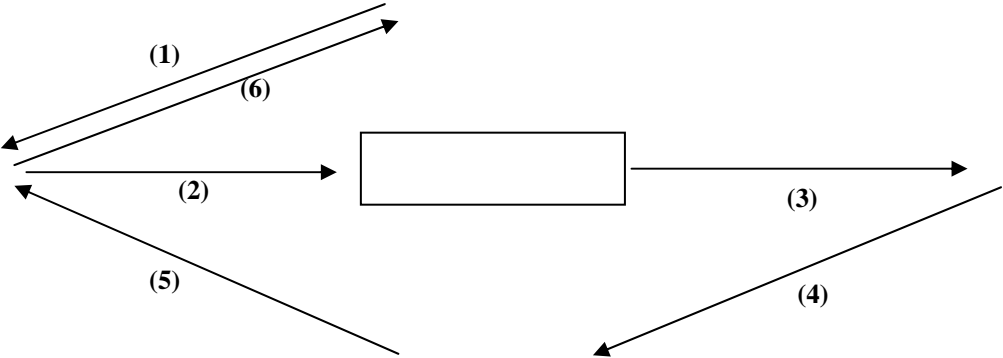
.

.

: -

.

: -
 .
 : -
 .
 .
 ()
 :
 "
 1"
 .
 2
 .
 :
 : (07)



Source : M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.199.

:

.

1.

:

:

.

✓

.

✓

. ...

2.

: / -

.

: / -

.

: / -

.

: / -

.

	1
.281.	
.288-285.	2

1 :

✓

✓

✓

✓

2 :

:/1

.3

✓

✓

✓

.292-289. 1

.300-293. 2

.184-183. 3

$$\frac{\vdots}{\quad}$$

✓

✓

✓

$$\frac{\vdots}{\quad} \quad \frac{1}{2}$$

" "

:

$$\frac{\vdots}{\quad} \quad -$$

()

:1

$$\frac{\vdots}{\quad}$$

✓

✓

✓

✓

$$\frac{\vdots}{\quad}$$

✓

✓

$$\frac{\vdots}{\quad} \quad -$$

()

:

1

.

:

-

.

:

.

:

/1

.

/2

.

/3

:

.

/4

.

/5

:

.

/6

:

.

/7

.

2

:

:

.188.

1

.308-306.

2

✓

✓

✓

✓

:

: 1

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

:

2"

"

:

()

.222.

1

.310.

2

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

:

()

.

:

()

:

:

:

.

✓

.

✓

.

: 1

:

-

2 X

1

()

() (01)

() (02)

(10)

1 (11)

2

:

()

/1

/2

.EXCEL STATISTICA SPSS :

³Churchill

:
()

.1

.2

.3

.4

1

3

²Yves Evard et autres , Op.Cit, p.338.

()

.(08)

: (08)

()

	1	J	n
1	X_{11}	X_{1j}	X_{1n}
\vdots	\vdots		\vdots		\vdots
i	X_{i1}	X_{ij}	X_{in}
\vdots	\vdots		\vdots		\vdots
m	X_{m1}	X_{mj}	X_{mn}

Source : Yves Evard et autres , Op.Cit, p.341.

()

(i)

$$x_{ij} \quad 1 \leq j \leq n \quad 1 \leq i \leq m :$$

_____:

) (Analyse Univariée)

.(

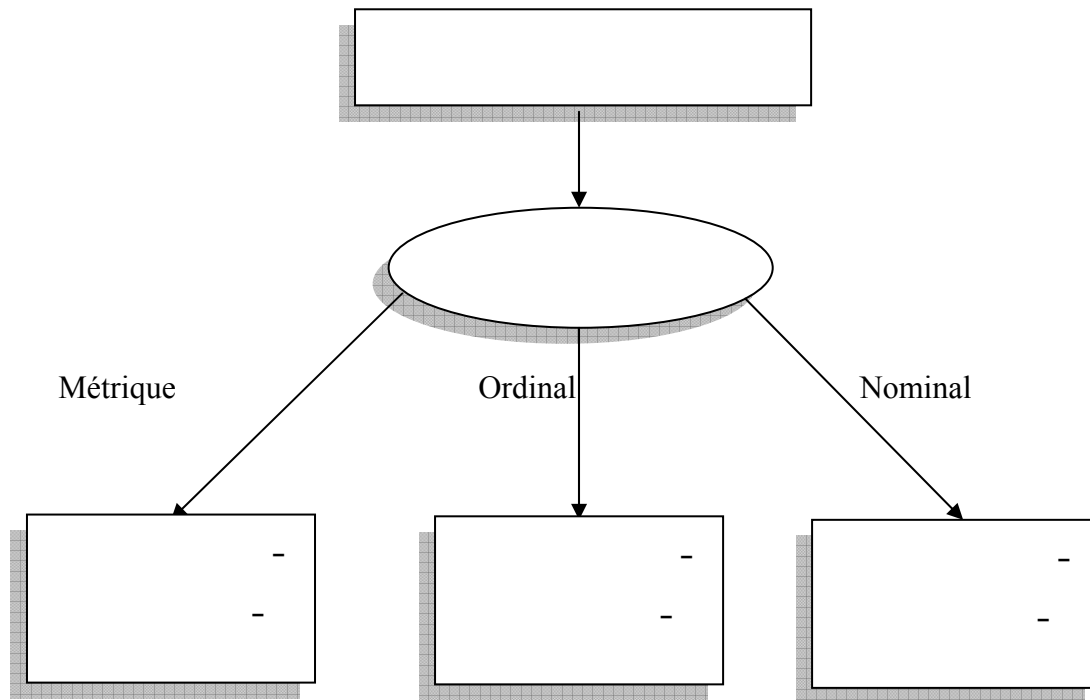
(Ordinale)

(Nominale)

: (09)

(Métrique)

: (09)



.611.

:

:

:

1

()

2

3

: 1) \bar{X} :

: .() (

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

¹Malika Boukella-Bouzouane, "Statistique descriptive", (Alger : CASBAH Edition , 2001) , p.40.

²Yves Evard et autres , Op.Cit, p.352.

$$\begin{matrix} i(&) & : x_i : \\ (&) & : n \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} (&) \\ & : \end{matrix}$$

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

$$\begin{matrix} i & : f_i : \\ i & : x_i \end{matrix}$$

¹.

$$: \underline{\quad /2}$$

$$\begin{matrix} (&) \\ & \cdot^2 \end{matrix} \quad \text{Me :}$$

:

$$\begin{matrix} : (&) \\ n & \frac{n+1}{2} \end{matrix} \quad \begin{matrix} : & - \\ \hline & \checkmark \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \cdot \frac{n}{2} + 1 & \frac{n}{2} \\ & \checkmark \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} : \\ & : & - \\ & \hline \end{matrix}$$

$$Me = L_0 + \frac{\sum f_i - F}{f_m} \times K$$

¹Yves Evard et autres , Op.Cit, p.356.

²Malika Boukella-Bouzouane, Op.Cit, p.40.

:

: L_0

()

: F

: f_m

: K

: 3

Mo :

1
.

.

:

$$Mo = L_0 + \frac{D_1}{D_1 + D_2} \times K$$

: L_0 :

: D_1

: D_2

: K

:

)

(

2
.

.

3
.

¹Ibid. p.45.

³Voir aussi: Khaled Khaldi, "**Méthodes statistiques et probabilités**" (Alger: CASBAH éditions, 2000), p.p.130-134.

: 1

: E :

$E = X_n - X_l$

: X_n :

: X_l

:

: X_n

: X_l

: 2

σ^2 :

:

$$\sigma^2 = \frac{\sum f_i(x_i - \bar{x})^2}{\sum f_i}$$

:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum f_i(x_i - \bar{x})^2}{\sum f_i}}$$

.

:() 3

CV :

: 100

$CV = \frac{\sigma}{x} \times 100$

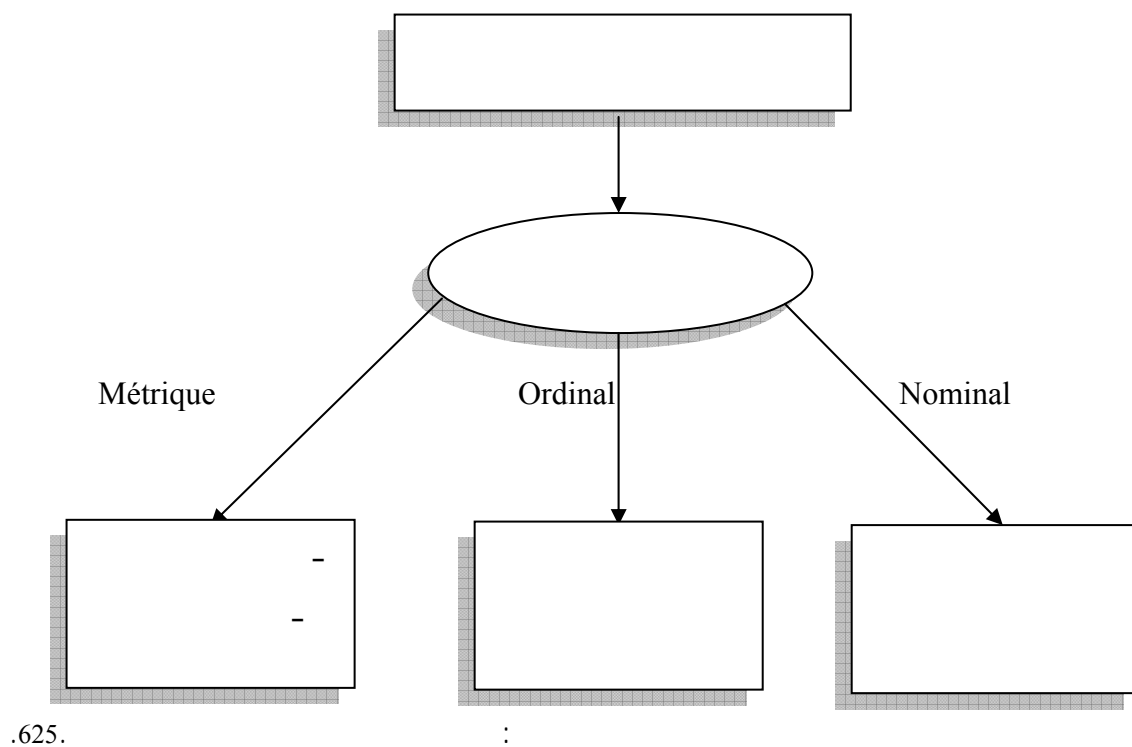
.

:

.(Analyse bivariée)

: (10)

: (10)



/1

1

:

$$r = \frac{Cov(x, y)}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

:

: y x : : Cov(x,y)

$$Cov(x, y) = \frac{\sum f_i (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum f_i}$$

x : : σ_x

y : : σ_y

: 1+ 1-

r = -1

r = +1

r = 0

/2

1

.

