



 Qualinsight

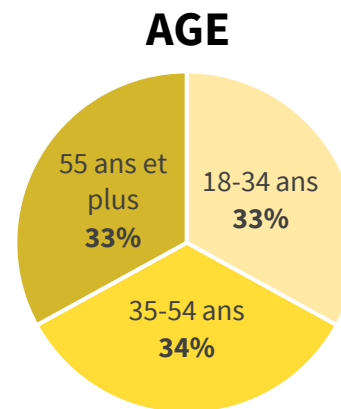
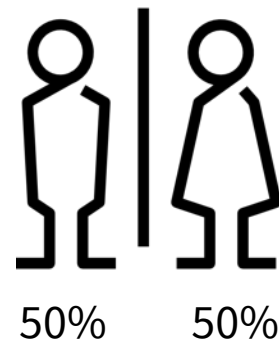
# **Perception de la RSE des entreprises et évolution du pouvoir d'achat en Suisse romande**

---

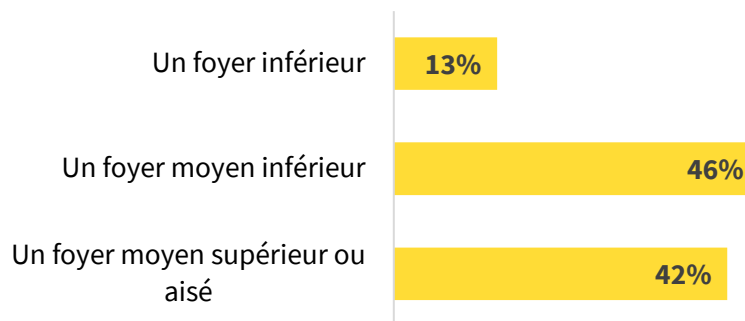
Sondage réalisé par Qualinsight

Février 2024

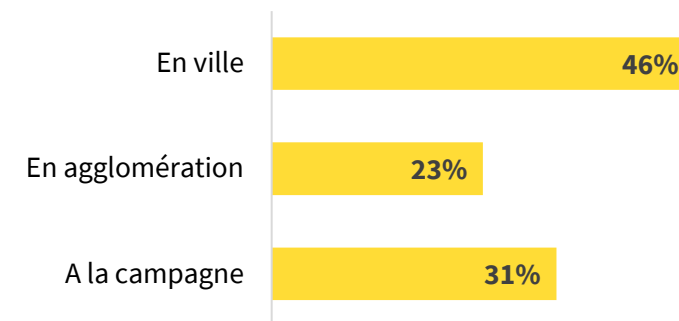
# Sondage représentatif auprès de 1065 personnes habitant en Suisse romande



### MILIEU



### HABITAT



**VOTRE  
OPINION!**

- Sondage diffusé auprès de notre panel de consommateurs romands *VotreOpinion.ch*
- Questionnaire de 7 minutes
- Diffusé du 1<sup>er</sup> au 5 décembre 2023



# La baisse du pouvoir d'achat se ressent chaque année de plus en plus fort

**77%**

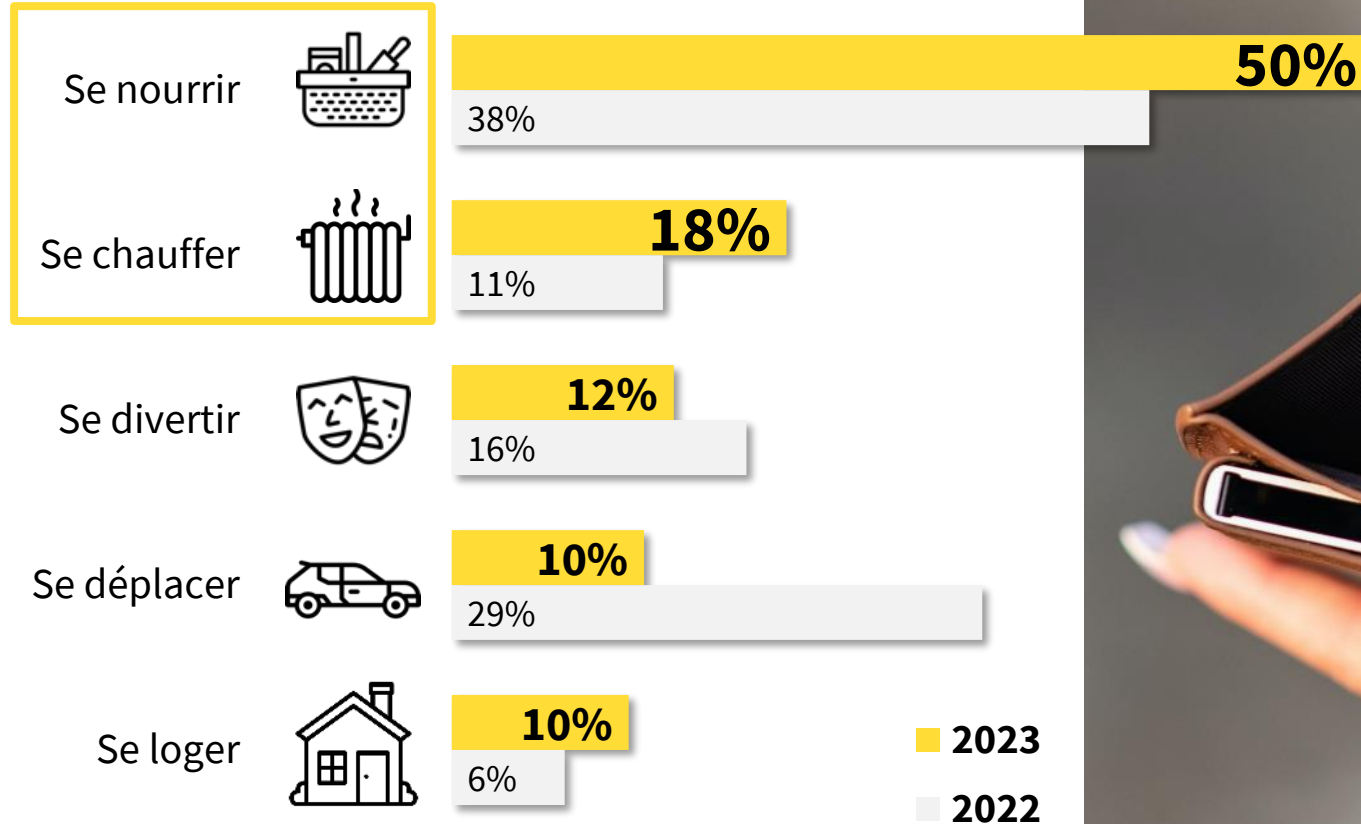
Ont le sentiment que leur pouvoir d'achat a baissé

