

FOR IMMEDIATE RELEASE**AVEC LES ÉLECTIONS À NOTRE PORTE, LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS
S'EFFONDRE**

TORONTO, le 10 octobre, 2008 – Les Canadiens entreprennent la dernière fin de semaine avant l'élection fédérale avec un sentiment de tristesse, et peut-être même de crainte, face à la situation économique si l'on en juge par les derniers résultats de l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts, qui indiquent une baisse de confiance dramatique au cours de la dernière semaine. L'*Indice de confiance des consommateurs* dans l'ensemble se situe maintenant à 88,9, en baisse par rapport à 99,6 le mois dernier.

«Étant donné la crise mondiale du crédit qui s'étend au nord, il n'est pas surprenant de constater que les Canadiens ont maintenant complètement abandonné l'idée d'un dénouement heureux,» indique Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

L'*Indice de la situation actuelle*, qui capte les évaluations de l'état global de l'économie et de l'emploi, se situe à 96,9, en baisse par rapport à 106,9 en septembre, soit une baisse de 10 points.

L'*Indice des attentes*, qui mesure l'évaluation des consommateurs quant à la situation économique, le revenu des ménages et l'emploi dans six mois, a baissé de façon significative si l'on considère qu'il était à 96,3 le mois dernier et qu'il se situe maintenant à 87,6 en octobre.

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a aussi augmenté sensiblement. L'indice se situe présentement à 79,4 comparativement à 93,0 en septembre, ce qui représente une baisse de 13,6 points. Puisque les dépenses des consommateurs sont un moteur clé de la croissance économique, il y a plus de gens qui pensent que le moment est mal choisi ou très mal choisi pour faire un achat majeur (32 %) que de gens qui pensent que le moment est propice (24 %).

«La baisse de confiance chez les consommateurs représente une menace sérieuse pour l'économie canadienne étant donné que la crainte pourrait freiner les achats au détail pendant la période des fêtes. Toutefois, il est important de ne pas perdre de vue que pour la plupart des Canadiens il s'agit de leur revenu d'emploi et des perspectives d'avenir qui définissent la santé de leurs finances et que celles-ci ne se sont pas détériorées de la même façon que la Bourse à ce stade-ci,» 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 6 et le 9 octobre 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) 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

###

Contacts média :

Richard W. Jenkins

Vice-président, Directeur d'entreprise,
Sondages d'opinion publique
Tél. : (613) 230-4408, poste101
Courriel : richard.jenkins@tns-global.com

David Stark

Vice-président, communications externes
Tél. : (416) 924-5751, poste 238
Courriel : david.stark@tns-global.com