:

$$Rs = 1 - \frac{6 \cdot \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

: n :

: D


Coefficient de contingence /3

()

.

:

: (01)

	n	2	1	
K ₁	K _{1n}	K ₁₂	K ₁₁	1
K ₂	K _{2n}	K ₂₂	K ₂₁	2
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
K _m	K _{mn}		K _{m2}	K _{m1}	m
	K _n		K ₂	K ₁	

$$\vdots$$
$$(K_{ij})$$
$$(K_j)$$

i

$$(K_i)$$

j

i

1.

$$CC = \sqrt{\frac{G-1}{G}}$$

•

•

$$G = \sum \frac{(K_{ij})^2}{K_i \times K_j}$$

/4

•

•

•

$$Y = a + b.X$$

. b a X Y :

: \hat{Y} Y

$$\hat{Y} = \hat{a} + \hat{b}.X$$

: \hat{b} \hat{a}

$$\hat{b} = \frac{Cov(x, y)}{\sigma_x^2}$$

$$\hat{a} = \bar{Y} - \hat{b}.\bar{X}$$

:

)

(Analyse multivariée)

.() (

:

:

1

.2

: (Analyse factorielle) /1

¹ M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.cit., p.339.

² Marc Riquin , "**Mathématiques appliquées**" , (Paris : Ellipses , 1998) , p.p.139-146.

1

.

.

.

2

.

.

.

.

✓

✓

✓

:(Typologie)

/2

()

.

3

.

()

.

:

✓

:

✓

.

: (Les marchés tests)

✓

.

:

4 ()

()

:

) "

"

1

.89. (2002

²Naresh Malhotra , Op.cit., p.509.

³Ibid. p.542.

⁴M. Gauthy-Sinéchal et M. Vandercammen , Op.Cit. , p.349.

1

• • •

•

•

•

3

12

2

13

•

11

11

³Ibid. p.351.

: (Analyse discriminante) /4

: () .
1 .

.()

¹Ibid. p.354.



"

"

.

.Excel 2003 SPSS 11

:

.

✓

.

✓

.

✓

:

:

16

¹2003

1991

"Guelielmo Marconi"

²1898

.

.

1935

120

(80) 50

¹"Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector", www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/Keytelecom99.html , page consultée le 22/11/2005.

²"Evolution de téléphonie mobile sous les effets des régulations et les reformes dans la télécommunication" , http://www.hec.unil.ch/cms_inforge/Yunling.pdf , page consultée le 22/11/2005 , p.6.

:

:

	(Analogique)	(Cellulaire)
(Nordic Mobile Telephone)	"NMT"	()
450	¹ 1981 ()	
	.	900
"TACS"		.
1985	(Total Access Communication System)	
	.	900 800
		:
	"NMT"	
(Analogique)		
		.(Numérique)
	.	
		:
		"SMS"
(Global System for Mobile Communication)	"GSM"	
900	² 1992	
	.	1800

¹"Evolution de téléphonie mobile sous les effets des régulations et les reformes dans la télécommunication" , http://www.hec.unil.ch/cms_inforge/Yunling.pdf , 22/11/2005 , P.13.

²Thierry PENARD , "Comment analyser le succès de la téléphonie mobile en France" , <http://perso.univ-rennes.fr/thierry.penard/biblio/artmobile1.pdf> , 22/11/2005 , P.7.

"GSM"

.1%45 : 1999

:

(Débit) (1800 900) "GSM"

(9.6 Kbits/sec)

(Universal Mobile Technology System) "UMTS" ²2002

.3

✓

(348 Kbits/sec)

(2 Mbits/sec)

:

✓

()

"GPRS" "UMTS" "GSM"

(Global Packet Radio Service)

.4 / 50 20

(Paquets)

:

(02)

5

¹"Evolution de téléphonie mobile sous les effets des régulations et les reformes dans la télécommunication", http://www.hec.unil.ch/cms_inforge/Yunling.pdf, page consultée le 22/11/2005, P.14.

²Thierry PENARD, "Comment analyser le succès de la téléphonie mobile en France", <http://perso.univ-rennes.fr/thierry.penard/biblio/artmobile1.pdf>, page consultée le 22/11/2005, P.8.

³"Evolution de téléphonie mobile sous les effets des régulations et les reformes dans la télécommunication", http://www.hec.unil.ch/cms_inforge/Yunling.pdf, page consultée le 22/11/2005, P.16.

()

:(02)

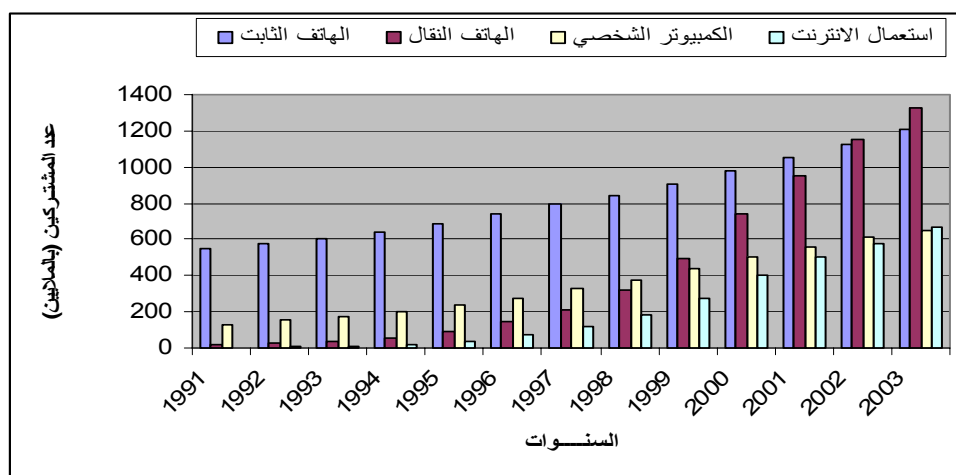
4.4	130	16	546	1991
7	155	23	572	1992
10	170	34	604	1993
21	200	56	643	1994
40	235	91	689	1995
74	275	145	738	1996
117	325	215	792	1997
183	375	318	846	1998
277	435	490	905	1999
399	500	740	983	2000
502	555	955	1053	2001
580	615	1155	1129	2002
665	650	1329	1210	2003

Source: "Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector",
http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html , 22/11/2005

:

()

:(11)



(02)

:

(2003– 1991)

(11)

16 .% 121 1210 546
. 82 % 8206 1329
. 5 % 477 650 130

665 4.4

150 % 15013

:

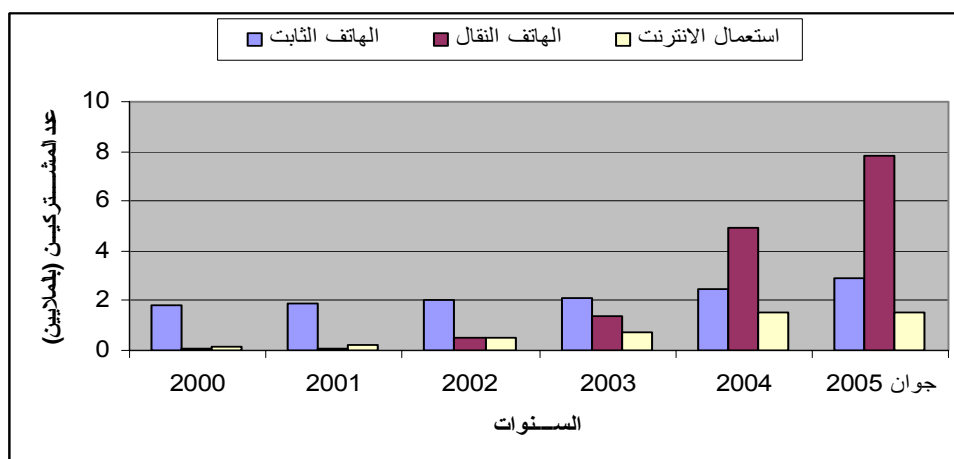
() : (03)

0.15	0.086	1.8	2000
0.20	0.099	1.9	2001
0.50	0.5	2	2002
0.70	1.4	2.1	2003
1.50	4.9	2.5	2004
1.55	7.8	2.9	2005

Source: ARPT, "Bulletin trimestriel N°1", http://www.arpt.dz/publications/Bultin_trim/bultin_trim_FR_07_2005.pdf, 21/11/2005 , page consultée le p.p.4-6

:

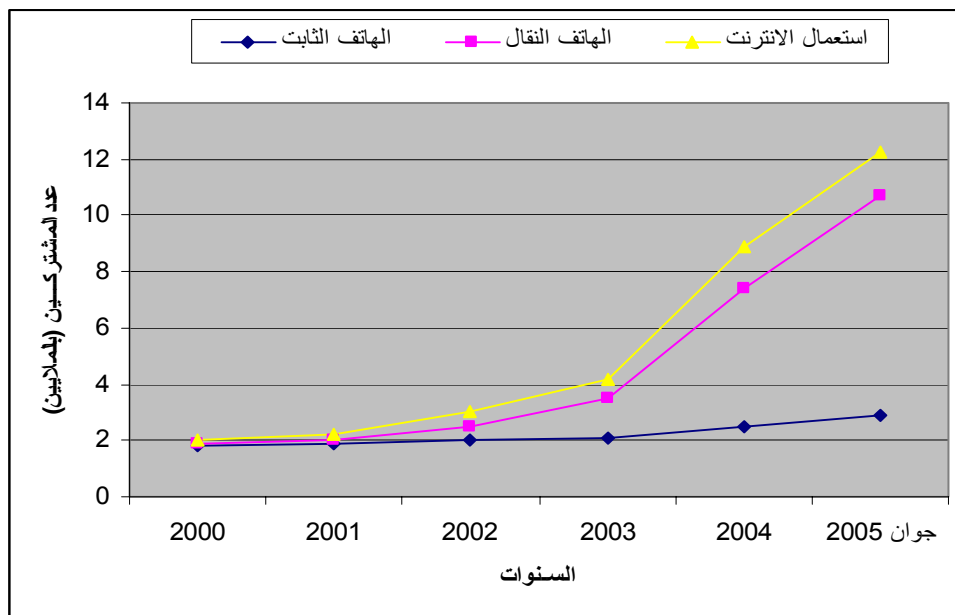
() : (12)



(03)

:

() : (13)



(03)

:

(13) (12)

.% 61 2.900.000 1.800.000 (2005 – 2000)

90 % 8969 7.800.000 86.000

1.550.000 15.000

. 103 % 10233

"

"

2001

"

"

2003

.2005

2004

:

() : (04)

