

Communiqué de presse

Zurich/Genève, le 25 janvier 2024

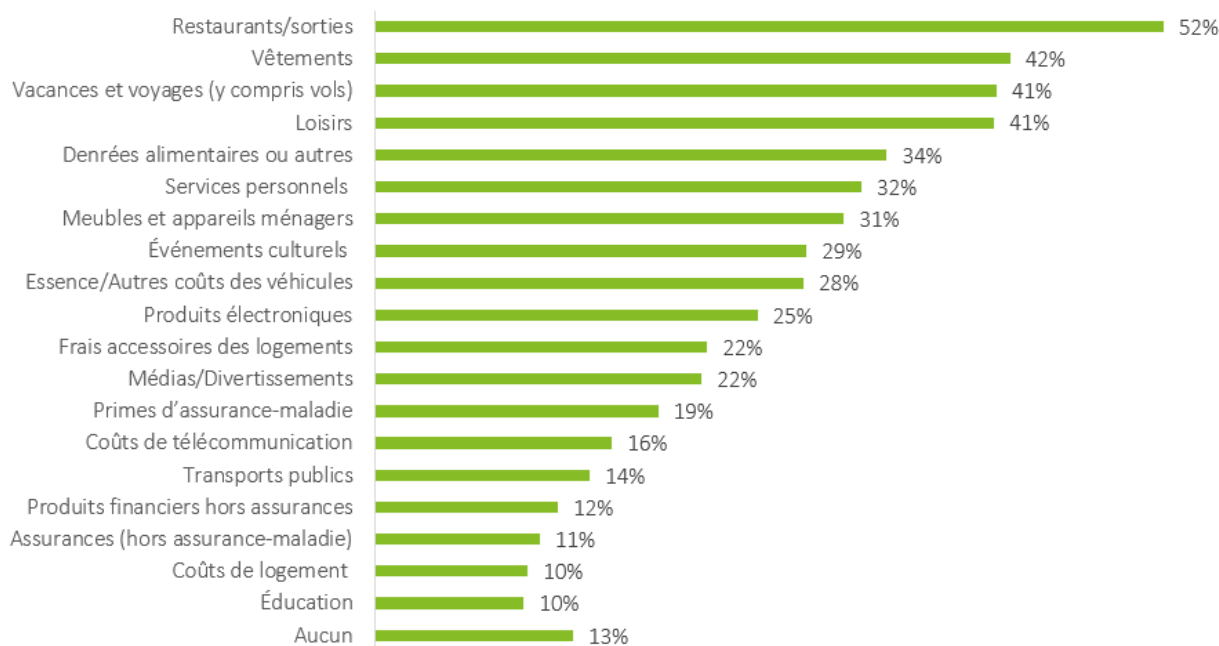
« Pulse of Switzerland » : l'inflation pèse sur le porte-monnaie de la population suisse – deux tiers des Suisses sont sous pression

L'intensification de l'inflation de ces deux dernières années met à rude épreuve la population suisse et pour plus d'un quart des Suisses, le fardeau est même très lourd à porter. C'est ce que révèle l'[enquête d'opinion « Pulse of Switzerland »](#) menée par Deloitte auprès de 1'900 personnes. Près de 60% des personnes interrogées réduisent leurs dépenses et sont plus qu'avant à l'affût des offres spéciales. Et une bonne moitié d'entre elles vont moins au restaurant et fréquentent moins souvent les bars et les clubs. Pour les fabricants de biens de consommation, les distributeurs et les restaurateurs, cette nouvelle réalité ouvre des opportunités pour s'adapter à l'évolution des préférences de consommation. La hausse des loyers et des primes d'assurance-maladie est une autre source de soucis : il est difficile en effet d'agir sur ces dépenses. Dans le même temps, de nombreuses revendications politiques se font jour.

L'inflation a des répercussions notables sur le comportement des consommatrices et consommateurs suisses : ces derniers revoient à la baisse les dépenses non essentielles et réalisent des économies là où ils ont la maîtrise des coûts (voir graphique 1). Plus de la moitié (52%) des sondés ont ainsi réduit leurs dépenses consacrées aux restaurants et aux sorties au cours des douze mois précédant l'enquête de novembre 2023, et plus de 40% d'entre eux ont économisé sur les vêtements, les vacances, les voyages et les loisirs. Plus d'un tiers (34%) de la population a fait des coupes claires dans les dépenses alimentaires au cours de l'année passée. Les domaines les moins impactés par l'inflation en termes de réduction des dépenses sont l'éducation (10% des personnes interrogées), les transports publics (14%) et les télécommunications (16%). On peut en conclure que ces domaines conservent un intérêt manifestement plus élevé aux yeux de la population.

