

Communiqué de presse

Enquête représentative Comparis sur les finances privées

Malgré les feux de forêt et les vagues de chaleur, le changement climatique n'a pas d'influence sur les achats des Suissesses et des Suisses

Pour 4 adultes sur 5 en Suisse, le débat sur le climat exerce peu ou pas d'influence sur leurs habitudes de consommation et leurs décisions financières. C'est ce qu'indique une enquête représentative de Comparis. Ce chiffre a encore nettement augmenté au cours des 7 dernières années. « Un grand nombre de Suissesses et de Suisses affirment qu'ils seraient prêts, par exemple, à réduire leurs voyages en avion ou leur consommation de viande, mais les faits parlent d'eux-mêmes », déclare Michael Kuhn, expert Argent Comparis.

Zurich, le 11 août 2026 – En Europe, les forêts sont en flammes et les vagues de chaleur se succèdent. Toutefois, le débat sur le climat n'a guère d'influence sur les habitudes de consommation : 34 % des Suissesses et des Suisses affirment qu'il n'influence pas du tout leurs décisions, tandis que 46 % estiment qu'il n'a qu'une faible influence. Comme le montre une enquête représentative de Comparis, le débat sur le climat n'a d'incidence sur les achats et les placements financiers que pour 20 % des personnes interrogées, soit une part nettement inférieure à celle observée avant et pendant la crise du coronavirus.

Une personne sur trois ne se soucie pas du climat lorsqu'elle fait ses achats



Influence du débat sur le climat sur la consommation et les décisions financières

■ Une très grande influence ■ Une grande influence ■ Une faible influence ■ Aucune influence



Source : enquête représentative réalisée par l'institut de sondage et d'études de marché Innofact (1040 personnes adultes interrogées, juillet 2026)

comparis.ch

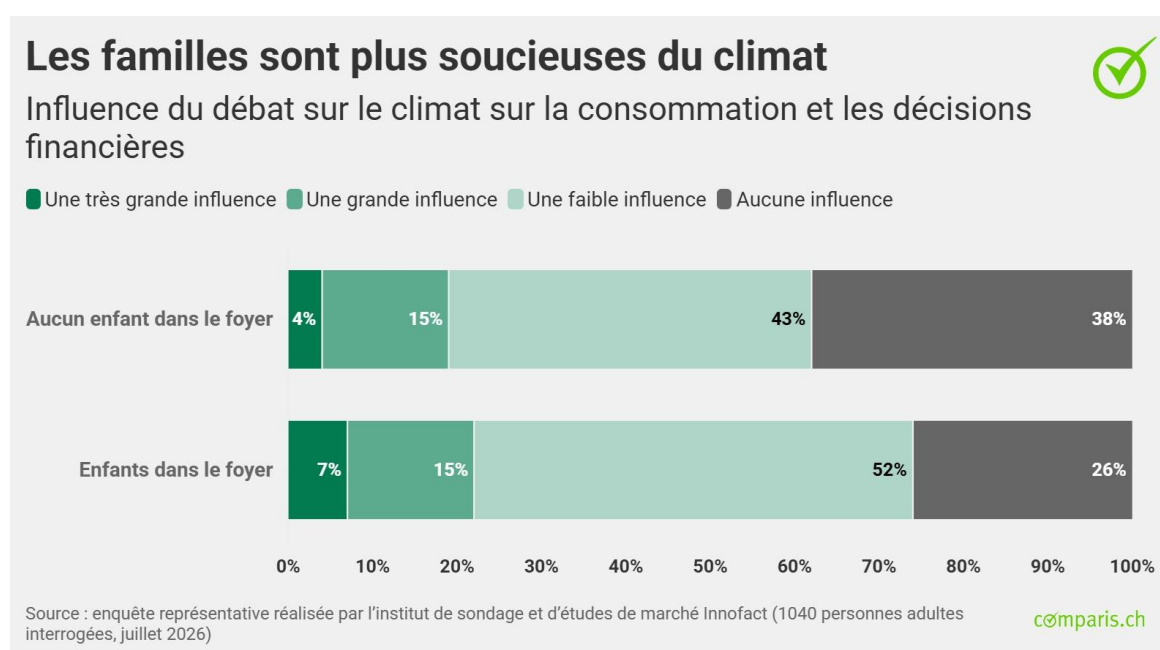
[Vers le graphique \(code d'intégration en annexe\)](#)