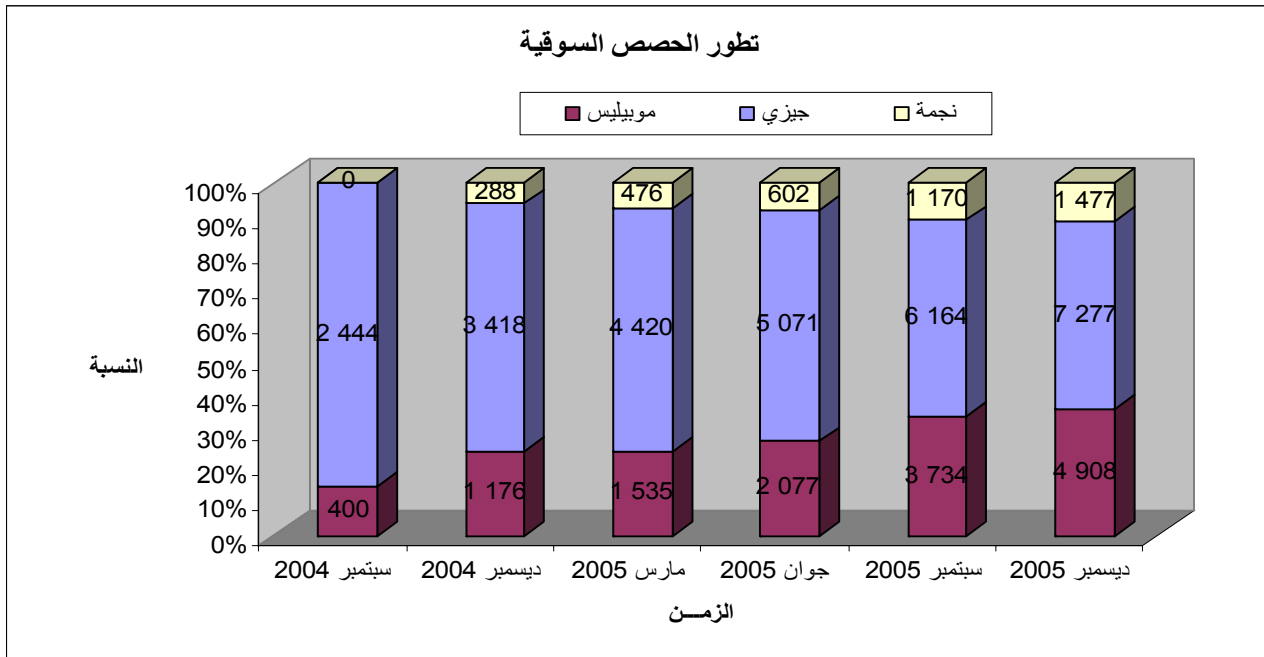
2,844	0	2,444	0,400	2004
4,882	0,288	3,418	1,176	2004
6,431	0,476	4,420	1,535	2005
7,750	0,602	5,071	2,077	2005
11,068	1,170	6,164	3,734	2005
13,662	1,477	7,277	4,908	2005

Source: ARPT , "

" , [http://www.arpt.dz/observatoires mobile arabe.pdf](http://www.arpt.dz/observatoires%20mobile%20arabe.pdf) , 12/02/2006 , p.p.2-7

:

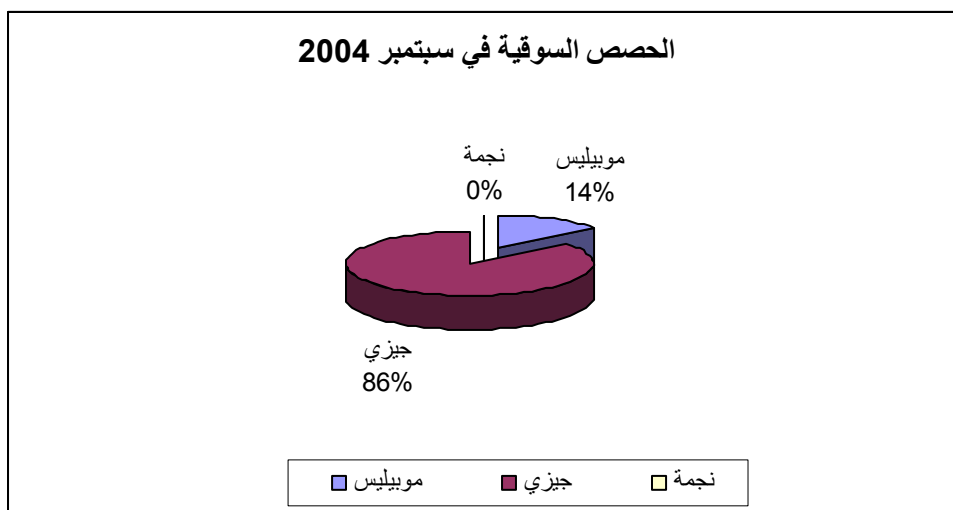
:(14)



(04)

:

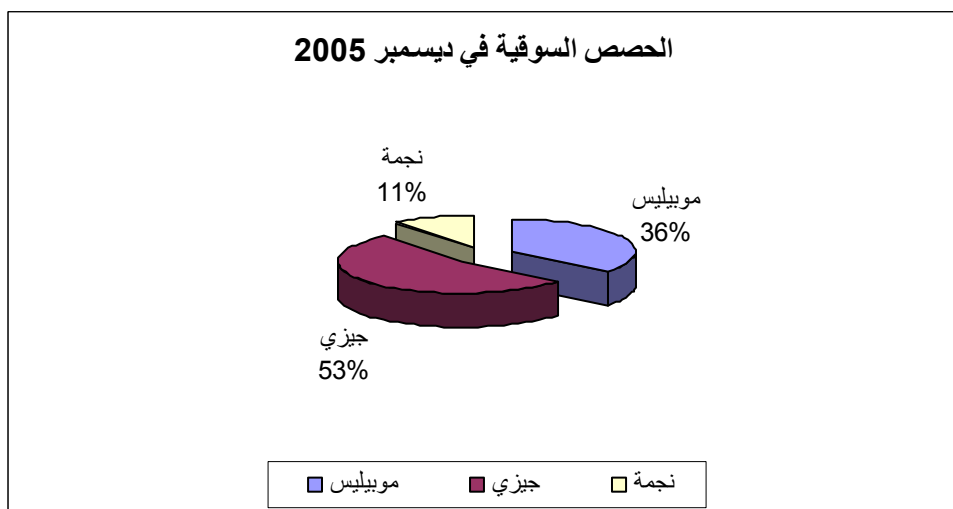
2004 : (15)



(04)

:

2005 : (16)



(04)

:

(04)

" 86 %

"

"

(15)

"

"

2004

% 14

"

% 53

% 36

% 11

.

:

"	"	"	"	"
:				
"ATM"				
			:	
	:	"	"	:
"ATM"				
100.000,00	1000	100.000.000,00		
. ¹ 2003				
	:	"	"	:
	. ² 2004			
		SMS	-	
		SMS	-	
			-	
2000	1000	500 :	-	
		%75	-	
1.176.000	2004/12/31		-	
	:			
	. ³			
		% 95	-	
	:		-	
.2005	3.000.000	-		
.2008	6.500.000	-		
.2005	10.000	-		

¹ Mobilis , "**Mobilis Présentation et objectifs**" , <http://www.mobilis.dz/brochure.ppt> , 21/11/2005 , p.3.

² Mobilis , "**Des services et des chiffres**" , http://www.mobilis.dz/dossiers_presse.htm , 21/11/2005.

³ Mobilis , "**Mobilis Présentation et objectifs**" , <http://www.mobilis.dz/brochure.ppt> , 21/11/2005 , p.7.

•

•

•

¹ Mobilis, "**Offre Résidentiel Mobilis**" , http://www.mobilis.dz/offre_resid.htm , page consultée le 27/11/2005.

: ¹"Forfait" -

() (08)

7.500,00 -

. 4.000,00 () -

: ²"Flotte" -

"flotte"

"Flotte" 10

. ³2005/03/04 :

:"Flotte" ❖

Fax Data

"Résidentiel"

: ❖

: -

5.000,00 19 10 -

4.000,00 20 -

: -

540,00 19 10 -

450,00 20 -

. 8,60 3 -

. 5 4 SMS -

10 MMS -

¹ Mobilis , "Offre Forfait Mobilis", http://www.mobilis.dz/offre_forfait.htm , page consultée le 27/11/2005.² Mobilis , "Offre Flotte", http://www.mobilis.dz/offre_entreprise.htm , page consultée le 27/11/2005.³ Mobilis , "Actualités", http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.

: "Pré-payé"

/2

:

: ¹"Mobilis la Carte"

-

()

. ²2004/02/03 :

:



-

-

-

-

-

.SMS

-

.GPRS-GSM -

-

-

:



15

12

.....

-

1.400,00

-

6

5

..... SMS

-

1.000,00

-

12

..... MMS

-

120

-

:



"

"

:(05)

	/	Bonus	
25	20	/	500
70	30	/	1000
70	45	250	2000

Source: Mobilis , "Offre Mobilis la Carte", http://www.mobilis.dz/Carte_mobilis.htm , 27/11/2005.

¹ Mobilis , "Offre Mobilis la Carte", http://www.mobilis.dz/carte_mobilis.htm , page consultée le 27/11/2005.

² Mobilis , "Actualités", http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.

:¹"Mobilight" -

²2005/03/28 :

SMS

: ❖

600,00 -

. 300,00 -

. 60 -

: ❖

:³"Mobiposte" -

(CCP)

⁴2005/03/04 :

:

1200 : -

2000 : -

3000 : -

500)

.(2000 1000

¹ Mobilis , "**Offre Mobilight**" , <http://www.mobilis.dz/mobilight.htm> , page consultée le 27/11/2005.

² Mobilis , "**Actualités**" , http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.

³ Mobilis , "**Offre Mobiposte**" , <http://www.mobilis.dz/mobiposte.htm> , page consultée le 27/11/2005.

⁴ Mobilis , "**Actualités**" , http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.

"OTA"

:

:¹"OTA"

:

2001

737

GSM

.2001

07

"Djezzy"

" " " "

.2003

(48)

"Eich la vie"

2002

(48)

2003

2004

2004

2003

2005

2005

2005

: "OTA"

:

:

:(Djezzy Particulier)

-1

:(Djezzy Entreprise)

-2

:

:(Djezzy Particulier)

-1

:

¹Djezzy , "**Historique**", <http://www.otalgerie.com/propos/historique.asp> , page consultée le 01/12/2005.

:"Djezzy Classic" -

"Djezzy Classic"

:

:1

✓

✓

✓

.SMS

✓

✓

:2(Economique)

120

1200 :

500

10

:SMS

:

3.50 -

6 -

5 -

8 -

14 -

9 -

:3(Confort)

20

250

2000 :

500

:

5.50 -

7 -

9 -

:SMS

¹Djezzy , "**Djezzy Classic**", <http://www.otalgerie.com/produits/djezzyclassic.asp> , page consultée le 01/12/2005.

²Djezzy, "**Le Forfait Economique** ", <http://www.otalgerie.com/produits/forfaiteconomique.asp>, page consultée le 01/12/2005.

³Djezzy, "**Le Forfait Confort** ", <http://www.otalgerie.com/produits/forfaitconfort.asp> , page consultée le 01/12/2005.