**+11% par rapport à septembre 2022**

Tout d'abord, diriez-vous que vos habitudes d'achat (alimentaires, vestimentaires, loisirs ou autre) ont changé durant l'année écoulée ? (n=1065)

# Un pouvoir d'achat qui baisse d'année en année

## POSTES DE DEPENSES QUI ONT AUGMENTÉ



Quel est le poste de dépenses qui a le plus augmenté pour vous durant cette année ? (n=1065)



## Des habitudes d'achat modifiées pour privilégier le budget

**74%**

Ont changé leurs habitudes d'achat

+19% par rapport à 2021

Tout d'abord, diriez-vous que vos habitudes d'achat (alimentaires, vestimentaires, loisirs ou autre) ont changé durant l'année écoulée ? (n=1065)

# Le budget passe avant le développement durable

J'ai réduit mes dépenses en général

Je vais plus souvent faire mes courses chez les discounters

J'ai réduit mon budget pour les sorties, loisirs, vacances

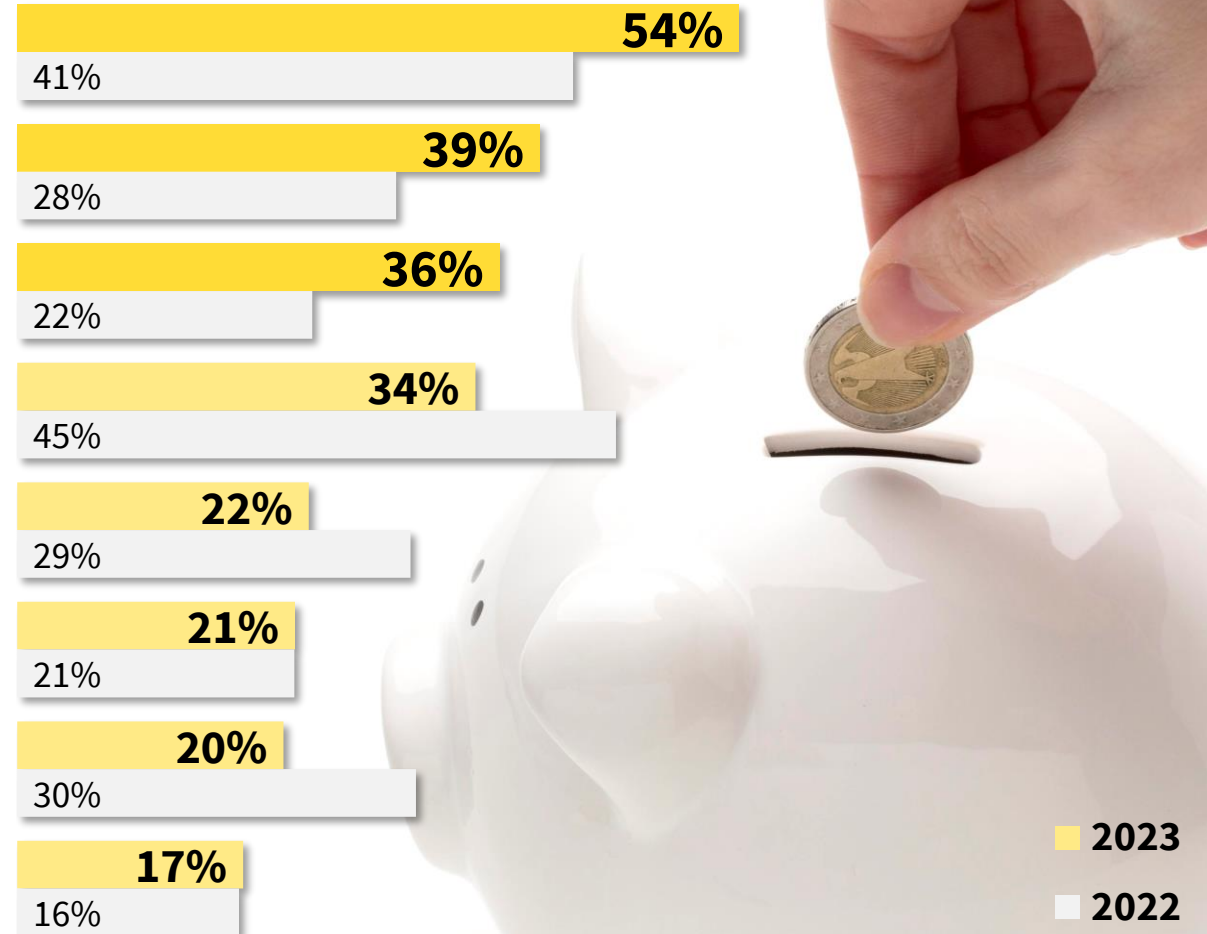
Je fais plus attention au gaspillage, suremballage, zéro déchets

Je mange plus sainement (local, de saison, bio)

Je fais plus d'achats et commandes en ligne

J'achète plus responsable (local, bio, durable)

J'achète plus souvent en seconde main



Au cours des 12 derniers mois, qu'est-ce qui a changé dans vos habitudes d'achat (alimentaires, vestimentaires, loisirs ou autre) ? (n=1065)



