

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : LES CANADIENS S'INQUIÈTENT DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE

L'avenir incertain pourrait mener les consommateurs à remettre à plus tard leurs achats majeurs

TORONTO, le 16 août 2006 – Bien que les Canadiens continuent d'être relativement optimistes quant à l'état actuel de l'économie canadienne, leurs évaluations quant à l'avenir accusent une baisse significative en août. Les trois indices de l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts ont chuté en raison des quatre semaines de conflit au Proche-Orient et des nouvelles peu rassurantes au sujet du prix du pétrole.

Selon Richard Jenkins, vice-président de TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de l'*Indice de confiance des consommateurs* de la firme de recherche marketing, «les consommateurs ont déjà repris confiance après des déclinés précédents à court terme et il est encore trop tôt pour dire si la baisse représente un épisode mineur ou si elle annonce le début d'une période de faiblesse à plus long terme».

L'*Indice de situation actuelle*, qui reflète les évaluations de l'état global de l'économie et de la situation d'emploi, se situe présentement à 115,6, légèrement en baisse par rapport à 117,9 en juillet. Les consommateurs semblent reconnaître la force sous-jacente de la situation économique actuelle au Canada; cependant, on s'inquiète de la direction que prendra l'économie à l'avenir.

L'*Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique, le revenu des foyers et l'emploi dans six mois, a chuté considérablement passant de 104,6 en juillet à 99,5 maintenant. L'indice du mois dernier représentait le plus haut niveau enregistré par TNS Canadian Facts depuis la création de l'indice il y a deux ans. L'*Indice des attentes* se situe à peu près au même niveau maintenant qu'en décembre dernier, mais il est plus élevé qu'il y a un an.

«Les attentes quant à l'avenir sont sujettes aux événements mondiaux et le mois dernier a nettement fourni aux consommateurs des raisons d'être inquiets,» ajoute Richard Jenkins.

L'incertitude face à l'avenir se manifeste également dans l'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants. L'indice a chuté à 91,7 en un mois, en baisse de 3,7 points, son plus bas niveau en deux ans.

Juste un peu plus d'un tiers des Canadiens (34 %) pensent que le moment est propice pour faire des achats majeurs. Les événements récents ont exacerbé la tendance à la baisse de l'*Indice d'achat*. Il n'était jamais arrivé que si peu de Canadiens disent que le moment était choisi pour se lancer dans des dépenses majeures.

«Étant donné le pessimisme d'un nombre considérable de consommateurs face à la conjoncture actuelle, il est fort possible que certains décident de reporter à plus tard l'achat d'une nouvelle maison ou le remplacement d'une automobile vieillissante,» 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 7 et le 10 août 2006. Les résultats du sondage sont considérés comme étant exacts à 3,1 points de pourcentage, 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) 230-4408, poste 101

courriel : Richard.Jenkins@tns-global.com

David Stark

Vice-président des communications externes

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

courriel : David.Stark@tns-global.com

e-mail: david.stark@tns-global.com