:¹(Excellence)

30

450

3000 :

500

:

5

-

6.50

-

9

-

:SMS

:"Djezzy Control"

-

(Djezzy Control) " "

(3000 2000 1000)

:²

✓

✓

✓

.SMS

✓

✓

✓

:³1000

1000 :

1500 :

500

:SMS

:

3.50

-

6

-

5

-

8

-

14

-

10

-

¹Djezzy , "Le forfait Excellence " , <http://www.otalgerie.com/produits/forfaitexcellence.asp> , page consultée le 01/12/2005.

²Djezzy , "Djezzy Control" , <http://www.otalgerie.com/produits/djezzycontrol.asp> , page consultée le 01/12/2005.

³Djezzy , "Control 1000 " , <http://www.otalgerie.com/produits/control1000.asp> , page consultée le 01/12/2005.

: ¹2000

: "1000 "

2250 : -

2000 : -

: ²3000

: "1000 "

3000 : -

3000 : -

: "Djezzy Carte" -

"

"

: ³

. ✓

. ✓

. ✓

.SMS ✓

. ✓

. ✓

.Roaming ✓

. ✓

:

:

. (30) ✓

. ✓

. 1000 : -

. 700 : -

. 40 : -

. 20 : -

¹ Djezzy , "Control 2000 " , <http://www.otalgerie.com/produits/control2000.asp> , page consultée le 01/12/2005.

² Djezzy , "Control 3000 " , <http://www.otalgerie.com/produits/control3000.asp> , page consultée le 01/12/2005.

³ Djezzy , "Djezzy Carte" , <http://www.otalgerie.com/produits/djezzycarte.asp> , page consultée le 01/12/2005.

:SMS

:

5	-	10	-
7	-	18	-
14	-	18	-

:

:

500	✓
1200	✓
2300	✓

:

" "

:(06)

2300	1200	500	
2300	1200	500	
90	40	15	
30	20	10	

Source: Djezzy , "**Djezzy Carte**", <http://www.otalgerie.com/produits/djezzycarte.asp> , 01/12/2005.

:(Djezzy Entreprise)

-2

:

"

"

: ¹GSM FAX

.

"

"

: ²GSM DATA

.

.

¹ Djezzy , "**GSM FAX**", <http://www.otalgerie.com/entreprise/fax.asp> , page consultée le 01/12/2005.² Djezzy , "**GSM DATA**", <http://www.otalgerie.com/entreprise/data.asp> , page consultée le 01/12/2005.

:

: ¹"Djezzy Business Control" -

:

✓

✓

✓

✓

✓

500

✓

✓

:

. 1200 : -

. 1500 : -

. 500 : -

:SMS

:

3.50 -

5 -

5 -

6 -

14 -

8 -

: ²"Djezzy Business" -

:

✓

500

✓

✓

:

. 1200 : -

. 1500 : -

. 500 : -

¹"Djezzy Business Control", http://www.otalgerie.com/entreprise/Djezzy_Business_Control.asp , page consultée le 01/12/2005.

²Djezzy, "Djezzy Business", <http://www.otalgerie.com/entreprise/Djezzybusiness.asp> , page consultée le 01/12/2005.

. 10 : -
 . 210 : -

:¹"Business Control Plus" -

:(100)

.
 " "

. 800 : -
 . 900 : -
 . 500 : -
 . 500 : -

" "

:²"Flotte" -

"Flotte"

"Djezzy Business"

: "Djezzy Business Control"

"Flotte" : (07)

500	1500	1200	9 – 2
500	1400	1000	29 – 10
500	1350	950	59 – 30
500	1290	890	60

Source: Djezzy, "**Offre flotte de Djezzy**", http://www.otalgerie.com/entreprise/Offre_flotte_de_Djezzy.asp , 01/12/2005.

¹Djezzy , "**Business Control Plus**", http://www.otalgerie.com/entreprise/Business_Control_Plus.asp , page consultée le 01/12/2005.

²Djezzy , "**Offre Flotte de Djezzy**", http://www.otalgerie.com/entreprise/Offre_flotte_de_Djezzy.asp , page consultée le 01/12/2005.

"WTA"

:

:¹"WTA"

:

1999

"

"

10

% 78

"WTA"

421

2003

02

" "

" "

2004

25

:"WTA"

:

: " "

(Grand public)

-1

(Entreprise)

-2

:

:(Grand public)

-1

:

:²"La Carte Star"

-

% 50

.(Favoris)

9

"

"

13

¹ Nedjma , "**Historique**", <http://www.nedjma.dz/watweb/history.do> , page consultée le 10/12/2005.

² Nedjma , "**La Carte Star**", <http://www.nedjma.dz/watweb/pubofferstarcard.do> , page consultée le 10/12/2005.

:

:

9

.....

-

13

.....

-

:SMS

5

-

:MMS

10

-

:

(06)

:

. 1000 500 250 x4

" "

:(08)

60	7	7	250 x 4
60	25	20	500
60	70	30	1000
60	70	30	1500
60	70	30	2000
60	70	30	3000

Source : Nedjma , "La Carte Star", <http://www.nedjma.dz/watweb/pubofferstarcad.do> , 10/12/2005.

: ¹"La Carte Nedjma"

-

:

. 3000 2000 1500 1000 500 250 x4 :

-

. 3000 2000 1500 1000 70

-

¹Nedjma , "La Carte Nedjma", <http://www.nedjma.dz/watweb/publicoffercarddetail.do> , page consultée le 10/12/2005.

7.50

-

MMS 50 -

:

:¹"Le Forfait de Nedjma"

-

:

. / 8

100 : 1200

-

. / 7.50

200 : 1800

-

. / 6.50

350 : 2500

-

:²"Le Forfait partagé"

-

350

(12)

.(/ 20 : / 15 :)

-

-

. 2500 :

-

. 500 :

-

. 350 :

-

. 6.50 :

-

¹Nedjma , "Le forfait de Nedjma", <http://www.nedjma.dz/watweb/publicofferforfaitdetail.do> , page consultée le 10/12/2005.

²Nedjma , "Le forfait partagé", <http://www.nedjma.dz/watweb/puboffersharedforfaitdetail.do> , page consultée le 10/12/2005.

:(Entreprise) -2

:

:¹"Le Forfait partagé"

:

" " : (09)

6.50	350	2500	2900
		500	1900

Source : Nadjma , "La forfait partagé", <http://www.nedjma.dz/watweb/corpooffersharedforfait.do> , 10/12/2005.

:

:

: /1

"

" :

"

" "

"

.

" "

"

" "

"

:

:

¹Nedjma , "La forfait partagé", <http://www.nedjma.dz/watweb/corpooffersharedforfait.do> , page consultée le 10/12/2005.

-1

() (Perceptions)

-2

-3

: /2

2005/12/27 2005/12/14 : -

: -

: /3

(ARPT)

2003

. ¹ 700

: /4

700

: /5

2

:

¹ARPT , "Sondage sur la téléphonie mobile", http://www.arpt.dz/observatoire/rapport_sondage_mai_2003.pdf ,
page consultée le 09/12/2005.

- . (09) : .1
- . (03) : .2
- 13 : .3
- . : .4
- . : .5

: 16

(Analyse univariée)

Excel 2003

SPSS 11

(Analyse bivariée)

Excel 2003 : (17)

Microsoft Excel - questionnaire								
Fichier Edition Affichage Insertion Format Outils Données Fenêtre ?								
Tableau croisé dynamique								
Arial 10								
D21 6								
	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Operateu	Sexe	Age	Professio	tuation fam	Niveau scol	ée d'abonn	de d'abo
2	2	1	33	2	3	4	4	2
3	2	1	20	6	1	2	1	1
4	2	2	20	6	1	3	2	1
5	2	1	21	6	1	3	2	1
6	2	1	20	6	1	4	1	1
7	2	1	20	6	1	4	1	1
8	2	1	31	7	1	4	3	2
9	2	1	22	6	1	3	1	1
10	2	1	23	6	1	3	1	1
11	2	1	21	6	1	3	4	1
12	2	1	21	6	1	3	1	1
13	2	1	31	1	2	4	4	1
14	2	1	22	6	1	4	2	1
15	2	1	19	6	1	3	2	2
16	2	2	21	6	1	3	1	1

SPSS 11 : (18)

questionnaire - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Window Help

19 : utiliza3 1

	opereu	sexe	age	professi	situfami	niveau	duree	rr
1	2	1	33	2	3	4	4	2
2	2	1	20	6	1	2	1	1
3	2	2	20	6	1	3	2	1
4	2	1	21	6	1	3	2	1
5	2	1	20	6	1	4	1	1
6	2	1	20	6	1	4	1	1
7	2	1	31	7	1	4	3	2
8	2	1	22	6	1	3	1	1
9	2	1	23	6	1	3	1	1
10	2	1	21	6	1	3	4	1
11	2	1	21	6	1	3	1	1
12	2	1	31	1	2	4	4	1
13	2	1	22	6	1	4	2	1
14	2	1	19	6	1	3	2	2
15	2	2	21	6	1	3	1	1

Data View Variable View

SPSS Processor is ready

:

:

/7

20

.

.

. 700 :

19

29

48

652 :

. ...

18

:

/8

1

652

50

SPSS 11

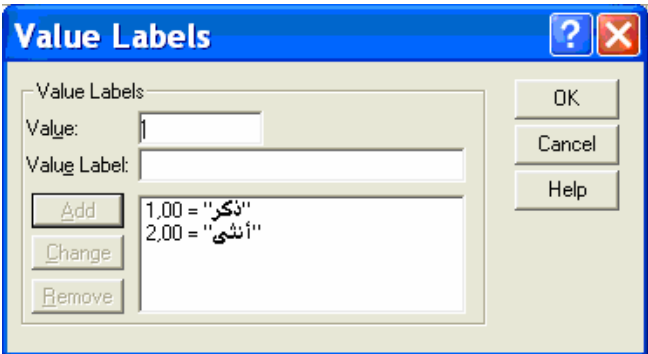
.()

()

"Value Labels"

(19)

" Value Labels" : (19)



SPSS 11 :

" " " " (Sexe)

"Professi" . "2" "1"
: 9 1

:(10)

N°	1	2	3	4	49	50
	Operateu	Sexe	Age	Professi	Amelior3	Amelior4
1	2	1	33	2	1	1
2	2	1	20	6	1	1
3	2	2	20	6	1	2
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
651	3	2	21	6	2	2
652	3	1	40	2	1	1

:

2329

32600

:

:

:

:

652

:

-1

% 32

211 :

% 55

354 :

% 13

87 :

) 2005

()

% 11

% 53

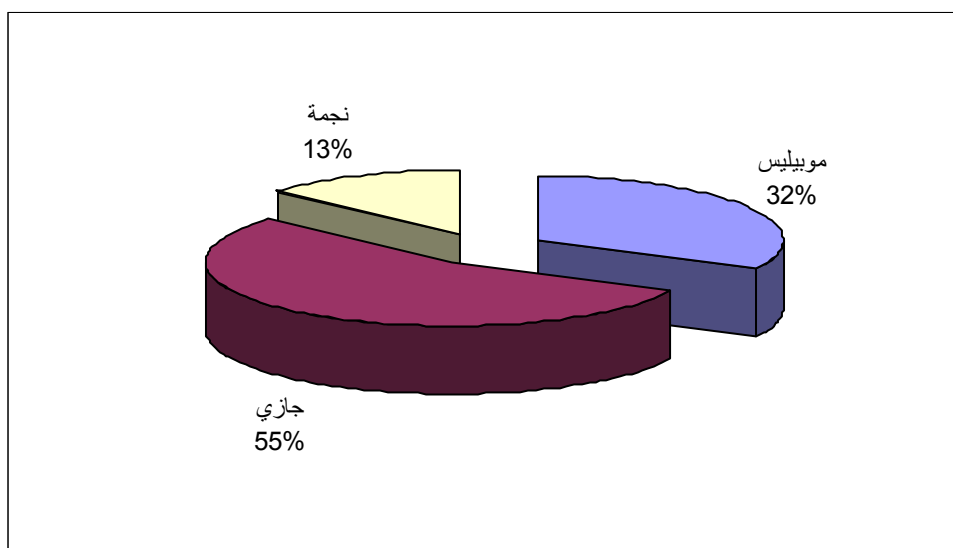
% 36

:(

:

.

