

BAROMÈTRE RSE ET POUVOIR D'ACHAT 2025

*Sondage mené auprès d'un échantillon représentatif
de **1054 consommateurs et consommatrices** en
Suisse romande*

Mars 2025





POURQUOI CE BAROMÈTRE ?

Face à la montée des préoccupations liées à l'**inflation**, aux **inégalités sociales** et aux **attentes croissantes en matière de responsabilité** des entreprises, les comportements des consommateurs et des consommatrices évoluent.

Le pouvoir d'achat devient un facteur déterminant dans leurs décisions, influençant à la fois leurs **choix de consommation** et leur **perception des engagements** des marques.

Ce baromètre mesure cet impact et apporte aux entreprises une compréhension fine des attentes en matière de prix équitables, d'engagement RSE et d'accessibilité.

En identifiant les **tendances clés**, nous vous permettons d'**adapter vos offres et votre communication** pour mieux **répondre aux priorités émergentes** des consommateurs et consommatrices.

LES INSIGHTS CLÉS DÉBUT 2025

En 2025, bien que le pouvoir d'achat se soit légèrement amélioré, la tension économique persiste.

- Avec Trump au pouvoir et les tensions liées à l'Ukraine, le contexte reste tendu
- Néanmoins, le pouvoir d'achat s'améliore légèrement et moins de personnes ressentent une forte baisse de leur capacité à dépenser, de 31% en fin 2023 à 18%

Des habitudes d'achat toujours marquées par la prudence

- 57% déclarent avoir réduit leurs dépenses en général et 42% privilégient les discounters

Une meilleure perception des engagement RSE des entreprises

- 29% des consommateurs jugent que les entreprises romandes s'engagent suffisamment en RSE, soit une hausse de 14 points vs. 2023

Les entreprises doivent encore **renforcer la tangibilité de leurs actions RSE** pour convaincre une majorité de consommateurs



Les résultats du baromètre 2025 montrent que les consommateurs sont toujours **attentifs aux prix**, mais avec une **perception légèrement plus apaisée de leur pouvoir d'achat**.

La RSE est mieux reconnue, mais les attentes restent fortes en matière de **prix justes, accessibilité et impact tangible des engagements des entreprises**.

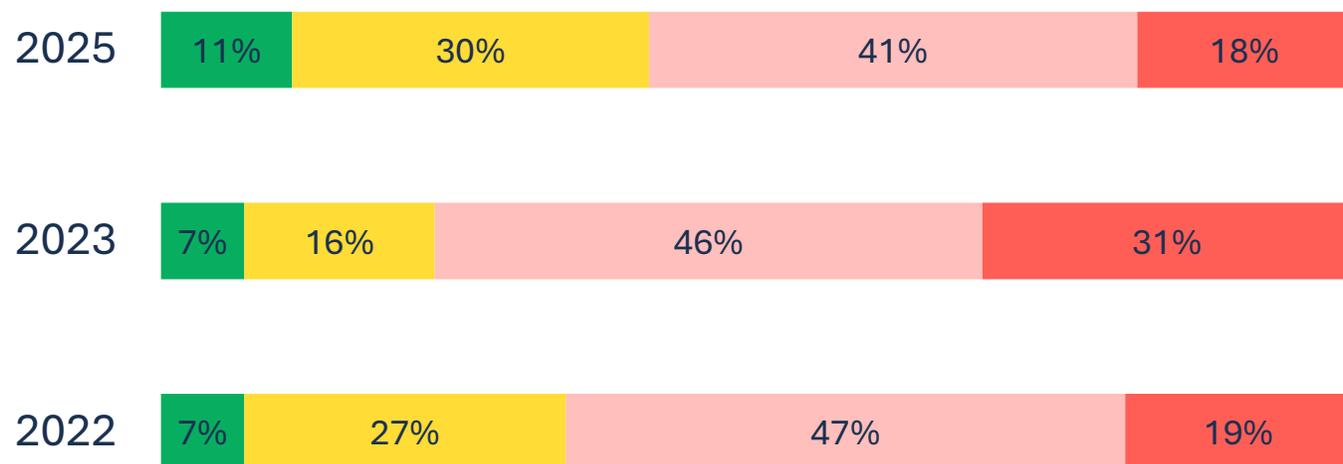
/02



ÉVOLUTION DU POUVOIR D'ACHAT DES ROMAND.ES

LE POUVOIR D'ACHAT A LÉGÈREMENT AUGMENTÉ EN 2025

Perception de l'évolution du pouvoir du foyer d'achat au cours de l'année écoulée :