## Une faible perception des actions RSE dans les entreprises en Suisse romande

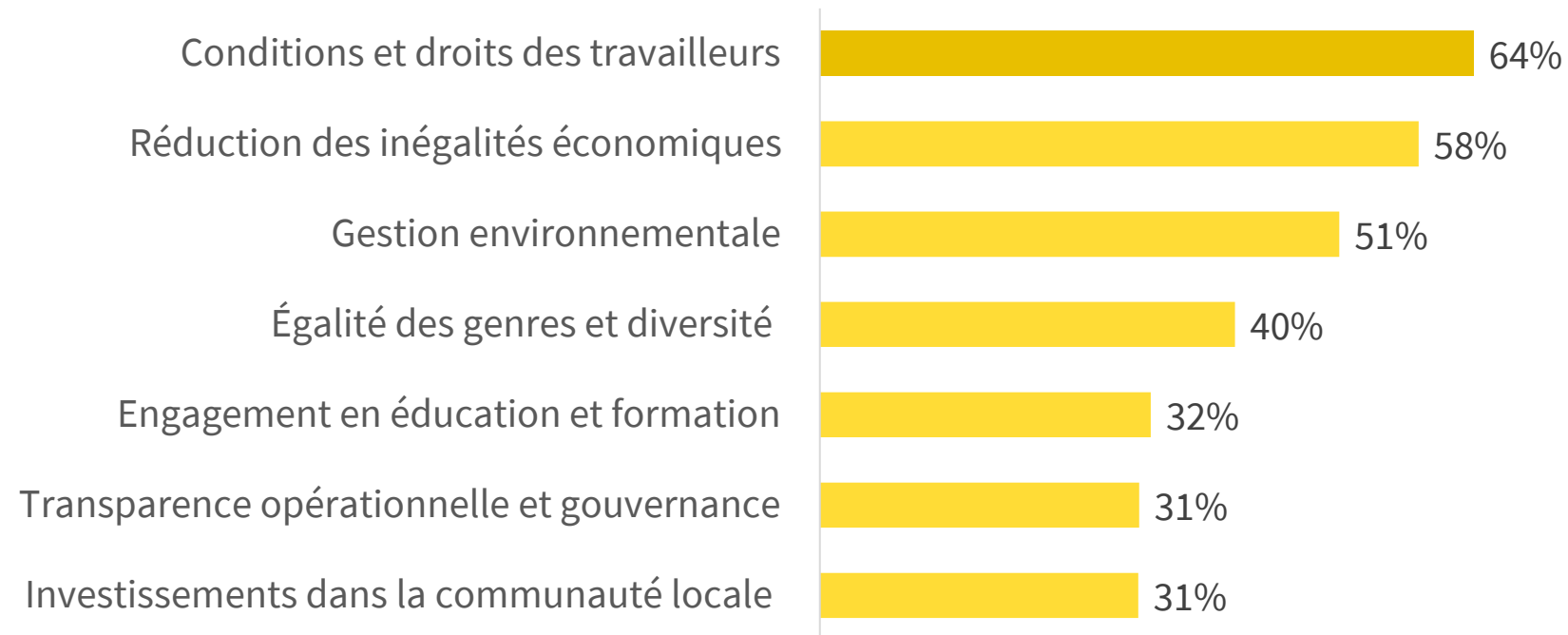
**15%**

Seulement estiment que les entreprises en Suisse romande s'engagent assez dans des initiatives de RSE

Selon vous, dans quelle mesure les entreprises en Suisse romande s'engagent-elles dans des initiatives de RSE (responsabilité sociale et environnementale) ? Echelle : Très engagées (1%), Assez engagées (14%), Neutre (30%), Pas assez engagées (33%), Pas du tout engagées (10%), Je ne sais pas 12% (n=1065)

# Une priorité sur l'amélioration des conditions sociales et économiques

## Engagements RSE attendus



15%

Seulement 15% estiment que les entreprises en Suisse romande s'engagent assez dans des initiatives de RSE

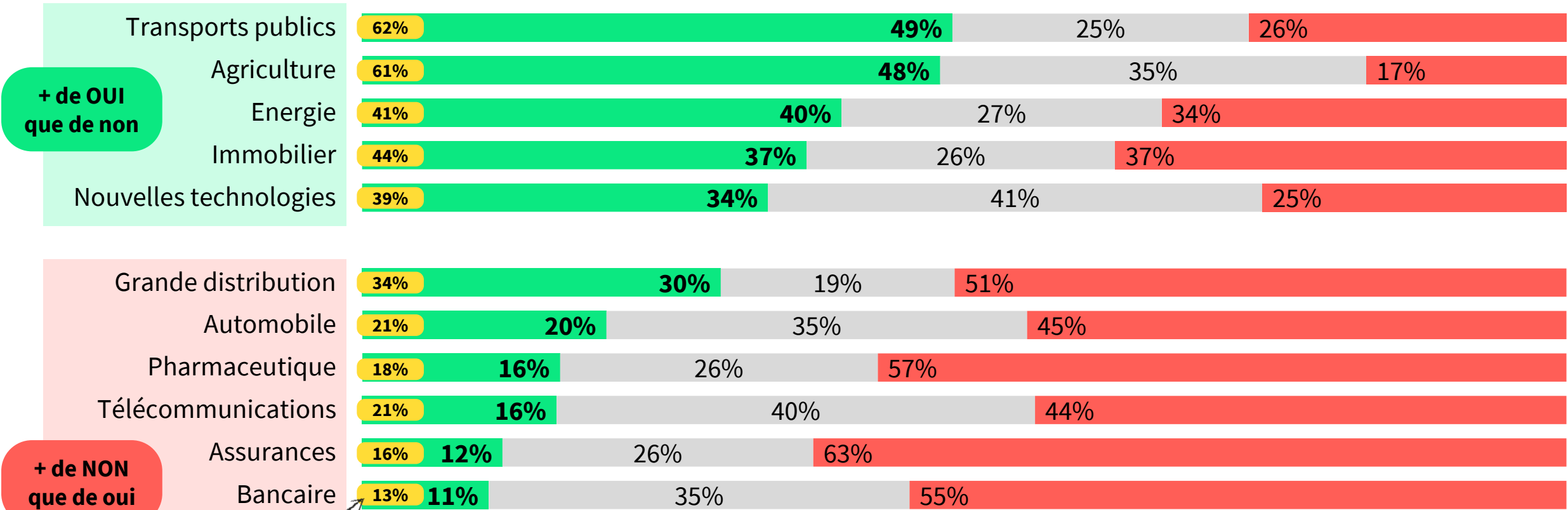
Quels sont les 3 engagements ou actes forts que vous attendez de la part des entreprises en Suisse romande pour démontrer leur responsabilité sociétale et environnementale ? (n=1065)



