

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**SONDAGE : LES CANADIENS DEMEURENT OPTIMISTES FACE À L'ÉCONOMIE
mais le conflit au Moyen-Orient risque d'ébranler la confiance des consommateurs**

TORONTO, le 19 juillet 2006 – Les Canadiens se montrent toujours optimistes quant à l'état de l'économie canadienne, si l'on se fie à un sondage réalisé jeudi dernier, au moment même où la crise au Moyen-Orient éclatait.

Selon Richard Jenkins, vice-président de TNS Canadian Facts et directeur de l'*Indice de confiance des consommateurs* de la firme de recherche marketing, «il n'y a aucun doute que l'escalade du conflit, avec les retombées qu'elle aura inévitablement sur les consommateurs par le biais d'une hausse du prix du pétrole, freinera l'enthousiasme des Canadiens face à l'économie.»

Depuis la création du suivi mensuel sur la *confiance des consommateurs* en juillet 2004, la situation dans l'ensemble n'a jamais été aussi positive. L'*Indice de situation actuelle*, qui reflète les évaluations de l'état global de l'économie et des emplois, se situe présentement à 117,9, légèrement en hausse par rapport à 116,6 en juin dernier, poursuivant une tendance à long terme à voir les évaluations s'améliorer.

L'*Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique, le revenu du ménage et l'emploi dans six mois, s'est aussi amélioré, passant de 104,1 le mois dernier à 104,6 ce mois-ci. Ce pourcentage représente le niveau d'optimisme le plus élevé quant à l'avenir de l'économie depuis la création de l'indice il y a deux ans.

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats majeurs, est le seul domaine qui continue à accuser une certaine faiblesse. L'*Indice* se situe maintenant à 95,4, en hausse de 1,3 points depuis le mois dernier, mais il demeure nettement sous la valeur enregistrée en juillet de l'année dernière (104,7). La hausse des taux d'intérêt pendant cette même période semble avoir refroidi l'enthousiasme des consommateurs qui se montrent moins prêts à faire des achats majeurs, étant donné l'augmentation des coûts d'emprunt.

L'*Indice de confiance des consommateurs* est un suivi mensuel des attitudes des 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 10 et le 13 juillet. 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

courriel : richard.jenkins@tns-global.com

David Stark

Vice-président, Affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

courriel : david.stark@tns-global.com