

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : LES CONSOMMATEURS REPRENENT CONFIANCE

Bien que l'effet subsiste encore, les consommateurs se remettent graduellement du choc de la hausse du prix de l'essence

TORONTO, 26 octobre 2005 – La confiance des consommateurs à l'égard de l'économie canadienne refait surface après avoir sombré en septembre, selon les derniers résultats de l'étude de TNS Canadian Facts sur *l'Indice de confiance des consommateurs*. Deux des trois indices du sondage mensuel sur l'état d'esprit des consommateurs indiquent que la baisse de confiance observée entre août et septembre s'est vite rétablie entre septembre et octobre.

Par opposition aux résultats canadiens, *l'Indice de confiance des consommateurs* aux États-Unis produit par le Conference Board publié hier, indique que la confiance dans ce pays est toujours à la baisse.

«Après avoir réagi fortement aux nouvelles sur la situation économique précédant le sondage de septembre, comme l'impact de l'ouragan Katrina sur le prix de l'essence, bon nombre de Canadiens ont réévalué leur pessimisme face à la situation économique,» selon Richard Jenkins, directeur des sondages d'opinion publique chez TNS Canadian Facts.

L'Indice de situation actuelle, qui reflète les évaluations de l'état global de l'économie, des emplois et du revenu des foyers, se situe présentement à 106,9 et il est presque revenu à ce qu'il était en août (108,6) après avoir chuté à 103,0 en septembre (mai = 100). De façon similaire, le mois dernier, après avoir grandement révisé à la baisse leurs attentes face à la situation économique future et aux emplois, la perception des Canadiens à l'égard de l'avenir est plus réjouissante ces jours-ci. *L'Indice des attentes*, qui est passé de 100,9 à 94,4 (une baisse de 6,5 %) en septembre, a gagné 4,3 points pour atteindre 98,7 en octobre.

La chute de l'*Indice de situation actuelle* observée le mois dernier ne semble pas refléter le début d'une tendance à la baisse. Au cours de la dernière année, les Canadiens ont joui d'un environnement économique fort, accordant de très hautes notes à la situation économique dans l'ensemble et à l'*Indice de situation actuelle*, et ce, de façon constante. À l'heure actuelle, la moitié des Canadiens pensent que l'économie se porte bien, comparativement à 45 pour cent qui étaient de cet avis le mois dernier.

Le seul indice qui continue de révéler un pessimisme accru est l'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants. La mesure d'octobre montre une légère amélioration (de 93,4 à 95,3) mais demeure beaucoup plus basse qu'en août (102,4). Au cours de la dernière année, environ 45 pour cent des Canadiens étaient d'avis que le moment était propice pour acheter. En comparaison, le mois dernier, seulement 38 pour cent ont dit que le moment était propice pour acheter et cette opinion n'a accusé qu'une légère hausse en octobre, avec 40 pour cent qui croient que le moment est propice pour faire des achats importants.

«Au cours des dernières années, les dépenses des consommateurs ont alimenté le moteur de l'économie au Canada, alors le fait que les consommateurs n'aient pas retrouvé leur optimisme pour ce qui est de faire des achats importants atténue un peu les nouvelles positives en ce qui concerne les consommateurs» nous dit Richard Jenkins.

En expliquant le regain de confiance au Canada, Richard Jenkins ajoute : «Comme nous avons spéculé en septembre, la baisse de confiance semble avoir reflété l'effet de choc engendré par la hausse vertigineuse du prix de l'essence et les nouvelles économiques négatives plutôt que d'avoir traduit une faiblesse à long terme».

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 17 et le 20 octobre. Les résultats du sondage sont représentatifs à l'échelle nationale et 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

e-mail: Richard.Jenkins@tns-cf.com

Web: www.tns-global.com

David Stark

Directeur des affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

e-mail: David.Stark@tns-cf.com

Web: www.tns-global.com