# Les secteurs considérés comme les plus responsables

D'après vous, en Suisse, les marques et entreprises de ces secteurs agissent-elles de manière responsable ? (n=1065)

% en 2022



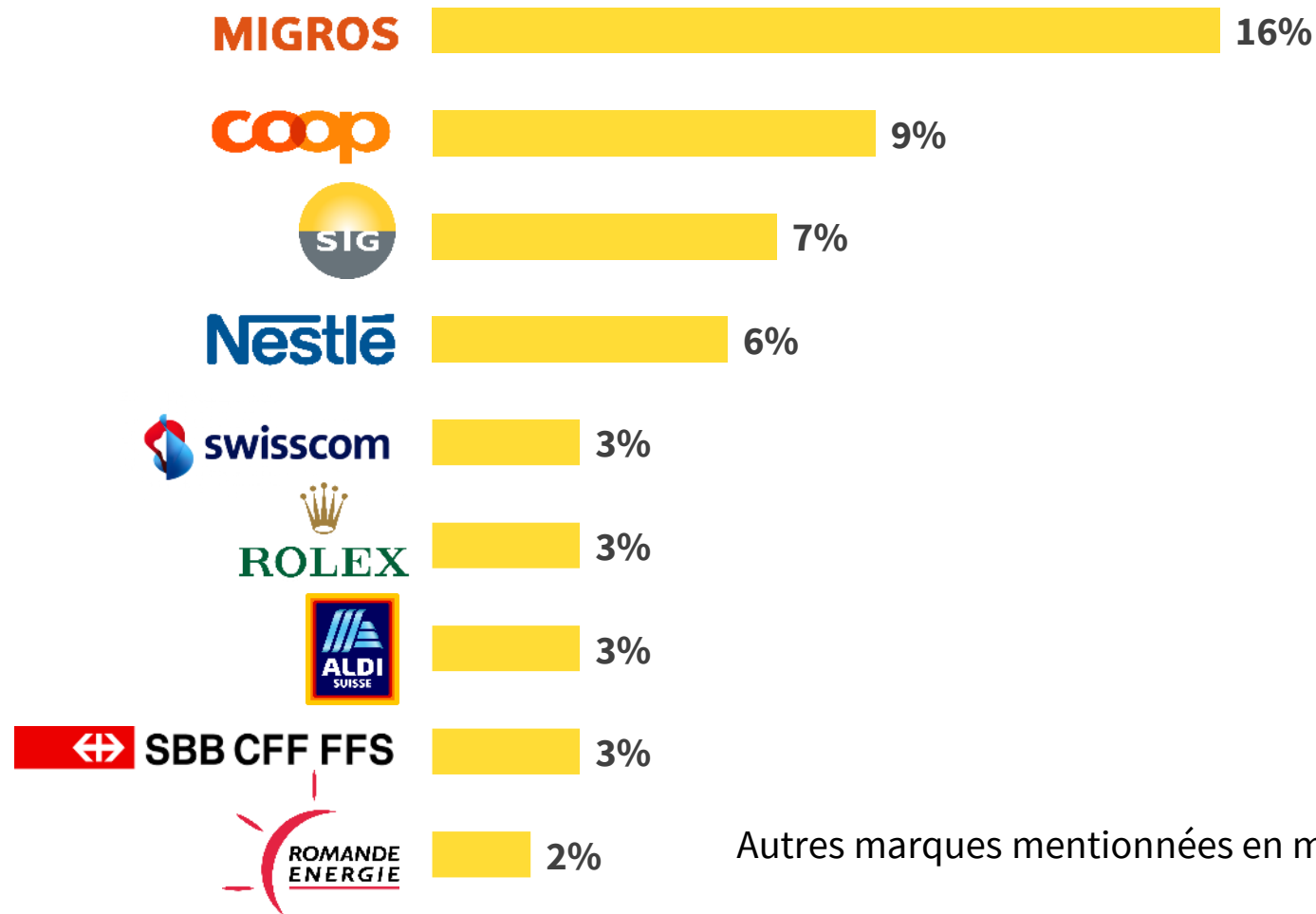
+ de OUI que de non

+ de NON que de oui

! % de OUI en baisse dans tous les secteurs depuis 2022 et 2021

■ Plutôt oui   ■ Je ne sais pas   ■ Plutôt non

