

# TRUMP, TARIFS ET TUMULTE

## Et après?

Explorer l'interaction entre le comportement des consommateurs et l'identité nationale face à l'évolution des échanges commerciaux canado-américains.



Après deux mois de défis tarifaires et commerciaux continus, les consommateurs nord-américains modifient-ils leurs choix de marques, leurs projets de voyage ou de travail, et ces décisions continuent-elles d'évoluer au fil du temps ? Les inquiétudes réelles ou perçues concernant l'économie ont-elles affecté le pouvoir d'achat des consommateurs ?

Le Suivi Syndiqué des relations Canada-États-Unis d'Ipsos offre un aperçu précieux des perceptions et des comportements du public face à l'évolution de la relation économique et commerciale entre le Canada et les États-Unis. La recherche souligne les principaux domaines de préoccupation et les opportunités pour les entreprises qui cherchent à s'orienter dans cette crise évolutive.

### Ce que couvre l'étude :

1. Les enjeux : La perception des Canadiens à l'égard des relations entre le Canada et les États-Unis, son impact sur l'économie.
2. L'impact des marques et l'évolution du comportement des consommateurs : Un examen des changements dans les habitudes d'achat, les voyages et les choix de marques. Les Canadiens évitent-ils ou soutiennent-ils certains détaillants en fonction du nationalisme, des tarifs douaniers et du caractère « canadien » d'une marque ?
3. Tendances en matière de talents : L'impact des relations actuelles entre le Canada et les États-Unis sur la réputation des employeurs, le recrutement des talents et la « fuite des cerveaux ».

Cette étude est idéale pour les organisations qui cherchent à acquérir un avantage concurrentiel grâce à des données et des analyses cruciales sur :

- La force du sentiment « Achetez canadien » / « Achetez américain » dans diverses catégories de produits.
- La confiance des consommateurs envers les entreprises et les dirigeants canadiens et américains.

- L'impact du conflit actuel sur les tarifs douaniers qui touchent les finances personnelles et le pouvoir d'achat.
- L'évolution de la fidélité à la marque et ses implications pour les marques canadiennes et américaines.
- La question de savoir si les Nord-Américains modifient *réellement* leur comportement.

### Calendrier et méthodologie

L'étude sera menée en ligne auprès d'adultes canadiens et américains au cours de quatre vagues entre mai et août 2025. Les vagues supplémentaires dépendront de l'intérêt et des événements.

### Communautés en ligne

Parallèlement au suivi quantitatif, et comme le prévoit l'abonnement, plus de 100 Canadiens participeront à notre Communauté de Conversations afin d'explorer les tendances émergentes et l'évolution des comportements des consommateurs associés à cette question. Une Communauté canadienne optionnelle de snowbirds est disponible en option, moyennant un coût supplémentaire.

### Coûts et rendus

Contactez-nous dès aujourd'hui pour discuter des coûts et des produits adaptés aux besoins de votre organisation.

### Pour obtenir plus de renseignements :



#### Gregory Jack

Premier vice-président  
Affaires publiques

[Gregory.Jack@ipsos.com](mailto:Gregory.Jack@ipsos.com)



#### Naumi Haque

Premier vice-président  
Connaissance du marché

[Naumi.Haque@ipsos.com](mailto:Naumi.Haque@ipsos.com)