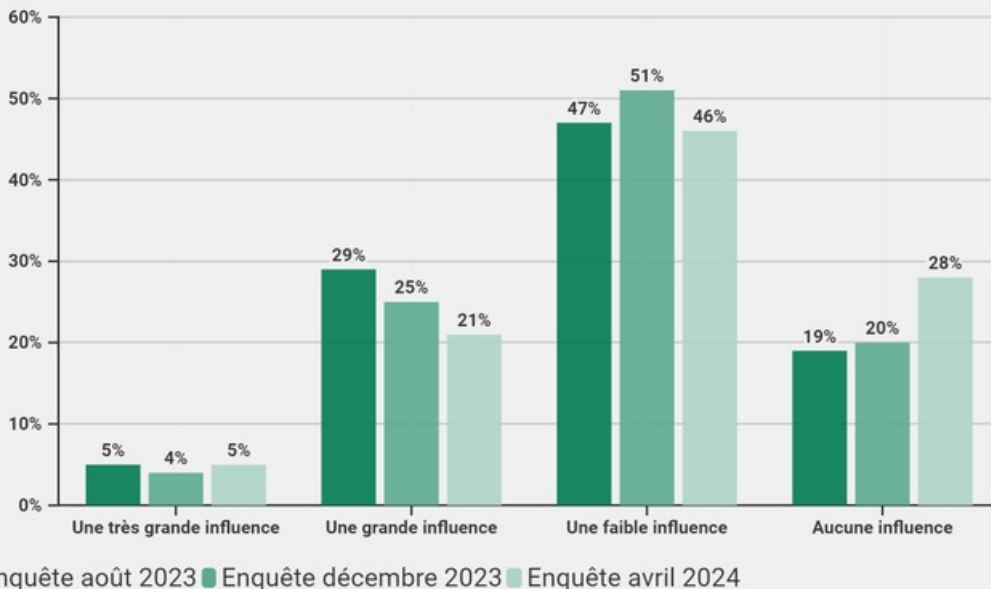


07.05.2024 – 00:30 Uhr

Communiqué de presse: Fatigués du débat sur le climat, les riches achètent malgré tout plus de produits régionaux

L'influence du débat sur le climat diminue

Comment le débat sur le climat influence les décisions en matière de consommation et de finances



Source : enquête représentative réalisée par l'institut de sondage et d'études de marché Innofact (1011 personnes interrogées en avril 2024).

comparis.ch

Communiqué de presse

Enquête représentative Comparis sur les finances privées

Fatigués du débat sur le climat, les riches achètent malgré tout plus de produits régionaux

Le débat sur le climat a de moins en moins d'influence sur les décisions des Suissesses et des Suisses en matière de consommation et de finances, en particulier pour les personnes gagnant bien leur vie. C'est ce qu'indique une enquête représentative de comparis.ch. « Néanmoins, les personnes interrogées qui déclarent vouloir manger moins de viande et acheter davantage de produits régionaux n'ont jamais été si nombreuses. Le mot d'ordre est le suivant : mieux vaut agir concrètement que de tourner autour du pot, sans pour autant changer radicalement ses habitudes », déclare Michael Kuhn, expert Consumer Finance Comparis.

Zurich, le 7 mai 2024 – Le changement climatique progresse, mais le débat semble agacer de plus en plus de monde en Suisse, du moins pour ce qui touche aux habitudes de consommation et à la gestion des finances de tout un chacun. En décembre 2023, 25 % des personnes interrogées déclaraient que le débat sur le climat influençait fortement leurs décisions. Aujourd'hui, cette proportion est tombée à 21 %, soit le niveau le plus bas depuis décembre 2019. C'est ce qui ressort d'une enquête représentative de comparis.ch, le comparateur en ligne.

Parallèlement, la part des personnes qui accordaient tout au plus une importance minime au débat sur le climat dans leur prise de décision est passée de 71 % en décembre 2023 à 74 % en avril 2024. Il s'agit d'une augmentation significative par rapport à des périodes précédentes, telles que mars 2022 (68 %) et mai 2023 (70 %). « La pandémie, suivie de l'invasion russe en Ukraine, de l'inflation puis du conflit au Proche-Orient ont éclipsé la question climatique », estime Michael Kuhn, expert Consumer Finance Comparis.

« Les personnes bien rémunérées sont moins disposées à bouleverser leur mode de vie »

L'observation par catégorie de revenus fait apparaître que la part des personnes qui considèrent que le débat sur le climat a une grande influence sur leurs décisions est de 28 % parmi les ménages dont le revenu est inférieur ou égal à 4000 francs. Une part qui passe à 23 % chez les personnes disposant d'un revenu compris entre 4000 et

8000 francs, et à 16 % seulement chez celles dont le revenu dépasse 8000 francs.