# En spontané, les entreprises en Suisse romande qui se démarquent en termes de RSE et développement durable

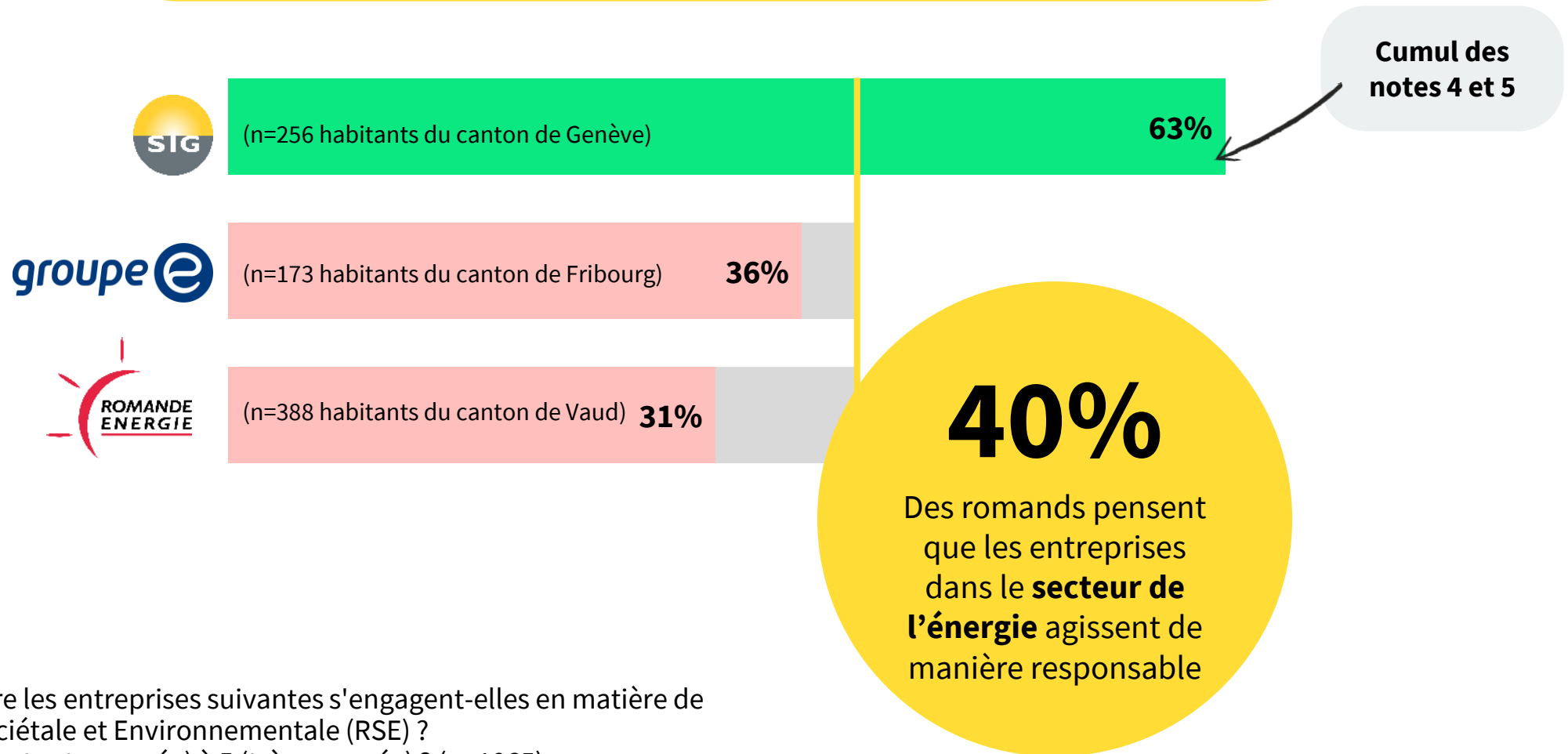


En spontané

Autres marques mentionnées en mineur : *Lidl, Qoqa, Loyco*

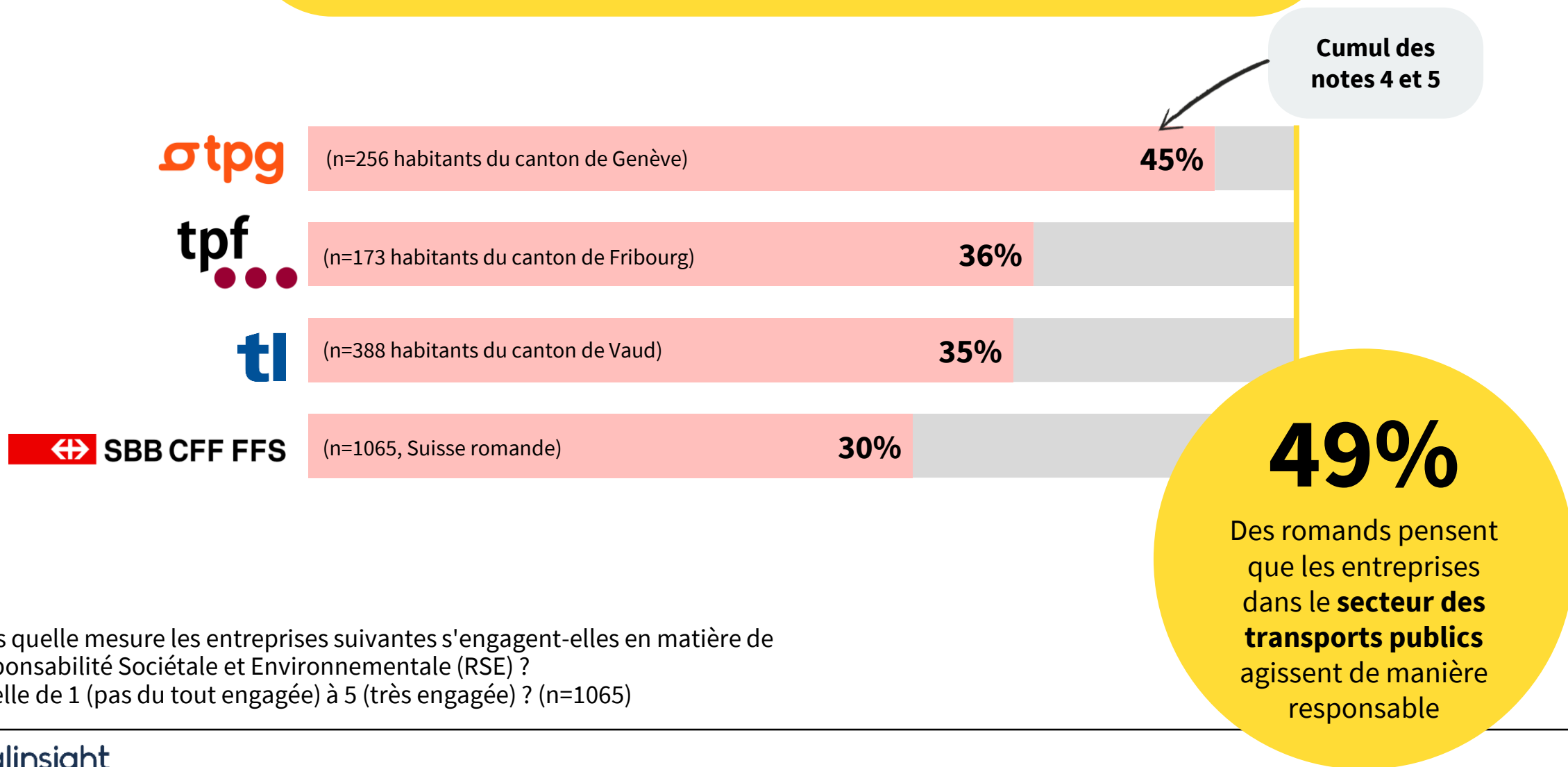
Quelle est, selon vous, l'entreprise en Suisse romande qui se démarque le plus en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et de développement durable ?  
(256 personnes sur 1065 ont répondu à la question ouverte)

