

LES CONSOMMATEURS PESSIMISTES FACE À L'AVENIR ÉCONOMIQUE : SONDAGE

La baisse de confiance pourrait être liée à la hausse des prix de l'essence

TORONTO, 29 septembre 2005 – Les dépenses des consommateurs ont alimenté la croissance économique au cours des dernières années au Canada mais, selon un nouveau sondage, les consommateurs sont pessimistes quant à l'avenir de l'économie. Les derniers résultats de l'étude de TNS Canadian Facts sur l'Indice de confiance des consommateurs indiquent que, pour les trois indices liés aux impressions des consommateurs (la situation économique actuelle, les attentes pour les six prochains mois et le moment propice ou non de faire des achats importants), la confiance est nettement à la baisse.

À vrai dire, l'*Indice de situation actuelle* est celui qui a baissé le moins, passant de 108,6 à 103,1 (une baisse de 5,1 %). De fait, les Canadiens sont passablement plus optimistes quant à la situation économique actuelle qu'ils ne l'étaient au printemps (mai = 100).

Cependant, les Canadiens ont réduit leurs attentes de façon significative en septembre quant à l'économie future et aux emplois. Le déclin de l'*Indice des attentes* de 100,9 à 94,4 (une baisse de 6,5 %) a été causé par un changement dramatique dans la proportion de personnes (de 18 pour cent en août à 29 pour cent ce mois-ci) qui pensent que la situation économique sera moins bonne dans six mois.

De plus, la baisse de l'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, est particulièrement importante (de 102,42 à 93,4; une baisse de 8,8 %). Au cours de la dernière année, environ 45 pour cent des Canadiens trouvaient que la situation actuelle se prêtait bien aux achats. En septembre, seulement 38 pour cent étaient de cet avis.

L'augmentation rapide des prix de l'essence, conjuguée aux problèmes économiques plus larges auxquels font face les États-Unis, sont probablement les facteurs clés qui expliquent la baisse de confiance en l'avenir. La hausse récente des taux d'intérêt, qui risquent d'augmenter encore, peut aussi jouer un rôle, selon Richard Jenkins, directeur des sondages d'opinion publique chez TNS Canadian Facts.

.../2

«Le manque de confiance des consommateurs canadiens n'est pas aussi spectaculaire que celui observé aux États-Unis en septembre, selon l'Indice de confiance des consommateurs aux États-Unis produit par le Conference Board» affirme Richard Jenkins.

Cette baisse de confiance survient après une année où les Canadiens ont profité d'un environnement de prospérité économique, évaluant l'économie et la situation actuelle comme étant particulièrement favorables dans l'ensemble. L'*Indice de situation actuelle* reflète les impressions quant à l'état global de l'économie, des emplois et du revenu des foyers. Par exemple, au mois d'août, presque la moitié des Canadiens (49 %) pensaient que la situation économique était bonne comparativement à seulement un sur dix environ qui la trouvait peu reluisante (11 %).

Richard Jenkins ajoute : «Bien que nous observions un déclin significatif, deux raisons nous poussent à être prudents dans l'interprétation de ces résultats. Premièrement, les Canadiens restent plus positifs que négatifs pour ce qui est de la plupart des indicateurs. Deuxièmement, il peut s'agir d'une réaction excessive, à court terme, causée par l'augmentation récente du prix de l'essence».

L'*Indice de confiance des consommateurs* est un suivi mensuel des attitudes des consommateurs canadiens face à l'économie et fait partie d'une recherche mondiale effectuée par TNS dans 18 pays du monde. Trois indices sont publiés chaque mois pour montrer comment la confiance des Canadiens fluctue face à l'économie : l'Indice de situation actuelle, l'Indice des attentes et l'Indice d'achat. Les données canadiennes sont recueillies tous les mois par le biais de l'omnibus téléphonique national bi-hebdomadaire de la firme, le TNS Express Telephone. Un total de 1015 entrevues téléphoniques ont été réalisées entre le 19 et le 22 septembre. Les résultats du sondage sont considérés exacts à 3,1 points près, 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 groupe d'information marketing. Nous sommes la plus grosse firme de recherche *ad hoc* au monde et l'un des principaux fournisseurs d'enquêtes sociales et politiques. Nous sommes également un fournisseur majeur de panels de consommateurs, de mesures d'audience et de services de renseignements des médias.

TNS exploite un réseau international qui s'étend à 70 pays et emploie plus de 13 000 personnes. Nous offrons des études et évaluations de marché, des conseils et des points de vue aux organisations locales et multinationales.

Nous combinons nos connaissances des secteurs spécialisés avec notre expertise dans les domaines du développement de nouveaux produits, de la recherche motivationnelle, de la recherche sur les marques et la publicité et la gestion des intervenants, fournissant ainsi à nos clients les toutes dernières informations, applicables à l'échelle internationale.

Nous avons une vision différente qui aide nos clients à se bâtir un avantage concurrentiel, faisant de TNS le sixième sens des affaires (www.tns-global.com).

###

Contacts médias :

Richard W. Jenkins

Vice-président exécutif, 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

Web : www.tns-global.com