

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : ENTHOUSIASME CROISSANT FACE À L'ÉCONOMIE

Économie forte, disent les Canadiens, mais les disparités régionales sont évidentes

TORONTO, le 24 mars 2006 – La confiance des consommateurs à l'égard de l'état actuel de l'économie canadienne a augmenté de façon spectaculaire depuis la mi-novembre et les perspectives quant à l'avenir sont meilleures aussi, selon les derniers résultats de l'étude de TNS Canadian Facts sur *l'Indice de confiance des consommateurs*.

«La confiance du public reflète les fortes statistiques économiques,» selon Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts, une firme de recherche marketing dont le siège social est à Toronto.

Le suivi mensuel effectué par TNS Canadian Facts sur la confiance des consommateurs indique que l'image est extrêmement positive dans l'ensemble. *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 110,6, légèrement inférieur à ce qu'il était en février, soit 111,7 mais sensiblement plus élevé qu'il y a un an où il se situait à 98,0.

Bien que l'évaluation des Canadiens face à l'économie actuelle ait légèrement baissé, *l'Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique dans six mois, est passé de 101,8 en février à 103,5, ce qui représente le plus haut niveau d'optimisme, depuis la création de l'indice il y a deux ans, quant à l'avenir de l'économie.

L'Indice d'achat, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a légèrement chuté. *L'indice* se situe présentement à 97,5, en baisse de 1,4 points depuis le mois dernier.

La confiance à l'égard de deux des trois mesures est meilleure aujourd'hui qu'il y a un an. L'*Indice de situation actuelle* a augmenté de 12,6 points par rapport à mars 2005 (110,6 aujourd'hui versus 98,0 il y a un an). Pendant ce temps, la hausse d'année en année de l'*Indice d'attente* est de trois points, ce qui représente un gain considérable (103,5 aujourd'hui versus 100,6), mais l'*Indice d'achat* est en baisse de 7,1 points par rapport à l'an dernier (97,5 aujourd'hui versus 104,6).

«Les Canadiens ont vraiment l'impression que l'économie canadienne n'est pas près de chuter prochainement,» ajoute Richard Jenkins.

À l'échelle régionale, les évaluations positives de l'économie (actuelles et futures) continuent d'être les plus hautes dans les Prairies (particulièrement en Alberta) et les plus basses au Québec et dans les provinces de l'Atlantique. Par exemple, 67 pour cent des gens qui demeurent dans les provinces des Prairies (75 % en Alberta) pensent que l'économie est en santé par rapport à 46 pour cent au Québec et 51 pour cent dans les provinces de l'Atlantique.

«Bien qu'il y ait des disparités régionales évidentes en termes de fortunes économiques, il n'en demeure pas moins que toutes les régions ont profité, à des degrés divers, de la situation économique au cours des dernières années, et que cette situation a peut-être protégé la fédération des tensions qu'engendre une inégalité économique,» ajoute Richard Jenkins.

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 : un *Indice de situation actuelle*, un *Indice des attentes* et un *Indice d'achat*. Les données canadiennes sont recueillies 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 auprès d'adultes canadiens entre le 6 et le 9 mars. Les résultats du sondage sont considérés comme étant 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 :

- Le plus grand fournisseur au monde de recherche et d'analyse *ad hoc*
- Un leader en matière d'enquêtes sociales et politiques
- Un fournisseur majeur de panels de consommateurs, de services d'intelligence des médias et de mesures d'audience de télé et de radio.

TNS exploite un réseau international qui s'étend à plus de 70 pays, nous permettant de fournir des informations de dernière heure et des analyses de haute qualité, applicables à l'échelle internationale.

Les employés du groupe offrent des idées novatrices et un excellent service aux organisations locales et multinationales partout dans le monde. Ils combinent une connaissance approfondie des secteurs spécialisés avec une 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.

L'objectif stratégique de TNS est d'être reconnu comme le leader mondial de la recherche, fournissant à ses clients des informations et des points de vue à valeur ajoutée, les aidant ainsi à prendre de meilleures décisions.

TNS est 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

David Stark

Vice-président, Affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

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