# Perception des entreprises du secteur de l'énergie en Suisse romande



Dans quelle mesure les entreprises suivantes s'engagent-elles en matière de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) ?  
échelle de 1 (pas du tout engagée) à 5 (très engagée) ? (n=1065)

# Perception des entreprises dans le secteur des transports publics



Dans quelle mesure les entreprises suivantes s'engagent-elles en matière de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) ?  
échelle de 1 (pas du tout engagée) à 5 (très engagée) ? (n=1065)

# Perception dans le secteur de la santé

HUG

(n=256 habitants du canton de Genève)

42%

Cumul des notes 4 et 5

CHUV

(n=388 habitants du canton de Vaud)

26%

**Le CHUV a reçu plus de notes 1 et 2 que de 4 et 5**

Dans quelle mesure les entreprises suivantes s'engagent-elles en matière de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) ?  
échelle de 1 (pas du tout engagée) à 5 (très engagée) ?

# Perception des entreprises dans le secteur de la grande distribution

MIGROS



coop



Cumul des notes 4 et 5

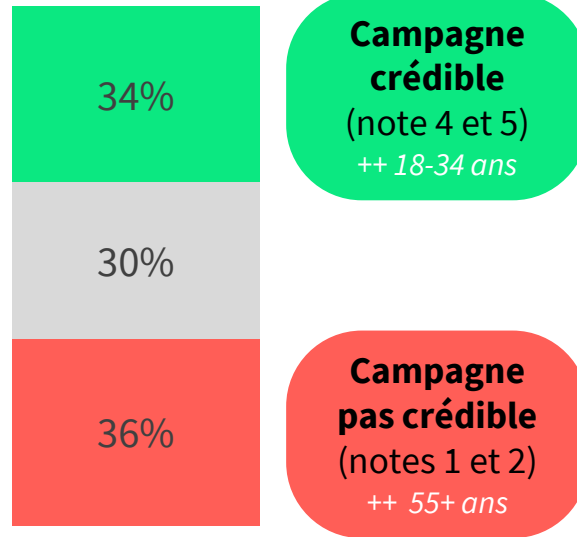
**30%**

Des romands pensent que les entreprises dans le **secteur de la grande distribution** agissent de manière responsable

Dans quelle mesure les entreprises suivantes s'engagent-elles en matière de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) ?  
échelle de 1 (pas du tout engagée) à 5 (très engagée) ? (n=1065)

# Perception d'une campagne Migros

D'après vous, la campagne publicitaire de Migros reflète-t-elle de manière crédible l'engagement de l'entreprise à en faire davantage pour la Suisse ? (n=1065)



(1 = non, pas du tout et 5 = oui, tout à fait)

Migros réalise régulièrement des campagnes en lien avec leurs actions RSE : produits locaux, moins d'emballages, etc.

Si ces campagnes ne sont pas encore perçues comme crédibles par la majorité, elles ont un impact sur leur image de marque puisque l'entreprise Migros a été la plus citée **spontanément** comme se démarquant le plus en matière de RSE et DD.

Mettre le paquet pour moins d'emballage. C'est ça, Migros.

17 520 tonnes de matériel d'emballage en moins depuis 2010.

MIGROS  
en fait plus pour la Suisse

# Envie d'en savoir plus ? Plusieurs types d'études s'offrent à vous !

## Étude d'image

- Évaluez comment votre entreprise / marque / service est connu.e et perçu.e par le public cible
- Mesurez son attrait et positionnement face aux concurrents
- Pré-testez et optimisez les messages et visuels d'une campagne avant lancement
- Évaluez l'impact après lancement et suivez les KPI's clés



Exemple d'un test de campagne réalisé pour CapPostal. Pour en savoir plus, cliquez [ici](#).

## Étude marque employeur

- Mesurer la notoriété, l'image et l'attractivité de votre entreprise
- Evaluer l'impact de vos actions de communication RH (salons, annonces, présence en ligne, etc.)
- Identifiez les facteurs réels de bien-être et mettez en place des workshops collaboratifs pour améliorer les points de vigilance jugés prioritaires par vos équipes



Exemple d'une étude marque employeur réalisée pour Eldora. Pour en savoir plus, cliquez [ici](#).



