

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**ÉTUDE MONDIALE : LES CELLULAIRES SONT MOINS POPULAIRES AU CANADA**

**TORONTO, le 21 juillet 2008** – Selon une étude mondiale sur les télécommunications, lorsqu'il s'agit de possession et d'utilisation de téléphones mobiles, le Canada se classe derrière bon nombre de nations, y compris plusieurs dans le monde en développement.

Réalisée par la société de recherche marketing internationale TNS, l'étude *Global Telecoms Insight* révèle que seulement deux tiers de la population canadienne entre 16 et 60 ans utilisent régulièrement un téléphone mobile. Ce niveau de pénétration place le Canada bien au-dessous de la moyenne mondiale de 80 pour cent parmi les 30 pays sondés, et encore plus en-dessous du 90 pour cent et du 97 pour cent aux États-Unis et au Royaume-Uni respectivement.

«Les Canadiens n'ont pas le même attachement et la même dépendance à l'égard des téléphones mobiles que le reste du monde,» indique Michael Ennamorato, premier vice-président chez TNS Canadian Facts. «Les appels faits à partir de téléphones conventionnels au Canada sont relativement peu coûteux et beaucoup de Canadiens pensent que la qualité des connexions conventionnelles est supérieure aux sans-fil.»

La majorité du tiers de Canadiens qui ne possèdent pas de téléphone mobile n'ont aucunement l'intention d'en acheter un au cours des 12 prochains mois. C'est le groupe de consommateurs que l'étude surnomme les «*rejeteurs*». Fait intéressant, seuls le Mexique et le Vietnam ont un plus grand nombre de «*rejeteurs*», deux pays qui ne sont pas traditionnellement considérés comme étant à la fine pointe de la technologie. Par contre, très peu de gens dans bien des marchés de l'Asie du sud-est, comme la Corée du Sud et Hong Kong, se classent dans la catégorie des «*rejeteurs*».

Les Canadiens qui possèdent des téléphones mobiles ne sont pas pressés de les remplacer par des modèles plus récents et plus performants. À l'instar des Hollandais, ils ont l'intention de garder leur appareil pendant 3,5 ans en moyenne—plus longtemps que dans tout autre marché sondé—et un an de plus que les utilisateurs de téléphone mobile aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie.

Une autre tendance qui émerge du sondage est l'affirmation parmi les utilisateurs de téléphones mobiles au Canada qu'ils refusent de payer plus cher pour leur prochain téléphone, attitude qui est partagée par leurs homologues au sud de la frontière, mais qui est en contradiction avec celle du reste du monde.

«Il y a clairement des segments de la population canadienne sans fil qui sont à la fine pointe et qui veulent les meilleurs et tout derniers téléphones, mais il y a, par contre, une certaine inertie dans ce marché,» ajoute Michael Ennamorato. «Ce fait émane probablement d'un penchant à accorder un rôle plus limité aux communications sans fil et d'une tendance à s'abonner à des forfaits de trois ans en échange d'un cellulaire gratuit. En ce sens, la plupart des fournisseurs ont peut-être conditionné les Canadiens à mettre plus d'accent sur les forfaits que sur les appareils.»

L'étude TNS *Global Telecoms Insight 2007-2008* a été réalisée en Algérie, en Argentine, en Australie, au Brésil, au Canada, en Chine, en Égypte, en France, en Allemagne, à Hong Kong, en Inde, en Indonésie, en Italie, au Japon, au Koweït, au Mexique, au Maroc, dans les Pays-Bas, en Russie, en Arabie Saoudite, en Afrique du Sud, en Corée du Sud, en Espagne, en Suède, à Taiwan, en Thaïlande, aux Émirats arabes unis, au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Vietnam. On a demandé à plus de 16 000 participants de commenter sur leur utilisation et attitude à l'égard des appareils de télécommunications, les téléphones mobiles étant au cœur de l'étude.

Au Canada, des entrevues en ligne ont été réalisées entre le 29 novembre et le 14 décembre 2007 auprès de 550 consommateurs sélectionnés aléatoirement parmi le panel de recherche TNS Canadian Facts Interactive. Les données du sondage ont été pondérées afin de refléter la composition démographique de la population canadienne entre 16 et 60 ans. Les chiffres ont aussi été pondérés à l'échelle globale afin de refléter la taille relative de

chaque marché quant à la consommation de produits et services de télécommunication et de technologie, y compris des facteurs comme les abonnements au téléphone mobile et la parité des pouvoirs d'achat au pays.

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)

###

### **Contacts média :**

**Michael Ennamorato**

Premier vice-président

Tél. : (416) 924-5751, poste 215

courriel : [michael.ennamorato@tns-global.com](mailto:michael.ennamorato@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)