Graphique 1. Pour quels postes l'inflation a-t-elle provoqué une limitation des dépenses ?

Ces douze derniers mois, pour quels biens et services avez-vous réduit vos dépenses à cause de l'inflation ? Plusieurs réponses possibles.



En Suisse, les prix sont actuellement supérieurs de 6% en moyenne à leur niveau de début 2021, au moment où l'inflation était redevenue un sujet d'actualité brûlant. La hausse de l'inflation a été alimentée par la reprise de l'économie mondiale à la suite de la pandémie, conjuguée aux difficultés d'approvisionnement persistantes à l'échelle de la planète,

aux mesures fiscales et monétaires expansionnistes introduites dans le sillage de la dernière crise financière et aux répercussions sur les marchés mondiaux de la guerre en Ukraine. En Suisse, le pic actuel de l'inflation a eu lieu entre mi-2022 et début 2023, où elle s'établit à plus de 3%. Malgré une telle hausse, la Suisse est beaucoup moins touchée par l'inflation qu'un grand nombre d'autres pays, y compris parmi ses voisins.

La Suisse romande souffre tout particulièrement

Les répercussions sur le comportement des consommateurs mises en lumière par l'enquête « Pulse of Switzerland » montrent clairement qu'en Suisse aussi, l'inflation laisse des traces dans les porte-monnaie. Ainsi, 27% des personnes interrogées dans l'ensemble de la Suisse ont déclaré que l'inflation avait lourdement pesé sur leur budget au cours des 12 derniers mois. 38% des répondants ont perçu la hausse des prix comme un fardeau moyennement lourd. La Suisse romande semble être touchée de plein fouet par l'inflation, 33% des personnes interrogées estimant qu'elle pèse lourdement sur leur budget et 40%, moyennement. Sur tout le territoire suisse, près des deux tiers (65%) des sondés ressentent par conséquent l'inflation comme un fardeau, cette proportion atteignant même près des trois quarts des personnes interrogées (73%) en Suisse romande.

« L'inflation persistante en Suisse pèse sur le budget d'une majorité de la population. Elle représente un défi de taille pour nombre de ménages confrontés à une augmentation des frais courants. Les changements observés dans les habitudes de consommation ne sont donc guère surprenants. Ils ont également un impact sur les entreprises et engendrent d'ores et déjà un appel accru à des mesures politiques. Il est donc important pour les entreprises de suivre l'évolution des prix et d'anticiper une éventuelle baisse précipitée des taux », explique Alexandre Buga, Associé Responsable Suisse Romande.

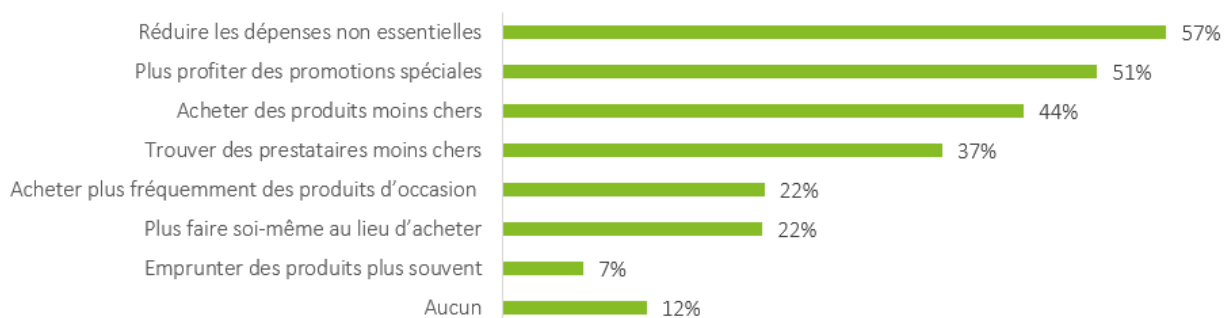
Des stratégies en réponse à l'inflation

Outre la réduction des dépenses de produits et services non essentiels (57%), les personnes interrogées prennent d'autres mesures pour parer aux hausses de prix liées à l'inflation (voir graphique 2). Sur fond d'inflation, plus de la moitié (51%) des sondés accordent une importance accrue aux offres spéciales et aux promotions. Beaucoup d'entre eux se tournent aussi vers des produits à prix abordables (44%) ou vers des fournisseurs moins chers (37%).

Toutefois, il semble que la hausse persistante de l'inflation n'entraîne pas forcément un changement radical des habitudes de consommation. L'option consistant à privilégier les biens d'occasion, à fabriquer soi-même les objets dont on a besoin ou juste à les emprunter ne semble convaincre qu'une minorité des sondés. Cependant, si l'inflation devait se poursuivre, les changements de comportement anticipés pourraient se renforcer et avoir des répercussions notables sur les distributeurs et les entreprises de biens de consommation.