:(20)



:

:

652

:

-2

% 67

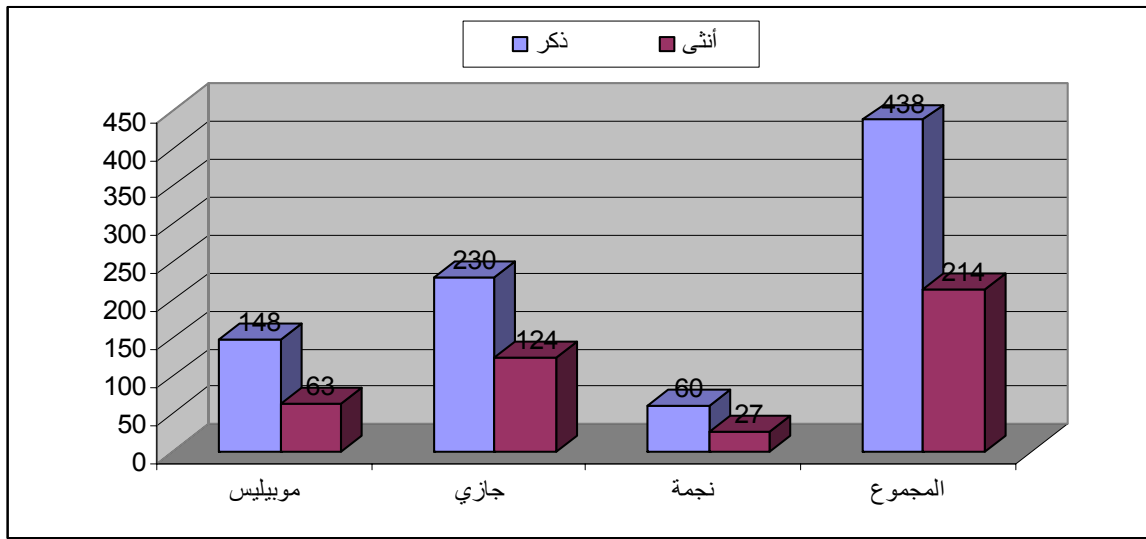
438 :

% 33

214 :

:

:(21)

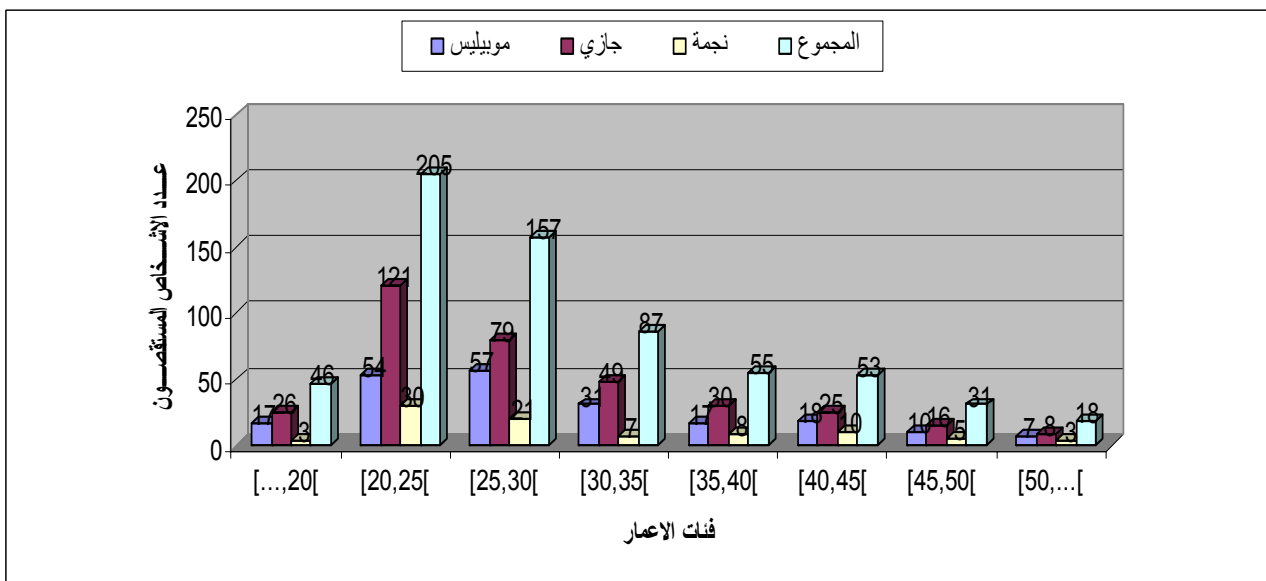


:

: -3

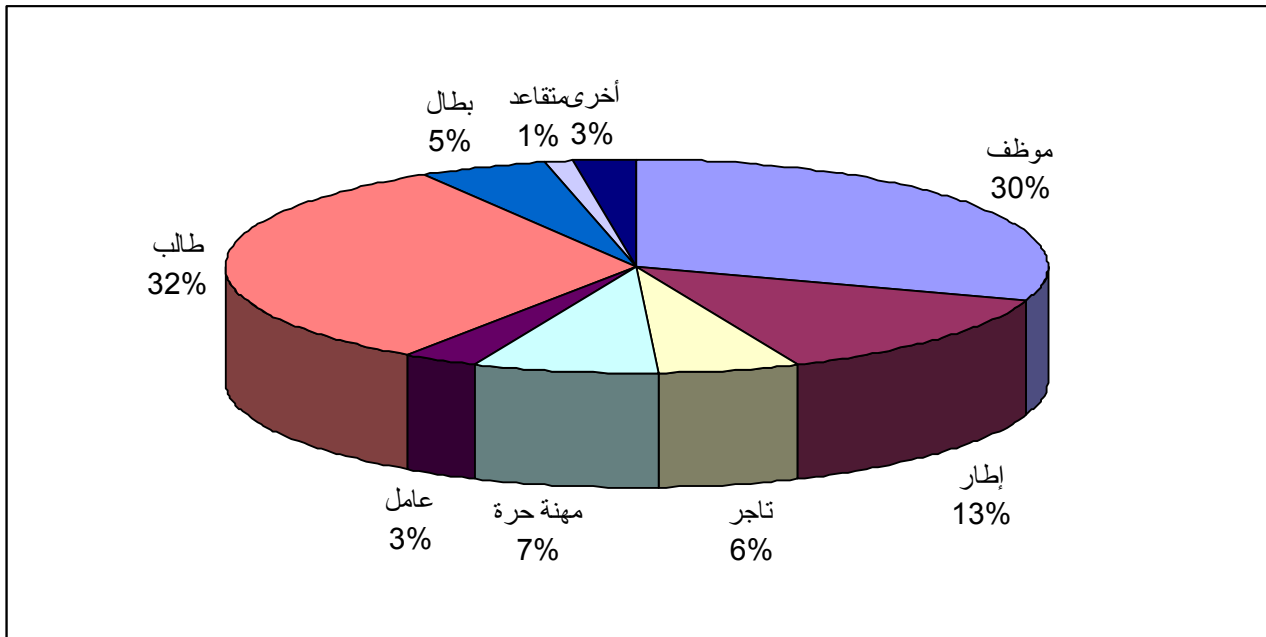
20 % 69 (22)
 205) 25 20 % 31 (449) 35
 (30 :) 29 .
 .(30 : 29 :

:(22)



:

:(23)



:

(% 30)

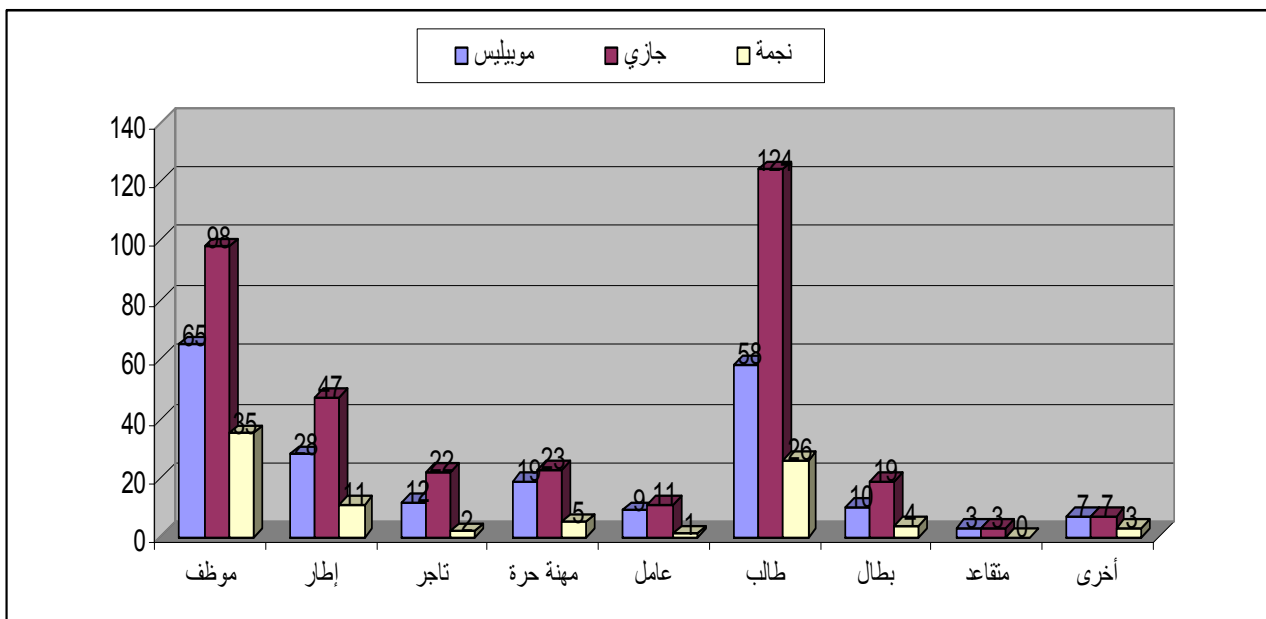
(% 32)

