

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : ÇA VA POUR AUJOURD’HUI MAIS JE M’INQUIÈTE POUR DEMAIN

Les consommateurs s’attendent à ce que la situation économique empire au cours des six prochains mois

TORONTO, 13 février 2008 – Bien que les Canadiens se soient remis, en février, d’une évaluation légèrement négative de la situation économique actuelle, leur perspective quant à l’avenir continue de décliner, si l’on se fie aux résultats de janvier obtenus par l’*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts.

L’*Indice de la situation actuelle*, qui reflète les évaluations de l’état global de l’économie et des emplois, se situe présentement à 118,7 (en hausse par rapport à 114,7 en janvier mais encore au-dessous du sommet de 122,8 enregistré l’automne dernier). On note un regain de confiance par rapport à janvier, alors que les consommateurs réagissaient à la volatilité du marché des actions et qu’il était question de récession aux États-Unis.

«Bien que les consommateurs canadiens aient retrouvé un peu de leur confiance à court terme, le déclin constant quant aux perspectives d’avenir continue de causer de l’inquiétude,» indique Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

L’*Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique, le revenu des foyers et l’emploi dans six mois, est en baisse pour le troisième mois consécutif. L’indice de janvier se situe à 97,9 (en baisse par rapport à 98,5 en janvier et 100,4 en décembre). Il faut remonter à l’automne de 2005, lorsque l’ouragan Katrina avait fait sombrer la confiance économique, pour trouver un *Indice des attentes* aussi bas.

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a aussi chuté. L'indice se situe maintenant à 93,0 (en baisse par rapport à 94,3 le mois dernier).

«Avec la possibilité d'une élection à l'horizon, les Canadiens sont de plus en plus inquiets à savoir si la prospérité dont ils jouissent depuis plusieurs années durera,» 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 4 et le 8 février 2008. Pour un échantillon de sondage de cette taille, la marge d'erreur d'échantillonnage est de plus ou moins 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 mondial d'analyse des marchés et d'information marketing.

Notre objectif stratégique 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.

À titre de leaders d'opinion dans l'industrie, nos gens offrent des idées novatrices et un excellent service aux organisations locales et multinationales partout dans le monde. Nous exploitons un réseau international qui s'étend à plus de 70 pays, et travaillons étroitement avec nos clients, répondant à leurs besoins d'information de dernière heure et d'analyses de haute qualité.

Nous sommes les plus grands fournisseurs au monde de recherche et d'analyse *ad hoc*, combinant une connaissance approfondie des secteurs spécialisés avec une expertise dans les domaines de l'analyse détaillée du marché des ventes au détail et des consommateurs, de la gestion des intervenants, du développement de nouveaux produits, de la recherche sur les marques et les communications. Nous sommes des fournisseurs majeurs de panels de consommateurs, de services d'intelligence des médias et d'Internet ainsi que de mesures d'audience de télé et de radio.

TNS est le sixième sens des affaires.

www.tns-global.com

###

Contacts médias :

Richard W. Jenkins

Vice-président exécutif, directeur de l'entreprise, Sondages d'opinion publique

Tél.: (613) 230-4408, poste 101

Courriel : richard.jenkins@tns-global.com

David Stark

Vice-président, communications externes

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

Courriel : david.stark@tns-global.com