

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : LES CONSOMMATEURS CANADIENS SONT RAISONNABLEMENT OPTIMISTES QUANT À L'AVENIR DE L'ÉCONOMIE

TORONTO, le 24 septembre 2009 – Selon les derniers résultats de l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts, les Canadiens demeurent essentiellement optimistes, quoiqu'un tout petit peu sceptiques, quant aux perspectives d'avenir pour l'économie nationale et la situation de l'emploi dans six mois. L'indice global se situe maintenant à 98,7, légèrement en baisse par rapport à août où il se situait à 99,2.

« À première vue, peu a changé dans l'esprit des Canadiens, mais si on creuse un tant soit peu on se rend compte qu'ils se montrent prudents face aux bonnes nouvelles économiques du dernier mois – ils les entendent, mais ils ne sont pas encore prêts à agir en faisant *massivement* des achats importants, » indique Michael Antecol, vice-président de TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

La présence de nouvelles économiques positives est évidente si l'on en juge par l'*Indice de la situation actuelle*, qui capte les évaluations de l'état global de l'économie et de l'emploi. L'indice a fait un autre saut de 3,1 points, passant de 83,4 le mois dernier à 86,5 ce mois-ci.

On note, toutefois, que la prudence est de mise en ce qui a trait aux deux autres indices qui constituent l'indice global. 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 chuté de 1,1 point en septembre après avoir affiché une hausse spectaculaire de 8,5 points en août. Cet indice est maintenant à 110 exactement. Quant à l'*Indice d'achat*, qui évalue dans

.../2

quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, il a perdu une bonne part des gains qu'il avait connus en août, passant de 108,3 à 103,7 ce mois-ci, soit en baisse de 4,6 points.

« Les Canadiens demeurent raisonnablement optimistes. Bien sûr, ils sont conscients que la situation économique s'est améliorée, et la plupart croient que l'économie est sur la bonne piste, mais ils ne sont pas tout à fait prêts à se lancer dans les dépenses. Ils sont dans un train qui a pris du retard et qui essaie de rattraper le temps. Il ne s'agit pas du TGV mais bien du train local qui devra faire encore plusieurs arrêts. Mais les Canadiens sont d'avis que le train arrivera tôt ou tard à destination, le problème c'est qu'ils ne savent pas quand, » ajoute Michael Antecol.

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 14 et le 17 septembre 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, qui a récemment fusionné avec Research International, est le leader mondial des études de marché *ad hoc*, fournissant à ses clients des analyses décisionnelles et des conseils d'affaires fondés sur la recherche qui les aident à prendre des décisions opérationnelles éclairées. TNS offre une connaissance approfondie de l'industrie dans les domaines de la

.../3

consommation, de la technologie, des finances, de l'automobile, de la politique et de la recherche sociale, soutenue par une offre de produit unique qui couvre la gamme complète des questions de marketing et d'affaires, se spécialisant en Production et innovation de produits, Marques et communications, Gestion des intervenants, Ventes au détail et consommateurs, et Recherche qualitative. Fournissant le meilleur service qui soit dans plus de 70 pays, TNS fait partie du groupe Kantar, le réseau de recherche, *d'insight* et de société de conseil le plus important au monde. Pour plus d'information, rendez-vous sur le site www.tnsglobal.com.

###

Contacts média :

Dr. Michael Antecol

Vice-président

Tél. : (604) 668-3306

Courriel : michael.antecol@tns-global.com

David Stark

Vice-président, communications externes

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

Courriel : david.stark@tns-global.com