(23)

(% 01)

(24)

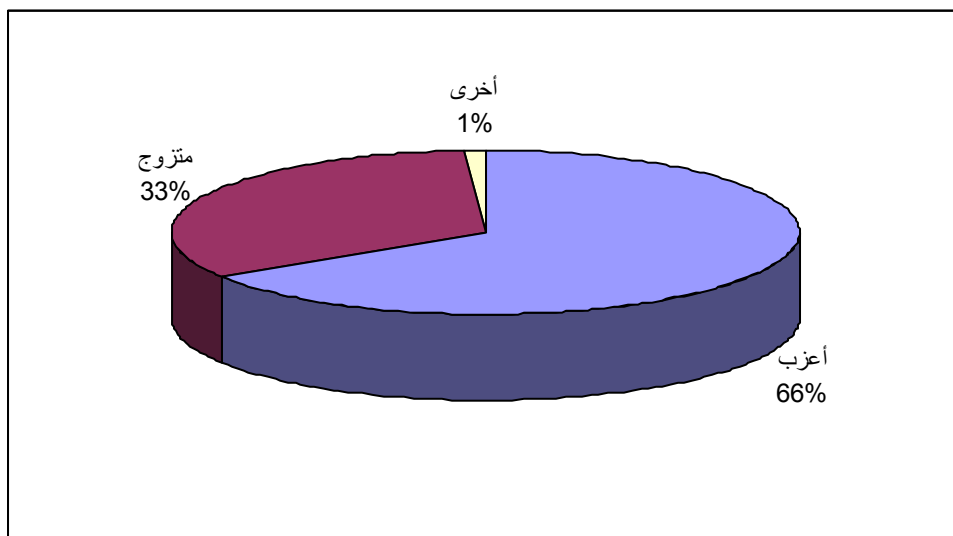
:(24)



:

-5

:(25)



:

33 %

66 %

(25)

01 %

:

. (1 %)

2 (35 %)

74 (64 %)

135 :

. (1 %)

3 (30 %)

107 (69 %)

244 :

. (2 %)

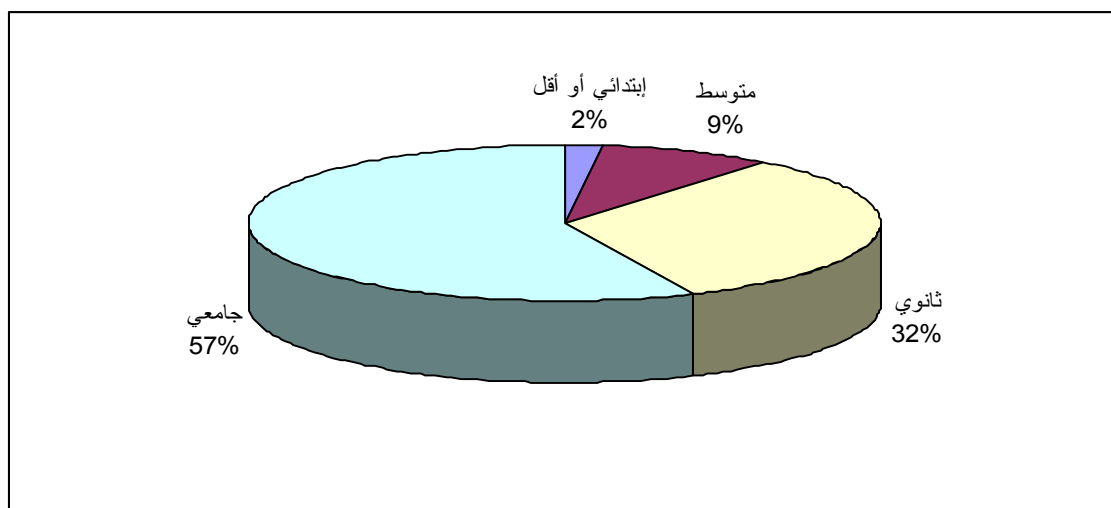
2 (39 %)

34 (59 %)

51 :

-6

:(26)



:

(% 32) % 57 (26)

.

(% 2)

:

.(% 55) 115 (% 33) 69 (% 10) 22 (% 2) 5 :

.(% 59) 210 (% 32) 112 (% 7) 26 (% 2) 6 :

.(% 52) 45 (% 34) 30 (% 13) 11 (% 1) 1 :

:

-7

:

652

:(11)

% 39	252	% 100	87	% 29	103	% 29	62	
% 24	159	% 0	00	% 29	101	% 27	58	
% 17	114	% 0	00	% 20	72	% 20	42	
% 20	127	% 0	00	% 22	78	% 23	49	
% 100	652	% 100	87	% 100	354	% 100	211	

:

:

-8

(% 08) % 92 (27)

.

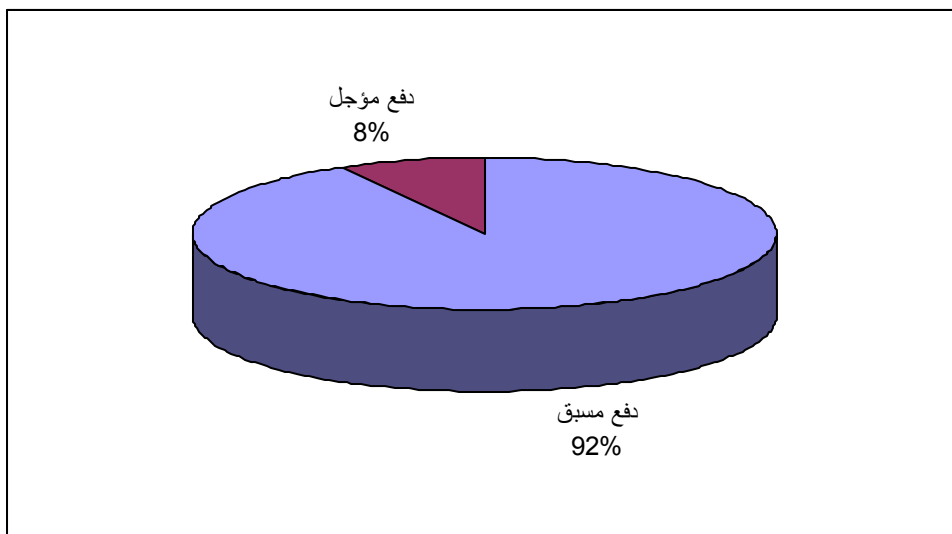
:

.(% 09) 18 (% 91) 193 :

.(% 08) 30 (% 92) 324 :

.(% 5) 4 (% 95) 83 :

:(27)



:

-9

:

652

% 92

601

-

% 45

292

-

% 24

156

-

:

1

:(12)

% 92	601	% 99	86	% 91	321	% 92	194	
% 45	292	% 43	37	% 45	160	% 45	95	
% 24	156	% 21	18	% 26	92	% 22	46	

:

:

-10

:

1:(13)

% 68	442	% 74	64	% 66	234	% 68	144	
% 49	322	% 56	49	% 48	169	% 49	104	
% 26	170	% 30	26	% 25	88	% 27	56	
% 16	102	% 14	12	% 16	55	% 17	35	
% 42	276	% 66	57	% 31	109	% 52	110	
% 25	166	% 28	24	% 27	94	% 23	48	
% 10	66	% 14	12	% 10	35	% 09	19	
% 13	86	% 11	10	% 14	48	% 13	28	

:

(13)

) (% 49) () (% 68) ()
" " " " " " (% 42) ()
() ()

.

.

-11

(14)

. (% 59) (% 71) SMS (% 88)

.

1

:(14)

% 88	574	% 90	78	% 88	311	% 88	185	
% 71	461	% 75	65	% 70	248	% 70	148	SMS
% 12	79	% 11	10	% 12	44	% 12	25	MMS
% 17	113	% 17	15	% 19	66	% 15	32	
% 21	136	% 22	19	% 20	72	% 21	45	
% 24	155	% 23	20	% 25	87	% 23	48	
% 59	383	% 64	56	% 58	205	% 58	122	
% 25	162	% 22	19	% 26	91	% 25	52	
% 15	101	% 8	7	% 18	64	% 14	30	
% 5	35	% 3	3	% 6	22	% 5	10	Roaming
% 4	27	% 5	4	% 4	14	% 4	9	

:

:

652

:

-12

% 81

530 :

-

% 19

122 :

-

.

:

(15)

(

) 23

14

(% 99)

(

) 13

(% 96)

(

)

(% 57)

(Roaming) 21

.

() 13
(% 07) () 18 () 14
() 19 . (% 12)
(% 37) () 23 (% 43)
(% 67) () 18
.¹(% 13) (Roaming) 21

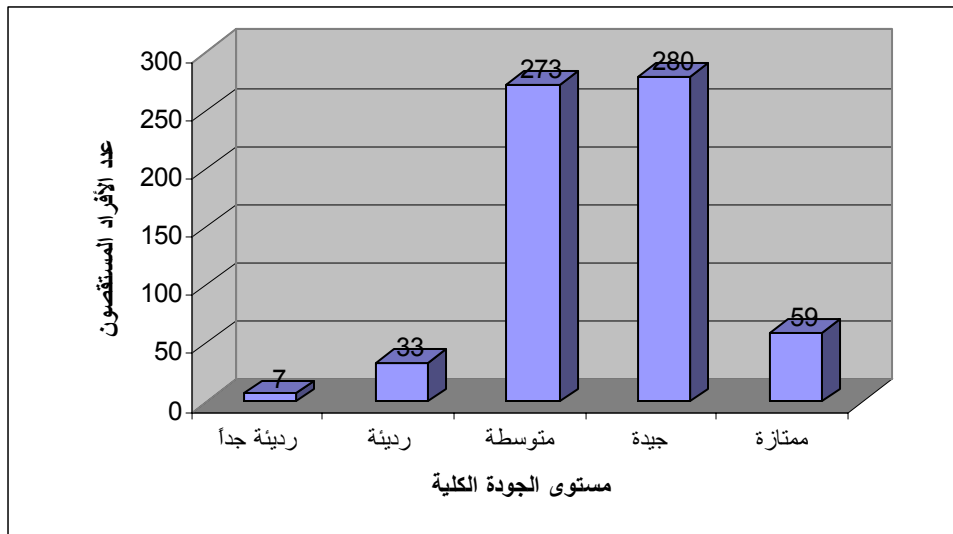
:(15)