Graphique 2. Quelles mesures contre l'inflation ont été ou sont mises en œuvre ?

Avez-vous appliqué les mesures suivantes ou prévoyez-vous de le faire prochainement pour agir contre les hausses des prix ? Plusieurs réponses possibles.



Karine Szegedi, Responsable du secteur de la consommation chez Deloitte : « La dynamique inflationniste est une formidable opportunité pour le commerce de détail. La propension accrue des clients et clientes à changer de fournisseur est susceptible d'engendrer des déplacements de parts de marché plus massifs et de renforcer l'attrait du rapport qualité-prix. Les stratégies prometteuses sont les stratégies innovantes et rentables qui non seulement attirent de nouveaux clients sensibles aux prix, mais renforcent également la fidélisation de la clientèle régulière au travers de canaux numériques et de programmes de fidélité. »

Loyers et primes d'assurance-maladie

En ce qui concerne les prix influencés par les choix politiques, comme les loyers et les primes d'assurance-maladie, l'étude nous apprend que l'opinion publique est divisée en deux parties à peu près égales. Tandis qu'une partie de la

population plaide pour des solutions durables à long terme, l'autre privilégie des mesures efficaces à court terme. Ce clivage fait écho à la complexité des thématiques abordées ici.

Alexandre Buga conclut : « L'inflation en Suisse pèse sur le budget d'une grande partie de la population et peut avoir de lourdes conséquences. Elle influence le comportement de consommation, appelle des adaptations stratégiques de la part des entreprises et interpelle également les acteurs politiques. Des solutions innovantes et durables sont nécessaires, qui doivent inclure à la fois des mesures immédiates et des stratégies à long terme. Il est essentiel de ne pas accroître les domaines déjà fortement réglementés afin de préserver la compétitivité et l'attractivité de la place économique suisse. »

À propos du [sondage sur l'inflation](#) :

L'enquête d'opinion « Pulse of Switzerland » de Deloitte a été menée en novembre 2023 auprès de 1'900 personnes résidant en Suisse. Le présent volet de l'enquête livre un aperçu de l'impact de l'inflation sur la vie quotidienne et les décisions d'achat de la population. Nous en avons tiré des conclusions pour les entreprises, la place économique suisse et la sphère politique. L'intégralité des informations relatives à cette étude ainsi qu'à l'[enquête sur la politique énergétique](#) publiée précédemment sont disponibles sur notre [page web générale consacrée à l'enquête « Pulse of Switzerland »](#). Toutes les informations sont consultables directement sur le site web ; il n'existe pas de PDF complémentaire ou d'autres documents supplémentaires. Les autres thèmes que nous publierons dans les mois à venir traitent de la durabilité, du marché du travail ainsi que de la banque de détail. Nous vous invitons également à consulter notre étude globale [ConsumerSignals](#), où vous trouverez des analyses complètes sur le comportement de consommation ainsi que sur les tendances sous-jacentes.



Suivez [@DeloitteCH](#) sur Twitter !

Contact : [Michael Wiget](#)
Responsable Communication Externe
Tél. : +41 58 279 70 50
E-mail : mwiget@deloitte.ch

Contact : [Kevin Capellini](#)
External Communications Specialist
Tél. : +41 58 279 59 74
E-mail : kcapellini@deloitte.ch

[Deloitte Suisse](#)

Deloitte offre des services intégrés en Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Nous associons notre vision et nos capacités d'innovation dans de multiples disciplines à notre connaissance du monde des affaires et de l'industrie pour accompagner nos clients dans leur trajectoire vers l'excellence, partout dans le monde. Avec environ 3'000 collaborateurs répartis sur les sites de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et à des institutions de toutes formes juridiques et de toutes tailles, opérant dans tous les secteurs d'activité.

Deloitte SA est une filiale de Deloitte North and South Europe (NSE), société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) qui emploie plus de 460'000 collaborateurs dans plus de 150 pays.

Lisez [d'autres communiqués de presse](#), contactez [les personnes de l'équipe communication](#) ou visitez le [site web de Deloitte Suisse](#).

Note à la rédaction

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence aux filiales suisses de Deloitte NSE LLP, une société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées forment chacune une entité juridique indépendante et séparée. DTTL et Deloitte NSE LLP ne fournissent pas elles-mêmes de services aux clients. Pour une description de la structure juridique de DTTL et de ses sociétés affiliées, veuillez consulter le site www.deloitte.com/ch/about.

Deloitte SA est une société d'audit agréée et surveillée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA).

Les informations contenues dans ce communiqué de presse étaient correctes au moment de l'envoi.