# Conclusion

- En 2023, une augmentation significative de la **modification des habitudes d'achat** est observée, avec 74% des sondés ayant changé leur comportement, en hausse par rapport aux 61% de 2022.
- Plus de la moitié des répondants (54%) ont **réduit leurs dépenses**, tandis que 39% se tournent davantage **vers les discounters** tels que Lidl ou Aldi.
- Une préoccupation majeure est notée concernant la **baisse du pouvoir d'achat**, ressentie par 77% des participants, affectant surtout les postes de dépense liés à l'alimentation et au chauffage.
- Du côté de la RSE, 43% des sondés jugent que **les entreprises suisses romandes ne s'engagent pas suffisamment**, avec de fortes attentes pour l'amélioration des conditions de travail (64%) et la réduction des inégalités économiques (58%).

→ En conclusion, en 2023 l'inflation a eu raison de l'écologie. L'impact environnemental passe au second plan, derrière les préoccupations économiques et sociales.

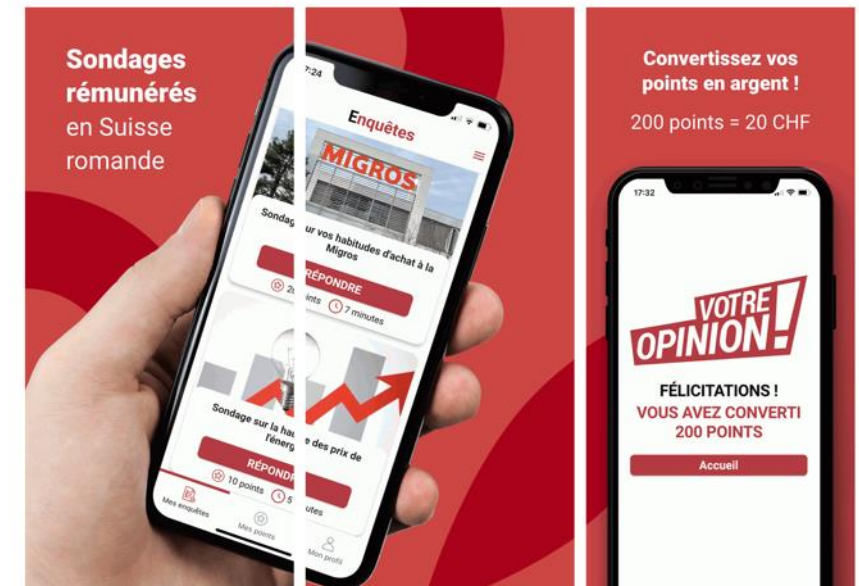


# DÉCOUVREZ QUALINSIGHT



## Expert dans les études marketing

- Études quantitatives et qualitatives en Suisse
- Panel VotreOpinion.ch et application de sondages rémunérés
- Sondages innovants diffusés sur les réseaux sociaux et auprès de cibles niches



