

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : MOROSITÉ DES CANADIENS FACE À LA SITUATION ÉCONOMIQUE ACTUELLE

TORONTO, le 12 mars 2009 – Après avoir subi une légère hausse en février, les derniers résultats de l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts indiquent que la perception des Canadiens face à la situation économique a fléchi en mars. L'*Indice de confiance des consommateurs* dans l'ensemble se situe maintenant à 83,7, ce qui représente une baisse par rapport à 85,9 le mois dernier.

« Avec les mauvaises nouvelles économiques qui ne cessent de se multiplier dans les médias, il n'est pas surprenant de constater que les Canadiens estiment que la conjoncture actuelle est désastreuse, » indique Richard Jenkins, vice-président chez TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

L'*Indice de la situation actuelle*, qui évalue l'état global de l'économie et de l'emploi a chuté et il se situe maintenant à 72,1 comparativement à 78,2 le mois dernier. Seulement 16 pour cent des Canadiens pensent que l'économie actuelle est au moins relativement bonne (comparativement à 59 % il y a un an) et seulement 13 pour cent croient qu'il y a beaucoup d'emplois disponibles actuellement (versus 48 % l'année dernière).

Une bonne nouvelle toutefois, les Canadiens continuent de penser que la situation économique s'améliorera à l'avenir. L'*Indice des attentes*, qui mesure l'évaluation des consommateurs quant à la situation économique, le revenu des ménages et l'emploi dans les six prochains mois, a réussi à progresser pour un troisième mois consécutif, se situant à 87,4 par rapport à 86,5 en février.

.../2

L'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, est en légère baisse après avoir subi une forte hausse en février. L'indice se situe présentement à 95,3 comparativement à 95,6 le mois dernier.

« Étant donné le pessimisme prononcé qui gagne l'économie présentement, on peut difficilement ne pas en venir à la conclusion qu'une relance de l'économie ne sera possible que lorsque les consommateurs auront repris confiance. Malheureusement, chaque mois, les consommateurs estiment que l'économie se détériore, » 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 5 mars 2009. 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

.../3

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

Le Kantar Group

Le Kantar Group est l'un des réseaux de recherche, d'analyse et de conseils le plus important du monde. En unifiant les divers talents de plus de 20 entreprises spécialisées - y compris la récente acquisition de TNS le groupe vise à devenir le premier fournisseur d'analyses complètes et décisionnelles, destinées à la communauté mondiale des affaires.

Ses 26 500 employés sont répartis dans 80 pays et couvrent l'intégralité du spectre des disciplines de recherche et de conseils, permettant ainsi au groupe d'offrir aux clients des analyses commerciales à chaque étape du cycle de consommation. Les services du groupe sont utilisés par plus de la moitié des meilleures entreprises du classement Fortune 500. Le Kantar Group est une filiale à 100 % du WPP Group plc. Pour obtenir des informations complémentaires, veuillez consulter le site : www.kantargrouptns.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