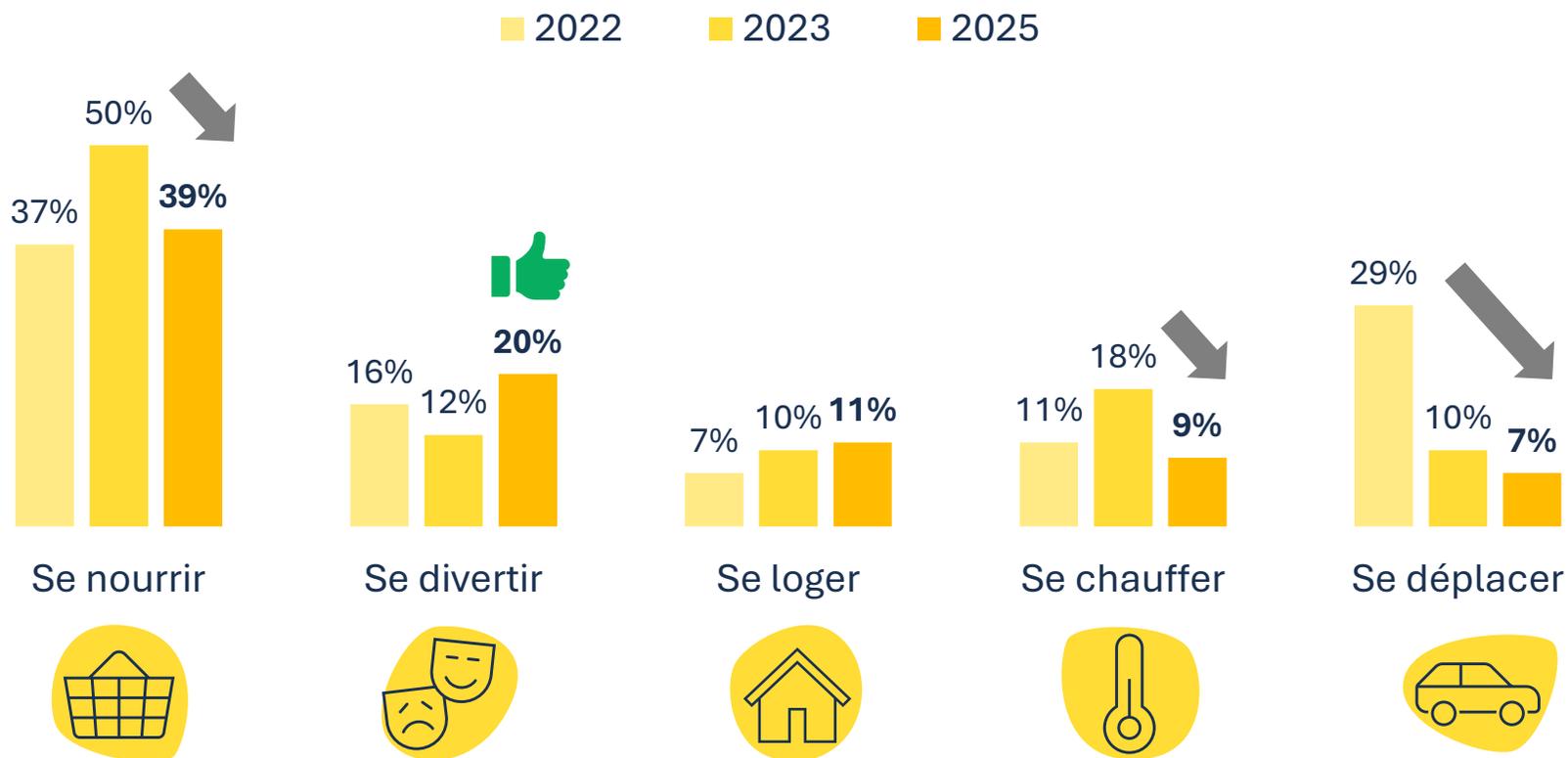
■ Pouvoir d'achat ayant augmenté
■ Pouvoir d'achat étant resté le même
■ Pouvoir d'achat ayant un peu baissé
■ Pouvoir d'achat ayant beaucoup baissé