# Des études sous toutes les coutures



**Des approches QUALI...**

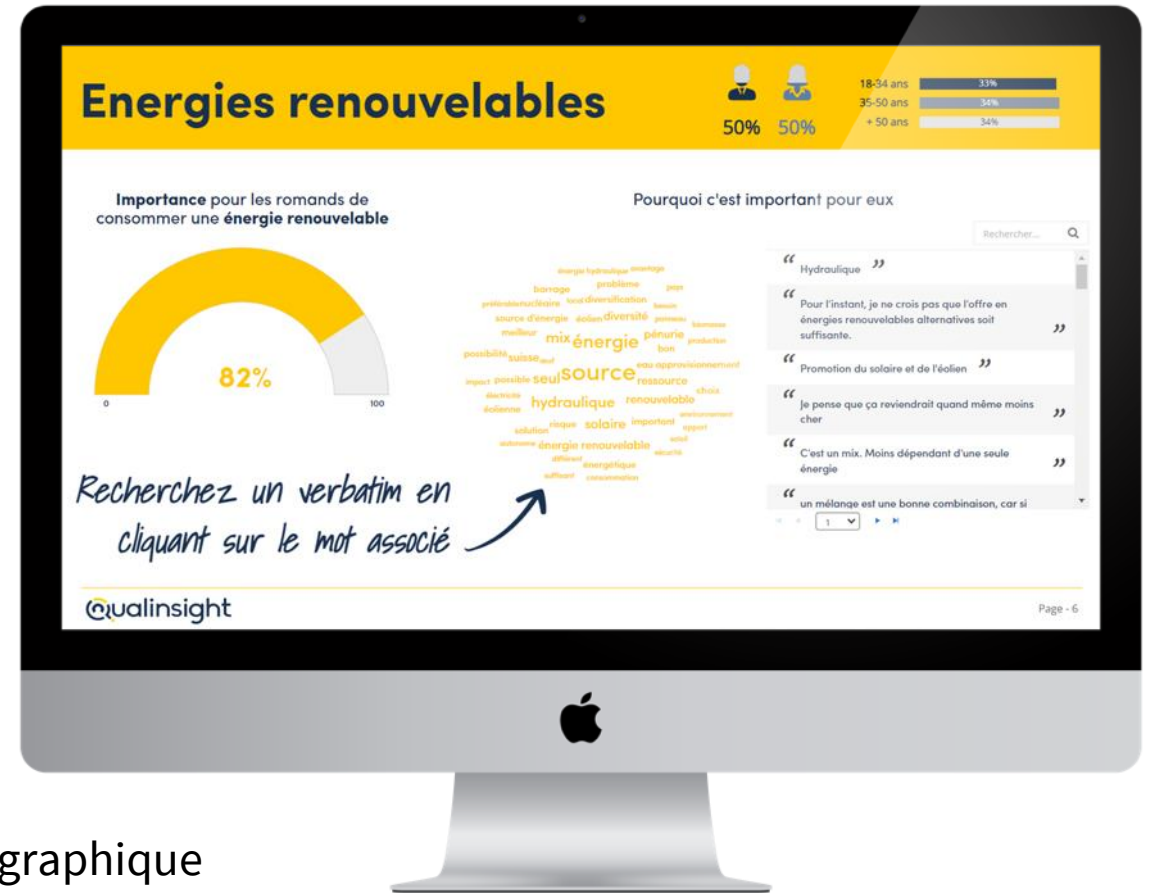
**Et QUANTI**



**Typeform**

Outil ergonomique pour répondre à nos sondages

# Nos outils de reporting et visualisation en ligne



Charte graphique personnalisée

# Une équipe à votre écoute

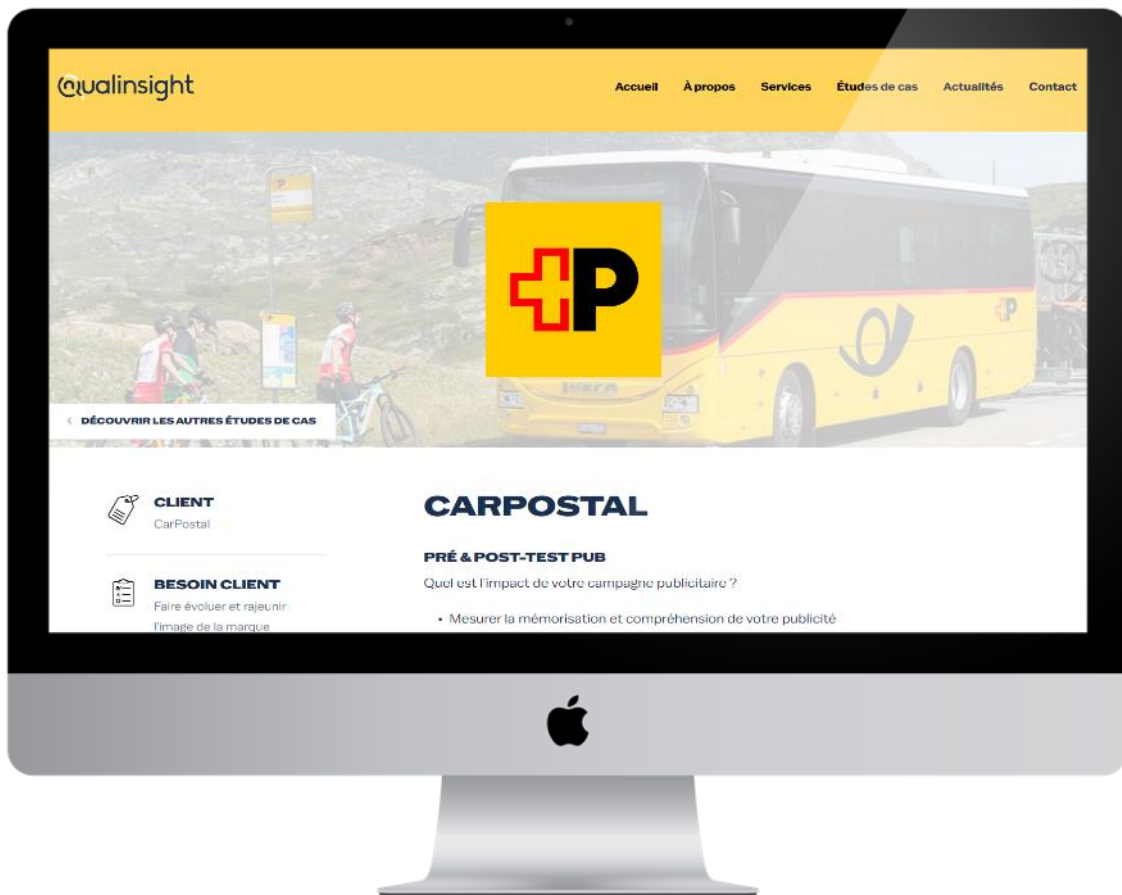




# Ils nous font confiance pour leurs études

The logos are arranged in a grid-like fashion across the lower half of the page. The logos include:

- Row 1:** mobilis, tl, tpf, GENEVE AÉROPORT, SIG, ROMANDE ENERGIE, groupe e, SiL SERVICES INDUSTRIELS LAUSANNE, COUL EOR3, ta ta ki, SRG SSR, RTS Info, RTS Radio Télévision Suisse, Bilan.
- Row 2:** LOTERIE ROMANDE, P, atpg, leb, groupe mutuel, BCV, BCGE, BANQUE POPULAIRE BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ, BON À SAVOIR, IMPACT\_medias, ardentis CLINIQUES DENTAIRES.
- Row 3:** AIME POULY BOULANGER DEPUIS 1874, Nestlé, milupa, imad INSTITUTION GENEVOISE DE MAINTIEN A DOMICILE, baloise, MIGROS GENÈVE, coop, net+, ECA Prévenir Secourir Assurer, VILLE DE CAROUGE, IFPD.
- Row 4:** frc FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS LE POUVOIR D'AGIR, eldora, HUG Hôpitaux Universitaires Genève, canton de vaud, ne.ch RÉPUBLIQUE ET CANTON DE NEUCHÂTEL, feuille des avis officiels, Ricardo, NESCAFÉ.
- Row 5:** mudac, BIBLIOTHÈQUE DE GENÈVE, CICR, TELONO user experience, UNIL | Université de Lausanne HUB Entrepreneuriat et Innovation, UCreate, PROVINS, CPI IWZ Centre de Perfectionnement Interprofessionnel, FAVARGER CHOCOLATS ET CACAOS GENÈVE 1826.



**Pour en savoir plus sur  
nos MÉTHODOLOGIES et  
découvrir nos ÉTUDES  
DE CAS, rendez-vous sur  
[www.qualinsight.ch](http://www.qualinsight.ch)**







**Votre partenaire en Suisse pour les sondages et études de marché**

- 
- Etudes exploratoires qualitatives
  - Sondages réseaux sociaux et panel en Suisse
  - Ateliers innovation et concept testing

---

 **Esther Sève**

 [esther.seve@qualinsight.ch](mailto:esther.seve@qualinsight.ch)