

29.10.2009 – 09:09 Uhr

comparis.ch: enquête sur l'épargne - Les Suisses sont un peuple d'épargnants

Zürich (ots) -

Remarque : les graphiques peuvent être téléchargés en format pdf sur www.presseportal.ch/fr/pm/100003671.

9 Suisses sur 10 jugent positif le fait d'épargner et économisent pour leur part sur un large front. C'est ce que montre une enquête représentative réalisée par comparis.ch, le comparateur sur internet. A l'occasion de la Journée mondiale de l'épargne de samedi prochain, comparis.ch désirait savoir où et comment les Suisses économisent. Le sondage est éloquent: 40% comparent toujours le prix et la qualité du produit à acheter. La Suisse romande et la Suisse italienne économisent plus fréquemment que la Suisse alémanique. La crise se reflète également plus fortement dans le comportement d'épargne au sein de ces régions.

Le terme «Epargne» est perçu positivement par 93% des Suisses. C'est le résultat d'une enquête représentative réalisée par comparis.ch, le comparateur sur internet. 1222 personnes issues des trois régions linguistiques furent sondées à cet effet. L'enquête par téléphone fut réalisée par l'institut d'études de marché Demoscope, sur mandat de comparis.ch.

L'état d'esprit positif envers l'épargne n'est pas une déclaration du bout des lèvres: 40% des personnes interrogées ont déclaré comparer constamment le prix des biens de consommation quotidienne, et 47% déclarent comparer au moins partiellement le prix et la qualité avant l'achat. Seuls 12% ne regardent jamais le prix. Les Smart Shopper - à savoir les personnes qui comparent le prix et la qualité avant achat - sont plus nombreux chez les femmes que chez les hommes. Il n'est pas surprenant de constater que les personnes aux revenus plus faibles comparent davantage que les personnes aux revenus élevés. Les familles pratiquent plus souvent le Smart Shopping que les personnes seules ou les couples, signe que leur budget est souvent serré: 44% des familles comparent toujours le prix et la qualité contre seulement 38% des personnes vivant seules et 37% des couples.

Si l'on effectue une répartition par région linguistique, des différences sont flagrantes: alors que 35% des Suisses allemands s'intéressent toujours au prix, la Suisse romande affiche un taux de 46% à ce propos. En Suisse italienne, le taux atteint même 50%.

Mieux vaut épargner sur les vêtements que sur les vacances. L'enquête portait également sur les domaines d'épargne des consommateurs. Avec 65% des déclarations, les vêtements occupent la première place du podium avec une large avance, suivis par l'électronique de loisir (63%). L'automobile (51%), les denrées alimentaires (49%), les vacances (48%) et les assurances (46%) leur emboîtent le pas. Les loisirs ont été le moins fréquemment cités (43%). «Apparemment, on préfère acheter un pantalon en moins ou acheter un pull-over meilleur marché, plutôt que de devoir renoncer à la soirée cinéma ou au restaurant», déclare à ce sujet Richard Eisler, P.D.G. de comparis.ch.

Selon les régions linguistiques, les économies réalisées sur les différents postes sont très disparates. On préfère davantage économiser sur ses vacances, voire y renoncer en Suisse italienne (59%) plutôt que dans les autres régions linguistiques où seuls 47% des personnes interrogées (Suisse romande) et 45% des sondés (Suisse alémanique) ont cité cette possibilité d'épargne (graphique 1).

Les hommes n'économisent pas sur la viande

L'enquête examina plus en détail comment les économies sont réalisées au niveau des denrées alimentaires. Épargner signifie ici en premier lieu acheter des produits d'opérations commerciales: 75% des personnes interrogées ont cité cette option. L'achat de produits promotionnels est sensiblement moins apprécié en Suisse romande et italienne qu'en Suisse alémanique: seuls 66% des Suisses romands achètent des articles en promotion, contre 69% des Tessinois, mais 81% des Suisses allemands (graphique 2). Economiser en achetant le produit le moins cher, par exemple M-Budget ou Prix Garantie, obtient, avec 45%, la seconde place à l'échelle suisse.

Suivent ensuite «acheter moins de viande», «acheter chez un discounter» et «déposer moins de produits bio/de luxe dans son caddy» (respectivement 26%). Les Suisses romands trouvent moins volontiers le chemin du discounter que les habitants des autres régions linguistiques. Les Tessinois et Tessinoises renoncent moins souvent aux produits bio ou de luxe par raison d'économie. «Apparemment, l'épargne est perçue différemment selon les régions linguistiques», déclare Richard Eisler. A ce propos: l'option d'épargne «acheter moins de viande» est bien moins souvent citée par les hommes que par les femmes. Un homme, un vrai, a besoin de son lot de viande!

La crise marque plus visiblement la Suisse romande
La crise économique n'a pas encore occasionné de grands bouleversements dans le comportement d'épargne de la population dans son ensemble: les trois quarts des personnes sondées ont indiqué de ne pas économiser plus qu'il y a un an. Il est intéressant de constater que la crise éco-nomique a laissé moins de traces en Suisse alémanique que dans les deux autres régions. Alors qu'en Suisse alémanique, seuls 16% des personnes interrogées économisent plus qu'il y a un an, la Suisse italienne affiche pour sa part un taux de 29% et la Suisse romande atteint même les 32%.

Contact:

Richard Eisler
P.D.G.
Téléphone : 044 360 34 00
Courriel : media@comparis.ch
www.comparis.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003671/100592498> abgerufen werden.