Un apaisement des tensions économiques par rapport à fin 2023, même si la majorité des répondants continue de ressentir une pression sur leur pouvoir d'achat

UN REGAIN D'INTÉRÊT POUR LES LOISIRS ET LE DIVERTISSEMENT

Evolution des postes de dépense



Une réallocation progressive des priorités :

- Moins de pression sur les postes contraints (chauffage, transport)
- Un rééquilibrage entre besoins essentiels et loisirs



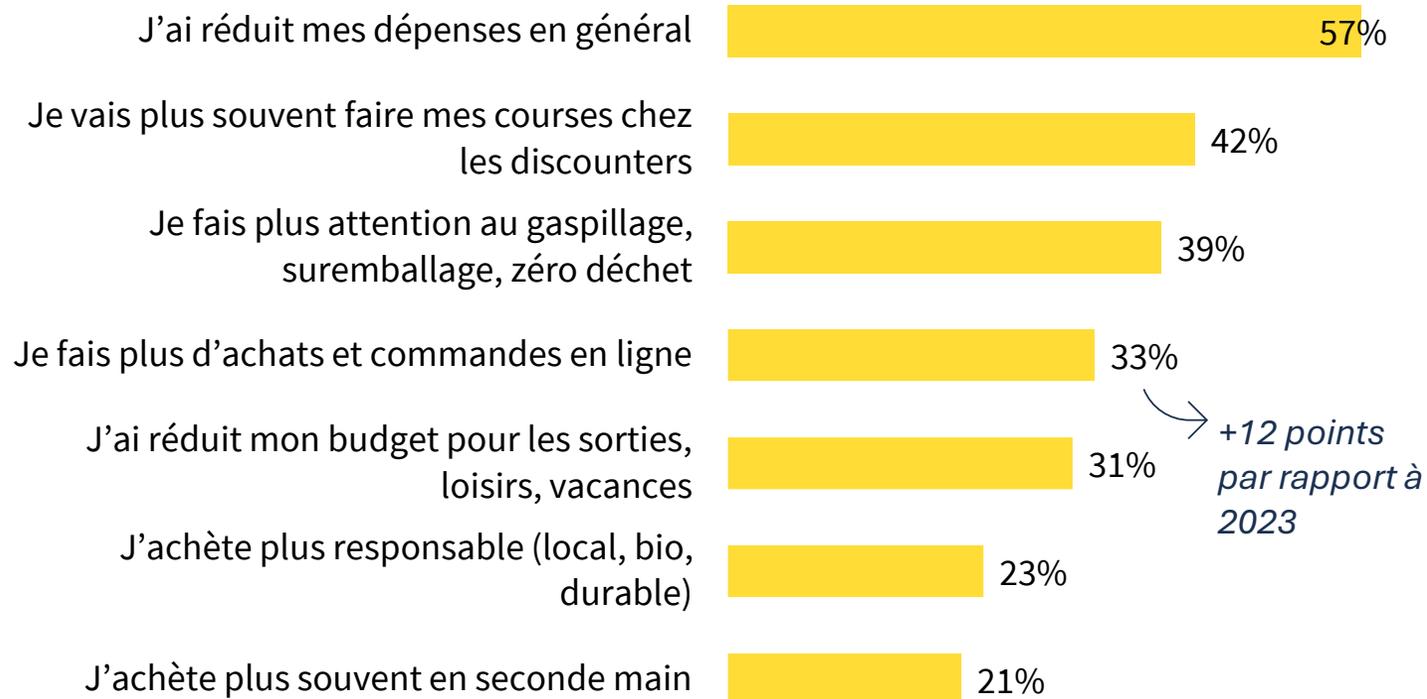
58%

déclarent avoir
changé leurs
habitudes d'achat
au cours de
l'année écoulée

*-16 points par
rapport à 2023,
suggérant une
stabilisation des
comportements*

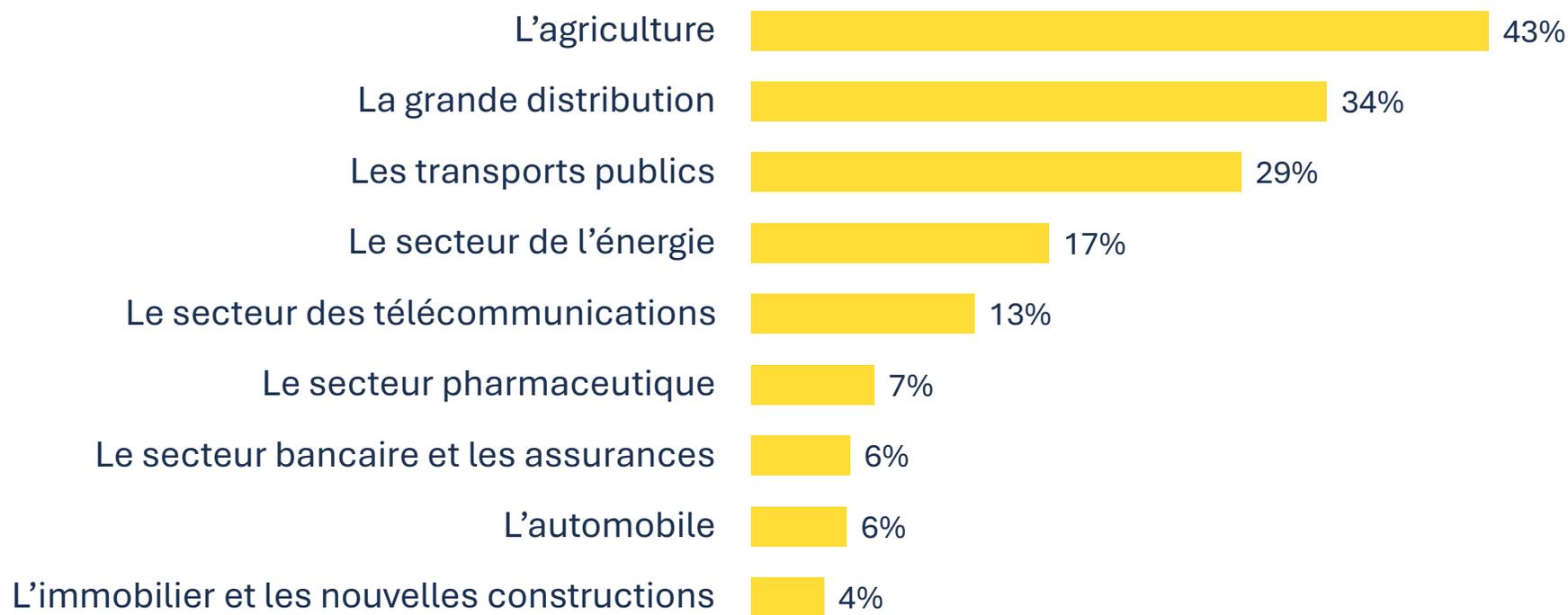
Diriez-vous que vos habitudes ont
changé durant l'année écoulée ?
(n=1054)

HABITUDES D'ACHAT : LA PRUDENCE RESTE DE MISE



L'AGRICULTURE ET LA GRANDE DISTRIBUTION EN TÊTE SUR LES PRIX JUSTES

Perception des secteurs qui agissent pour maintenir des prix responsables et équitables :



Les secteurs liés au **quotidien** et à l'**alimentation** sont **perçus comme les plus engagés** pour des prix justes.

À l'inverse, les domaines où les consommateurs ont **peu de marge de manœuvre** sur les **coûts** sont jugés **plus sévèrement**.

/03



PERCEPTION DE LA RSE EN SUISSE ROMANDE



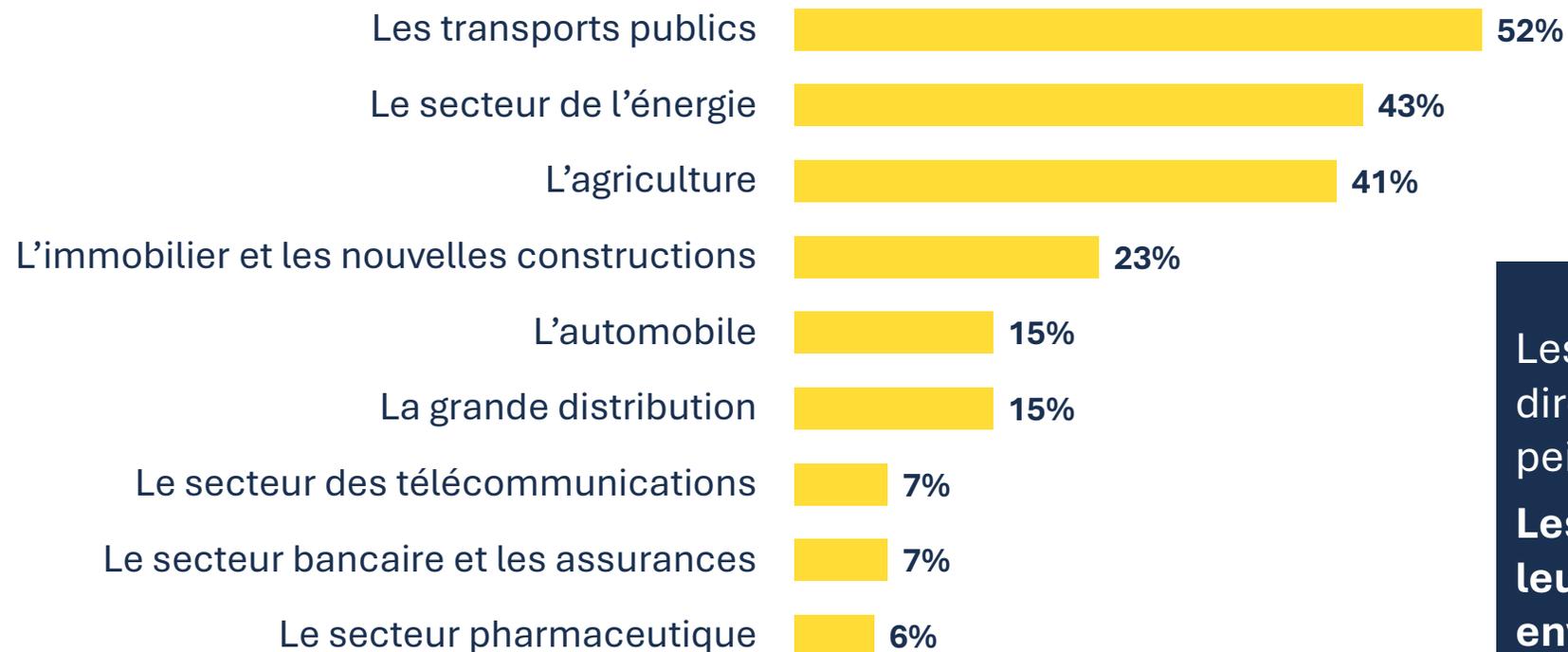
UNE MEILLEURE PERCEPTION DES ACTIONS RSE

29%

estiment que les
entreprises
romandes
s'engagent assez
dans des initiatives
RSE

*+ 14 points par
rapport à 2023*

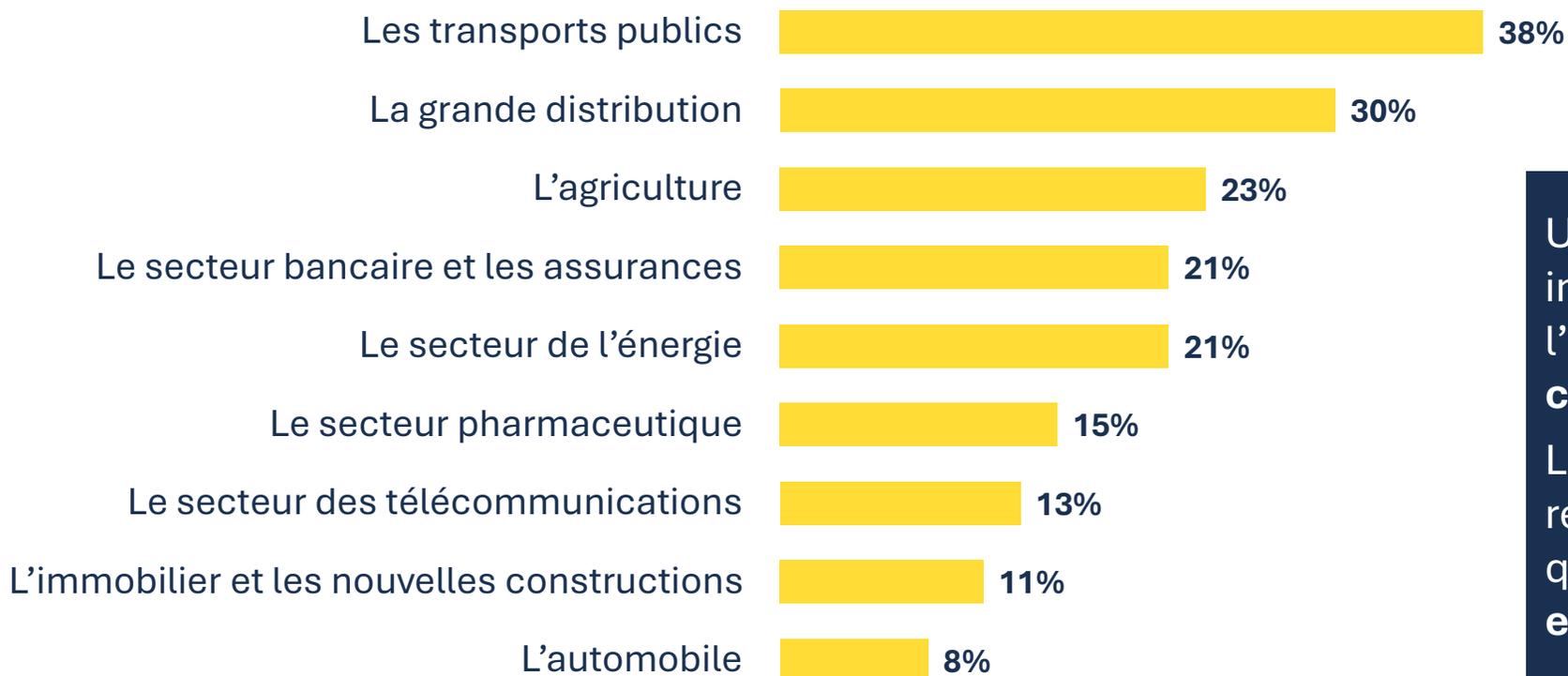
LES SECTEURS PERÇUS COMME LES PLUS ENGAGÉS POUR L'ENVIRONNEMENT



Les secteurs ayant un impact moins direct sur la vie des consommateurs peinent encore à convaincre.

Les entreprises doivent rendre leurs engagements environnementaux plus tangibles pour les consommateurs.

LES SECTEURS PERÇUS COMME LES PLUS ENGAGÉS SOCIALEMENT



Une perception sociale moindre et influencée par l'accessibilité et l'**impact direct sur les consommateurs.**

Les secteurs jugés les plus responsables socialement sont ceux qui **répondent à des besoins essentiels et accessibles.**

LES ACTIONS RSE ATTENDUES PAR SECTEUR



Grande distribution

- Réduction du **gaspillage alimentaire** (54%)
- Réduction des **emballages plastiques** (52%)



Énergie

- Investissement dans les **énergies renouvelables** (50%)
- **Prix accessibles et raisonnables** (49%)



Banques et assurances

- Cesser le financement des **industries qui ne respectent pas les droits humains** (48%)
- Cesser le financement des **industries extrêmement polluantes** (45%)



Transports publics

- **Prix accessibles et raisonnables** (54%)

Envie d'aller plus loin ?

Ce baromètre vous a apporté des insights précieux sur l'évolution des attentes des consommateurs et consommatrices en matière de pouvoir d'achat et de responsabilité des entreprises.

Cependant chaque secteur, chaque entreprise, chaque marque fait face à des défis spécifiques.



Chez **Qualinsight**, nous vous aidons à transformer ces tendances en actions concrètes, adaptées à votre marché et à vos clients.

- ✓ Besoin d'une **étude personnalisée** ?
- ✓ Envie d'affiner votre **stratégie prix ou RSE** ?
- ✓ Vous souhaitez découvrir **comment votre marque est perçue** ?

✉ Contactez-nous dès maintenant pour un échange stratégique !



Qualinsight

Votre partenaire en Suisse pour les sondages et études de marché

- Etudes qualitatives et quantitatives
- Méthodologies hybrides : panel, réseaux sociaux, face à face, journal vidéo
- Accompagnement stratégique local
- Podcast « Romand'Insight » sur les tendances business

 **Julia Pacifico**

 julia.pacifico@qualinsight.ch

/04



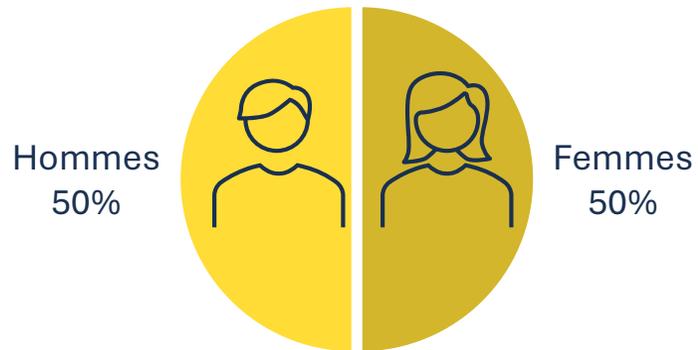
ANNEXES

- Structure de l'échantillon

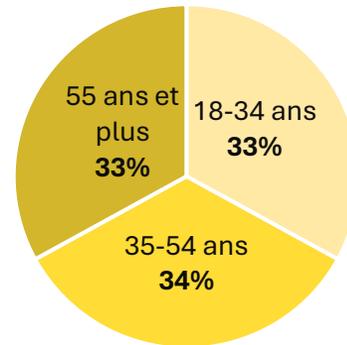
PROFIL DE L'ÉCHANTILLON 2025

Population cible: 1054 Suisses romands
Sondage en ligne via le panel Votre opinion
Diffusé du 29 janvier au 4 février 2025