% 32	207	% 56	366	% 12	75	% 99		13
% 46	289	% 44	273	% 10	62	% 96		14
% 24	118	% 51	251	% 25	125	% 76		15
% 34	183	% 48	263	% 18	97	% 83		16
% 38	191	% 47	235	% 16	79	% 77		17
% 67	414	% 26	163	% 7	43	% 95		18
% 30	158	% 27	144	% 43	228	% 81		19
% 22	106	% 44	213	% 35	169	% 75		20
% 13	49	% 57	209	% 30	111	% 57	Roaming	21
% 19	100	% 44	226	% 36	187	% 79		22
% 19	121	% 44	273	% 37	233	% 96		23
% 29	175	% 45	270	% 26	155	% 92		24
% 17	94	% 48	266	% 35	195	% 85		25

:

:

:(28)

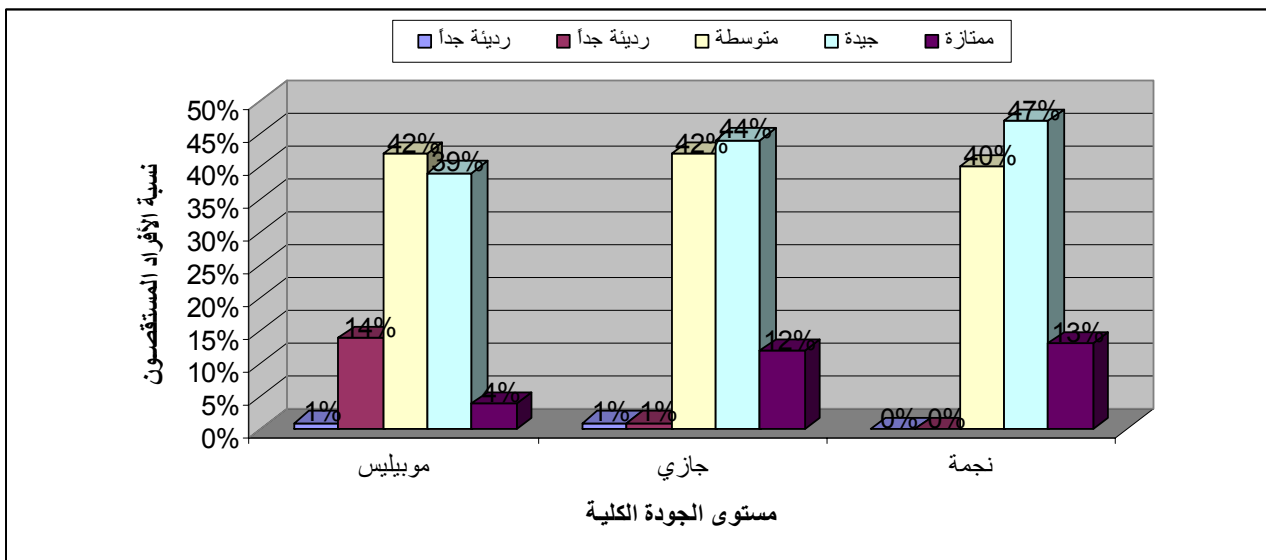


:

(28)

.1

:(29)



:

(29)

" " " " " "

:

-27

: 652

:(16)

% 19	125	% 8	7	% 12	41	% 37	77	
% 45	292	% 51	44	% 45	161	% 41	87	
% 36	235	% 41	36	% 43	152	% 22	47	

:

% 45 % 19 (16)

% 36 ()

% 12 " " % 37

. % 8 " "

-28

: 652

1

:(17)

% 52	337	% 48	42	% 46	162	% 63	133	
% 81	528	% 84	73	% 80	283	% 82	172	
% 51	334	% 48	42	% 52	185	% 51	107	
% 60	392	% 67	58	% 59	208	% 60	126	

:

:

(13)

⇐

:

.

.

(14)

⇐

"SMS"

.

.

⇐

.

()

.

(22 21 20 19 17 16 15)

⇐

)

(... Roaming

.

(18 14 13)

⇐

" " " " " "

.

% 37

23

⇐

.

26

⇐

. % 94

. % 100 : " " % 98 : " " % 85 : " "

" " " " " "

.

27

⇐

% 45

% 36 :

.

% 8 " " % 12 " " % 37 " "

" "

.

. % 22 " " % 41 " " % 43 " "

.

28

⇐

(% 60)

(% 81)

(% 51)

(% 52)

.

.

.

:

:

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

.

.

.

.



:

.

.

:

()
)

✓

(...

✓

"

"

.

✓

.

:

.

✓

.

"

"

.

✓

:

. ... Excel STATISTICA SPSS

:

✓

✓

86.000 : 2000

. 159 2005 13.662.000

.

"

"

✓

"

"

"

"

%53 :

"

"

. %11 :

"

"

"

"

%36 :

✓

.

:

✓

.

:

:

-1

.

-2

.

-3

.

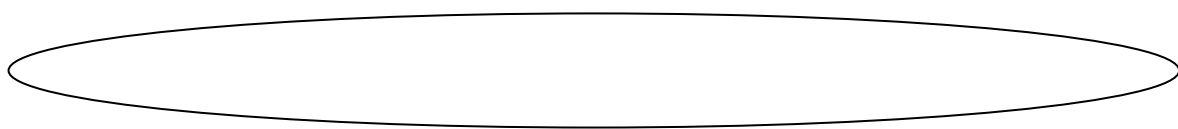
⋮

⋮

✓

✓

✓



:

01

)

(2002

02

(2001 :)

03

(2003 :)

04

:)

(2002

05

(2005 :)

06

:) - -

(2000

07

:)

(2005

08

:) - -

(2001

09

:)

(2000

10

(2002)

11

(2000 :)

) 12

(2002

(2001 :) 13

(1993 :) - - 14

(2001 :) 15

(2003 :) 16

(2004 :) 17

-
- 18 Chantal AMMI Le Marketing/ Un outil de décision Face à l'incertitude, (Paris : ellipses , 1993)
 - 19 Claude Demeure Marketing, (Paris : DALLOZ , 1999)
 - 20 J. Lendrevie, J. Lévy MERCATOR, (Paris : DALLOZ , 2000)
et D Lindon
 - 21 Khaled Khaldi Méthodes statistiques et probabilités, (Alger, CASBAH Editions, 2000)
 - 22 Malika Boukella- Statistique descriptive , (Alger : CASBAH Editions, 2001)
Bouzouane
 - 23 Marc Riquin Mathématiques appliquées , (Paris : Ellipses , 1998)
 - 24 M. Gauthy-Sinéchal et Etudes de marchés , (Paris : BERTI , 2005)
M. Vandercammen
 - 25 Naresh Malhotra Etudes marketing avec SPSS , (Paris : PEARSON Education , 2004)
 - 26 P. Amerein Etudes de marché, (Maxéville: Nathan, 1996)
 - 27 S. Martin , et J.P. Marketing (Batna: CHIHAB , 1996)
Védrine
 - 28 Stéphane Etienne , et Etudes de marchés , (Tunis: CLE , 2000)
Hichem Hellara
 - 29 Y. Evrard, B. Pras , E. MARKET , (Paris : DUNOD , 2003)
Roux

- 30 ARPT , " " , [http://www.arpt.dz/observations mobile arabe.pdf](http://www.arpt.dz/observations%20mobile%20arabe.pdf) , page consultée le 12/02/2006 , p.p.2-7.
- 31 ARPT , "**Sondage sur la téléphonie mobile**" , http://www.arpt.dz/observatoire/rapport_sondage_mai_2003.pdf , 12/02/2006 , p.p.2-7.
- 32 "**Le cycle de vie du marché**" , <http://www.etudesdemarche.net/cycle-vie-marche.html> , page consultée le 14/01/2006
- 33 Nedjema , "**Historique**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/history.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 34 Nedjema , "**La Carte Star**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/pubofferstarcard.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 35 Nedjema , "**La Carte Nedjma**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/publicoffer carddetail.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 36 Nedjema , "**Le forfait de Nedjma**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/publicofferforfaitdetail.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 37 Nedjema , "**Le forfait partagé**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/puboffersharedforfaitdetail.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 38 Nedjema , "**La forfait partagé**" , <http://www.nedjma.dz/watweb/corpooffersharedforfait.do> , page consultée le 10/12/2005.
- 39 Djezzy , "**Lexique de GSM**" , <http://www.djezzygsm.com/misc/lexique.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 40 Djezzy , "**Services Djezzy**" , <http://www.otalgerie.com/services/default.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 41 Djezzy , "**Historique**" , <http://www.otalgerie.com/propos/historique.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 42 Djezzy , "**Djezzy Classic**" , <http://www.otalgerie.com/produits/djezzyclassic.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 43 Djezzy , "**Le Forfait Economique**" , <http://www.otalgerie.com/produits/forfaiteconomique.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 44 Djezzy , "**Le Forfait Confort**" , <http://www.otalgerie.com/produits/forfaitconfort.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 45 Djezzy , "**Le Forfait Excellence**" , <http://www.otalgerie.com/produits/forfaitexcellence.asp> , page consultée le 01/12/2005.

- 46 Djezzy , "**Djezzy Control**" , <http://www.otalgerie.com/produits/djezzycontrol.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 47 Djezzy , "**Control 1000** " , <http://www.otalgerie.com/produits/control1000.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 48 Djezzy , "**Control 2000** " , <http://www.otalgerie.com/produits/control2000.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 49 Djezzy , "**Control 3000** " , <http://www.otalgerie.com/produits/control3000.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 50 Djezzy , "**Djezzy Carte**" , <http://www.otalgerie.com/produits/djezzycarte.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 51 Djezzy , "**GSM FAX**" , <http://www.otalgerie.com/entreprise/fax.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 52 Djezzy , "**GSM DATA**" , <http://www.otalgerie.com/entreprise/data.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 53 Djezzy , "**Djezzy Business Control**" , http://www.otalgerie.com/entreprise/Djezzy_Business_Control.asp , page consultée le 01/12/2005.
- 54 Djezzy , "**Djezzy Business**" , <http://www.otalgerie.com/entreprise/Djezzybusiness.asp> , page consultée le 01/12/2005.
- 55 Djezzy , "**Business Control Plus**" , http://www.otalgerie.com/entreprise/Business_Control_Plus.asp , page consultée le 01/12/2005.
- 56 Djezzy , "**Djezzy_Business Plus**" , http://www.otalgerie.com/entreprise/Djezzy_Business_Plus.asp , page consultée le 01/12/2005.
- 57 Djezzy , "**Offre Flotte de Djezzy**" , http://www.otalgerie.com/entreprise/Offre_flotte_de_Djezzy.asp , page consultée le 01/12/2005.
- 58 Mobilis , "**Offre Résidentiel Mobilis**" , http://www.mobilis.dz/offre_resid.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 59 Mobilis , "**Offre Forfait Mobilis**" , http://www.mobilis.dz/offre_forfait.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 60 Mobilis , "**Offre Flotte**" , http://www.mobilis.dz/offre_entreprise.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 61 Mobilis , "**Actualités**" , http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.

