



Communiqué

Contact presse:
Françoise Brinster
Cohn & Wolfe Public Relations
Tél. : 022 908 40 73
francoise_brinster@ch.cohnwolfe.com

AMOUR ET AFFECTION, LA CLE DU BONHEUR EN SUISSE

Le romantisme reste une valeur forte en Suisse romande

Genève, le 2 novembre 2006

Les gens qui vivent en Suisse sont généralement heureux. Tel est le constat d'une nouvelle enquête d'opinion réalisée par Visa Europe. Mais quel est le secret de leur bonheur ? Les résultats de cette enquête ne laissent planer aucun doute : ce sont les moments simples mais spéciaux de la vie quotidienne qui rendent les gens heureux. Fidèles en cela à la sagesse épicurienne, les Suisses trouvent leur bonheur dans l'amour et l'affection, et dans les bons moments passés entre amis ou en famille, de préférence autour d'une table.

Plus de 80 % des personnes interrogées se déclarent très heureuses, ou plutôt heureuses, de la vie qu'ils mènent quotidiennement. Mais ce sont les habitants du Tessin qui semblent être les plus heureux, puisque plus de 90 % des habitants de ce canton s'estiment très heureux, ou plutôt heureux, suivis de près par les Romands, avec un score de 89 %. Les habitants de Suisse alémanique se déclarent un peu moins heureux, avec toutefois une proportion de gens heureux qui demeure élevée, puisque 78 % d'entre eux déclarent très heureux ou plutôt heureux.

« Ce sont souvent des choses les plus simples qui font une grande différence dans la vie de tous les jours, comme le premier café du matin, un repas convivial entre amis ou une soirée au cinéma. C'est pourquoi notre nouvelle campagne, *Aimer chaque jour*, met en exergue ces petits plaisirs simples de chaque jour qui constituent la quintessence du bonheur », explique Joerg Metzelaers, Country Manager pour la Suisse, Visa Europe.

Parmi les joies simples de la vie quotidienne qui rendent les gens heureux, ce sont l'amour et l'affection qui arrivent en tête de liste dans l'ensemble de la Suisse. Plus des trois quarts des personnes interrogées soulignent le plaisir d'être embrassé ou serré dans les bras de son conjoint, de ses enfants, de ses parents ou d'un ami. Les habitants de Suisse alémanique, et ceux du Tessin, semblent toutefois manquer davantage d'affection que les Romands. Environ 60 % des Suisses alémaniques et des habitants du Tessin précisent en effet qu'ils seraient beaucoup plus heureux dans leur vie quotidienne s'ils recevaient davantage de preuves d'affection de leurs amis et de leur famille, contre seulement 38 % pour les habitants de Suisse romande.

Moment presque aussi agréable pour beaucoup de gens : passer une soirée romantique avec sa compagne ou son compagnon. Les trois quarts des personnes interrogées déclarent fortement apprécier un tel moment. Les Romands sont les champions du romantisme, avec 83 % d'entre eux se prononçant en faveur de tels moments de bonheur, contre 75 % pour les habitants du Tessin et 72% pour les habitants de Suisse alémanique.

Cependant, les Suisses ne vivent pas que d'amour et d'eau fraîche. Recevoir un cadeau inattendu constitue donc un autre de ces plaisirs simples qui contribuent au bonheur quotidien, comme en témoignent 75 % des personnes interrogées à ce propos. Et dans un pays réputé dans le monde entier pour son fromage et son chocolat, les plaisirs de la table occupent une place de choix dans le bonheur au quotidien. Ceux qui associent le plus spontanément bon repas et bonheur sont les habitants de Suisse romande, comme en attestent plus de 70 % d'entre eux, contre 53 % pour la Suisse alémanique et pour le Tessin.