L'écart entre les revenus est également marquant pour ce qui est de l'évaluation globale : alors que 78 % des personnes ayant un revenu supérieur à 8000 francs accordent une importance dérisoire voire nulle au débat sur le climat, elles ne sont que 68 % parmi les personnes percevant un faible revenu, inférieur ou égal à 4000 francs. « Les personnes aisées semblent moins disposées à changer leur mode de vie et leur comportement en matière de dépenses », précise M. Kuhn.

Moins de viande dans le caddie, mais plus de produits locaux

Les personnes qui adaptent leurs habitudes de consommation en raison du dérèglement climatique changent en premier lieu leurs habitudes alimentaires. 48 % des personnes interrogées dans ce groupe déclarent consommer moins de viande ou de produits d'origine animale qu'il y a un an. Ce sont surtout les ménages de la classe de revenus intermédiaires (de 4000 à 8000 francs) qui ont réduit leur consommation de viande.

36 % des personnes sensibles à la question climatique déclarent consommer plus de produits locaux qu'il y a un an. Dans la catégorie des personnes gagnant bien leur vie, 44 % estiment que leur comportement à cet égard a changé, un pourcentage bien plus élevé que parmi les ménages dont le revenu est inférieur à 4000 francs (25 %).

« Si vous êtes à l'aise sur le plan financier, vous n'avez pas à vous restreindre, vous pouvez vous permettre d'acheter des produits coûteux et ainsi de privilégier davantage les produits locaux. Ce qui n'est pas le cas des personnes touchant de plus faibles revenus, qui se tournent souvent vers des alternatives moins chères, en raison de l'inflation dans les magasins », explique M. Kuhn.

Les femmes, en particulier, veulent moins de nouveaux vêtements et accessoires

48 % des personnes sensibles à la question climatique déclarent en outre acheter moins de vêtements et d'accessoires qu'en 2023. Cette perception est nettement plus affirmée chez les femmes que chez les hommes (48 % contre 39 %). De même, les Romands sont bien plus nombreux que les Suisses alémaniques à penser lever le pied (53 % contre 41 %) sur ce sujet.

« Les reportages diffusés dans les médias ou les vidéos circulant sur les réseaux sociaux montrant des amas de vêtements neufs brûlés ou obstruant des lits de rivières entiers, tout comme les conditions de travail parfois déplorables pour fabriquer ces vêtements ont contribué à changer les mentalités et peut-être aussi les habitudes de consommation. Est-ce que cela se traduira par une baisse des achats dans les marques de fast fashion ? Nous ne pourrions le savoir que vers la fin de l'année », déclare l'expert Comparis.

Moins de voyages en avion ... ou pas

Dans le groupe des personnes influencées par le débat sur le climat, 38 % ont également l'impression de prendre moins souvent l'avion que l'an dernier, précisément pour des raisons climatiques. À ce sujet, les hommes arrivent en première position (42 %, contre 34 % chez les femmes), suivis des couples (42 % contre 30 % pour les célibataires).

Or, une autre enquête réalisée par Comparis révèle que l'avion reste le moyen de transport le plus utilisé pour se rendre en vacances : cette année, 46 % des adultes ont pris ou vont prendre l'avion. Les billets d'avion sont très prisés notamment des 18-35 ans. « À première vue, les chiffres semblent contradictoires, et les affirmations relatives à l'influence du changement climatique sur les habitudes un déni de réalité », explique M. Kuhn. « Mais à y regarder de plus près, on constate simplement que si une partie de la société renonce à prendre l'avion pour des raisons environnementales, une autre, nettement plus importante, continue de le faire. »

Pour plus d'informations:

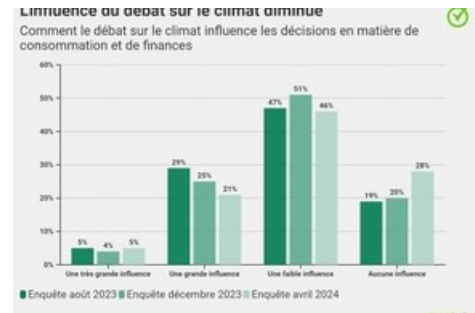
Michael Kuhn
Expert Consumer Finance
Téléphone: 044 360 53 91
Courriel: media@comparis.ch
comparis.ch

À propos de comparis.ch

Avec plus de 80 millions de visites par an, comparis.ch compte parmi les sites Internet les plus consultés de Suisse. L'entreprise compare les tarifs et les prestations des caisses maladie, des assurances, des banques et des opérateurs télécom. Elle présente aussi la plus grande offre en ligne de Suisse pour l'automobile et l'immobilier. Avec ses comparatifs détaillés et ses analyses approfondies, elle contribue à plus de transparence sur le marché.

comparis.ch renforce ainsi l'expertise des consommatrices et des consommateurs à la prise de décision. L'entreprise a été fondée en 1996 par l'économiste Richard Eisler. Il s'agit d'une société privée. Aujourd'hui encore, Comparis appartient majoritairement à son fondateur. Aucune autre entreprise ni l'État ne détient de participation dans Comparis.

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003671/100919169> abgerufen werden.