

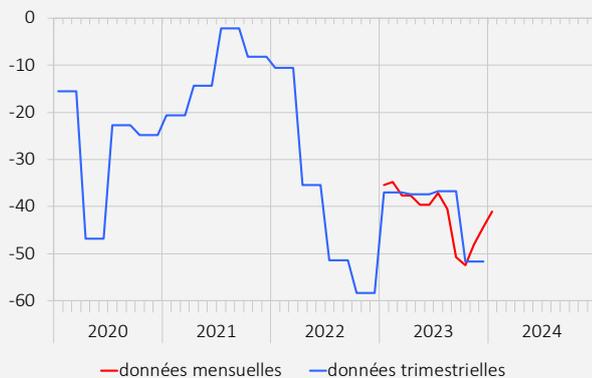
Encadré : Nouveautés dans l'enquête sur le climat de consommation

L'enquête sur le climat de consommation existe depuis 1972. Cinquante ans après sa création, des modifications fondamentales lui ont été apportées.¹⁰ Deux changements majeurs sont ici à souligner : d'une part, les données sont désormais collectées de manière continue et, d'autre part, l'enquête se fait dorénavant exclusivement via internet.

Une collecte continue de données

Auparavant, l'enquête avait lieu au cours des trois premières semaines de chaque trimestre. Cela entraînait d'importantes lacunes entre les différentes enquêtes trimestrielles, ce qui privait l'enquête d'informations précieuses à court terme, en particulier dans les situations de crise. Dorénavant, le climat de consommation fait l'objet d'une collecte continue selon une conception dite « rolling cross-section »¹¹. Les effets d'événements importants sur le climat de consommation peuvent ainsi être observés en temps réel. La nouvelle conception de l'enquête permet en outre de publier les données du climat de consommation à une fréquence mensuelle (graphique 23).

graphique 23 : Indice du climat de consommation
valeur non désaisonnalisées, indice



source : SECO

Collecte de données via internet

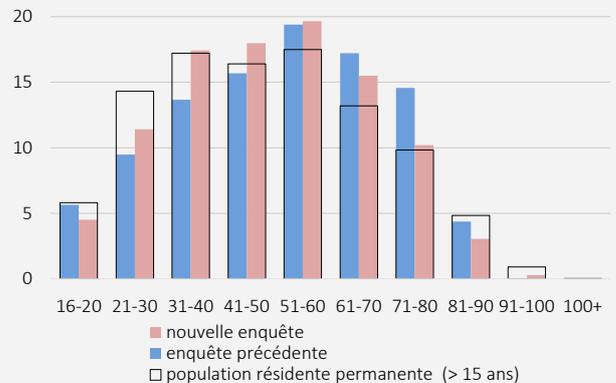
L'enquête se fait désormais exclusivement en ligne. En comparaison de l'enquête précédente, qui se déroulait principalement par téléphone, la nouvelle enquête présente des avantages importants : d'un côté, le fait est que la disponibilité téléphonique de la population n'a cessé de diminuer au fil du temps. De l'autre, l'enquête en ligne offre une plus grande latitude à la population puisqu'elle peut se dérouler à tout moment et en tout

lieu. Enfin, les interviews peuvent désormais être menées de manière beaucoup plus économique.

L'enquête en ligne est bien accueillie par la population : en 2023, le taux de participation moyen était de 45 %, un résultat encourageant. La nouvelle forme d'enquête fait également ses preuves du point de vue de la représentativité des participants. Cela se vérifie aussi bien pour la répartition par âge (graphique 24) que pour d'autres variables de contrôle comme le sexe, la nationalité et les grandes régions.

graphique 24 : Structure des âges dans l'enquête précédente et dans la nouvelle enquête

Quote-part en %, entretiens réalisés pendant la même période que les enquêtes précédentes



source : SECO

Les résultats mensuels actuels de l'enquête sur le climat de consommation ainsi que les séries chronologiques longues établies à partir de 1972 à une fréquence trimestrielle sont disponibles sur le site internet du SECO.¹²

Rédaction : Simon Widmer

¹⁰ V. aussi l'article « Pour ses 50 ans, l'indice du climat de consommation fait peau neuve » sur <https://dievolkswirtschaft.ch/fr/2022/12/pour-ses-50-ans-lindice-du-climat-de-consommation-fait-peau-neuve/>.

¹¹ Study to evaluate the future data compilation for the Swiss Consumer Sentiment Index (2021), à consulter sur https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Wirtschaft/Wirtschaftslage/Konsumentenstimmung/wp_43_swiss_consumer_sentiment_index.pdf.download.pdf/wp_43_Swiss%20Consumer%20Sentiment%20Index.pdf.

¹² <https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/Konsumentenstimmung.html>.