Déguster un bon repas n'est en aucun cas un plaisir égoïste : il y a un consensus dans le pays pour dire que ces moments sont encore plus agréables lorsqu'ils sont partagés avec ceux que l'on aime. Cependant, alors que les Romands et les habitants du Tessin préfèrent inviter à dîner, les Suisses allemands préfèrent sortir pour prendre un verre ou partager un repas avec leurs amis. 64 % des habitants de Suisse romande, et 55 % des habitants du Tessin se montrent très heureux d'inviter des amis à dîner, contre 50 % pour la Suisse alémanique. Quand il s'agit de sortir, 60 des Suisses allemands déclarent y prendre beaucoup de plaisir, contre 54 % des Romands et 51 % des habitants du Tessin.

Les autres moments de plaisir qui agrémentent la vie des gens en Suisse sont ceux où ils peuvent écouter la musique qu'ils aiment, consacrer du temps à leurs loisirs personnels quand ils ne sortent pas avec des amis, lire leur journal ou leur magazine préféré, regarder la télévision, surfer ou chatter sur Internet.



Quand on leur demande ce qui pourrait les rendre plus heureux encore au quotidien, rire davantage arrive juste derrière les embrassades et les étreintes au niveau national. Des différences régionales assez marquées semblent toutefois émerger. Les Tessinois sont plus de deux fois plus nombreux (62 %) que les Romands (28 %) à dire que rire davantage les rendrait plus heureux. En Suisse alémanique, ce sont 55 % des gens qui précisent que rire davantage les rendrait beaucoup plus heureux.

Quel place tient l'argent dans le sentiment de bonheur ? Cette question est souvent débattue dans les conversations, mais l'enquête confirme la maxime bien connue selon laquelle « l'argent ne fait pas le bonheur ». Seulement 37 % des personnes interrogées estiment qu'elles seraient beaucoup plus heureuses si elles gagnaient plus d'argent.

La nouvelle campagne publicitaire lancée par Visa en Europe, basée sur des scènes de la vie quotidienne avec des personnes appréciant des plaisirs simples, invite les porteurs de cartes Visa à savoir apprécier les moments de joie de la vie quotidienne, et à les considérer comme autant de cadeaux. Visa se positionne ici comme un intermédiaire qui permet aux gens de fêter ces moments particuliers, grâce à des produits de paiement quotidiens pratiques, rapides et sûrs.

« Les cartes de paiement sont de plus en plus utilisées pour les petits achats quotidiens à la place des espèces, dans la mesure où elles constituent justement une alternative sûre, rapide et pratique », souligne Joerg Metzelaers.

La campagne Visa se déroule en Suisse jusqu'à mi-décembre 2006.

****Fin****

A propos de l'enquête d'opinion

L'enquête a été conduite par IHA-GfK, un cabinet international d'études de marché basé à Lausanne, qui couvre les trois régions linguistiques de la Suisse. Un échantillon national de 409 hommes et femmes, âgés de 16 à 60 ans, a participé à cette enquête en ligne réalisée entre les 22 et 29 septembre 2006.

Pour plus d'informations sur IHA-GfK, consulter le site www.ihagfk.ch.



A propos de Visa

Plus de 315 millions de cartes Visa – cartes de débit, de crédit et commerciales – sont en circulation en Europe. Entre juillet 2005 et fin juin 2006, ces cartes ont été utilisées pour régler des dépenses ou retirer des espèces pour un montant de près de 1 190 milliards d'euros.

Visa est une association de Membres, en d'autres termes, une organisation détenue et gérée par ses 4,500 membres bancaires européens. Cela permet de répondre rapidement aux besoins spécifiques des banques européennes et de leurs clients – détenteurs de cartes et détaillants – et d'atteindre l'objectif de la Commission Européenne de créer un véritable marché interne des paiements. Visa Europe est co-proprétaire de Visa International qui assure l'interopérabilité mondiale des produits ainsi que la gestion de la marque Visa.

En October 2006, Visa a annoncé son intention de restructurer l'organisation à l'échelle internationale excepté en Europe afin de créer une nouvelle société internationale nommée Visa Inc. Dans le cadre de ce changement de structure, Visa Europe va rester une association de membres et opéré sous licence de Visa Inc.

Les cartes Visa sont acceptées dans plus de 24 millions d'endroits dans le monde dont plus d'un million de distributeurs automatiques de billets.

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le site de Visa www.visaeurope.com ou www.cwnewsroom.ch