



Tamedia SA
Communication d'entreprise

+41 21 349 42 00
communication@tamedia.ch
www.tamedia.ch

Communiqué

Sondage post-électoral Tamedia: l'IAD n'a convaincu que les votants de l'UDC

L'initiative pour l'autodétermination (IAD) a été rejetée à 66 % ce dimanche. Le sondage post-électoral Tamedia révèle que l'UDC n'a pu convaincre que sa propre base. L'objet n'a recueilli la majorité ni dans les villes ni dans les campagnes. Également rejetée, l'initiative pour les vaches à cornes a été très bien accueillie par la population urbaine.

Zurich, 27 novembre 2018 – Le groupe de médias suisse Tamedia a mené un sondage post-électoral sur ses portails d'information, tous titres de presse confondus, sur les votations du 25 novembre. Entre le 23 et le 25 novembre, 9 120 personnes de toute la Suisse ont participé à ce sondage en ligne. La marge d'erreur est de 2,4 points.

L'UDC contre tous

Comme le montre le sondage post-électoral Tamedia, l'UDC n'a pu compter pratiquement que sur sa base avec l'IAD: 83 % de ses sympathisants ont déposé un oui dans l'urne. Le refus des votants des autres grands partis s'est accentué à mesure qu'avancait la campagne. Au final, seuls 18 % des votants du PLR ont voté pour l'IAD. Ce chiffre est encore plus bas parmi les sympathisants des partis situés à gauche des radicaux.

À la campagne et dans les agglomérations, où le soutien à l'initiative de l'UDC était souvent plus forte que dans les villes, 64 % et 66 % des votants ont rejeté l'IAD. Les personnes titulaires d'un diplôme universitaire ou d'une haute école spécialisée ont été plus nombreuses à rejeter cet objet (83 % de non), alors que les personnes titulaires d'une formation professionnelle le rejetaient à 60 %.

Les votants, critiques à l'égard de la campagne de l'UDC

D'après le sondage, les arguments principaux du non seraient que l'initiative affaiblit les droits de l'homme, et qu'aujourd'hui la Suisse définit déjà par elle-même les traités internationaux qu'elle souhaite conclure. Pour les défenseurs du «oui», l'argument de loin le plus convaincant était que les votations populaires doivent être respectées et mises en œuvre pour le bon fonctionnement de la démocratie directe.

Jugée trop calme, la campagne principale de l'UDC a aussi donné matière à débattre pendant la campagne. La majorité des personnes sondées la jugent de manière critique: seuls 25 % apprécient son nouveau style contre 41 % qui la trouvent non crédible. 12 % des personnes interrogées ont trouvé la campagne trop sage. 22 % n'ont pas exprimé leur opinion.

Échec de l'initiative pour les vaches à cornes à la campagne

Après un bon démarrage en zone rurale, l'initiative pour les vaches à cornes a finalement été rejetée à près de 55 %. Parmi les votants des principaux partis, seuls ceux des Verts y ont été favorables (69 % de oui). Au PS, la proposition déposée par Armin Capaul n'a pas recueilli la majorité (47 % de oui).

La question révèle un fossé ville-campagne: tandis que le texte recueille seulement 39% d'avis favorables à la campagne, il en collecte 51 % dans les villes. Les femmes (49 % de oui) y ont été plus favorables que les hommes (41 % de oui).

Les votants en faveur de la surveillance des assurés

Approuvée par une nette majorité de près de 65 %, la base légale pour la surveillance des assurés a été clairement soutenue par les votants: en l'occurrence par 69 % des sympathisants du PDC et même 83 % des partisans de l'UDC. La proposition des autorités a été rejetée uniquement par les votants du PS et des Verts.

Sondages sur les votations détaillés de Tamedia

Les sondages Tamedia sur les votations sont réalisés en collaboration avec LeeWas GmbH, la société des politologues Lucas Leemann et Fabio Wasserfallen. Les résultats des sondages sont pondérés en fonction de variables démographiques, géographiques et politiques, de manière à ce que l'échantillon corresponde à la structure de l'électorat. Les résultats font l'objet d'une évaluation immédiate, afin que les quotidiens et les plateformes de news de Tamedia puissent rapidement en rendre compte en s'étayant sur des bases précises. Plus d'informations ainsi que le rapport détaillé du sondage sont à retrouver sur tamedia.ch/sondage.

Médias Tamedia participants

Suisse romande: 20 minutes, 24 heures, Tribune de Genève et Le Matin/Le Matin Dimanche
Suisse alémanique: 20 Minuten, BZ Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger, SonntagsZeitung et ZRZ Zürcher Regionalzeitungen
Tessin: 20 minuti

Contact

Simon Koch, Responsable de la Communication de Tamedia pour la Suisse romande
+41 21 349 49 40, simon.koch@tamedia.ch

A propos de Tamedia

Tamedia est le plus grand groupe de médias privé de Suisse. Les plateformes digitales, les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines de Tamedia offrent une vue d'ensemble structurée et hiérarchisée de l'actualité. Fondée en 1893, l'entreprise emploie environ 3'700 collaboratrices et collaborateurs en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Danemark, en France, en Israël, au Luxembourg et en Serbie. Tamedia est cotée à la Bourse suisse depuis 2000.

Plus d'informations sur Tamedia pour les représentants des médias:

www.tamedia.ch/fr/groupe/newsroom Dans la rubrique Newsroom, sous «Galerie», vous pouvez télécharger des images actuelles de l'entreprise libres de droits, comme celles des différents bâtiments avec le nouveau logo Tamedia lancé en janvier 2017.

www.tamedia.ch