

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**VOUS PARTEZ EN VOYAGE : COMMENCEZ PAR SURFER SUR INTERNET**

**Internet, un outil de recherche important et de plus en plus utilisé**

**TORONTO, le 15 mai 2006** – Les internautes canadiens surfent de plus en plus sur Internet avant de prendre des décisions de voyage, selon un sondage marketing annuel réalisé par TNS Canadian Facts.

Des résultats de l'étude *Voyages en ligne* de la firme suggèrent qu'il est plus probable que les internautes canadiens utilisent Internet pour leur planification et plus probable aussi qu'ils trouvent cette étape importante. Six internautes canadiens sur dix (59 %) disent qu'Internet est très ou extrêmement important pour planifier leurs voyages, une hausse par rapport à 2002 où seulement un sur trois (34 %) y accordait de l'importance.

«Internet est une source d'information facilement accessible, une véritable mine d'information, qui permet aux consommateurs de faire des recherches et de planifier leurs propres vacances, ce qui représente un très grand avantage pour les consommateurs,» nous dit Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts, une firme de recherche marketing dont le siège social est à Toronto.

Bien des choses ont changé dans la façon dont les Canadiens utilisent Internet depuis 2002, lorsque TNS Canadian Facts a commencé à poser des questions aux internautes sur leurs activités en ligne en matière de voyage. En 2002, la principale activité en ligne consistait à s'informer des conditions météorologiques (44 %), suivie des recherches sur les destinations (41 %). En 2006, ces activités sont importantes mais Internet est maintenant utilisé comme point de comparaison, par exemple pour les frais de voyage (48 %) et pour chercher et comparer les établissements d'hébergement (47 %).

«À titre de fournisseurs de services, nous avons été témoins de la maturité atteinte par Internet au cours des quatre dernières années, et les consommateurs ont constaté le potentiel du Web,» ajoute Richard Jenkins.

Les internautes canadiens accordent plus d'importance à Internet pour la planification de leurs voyages, et la satisfaction à l'égard des sites Web sur les voyages s'améliore. Un peu plus de un internaute sur trois (36 %) est très ou extrêmement satisfait des sites Web qu'il a visités, une hausse comparativement à 27 % qui se disaient satisfaits en 2002.

L'étude *Voyages en ligne* est effectuée annuellement par TNS Canadian Facts par le biais de l'omnibus Internet national hebdomadaire de la firme, le TNS Express Online. Des invitations ont été envoyées par courriel à 3 000 membres du panel interactif de TNS Canadian Facts, comprenant plus de 90 000 internautes canadiens qui ont accepté de participer de temps à autre à des études. En tout, 1 127 entrevues ont été réalisées en ligne entre le 6 et le 13 février, soit un taux de réponse de 38 pour cent. Les résultats du sondage sont représentatifs de la population adulte canadienne et sont considérés comme étant exacts à 2,9 points de pourcentage près, 19 fois sur 20.

TNS Canadian Facts ([www.tns-cf.com](http://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](http://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](mailto:Richard.Jenkins@tns-cf.com)

**David Stark**

Vice-président, Affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

e-mail: [David.Stark@tns-cf.com](mailto:David.Stark@tns-cf.com)