

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**SONDAGE : CADEAU DE NOËL HÂTIF POUR LES DÉTAILLANTS**

**La confiance à l'égard de l'économie pourrait se traduire  
par d'excellents résultats aux caisses**

**TORONTO, le 23 novembre 2006** – Bien que les évaluations des consommateurs à l'égard de la situation économique montrent des signes de volatilité, l'image dans l'ensemble est encore assez positive, les Canadiens estimant qu'ils dépenseront plus pour les Fêtes cette année que l'an dernier.

«Maintenant que l'inflation et le chômage sont sous contrôle, les détaillants ne peuvent que se réjouir de l'optimisme des consommateurs à l'approche de l'importante saison des Fêtes,» selon Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de l'*Indice de confiance des consommateurs* de la firme de recherche marketing.

Le sondage indique que les Canadiens ont l'intention de dépenser 877 \$ en cadeaux, décorations ou autres articles des Fêtes cette saison, une augmentation de 12 pour cent par rapport au chiffre avancé l'année dernière, soit 782 \$ en moyenne. Aussi, il y a de plus en plus de gros dépensiers : 13 pour cent des Canadiens ont l'intention de dépenser plus de 2000 \$ en achats des Fêtes cette saison, une augmentation de 9 pour cent par rapport à l'année dernière.

L'*Indice de situation actuelle*, qui reflète les évaluations de l'état global de l'économie et des emplois, se situe présentement à 114,0, en légère baisse par rapport à 114,8 en octobre. Bien que les consommateurs demeurent relativement confiants quant à la situation économique actuelle au Canada, on note, depuis juillet, une érosion lente, mais constante, de la confiance à l'égard de la situation actuelle.

«La régionalisation des perceptions économiques se poursuit, les provinces de Colombie-Britannique et des Prairies se montrant enthousiastes face à la situation actuelle, alors que les résidents à l'est du Manitoba sont moins enchantés,» ajoute Richard Jenkins.

Seulement 58 pour cent des Ontariens pensent que la situation actuelle est bonne, comparativement à 69 pour cent des résidents des Prairies et 70 pour cent des résidents de la Colombie-Britannique.

L'*Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique, le revenu des foyers et l'emploi dans six mois, s'est rétabli après trois mois consécutifs à un niveau relativement bas. L'*Indice* se situe maintenant à 103,1, en hausse par rapport à 99,3 en octobre et des niveaux similaires en septembre et août.

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a montré des fluctuations au cours des derniers mois. En novembre, l'indice a grimpé à 96,0 comparativement à 92,0 en octobre, mais similaire au 96,7 enregistré en septembre.

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 13 et le 16 novembre. 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](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) 230-4408, poste 101

courriel : [richard.jenkins@tns-global.com](mailto:richard.jenkins@tns-global.com)

#### **David Stark**

Vice-président, Affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

courriel : [david.stark@tns-global.com](mailto:david.stark@tns-global.com)