

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**SONDAGE : LA CONFIANCE CHUTE**

**Les Canadiens rajustent leur tir quant à la situation économique**

**TORONTO, le 15 mai 2008** – Après des mois de résistance de la part des consommateurs face aux nouvelles mitigées au sujet de la situation économique au pays, les résultats de mai indiquent une forte baisse de confiance au Canada, si l'on se fie à l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts.

«L'augmentation des prix à la pompe et au supermarché sont peut-être les facteurs les plus importants du pessimisme des Canadiens à court terme puisqu'ils prennent en compte les risques croissants de leur revenu disponible,» indique Richard Jenkins, vice-président de TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

L'*Indice de la situation actuelle*, qui reflète les évaluations de l'état global de l'économie et des emplois, se situe actuellement à 109,3 (fortement en baisse par rapport à 113,7 en avril). Bien que la chute soit importante, les Canadiens ne sont pas pessimistes de façon écrasante. De fait, 42 pour cent pensent que la situation économique est au moins passablement bonne.

L'*Indice des attentes*, qui mesure ce que sera la situation économique, le revenu des foyers et l'emploi dans six mois, a chuté de façon significative et se situe actuellement à 92,9 (en baisse comparativement à 97,8 en avril). C'est le niveau le plus bas que TNS ait enregistré au cours des quatre dernières années pour ce qui est de l'optimisme des consommateurs face à l'avenir.

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a également chuté de façon spectaculaire. L'indice se situe présentement à 88,3, (en baisse par rapport à 94,0 le mois dernier). À ce stade-ci, seulement trois personnes sur dix pensent que le temps est propice aux achats majeurs.

«La chute spectaculaire quant à la confiance des consommateurs est troublante, étant donné l'importance, pour la santé de notre économie dans l'ensemble, d'enregistrer de fortes dépenses de consommation au pays. Il est toutefois difficile de prévoir si la confiance reprendra au fur et à mesure que les consommateurs s'ajusteront aux prix plus élevés ou si elle continuera de décliner,» 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 2 et le 8 mai 2008. Pour un échantillon de cette taille, la marge d'erreur échantillonnale est de plus ou moins 3,1 points de pourcentage, 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 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.

TNS offre des idées novatrices et un excellent service, qui s'étend à un réseau de 80 pays. Nous travaillons étroitement avec nos clients, leur fournissant de l'information, des analyses et des points de vue de haute qualité qui leur permettent d'avoir une meilleure compréhension du comportement des consommateurs.

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 Production et innovation de produits, Marques et communications, Gestion des intervenants, Ventes au détail et consommateurs et Renseignements sur la clientèle. 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.tnsglobal.com](http://www.tnsglobal.com)

###

**Contact média :**

**Richard W. Jenkins**

Vice-président exécutif, Sondages d'opinion publique

Tél.: (613) 230-4408, poste 101

Courriel : richard.jenkins@tns-global.com