

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS DEMEURE AU BEAU FIXE

Les Canadiens continuent à envoyer des messages contradictoires quant à leurs intentions

TORONTO, le 12 février 2010 – Selon les derniers résultats de l'*Indice de confiance des consommateurs* de TNS Canadian Facts, les Canadiens continuent à envoyer des messages contradictoires lorsqu'il s'agit de l'économie canadienne. Ils se réjouissent un peu plus de la situation économique actuelle mais ils sont encore inquiets face à l'avenir. Dans l'ensemble, l'indice a remonté progressivement à 97,6 comparativement à 96,7 le mois dernier, soit ce qu'il était en décembre.

« Les votes de confiance demeurent plutôt bas. Il est bon de constater que les Canadiens sont un peu plus positifs maintenant mais avant qu'ils commencent à bien se sentir aujourd'hui *et* demain, il ne faudra pas s'attendre à voir une hausse significative dans les dépenses des consommateurs, » indique Michael Antecol, vice-président de TNS Canadian Facts et directeur du tracking mensuel de la firme.

Lorsqu'il s'agit d'*aujourd'hui*, l'*Indice de la situation actuelle* qui capte les évaluations de l'état global de l'économie et de l'emploi a grimpé de près de trois points, passant de 82,7 à 85,6, remettant ainsi l'indice à peu près au même point où il était en septembre 2009. De même, l'*Indice d'achat*, qui évalue dans quelle mesure les gens pensent que le moment est propice pour faire des achats importants, a connu un regain après la chute du mois dernier. Il est passé de 100,4 à 102,1, en hausse de 1,7 points.

Cependant, lorsqu'il s'agit de *demain*, 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 perdu 2,7 points pour finir à 109,1 comparativement à 111,8 le mois dernier.

« Les étoiles ont besoin de s'aligner pour les Canadiens. L'incertitude des indices, le fait qu'ils fluctuent à la hausse et à la baisse indique que les Canadiens sont encore incertains face à leur avenir. Jusqu'à ce que les Canadiens puissent regarder objectivement leur situation financière et se sentir bien et savoir où ils s'en vont, il est peu probable qu'on constate un revirement économique soutenu amorcé par les consommateurs » a ajouté 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 1^{er} et le 4 février 2010. 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 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. Pour plus d'information, rendez-vous sur le site www.tnsglobal.com.

Au sujet de Kantar

Kantar est l'un des réseaux de recherche, d'analyse et de conseils les plus importants au monde. En unifiant les divers talents de plus de 13 entreprises spécialisées, 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 95 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.

###

Contacts média :

D^r 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