- 62 Mobilis , **"Offre Mobilis la Carte"** , http://www.mobilis.dz/carte_mobilis.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 63 Mobilis , **"Actualités"** , http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 64 Mobilis , **"Offre Mobilight"** , <http://www.mobilis.dz/mobilight.htm> , page consultée le 27/11/2005.
- 65 Mobilis , **"Actualités"** , http://www.mobilis.dz/mobilis_actu.htm , page consultée le 27/11/2005.
- 66 Mobilis , **"Offre Mobiposte"** , <http://www.mobilis.dz/mobiposte.htm> , page consultée le 27/11/2005.
- 67 **"Evolution de téléphonie mobile sous les effets des régulations et les reformes dans la télécommunication"** , http://www.hec.unil.ch/cms_inforge/Yunling.pdf , page consultée le 22/11/2005.
- 68 **"Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector"** , http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/Keytelecom99.html , page consultée le 22/11/2005.
- 69 **Thierry PENARD , "Comment analyser le succès de la téléphonie mobile en France"** , <http://perso.univ-rennes.fr/thierry.penard/biblio/artmobile1.pdf> , page consultée le 22/11/2005.
- 70 ARPT , **"Bulletin trimestriel N° 1"** , http://www.arpt.dz/publications/Bultin_trim/bultin_trim_FR_07_2005.pdf , page consultée le 21/11/2005.
- 71 Mobilis , **"Glossaire"** , www.mobilis.dz/glossaire.htm , page consultée le 21/11/2005.
- 72 Mobilis , **"Mobilis Présentation et objectifs"** , <http://www.mobilis.dz/brochure.ppt> , page consultée le 21/11/2005.
- 73 Mobilis , **"Des services et des chiffres"** , http://www.mobilis.dz/dossiers_presse.htm , page consultée le 21/11/2005.



(01)

..... : :
..... : :
..... : :

	:	✓
<input type="checkbox"/>	-	
<input type="checkbox"/>	-	
	:	✓
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
	:	✓
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
..... :	-	
:		✓
.....		
.....		
.....		

(02)

				: /1
15 10) .(6 4 .	30) .(-
.	.	.	.	-
.	.	.	.	-
.	.) .() .(-
30 10	50	75	100	-
.	.	.	.	-
				: /2
.	.	.	.	-
.	.	.	.	-
				: /3
.	.	20 .%40	.	-

Source : Y. Evrard , B. Pras , E. Roux , Op.Cit. , p.p.186-187.

(03)

1:

(Global System for Mobile communication) GSM /1

() "GSM"

"SMS"

1900 1800 900)
(

(Global Packet Radio Service) " GPRS" /2

(Paquets)

(GSM) (10)

GSM

. MMS

.

(Universal Mobile Technology System) UMTS /3

GSM 200

.

(Multimedia Message Service) " MMS" /4

...

.

: (Enhanced Message Service) EMS /5

"SMS"

.

¹ Mobilis , "Glossaire", www.mobilis.dz/glossaire.htm , 21/11/2005.

: "Roaming" /6

"Roaming"

: "La Visiophonie" /7

. "UMTS"

¹(Short Message Service) SMS /8

160 (–)

: (Wireless Application Protocol) WAP /9

: ² (Messagerie Vocale) /10

: (Double Appel) /11

: (Renvoi d'appel) /12

...

¹Djezzy , "Lexique de GSM", <http://www.djezzygsm.com/misc/lexique.asp> , 01/12/2005.

²Djezzy , "Services Djezzy" , <http://www.otalgerie.com/services/default.asp> , 01/12/2005.

: (Identification d'appel "Clip") /13

.

: (Mode Anonyme "Clir") /14

.

: (L'International) /15

.

: (Appel en Conférence) /16

.

(04)

" "

.I

:

☐ ☐ ☐ : /1☐ ☐ : /2

..... : /3

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ : /4☐ ☐ ☐ ☐☐ ☐ ☐ : /5☐ ☐ ☐ ☐ : /6

/7

☐ - ☐ -☐ - ☐ -() ☐ () ☐ /8

() /9

☐ ☐ ☐**.II**

:

() /10

. ☐ ☐ . ☐. ☐ . ☐ . ☐. ☐ . ☐

() /11

. ☐ . ☐ . ☐.Roaming ☐ . ☐ .SMS ☐. ☐ . ☐ .MMS ☐. ☐ . ☐

/12

☐ ☐

: "..."

.III

(x)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/13
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SMS /14
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/16
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/17
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/18
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/19
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/20
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roaming /21
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/22
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/23
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SMS /24
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	/25

: .IV

(x) /26

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

: .V

(x) /27

☐ ☐ ☐

() /28

☐ ☐

☐ ☐

: :

(05)

Questionnaire sur la qualité des services offerts par les opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie.

Dans le cadre de préparation d'un mémoire du magister, je me permet de solliciter votre participation dans ce questionnaire (Merci d'avance).

I. Informations concernant le client :

- 1/ Opérateur : ☐ Mobilis ☐ Djezzy ☐ Nedjma
- 1/ Sexe : ☐ Masculin ☐ Féminin
- 2/ Age : ans.
- 3/ Profession : ☐ Fonctionnaire ☐ Cadre ☐ Commerçant ☐ Fonction libérale ☐ Ouvrier
☐ Etudiant ☐ Chômeur ☐ Retraité ☐ Autres
- 4/ Situation familiale : ☐ Célibataire ☐ Marié(e) ☐ Autres
- 5/ Niveau scolaire : ☐ Primaire ou moins ☐ Moyen ☐ Secondaire ☐ Universitaire
- 6/ Depuis quand vous êtes abonnés?
- Moins d'un an ☐ - Plus de deux ans et moins de trois ans ☐
- Plus d'un an et moins de deux ans ... ☐ - Plus de trois ans ☐
- 7/ Quel est le mode d'abonnement ? ☐ Pré-payé (Carte) ☐ Post-payé (Abonnement)
- 8/ Utilisez vous le mobile pour ? (Vous pouvez indiquer plus d'une réponse)
- ☐ Appeler la famille et les ami(e)s ☐ Raisons professionnelle ☐ Autres

II. Vos attentes sur le service de la téléphonie mobile

- 9/ Quelles sont vos raisons et les critères de choix de votre opérateur ? (Vous pouvez indiquer plus d'une réponse)
- ☐ Qualité du service offert ☐ Bonnes relations commerciales ☐ Problèmes avec autre opérateur
☐ Prix approprié ☐ Avantages concurrentiels ☐ Autres
☐ Publicité attirante ☐ Tendances des consommateurs
- 10/ A votre avis, quels sont les services qu'on ne peut épargner ? (Vous pouvez indiquer plus d'une réponse)
- ☐ Appels téléphoniques ☐ Renvoi d'appel ☐ International
☐ SMS ☐ Double appel ☐ Roaming
☐ MMS ☐ Consultation du solde ☐ Autres
☐ Messagerie vocale ☐ Mode anonyme
- 11/ Jugez vous la nécessité d'ouvrir le marché algérien à d'autres opérateurs actuellement ?
- ☐ Oui ☐ Non

III. Vos perceptions sur la qualité des services offerts par votre opérateur

(Mettez X dans la case correspondante)

12/ Niveau de couverture	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
13/ SMS	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
14/ Messagerie vocale	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
15/ Renvoi d'appel	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
16/ Double appel	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
17/ Consultation du solde	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
18/ Affichage et masquage du numéro	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
19/ Appel international	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
20/ Roaming	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
21/ Service après vente	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
22/ Tarifs de communication	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
23/ Tarifs des SMS	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait
24/ Tarifs des autres services	<input type="checkbox"/> Non satisfait	<input type="checkbox"/> Satisfait	<input type="checkbox"/> Très satisfait

IV. Qualité globale des services

25/ D'une manière générale quelles sont vos appréciations sur les services de votre opérateur?

☐ Très mauvais ☐ Mauvais ☐ Moyen ☐ bon ☐ Excellent

V. Les attentes des clients:

26/ Souhaitez vous changer d'opérateur ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne sait pas

27/ A votre avis, quels sont les services à améliorer par votre opérateur ? (Vous pouvez indiquer plus d'une réponse)

☐ Niveau de couverture ☐ Diversification des offres
☐ Les tarifs ☐ Attribution de nouveaux avantages concurrentiels

Merci.

T.A

(06)

" "

% 32	67	% 52	109	% 16	34	% 99		13
% 47	94	% 41	84	% 12	24	% 96		14
% 26	41	% 50	80	% 24	38	% 75		15
% 35	62	% 46	81	% 19	33	% 83		16
% 41	66	% 44	72	% 15	24	% 77		17
% 68	137	% 26	52	% 6	12	% 95		18
% 30	52	% 27	46	% 43	74	% 82		19
% 22	34	% 44	69	% 34	53	% 74		20
% 13	16	% 55	66	% 31	37	% 56	Roaming	21
% 21	34	% 42	68	% 37	61	% 77		22
% 18	37	% 43	87	% 39	79	% 96		23
% 31	61	% 44	85	% 25	48	% 92		24
% 20	35	% 47	83	% 34	60	% 84		25

:

(07)

" "

% 30	107	% 61	216	% 08	29	% 99		13
% 45	154	% 47	160	% 08	28	% 97		14
% 23	65	% 50	144	% 27	77	% 81		15
% 33	102	% 49	152	% 18	57	% 88		16
% 36	105	% 47	139	% 17	50	% 83		17
% 65	220	% 28	94	% 07	25	% 96		18
% 29	88	% 26	79	% 45	135	% 85		19
% 22	62	% 44	126	% 34	97	% 81		20
% 13	29	% 57	128	% 30	68	% 64	Roaming	21
% 19	57	% 45	135	% 35	105	% 84		22
% 19	66	% 44	150	% 37	128	% 97		23
% 28	93	% 44	144	% 28	94	% 94		24
% 16	51	% 47	148	% 37	117	% 89		25

:

(08)

" "

% 38	33	% 48	41	% 14	12	% 99		13
% 51	41	% 36	29	% 13	10	% 92		14
% 24	12	% 55	27	% 20	10	% 56		15
% 34	19	% 54	30	% 13	7	% 64		16
% 41	20	% 49	24	% 10	5	% 56		17
% 71	57	% 21	17	% 8	6	% 92		18
% 32	18	% 34	19	% 34	19	% 64		19
% 21	10	% 38	18	% 40	19	% 54		20
% 16	4	% 60	15	% 24	6	% 29	Roaming	21
% 17	9	% 43	23	% 40	21	% 61		22
% 23	18	% 45	36	% 33	26	% 92		23
% 28	21	% 55	41	% 17	13	% 86		24
% 13	8	% 57	35	% 30	18	% 70		25

:

(09)

% 1	7	% 0	0	% 1	4	% 1	3	
% 5	33	% 0	0	% 1	4	% 14	29	
% 42	273	% 40	35	% 42	150	% 42	88	
% 43	280	% 47	41	% 44	156	% 39	83	
% 9	59	% 13	11	% 12	40	% 4	8	

: