

POUVOIR D'ACHAT & PERSPECTIVES 2026

*Étude Qualinsight, prise d'information auprès de notre panel « Votre Opinion »
Sondage mené auprès d'un échantillon représentatif de 1254 personnes en
Suisse romande en janvier 2026.*



POUVOIR
D'ACHAT

POUVOIR D'ACHAT ET PERSPECTIVES 2026 : INQUIÉTUDES FACE À L'INFLATION

Évolution du pouvoir d'achat et inflation

- **Perception des prix** : 47 % des participants estiment que les prix ont "beaucoup augmenté" ces 12 derniers mois, un sentiment plus marqué chez les femmes et les citadins.
- **Impact financier** : La hausse des prix pèse "assez" sur les finances de 39 % des ménages et "beaucoup" pour 18 % d'entre eux.
- **Niveau de vie** : 31 % des répondants déclarent qu'il est devenu difficile de maintenir leur niveau de vie habituel.

Perspectives financières pour 2026

- **Revenus du ménage** : Pour 2026, 58 % des sondés ne prévoient aucun changement de revenus.
- **Augmentations** : Seuls 3 % anticipent une hausse claire de leurs revenus, tandis que 18 % attendent une petite augmentation.
- **Prudence** : 48 % des personnes interrogées sont certaines de devoir continuer à faire attention à leurs dépenses dans le mois à venir.

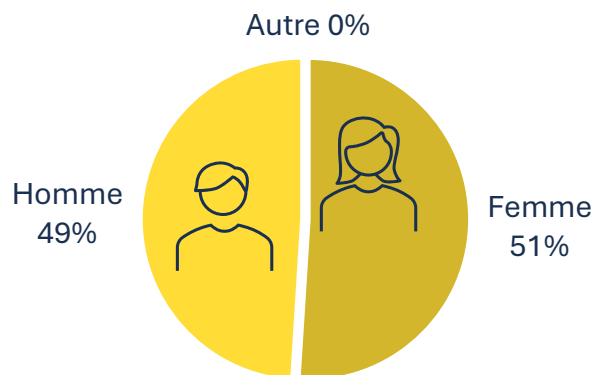
Préoccupations et stratégies d'économie

- **Inquiétudes majeures** : Les principales craintes concernent la hausse des prix de l'alimentation (32 %) et l'augmentation des primes d'assurance maladie (26 %).
- **Zones d'économies** : Pour compenser, les consommateurs ont surtout réduit leurs dépenses dans les achats non essentiels (64 %), les loisirs et vacances (58 %) ainsi que l'alimentation (47 %).

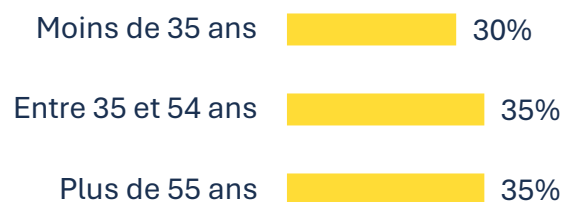
DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

- N = 1'254, sondage mené auprès des romand.es de plus de 18 ans
- Sondage en ligne diffusé via le panel consommateurs Votre Opinion en janvier 2026

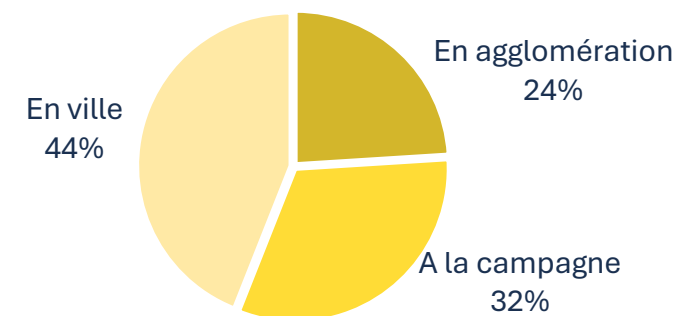
Genre



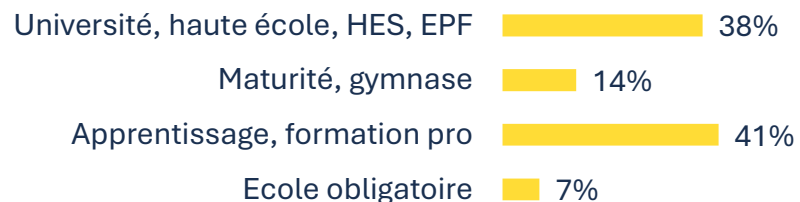
Âge



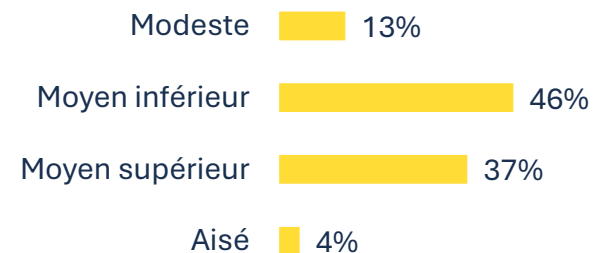
Milieu de résidence



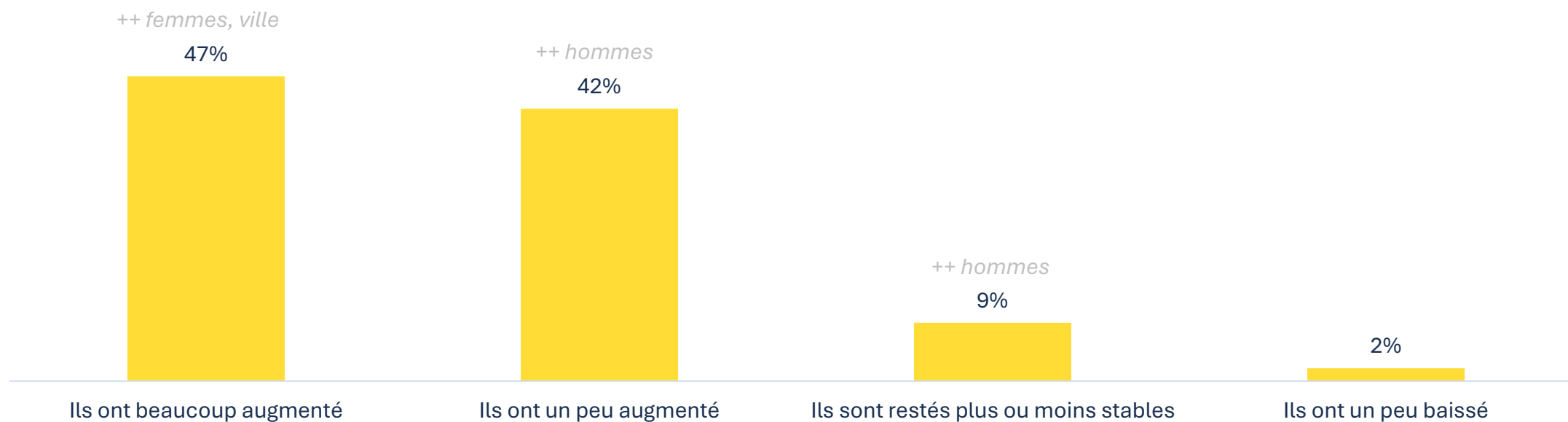
Formation



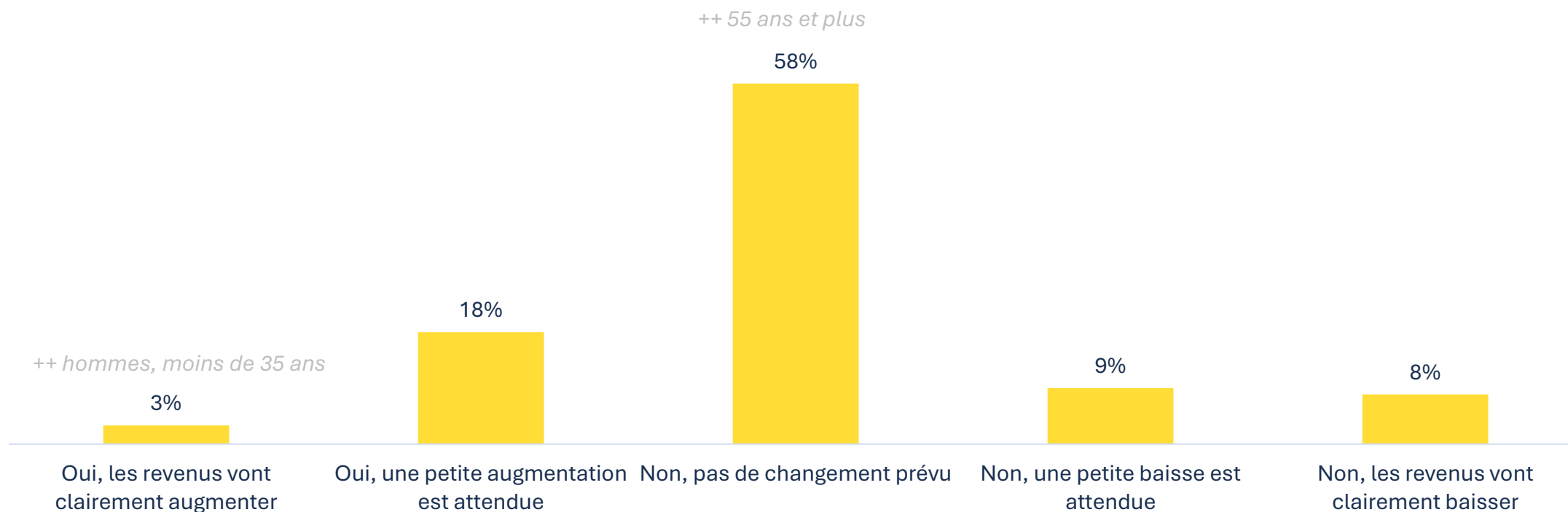
Type de foyer



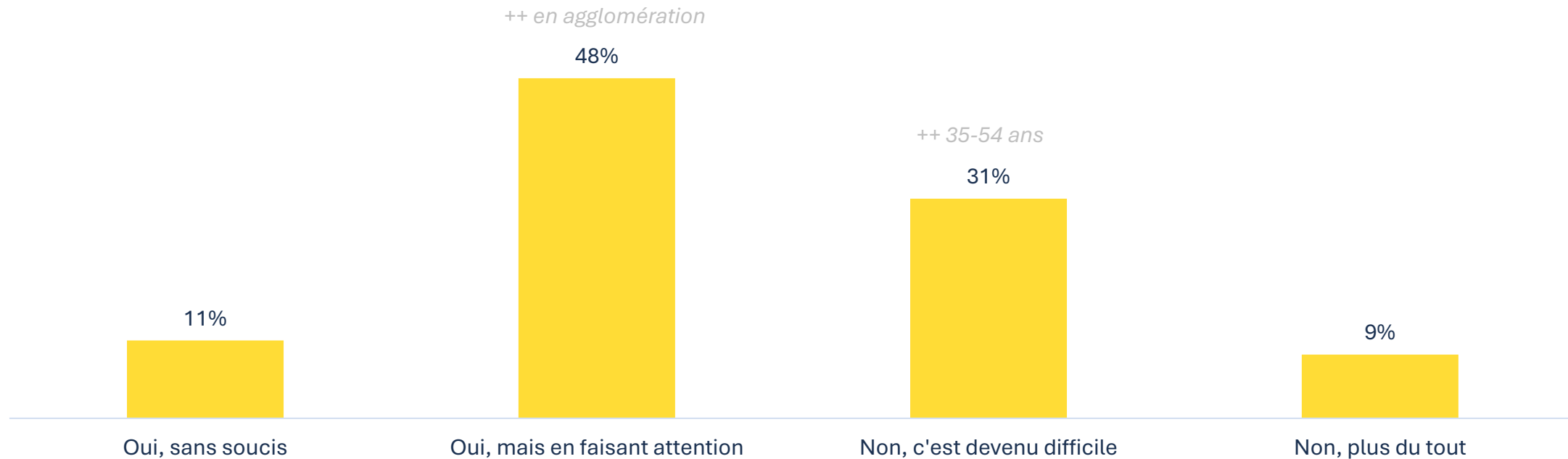
QUE PENSEZ-VOUS DE L'ÉVOLUTION DES PRIX EN SUISSE CES 12 DERNIERS MOIS ?



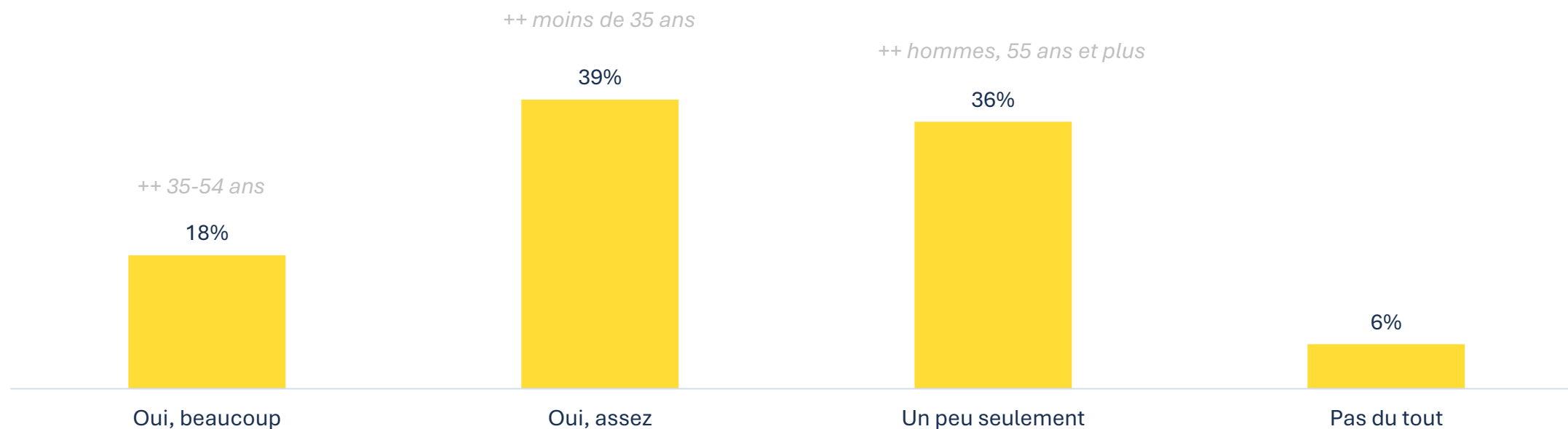
UNE HAUSSE DE REVENUS EST-ELLE PRÉVUE DANS VOTRE MÉNAGE POUR 2026 ?



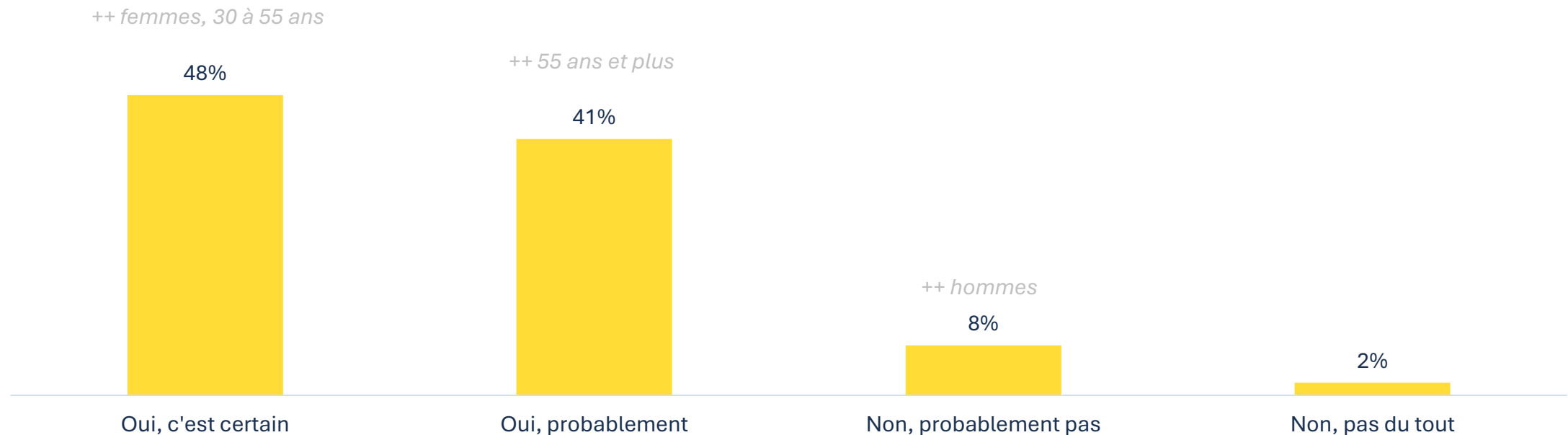
AUJOURD'HUI, VOS REVENUS VOUS PERMETTENT-ILS DE GARDER LE MÊME NIVEAU DE VIE QU'AVANT LA HAUSSE DES PRIX ?



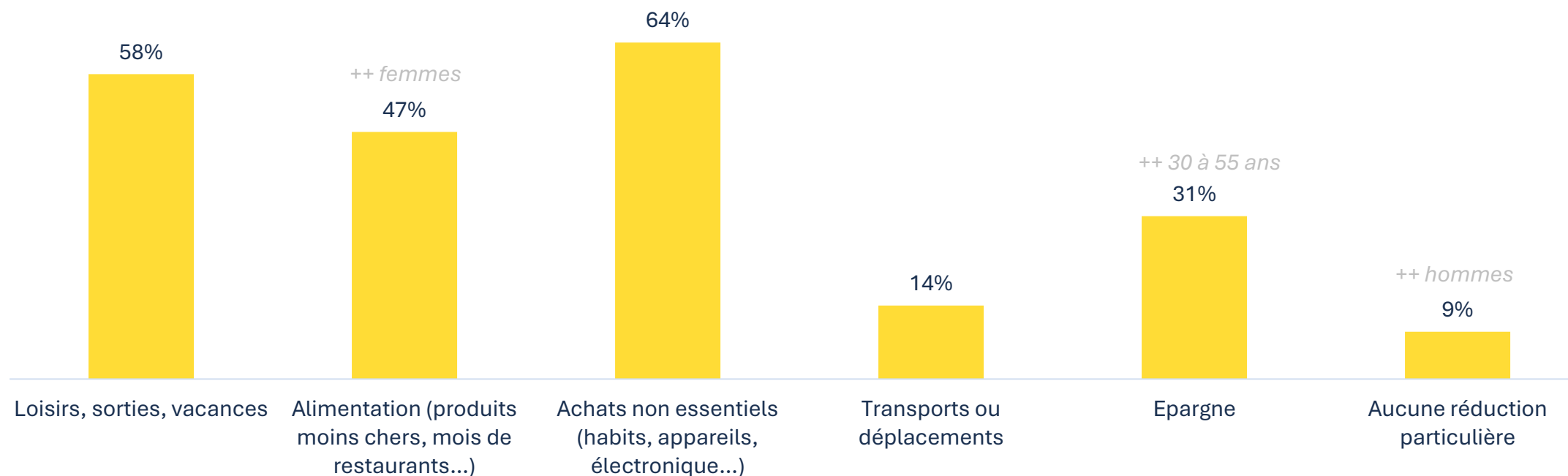
EST-CE QUE LA HAUSSE DES PRIX PÈSE SUR LES FINANCES DE VOTRE MÉNAGE ?



DANS LE MOIS À VENIR, PENSEZ-VOUS DEVOIR CONTINUER À FAIRE ATTENTION À VOS DÉPENSES ?



SUR QUOI AVEZ-VOUS FAIT LE PLUS D'ÉCONOMIES CES 12 DERNIERS MOIS ?



QU'EST-CE QUI VOUS INQUIÈTE LE PLUS POUR LES PROCHAINS MOIS CONCERNANT VOTRE POUVOIR D'ACHAT OU VOS FINANCES ?

WARNING : Question ouverte – traitement approximatif via IA pour vous donner un ordre de grandeur de la codification

Catégorie d'inquiétude	Pourcentage approximatif	Exemples de verbatims
Hausse des prix (Alimentation/Général)	32 %	"Le prix de la nourriture", "Hausse des prix des besoins premiers", "L'inflation"
Coûts de la Santé (Assurances/Primes)	26 %	"Hausse des primes maladie", "Le coût de la santé", "Les voleurs des assurances"
Logement et Énergie	15 %	"Hausse des loyers", "Prix du gaz et électricité", "Charges immobilières"
Capacité financière (Fin de mois/Épargne)	18 %	"Ne plus arriver à payer les factures", "Ne plus pouvoir épargner", "Finir le mois à zéro"
Stabilité d'emploi / Retraite	6 %	"Perte d'emploi", "Ma retraite qui approche", "Le chômage"
Autres (Guerres, Impôts, Voyages)	3 %	"Situation géopolitique", "Donald Trump", "Impôts"

QUELQUES MOTS SUR QUALINSIGHT



- Qualinsight est une agence d'études de marché basée à Lausanne.
- Nous sommes spécialisés dans les sondages quali-quantitatifs et les études qualitatives pour les grandes entreprises et les PME en Suisse.
- Depuis 10 ans, nous développons et animons notre propre panel [VotreOpinion.ch](https://votreopinion.ch). En 2022, nous avons développé et lancé l'application de sondages rémunérés *Votre Opinion*
- En parallèle, nous menons des sondages sur les réseaux sociaux afin de toucher des cibles réticentes aux sondages traditionnels, ainsi que des cibles plus spécifiques, locales ou rares.
- **Notre objectif** : mener des études innovantes et sur-mesure, pour enrichir votre connaissance des publics ciblés, vous accompagner dans la prise de décision et vous aider à avoir de l'impact dans le développement de vos offres grâce à une consultation approfondie des besoins et attentes des publics.

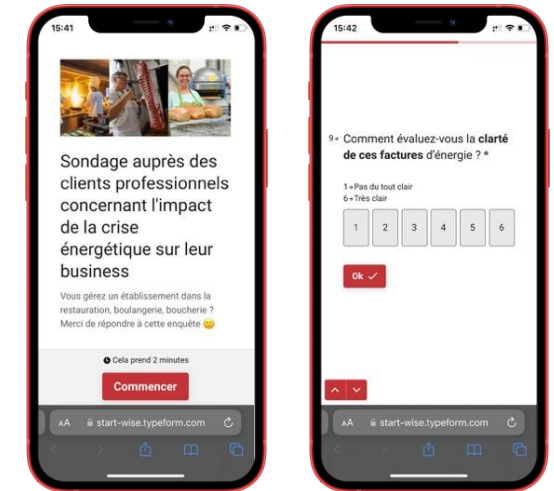
UNE APPROCHE SUR MESURE

Des études quanti fluides et efficaces

- Les études quantitatives sont indispensables pour l'analyse des tendances et des comportements à grande échelle. Nous menons nos enquêtes le plus souvent en ligne, grâce à notre panel et application de sondages rémunérés « *Votre Opinion* » et en partenariat avec le panel Bilendi pour toucher l'ensemble de la Suisse. Nous diffusons aussi via une promotion sponsorisée sur les réseaux sociaux.
- En parallèle, notre équipe d'enquêteurs et enquêtrices sur le terrain va à la rencontre des publics là où ils se trouvent, afin de compléter nos échantillons pour qu'ils soient les plus diversifiés et représentatifs possible.

Typeform

Outil ergonomique pour répondre à nos sondages



Panel et App



Réseaux sociaux

UNE GRANDE EXPERTISE EN QUALI



Du quali en ligne ou en face à face

- Les études qualitatives sont essentielles pour la compréhension des comportements humains et elles ont toujours été au cœur de notre approche.
- Elles se déroulent soit en face à face, via des entretiens approfondis ou des focus groupes et/ou en ligne, via Teams ou WhatsApp selon les besoins de l'étude. Cette méthode a l'avantage de toucher un public plus large et diversifié, et favorise la franchise et la spontanéité chez les participants, plus à l'aise depuis le confort de leur domicile.



ILS NOUS FONT CONFIANCE





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
-

 **Esther SÈVE**

 esther.seve@qualinsight.ch