75 % des personnes dont le revenu brut du ménage est inférieur ou égal à 4000 francs déclarent que le débat sur le climat n'exerce aucune influence, ou tout au plus une faible influence, sur leurs habitudes de consommation et leurs décisions financières. Chez les personnes les mieux rémunérées, dont le revenu brut du ménage est supérieur à 8000 francs, ce chiffre est encore plus élevé : 84 % de ces personnes interrogées ne sont que peu ou pas du tout influencées par le débat sur le climat dans leurs décisions de consommation ou financières.

« Il semble que renoncer ou changer de comportement soit encore plus difficile pour les personnes à revenus élevés que pour celles qui disposent de moins d'argent. Cela est probablement aussi dû au fait que les personnes à revenu élevé peuvent tout simplement se permettre de voyager davantage et de consommer plus », déclare Michael Kuhn, expert Consumer Finance Comparis.

Les personnes ayant des enfants agissent de manière plus durable

Les personnes interrogées ayant des enfants dans leur foyer accordent une plus grande importance au sujet et agissent également de manière plus consciente au quotidien : 74 % d'entre elles déclarent que le débat sur le climat exerce une influence faible à très grande sur leurs décisions, contre seulement 62 % dans les ménages sans enfants.



[Vers le graphique \(code d'intégration en annexe\)](#)

« Toute personne qui pense au-delà de sa propre durée de vie et qui a également les générations futures à l'esprit agit de manière plus réfléchie. Cela se reflète aussi dans la taille du ménage : le débat sur le climat influence nettement plus le comportement des ménages de trois personnes ou plus que celui des ménages d'une ou deux personnes », constate Michael Kuhn.

La fatigue climatique se répand depuis des années

L'évolution des résultats de l'enquête depuis la première étude en 2019 est intéressante : Comparis a déjà posé 14 fois la question de l'influence du débat sur le climat sur la consommation et les décisions financières. Entre décembre 2020 et août 2023, 66 à 70 % des personnes interrogées ont répondu « peu d'influence » ou « aucune influence ». Par la suite, cette proportion n'a cessé d'augmenter, jusqu'à atteindre les 80 % lors la dernière enquête. La part des personnes qui n'y voient aucune influence est passée de 18 à 20 % à l'époque, pour atteindre actuellement 34 %.

« Cette fatigue climatique est le résultat d'un mélange fatal de problèmes plus concrets et plus urgents, tels que l'augmentation des primes d'assurance maladie, la hausse des loyers, les

guerres et l'inflation, d'une lassitude due à un débat omniprésent et d'un sentiment d'impuissance, voire parfois de fatalisme », explique Michael Kuhn.

L'intention ne se traduit pas toujours par l'action

Comment le débat sur le climat a-t-il concrètement influencé les comportements par rapport à l'an passé ? Parmi les personnes qui accordent au moins une importance minimale au débat sur le climat dans leur comportement de consommation, 40 % déclarent consommer moins de viande et de produits d'origine animale. 36 % indiquent avoir réduit leurs déplacements en avion. Ces valeurs sont relativement stables depuis des années, mais reflètent-elles également la réalité ?

Un coup d'œil sur les données statistiques le montre : la consommation de viande est passée de 48 kilos en 2023, soit la valeur la plus basse depuis l'année 2000, à 50 kilos en 2024, puis a encore progressé en 2025 pour atteindre 51 kilos par habitant. Dans l'ensemble, la consommation de viande est restée stable depuis 2019, première année de l'enquête Comparis, à environ 50 kilos par habitant, selon le rapport agricole de l'Office fédéral de l'agriculture. Comme le montrent les chiffres de l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières, la consommation annuelle d'œufs par habitant a même dépassé pour la première fois la barre des 200 œufs en 2025, pour atteindre 209 unités. La consommation de lait et de produits laitiers est restée relativement stable ces dernières années.