Genre



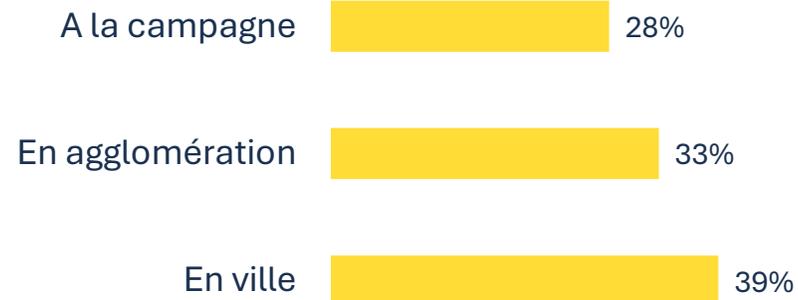
Age



Revenus



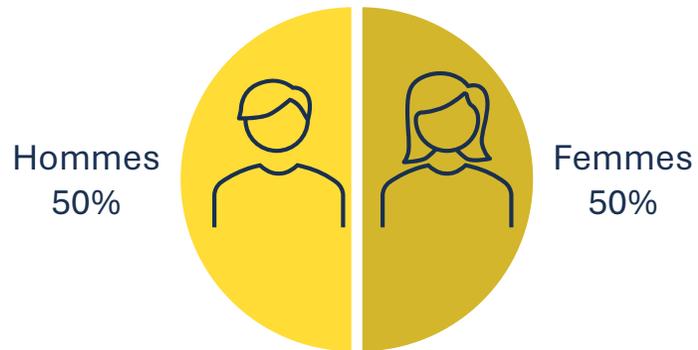
Milieu



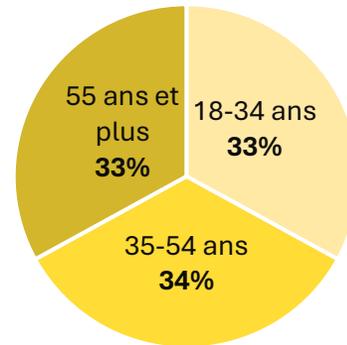
PROFIL DE L'ÉCHANTILLON 2023

Population cible: 1065 Suisses romands
Sondage en ligne via le panel Votre opinion
Diffusé du 1er au 5 décembre 2023

Genre



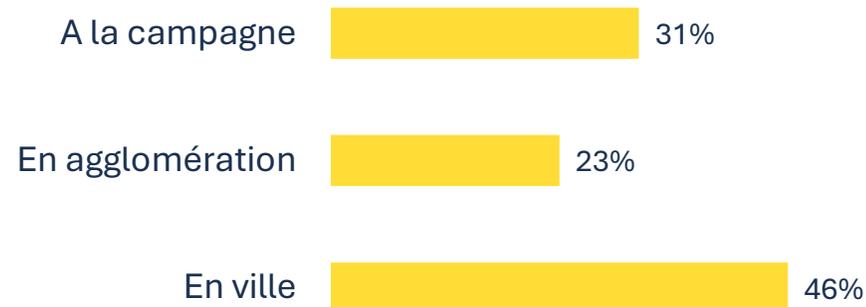
Age



Revenus



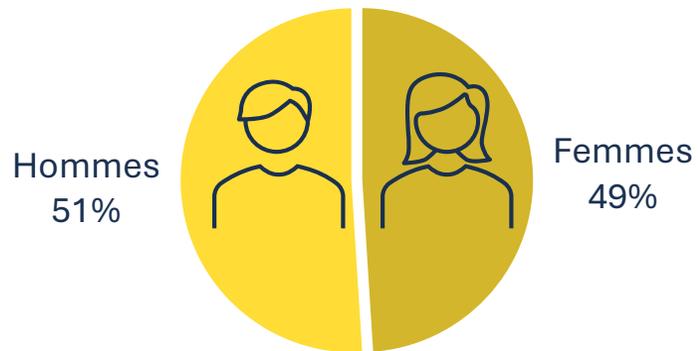
Milieu



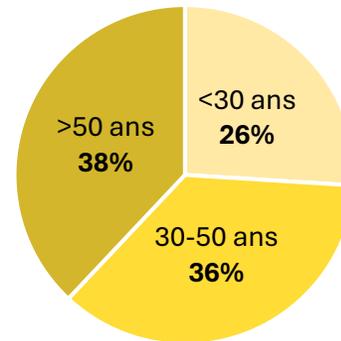
PROFIL DE L'ÉCHANTILLON 2022

Population cible: 908 Suisses romands
Sondage en ligne via le panel Votre opinion
Diffusé du 22 au 31 août 2022

Genre



Age



Revenus



Milieu

