

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**LES ORDONNANCES DE NON-PUBLICATION SERAIENT INEFFICACES
D'APRÈS UN SONDAGE****Peu de Canadiens, toutefois, se sont tournés vers Internet pour obtenir
l'information frappée de l'interdit de publication par la Commission Gomery**

Toronto, le 11 avril 2005 – Un nouveau sondage de TNS Canadian Facts suggère que les témoignages explosifs livrés devant la Commission Gomery ont un impact significatif sur les intentions de vote des internautes canadiens, bien que peu d'entre eux s'y soient intéressés au point de chercher activement l'information sur Internet.

TNS Canadian Facts a mené cette enquête jeudi soir, au moment où le juge Gomery venait de lever partiellement l'interdit de publication. Depuis plusieurs jours en effet, les témoignages sur le scandale des commandites se poursuivaient à Ottawa et à Montréal sans que le public n'y ait accès.

Beaucoup de ces informations ont par la suite été publiées sur le site Web d'un blogueur américain. Peu de Canadiens ont été assez motivés pour chercher l'information eux-mêmes, même si ceux qui l'ont fait n'ont eu aucune difficulté à la trouver. Un peu plus d'un internaute canadien sur dix, plus précisément 12 %, ont cherché les informations frappées d'interdit sur Internet et environ deux sur dix (23 %) connaissaient quelqu'un qui avait cherché l'information.

Selon Richard Jenkins, vice-président et directeur des sondages d'opinion publique chez TNS Canadian Facts, les personnes proches d'une controverse politique ont tendance à surestimer l'intérêt ou la motivation de Monsieur Tout-le-monde à ce sujet. « De bien des façons, l'interdit de publication a réussi à empêcher que les faits soient largement connus, même s'il a encouragé les spéculations et les rumeurs. »

De fait, un certain nombre d'indications portent à penser que le scandale ne monopolise pas l'intérêt ou l'attention du public. Une petite minorité de répondants (12 %) suit l'enquête de près mais presque deux sur cinq (38 %) ne suivent pas de près les activités de la commission. En réalité, quand on leur a demandé s'ils connaissaient la commission Gomery, 27 % des personnes interrogées ont dit qu'ils ne la connaissaient pas.

Le témoignage frappé d'interdit de publication a tout de même eu un impact. Plus de deux internautes canadiens sur cinq (42 %) disent que les résultats de la commission Gomery auront un grand ou très grand impact sur la façon dont ils voteront lors des prochaines élections fédérales.

« Les partis sont clairement ébranlés par les révélations percutantes livrées lors des témoignages récents et la tenue d'élections n'en est que plus probable », ajoute Richard Jenkins.

Lorsqu'on évalue l'utilisation des ordonnances de non-publication lors d'auditions devant un tribunal judiciaire, les internautes canadiens ont tendance à remettre en question leur efficacité :

- 69 % croient que les ordonnances de non-publication limitent sans raison le droit du public à l'information et 56 % pensent qu'elles sont inefficaces.
- Plus de la moitié (52 %) reconnaissent cependant que les ordonnances de non-publication protègent le droit des gens à un procès impartial.
- Bien que la capacité d'avoir largement accès à l'information sur Internet ait joué un rôle dans la levée de l'interdiction, peu d'internautes canadiens croient que l'information était disponible (42 % ne savent pas).

M. Jenkins ajoute : « En reflétant les mêmes considérations que les juges doivent faire, bien des gens perçoivent les valeurs contradictoires qui sont en jeu. Étant donné que l'on croit largement que les ordonnances de non-publication ne sont pas efficaces, il n'est pas surprenant de constater que l'interdit ait été levé ». Bien entendu, au cours des prochaines semaines, plusieurs autres témoins comparaitront devant la commission et ils seront, eux aussi, protégés par l'ordonnance de non-publication pour un temps indéterminé.

TNS Canadian Facts a mené le sondage à l'aide de son service national d'omnibus hebdomadaire sur Internet, le TNS Express Online. Des invitations par courriel ont été envoyées le 7 avril à 17 h à 3 200 membres du panel interactif de TNS Canadian Facts qui comprend plus de 70 000 internautes canadiens ayant accepté de répondre à des sondages à l'occasion. En tout, 971 entrevues interactives ont été effectuées en 24 heures, un taux de réponse de 30 pour cent. Les résultats du sondage sont représentatifs de la population adulte canadienne à l'échelle nationale et sont considérés exacts à $\pm 3,3$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

TNS Canadian Facts (www.tns-cf.com) est l'une des organisations les plus prestigieuses au Canada, offrant des services complets d'études de marché, de sondages d'opinion et de recherches sociales.

Au sujet de TNS

TNS est un chef de file mondial dans le domaine de l'information marketing. La société recueille, analyse et interprète les informations afin d'aider ses clients à mieux comprendre les besoins et désirs de leurs clients. TNS offre des études de marché, conseils et points de vue sur la segmentation des marchés, la publicité et les communications, le développement de nouveaux produits, le rendement des marques et la gestion des intervenants. La société est aussi l'un des principaux fournisseurs d'enquêtes sociales et politiques.

Grâce à son réseau international qui s'étend à 70 pays, TNS fournit aux multinationales une expertise et une connaissance du milieu local ainsi que des informations et analyses qui s'appliquent à l'échelle internationale.

TNS est inscrite à la Bourse de Londres (TNN). Pour plus d'information, veuillez cliquer sur <http://www.tns-global.com>.

###

Contacts médias :

Richard W. Jenkins
Vice-président
Directeur des sondages d'opinion publique
Tél. : (613) 230-4799
courriel : Richard.Jenkins@tns-cf.com
Web: www.tns-global.com

David Stark
Directeur des affaires publiques
Tél. : (416) 924-5751 poste 238
courriel : David.Stark@tns-cf.com