Même constat pour ce qui concerne les voyages en avion : le nombre de passagers locaux au départ de l'aéroport de Zurich augmente : alors qu'il y avait encore 22,2 millions de passagers locaux en 2019, ils étaient 23,2 millions l'année dernière, ce qui constitue un nouveau record. Même si toutes les personnes qui décollent de Zurich ou y atterrissent ne vivent pas en Suisse, plusieurs autres indicateurs suggèrent que la demande de voyages aériens n'a pas reculé. C'est notamment le cas des dépenses pour les voyages à l'étranger, en hausse par rapport à 2019 selon l'Office fédéral de la statistique, ainsi que des résultats de l'analyse du micro-recensement de la HSLU pour la ville de Zurich. Ces derniers montrent qu'en 2024, les Zurichois ont parcouru en moyenne 10 500 kilomètres en avion, soit environ 600 kilomètres de plus qu'en 2023.

« On aimerait bien que des mesures soient prises, mais lorsqu'il s'agit de renoncer soi-même à un voyage en avion, à des vêtements ou à une escalope, on n'est finalement pas disposé à faire ce sacrifice », estime Michael Kuhn. « Il est vrai qu'une petite partie de la population suisse vit de manière plus consciente en raison du changement climatique et consomme, par exemple, moins de viande et de produits d'origine animale. Mais cette proportion est probablement bien plus faible que celle des personnes qui affirment agir dans ce sens. »

Conseils d'achat :

Faire une pause avant d'acheter

Se demander brièvement : est-ce que j'en ai vraiment besoin ou est-ce un achat impulsif ? Un délai d'attente fixe de 24 heures permet souvent d'éviter les achats impulsifs.

Privilégier l'utilisation à la possession

Vérifier combien de temps un produit sera réellement utilisé. Les produits durables, réparables ou louables sont souvent plus judicieux qu'un nouvel achat rapide.

Examiner d'abord les alternatives

Avant d'acheter un nouvel article, il est utile d'examiner les options suivantes : réparer, acheter d'occasion, échanger ou emprunter. Cela **permet d'économiser** de l'argent et d'éviter les achats inutiles. Il est utile de comparer les offres.

Faire des choix conscients

Pour les choses de la vie quotidienne : ne sortir qu'avec une liste de courses. Acheter des produits à longue durée de conservation tels que les lessives et les pâtes en promotion. Les produits de saison et régionaux ainsi que la prévention du gaspillage alimentaire sont durables. En ce qui concerne les vêtements, il peut être judicieux de choisir la qualité plutôt que la quantité et, si nécessaire, de vérifier les offres de seconde main.

Penser à la fois à l'impact climatique et à l'impact financier

Les bonnes intentions ne conduisent pas automatiquement à un changement de comportement. Ceux qui prennent des décisions en vérifiant simplement les critères – prix, utilité, durée de conservation, origine et véritable alternative – peuvent prendre de meilleures décisions d'achat.

Méthode

Enquête représentative réalisée en juillet 2026 par l'institut de sondage et d'études de marché Innofact pour le compte de comparis.ch auprès d'un échantillon de 1040 personnes issues de toutes les régions de Suisse. La représentativité signifie que les participantes et participants à une enquête reflètent bien l'ensemble du groupe cible. En d'autres termes, les caractéristiques importantes telles que l'âge, le sexe ou la région de résidence sont réparties de la même manière que dans toute la population. Les résultats peuvent ainsi être extrapolés à l'ensemble de la population.

Informations complémentaires :

Michael Kuhn

Expert Argent

Téléphone : 044 360 53 91

E-mail : media@comparis.ch

comparis.ch

Annexe

Code d'intégration de l'infographie

« Une personne sur trois ne se soucie pas du climat lorsqu'elle fait ses achats »

iframe :

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/29888475/embed' title='Interactive or visual content'
class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;'
sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-
popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script :

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/29888475?1068018"><script
src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

« Les familles sont plus soucieuses du climat »

iframe :

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/29889859/embed' title='Interactive or visual content'
class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;'
sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-
popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script :

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/29889859?1068018"><script
src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

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 de télécommunications. 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, Richard Eisler. Aucune autre entreprise ni l'État ne détient de participation dans Comparis.