

**COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE****LES CANADIENS CONSERVERONT PROBABLEMENT LEUR NUMÉRO****Une étude révèle que les consommateurs sont favorables à la portabilité des numéros  
mais ne changeront pas automatiquement de fournisseur**

**TORONTO, le 23 mars 2007** – Avec la récente arrivée de la portabilité locale au Canada, un nouveau sondage réalisé par TNS Canadian Facts révèle que les consommateurs approuvent le changement et s'attendent à en profiter puisque le marché risque de devenir plus concurrentiel.

La portabilité des numéros permet aux consommateurs de garder le même numéro de téléphone lorsqu'ils changent de fournisseur de téléphonie cellulaire. Les Canadiens peuvent aussi reporter leur numéro de téléphone fixe à un téléphone cellulaire, ce qui leur donne l'option d'abandonner complètement leur connexion filée conventionnelle sans perdre leur numéro de téléphone.

«Bien que d'avoir à abandonner leur numéro de téléphone en changeant de fournisseurs n'était pas le seul facteur qui assurait la fidélité des consommateurs à l'égard de leur compagnie de téléphone, il faut s'attendre à des changements considérables de la part des compagnies de télécommunications puisqu'elles essaieront de retenir leurs clients actuels et d'attirer de nouveaux clients dans un marché hautement concurrentiel», selon Richard Jenkins, vice-président de TNS Canadian Facts.

Le sondage de TNS Canadian Facts a révélé que la moitié de tous les utilisateurs de téléphone cellulaire sont au courant de la portabilité des numéros, mais que seulement une minorité, ayant actuellement un contrat, ont l'intention de changer de fournisseur lorsque leur contrat expirera (19 % le feront certainement ou probablement). Les utilisateurs qui paient par utilisation ont aussi l'intention de garder le même fournisseur (seulement 13 % changeront probablement ou certainement).

Les utilisateurs de cellulaires s'attendent à ce que l'arrivée de la portabilité des numéros augmente les probabilités qu'ils changent éventuellement de fournisseur. La portabilité a certainement un attrait pour la plupart des consommateurs. Quatre-vingt-un pour cent des utilisateurs de cellulaires disent qu'il est très important qu'ils puissent garder leur même numéro de téléphone s'ils changent de compagnies. Les utilisateurs de cellulaires s'attendent aussi à ce que la concurrence soit plus forte.

Bien que les niveaux de satisfaction à l'égard des fournisseurs actuels soient élevés (43 % sont très satisfaits et 44 % sont assez satisfaits), bon nombre de consommateurs sont prêts à considérer leurs options et ne sont pas à ce point liés à leur fournisseur de service actuel qu'ils écartent d'emblée la possibilité de changer de fournisseur.

«Les consommateurs sont maintenant libres de considérer les offres des autres compagnies, même s'ils sont satisfaits de leur fournisseur actuel, et ils s'attendent à avoir des offres,» ajoute Richard Jenkins. «Cela repose maintenant sur les compagnies qui pourront profiter de la portabilité des numéros et qui réussiront à gagner la confiance des consommateurs dans ce nouvel environnement concurrentiel.»

Pour l'étude, 1017 entrevues ont été réalisées au téléphone auprès d'adultes canadiens entre le 12 et le 18 mars. La marge d'erreur est de  $\pm 3,1$  points, 19 fois sur 20. Certaines questions ont été posées uniquement aux 482 personnes qui ont et paient un service de cellulaire. Pour ce sous-groupe de l'échantillon, les résultats du sondage sont précis à 4,5 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) 230-4408, poste 101  
courriel : [richard.jenkins@tns-global.com](mailto:richard.jenkins@tns-global.com)

**David Stark**

Vice-président, Communications externes  
Tél. : (416) 924-5751, poste 238  
courriel : [david.stark@tns-global.com](mailto:david.stark@tns-global.com)