

Communiqué de presse

Majorités claires contre la réforme de la LPP et l'initiative sur la biodiversité

À environ deux semaines des votations du 22 septembre 2024, le taux d'approbation de la réforme de la LPP est de 37 pour cent, tandis que 59 pour cent prévoient de dire non ou plutôt non. L'initiative sur la biodiversité obtient 42 pour cent de oui, alors que 56 pour cent envisagent de voter non.

Zurich, le 10 septembre 2024 - Le 22 septembre 2024, les électeurs suisses voteront sur l'initiative sur la biodiversité et sur la réforme de la LPP. Selon la deuxième vague du sondage de 20 Minuten/Tamedia, mise en ligne les 4 et 5 septembre 2024, la réforme de la LPP recueille 37 pour cent de oui (pour 59 pour cent de non et 4 pour cent d'indécis). L'initiative sur la biodiversité ne trouve pas non plus de majorité à plus de deux semaines du scrutin (42 pour cent de oui, 56 pour cent de non et 2 pour cent d'indécis). Comme c'est souvent le cas pour les initiatives, le taux d'approbation a nettement baissé par rapport au dernier sondage réalisé début août.

Le scepticisme à l'égard de la réforme de la LPP persiste

Avec 37 pour cent, la part de oui à la réforme de la LPP a augmenté de 4 points de pourcentage par rapport au dernier sondage, tandis que le taux de refus est resté stable à 59 pour cent. Par rapport à la première enquête, le soutien au projet a donc augmenté exactement dans le même ordre de grandeur que la baisse de la proportion d'indécis (de 8 pour cent à 4 pour cent). Néanmoins, les analyses détaillées révèlent des décalages dans le comportement de vote depuis le dernier sondage, notamment en ce qui concerne les différences selon la sympathie envers le parti et le revenu.

La réforme de la LPP n'est majoritairement soutenue que par les bases du Parti libéral-radical et du Parti vert/libéral, le Centre étant divisé. En revanche, le rejet est marqué sein des électors du Parti socialiste et des Verts (80 pour cent et 70 pour cent de non), la base de l'UDC étant également clairement opposée au projet avec 57 pour cent (pour 38 pour cent de oui). Ces différences de comportement de vote entre les partis politiques se sont accentuées par rapport au premier sondage. Le rejet du projet est nettement plus marqué, en particulier chez les personnes aux revenus les plus faibles. Dans la catégorie des revenus les plus bas, le oui l'emporte à 30 pour cent. Ce n'est qu'au sein de la couche de la population dont le revenu du ménage est supérieur à CHF 16'000 qu'une majorité est favorable à la réforme (54 pour cent). Les différences de vote entre les

groupes de revenus se sont également accentuées au cours des dernières semaines.

Pour les partisans, c'est surtout un argument qui l'emporte : la réforme de la LPP permettrait aux personnes travaillant à temps partiel ou à temps partiel multiple d'être mieux assurées. Les femmes et les personnes à bas revenus en profiteraient particulièrement. Il est toutefois intéressant de constater que c'est justement dans ces groupes de population que le rejet est le plus important. Pour les opposants au projet, l'argument qui prévaut est que la réforme de la LPP augmenterait dans certains cas les déductions salariales obligatoires, tandis que la baisse du taux de conversion minimal entraînerait une réduction des rentes pour certains assurés.

Baisse du soutien à l'initiative sur la biodiversité

Avec 42 pour cent de oui, l'approbation de l'initiative sur la biodiversité a baissé de 9 points de pourcentage par rapport au dernier sondage, tandis que le pourcentage de non a augmenté de 14 points de pourcentage pour atteindre 56 pour cent. En conséquence, on a assisté ces dernières semaines à un net déplacement vers le rejet de l'initiative. Le projet est fortement soutenu par l'électorat de la gauche et des verts, mais il est aussi très clairement rejeté par les bases du Centre, de l'UDC et du Parti libéral-radical. Des différences dans les intentions de vote apparaissent également selon le sexe et entre la population rurale et urbaine. Les femmes soutiennent davantage la cause que les hommes (49 pour cent de oui contre 36 pour cent de oui) et la proportion de oui est plus élevée chez les personnes vivant en ville (55 pour cent) que chez celles vivant à la campagne (34 pour cent de oui).

Les partisans sont particulièrement convaincus par l'argument selon lequel un tiers des espèces animales et végétales sont menacées ou disparues et que la biodiversité prévient cette extinction des espèces. Les opposants au projet sont critiques en raison des surfaces agricoles mises à part pour la biodiversité et l'augmentation des importations qui s'en suivrait.

Médias participants

Suisse alémanique : 20 minutes, 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

Franziska Lurk, communication Tamedia

franziska.lurk@tamedia.ch

À propos de 20 Minuten

Lancé fin 1999, initialement pour un groupe cible jeune et urbain, le journal pendulaire 20 minutes touche aujourd'hui un large public en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin. Il est le titre média suisse bénéficiant du plus fort taux de pénétration. Dans huit éditions locales, imprimées cinq fois par semaine et disponibles 24h/24 en format numérique, 20 minutes informe et distrait en plusieurs langues par des contenus ayant trait à la politique, à l'économie, au sport et au divertissement. 20 minutes propose également des vidéos et des formats audio. Le groupe 20 Minuten fait partie de TX Group et rassemble 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti, GOAT Radio, lematin.ch, Encore et 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