

Communiqué de presse

Courte majorité pour l'initiative biodiversité, peu de soutien pour la réforme de la LPP

Sept semaines avant les votations du 22 septembre 2024, le taux d'approbation de l'initiative biodiversité est de 51 %, tandis que la réforme de la prévoyance professionnelle est rejetée par 59 % des personnes interrogées.

Zurich, le 14 août 2024 – 20 Minuten et Tamedia viennent de réaliser sur leurs portails d'actualités la première vague du sondage, tous titres confondus, en prélude aux votations fédérales du 22 septembre 2024. 11 865 personnes de toute la Suisse ont participé en ligne à l'enquête menée du 7 au 8 août 2024. La marge d'erreur est de 1,6 point de pourcentage.

51 % approuvent l'initiative biodiversité

L'initiative populaire «Pour l'avenir de notre nature et de notre paysage» (Initiative biodiversité) est actuellement soutenue par une faible majorité des votants (51 % de oui, 42 % de non). Ce qui frappe c'est la part relativement élevée d'indécis (7 %) et de réponses «plutôt oui» et «plutôt non». Il faut garder à l'esprit que les taux d'approbation des initiatives populaires baissent généralement au cours des campagnes de votation.

L'initiative est soutenue par les partisans des Vert-e-s, du PS et des Vert'libéraux. La base du PLR ainsi que l'électorat du Centre et de l'UDC se prononcent clairement contre le projet. Des différences dans les intentions de vote apparaissent également en fonction du sexe et du type d'habitat. Les femmes soutiennent davantage le projet que les hommes et le pourcentage de oui est plus élevé chez les personnes vivant en ville (61 %) qu'à la campagne (45 %).

Deux arguments en particulier convainquent les partisans et partisanes de l'initiative: d'une part, un tiers des espèces animales et végétales sont menacées ou ont déjà disparu et la biodiversité prévient cette extinction des espèces. D'autre part, la biodiversité aide à lutter contre le changement climatique et les catastrophes naturelles, car une nature intacte absorbe le CO₂, refroidit les températures et protège des avalanches et des coulées de boue. Un argument est particulièrement convaincant pour les opposants au projet: si plus de surfaces agricoles sont réservées pour la biodiversité, il faudra importer davantage de denrées alimentaires de l'étranger.

La réforme de la LPP en mauvaise posture

Selon la première vague de sondage, 33 % de l'électorat est favorable à la réforme de la prévoyance professionnelle, tandis que 59 % y sont opposés. Là encore, le pourcentage d'indécis (8 %) et de réponses non clairement tranchées («plutôt oui» et «plutôt non») est relativement important. Contrairement aux initiatives populaires, on observe pour les référendums souvent une augmentation des votes favorables au cours des campagnes de votation. À l'heure actuelle, le projet ne trouve de majorité auprès de la base d'aucun parti. Les taux de rejet les plus élevés sont exprimés par l'électorat du PS, des Vert-e-s, du Centre et de l'UDC.

Dans le camp du oui, un argument prévaut avant tout: la réforme de la LPP permettrait de mieux assurer les personnes travaillant à temps partiel ou occupant plusieurs emplois. Les femmes et les personnes aux revenus très modérés en particulier en profiteraient. Du côté de l'opposition au projet, l'argument qui prédomine est que la réforme de la LPP entraînerait, dans certains cas, une augmentation des déductions salariales obligatoires et, pour certains assurés, une réduction des rentes due à la baisse du taux de conversion minimal.

Médias participants

Suisse alémanique : 20 Minuten, BZ Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger, Basler Zeitung, SonntagsZeitung et ZRZ Zürcher Regionalzeitungen;

Suisse romande : 20 minutes, 24 heures, Tribune de Genève, lematin.ch et Le Matin Dimanche;

Tessin : 20 minuti

Contact

Eliane Loum, responsable communication 20 Minuten / 20 minutes

+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

À propos du média 20 minutes et du groupe 20 Minuten

Lancé fin 1999 en Suisse alémanique puis en 2006 en Suisse romande, initialement pour une cible jeune et urbaine, le journal pendulaire 20 minutes est devenu le média suisse à la plus forte pénétration, avec une présence en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin. Actualités de Suisse et du monde, divertissement et inspiration: 20 minutes raconte des histoires dont on parle en famille et entre amis. Le journalisme de 20 minutes est fiable, bref, responsable, neutre et disponible gratuitement partout. Sur les canaux numériques ainsi que sur les médias sociaux, 20 minutes propose une large palette de contenus multimédias.

Le groupe 20 Minuten fait partie de TX Group et comprend les publications d'information 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti et lematin.ch, la radio formatée GOAT Radio, le

magazine de style de vie Encore ainsi que les participations à l'étranger: L'essentiel au Luxembourg et Heute en Autriche. www.20minutes.ch

À propos de Tamedia

Tamedia est active dans le monde des médias depuis 1893. Entreprise de presse d'envergure nationale, Tamedia emploie 1400 personnes en Suisse alémanique et en Suisse romande et comprend un réseau rédactionnel de première importance. Les quotidiens et hebdomadaires, revues et plateformes d'information de Tamedia sont solidement ancrés sur le plan local tout en travaillant en réseau sur le plan international. Ils assurent la diffusion de l'information et offrent des repères ainsi que du divertissement. Tamedia compte parmi ses marques des médias réputés comme par exemple 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève et les journaux régionaux zurichois (ZRZ). Son portefeuille comprend également les trois plus grands centres d'impression de journaux de Suisse. Tamedia est une entreprise de TX Group. www.tamedia.ch