

Communiqué

Une majorité pour l'initiative sur l'interdiction de la publicité pour le tabac, le «non» en tête en ce qui concerne les mesures en faveur des médias

Six semaines avant les votations du 13 février 2022, l'initiative sur l'interdiction de la publicité pour le tabac recueille un large soutien avec 67% de voix favorables. En ce qui concerne les mesures en faveur des médias, ce sont les opposants qui sont en tête. Les avis ne sont pas encore très tranchés s'agissant de la loi fédérale sur les droits de timbre.

Zurich, le 7 janvier 2022 – 20 minutes et Tamedia viennent de réaliser sur leurs portails d'actualités la première vague du sondage, tous titres confondus, en prélude aux votations fédérales du 13 février 2022. Les 3 et 4 janvier, 13 120 personnes de toute la Suisse ont participé à ce sondage en ligne, dont la marge d'erreur est de 1,5 point de pourcentage.

Aucune chance pour l'instant pour l'initiative sur l'interdiction de l'expérimentation animale et humaine

L'initiative qui vise à interdire l'expérimentation animale et humaine bénéficie actuellement d'un faible soutien. Si les votations avaient lieu aujourd'hui, le projet serait rejeté par 61% des votants, contre 34% de voix favorables et 5% de personnes qui n'ont pas encore pris position. Dans l'état actuel des choses, le projet ne recueille la majorité que chez les Verts; tous les autres partis sont hostiles à cette initiative. En outre, les résultats ne présentent pratiquement aucune différence entre l'électorat en ville et à la campagne.

L'argument le plus souvent cité par les défenseurs de l'initiative est que l'être humain inflige de grandes souffrances aux animaux au nom de la recherche. Les opposants sont d'avis que la Suisse possède l'une des réglementations les plus strictes au monde en matière d'expérimentations animales et de recherche sur l'être humain, ce qui garantit une recherche éthique. D'autre part, près d'un tiers des votants estime qu'il n'existe pas encore d'alternative aux expériences sur les animaux pour étudier les maladies graves.

Deux tiers en faveur de l'interdiction de la publicité pour le tabac

À l'heure actuelle, 67% des votants se prononcent en faveur de l'interdiction de la publicité pour le tabac. 31% y sont opposés, et 2% ne donnent aucune indication sur leurs intentions

de vote. Le projet recueille en fait des majorités confortables partout, à l'exception des sympathisants de l'UDC et du PLR, qui rejettent de peu cette interdiction ou n'y sont que légèrement favorables.

Environ la moitié des défenseurs estime que la plupart des personnes qui fument ont commencé étant jeunes et que, par conséquent, la prévention est décisive dans cette tranche d'âge. Un tiers considère qu'il faut accorder plus de poids à la santé de la population qu'à la liberté du marché et du commerce de l'industrie du tabac. À l'inverse, les opposants au projet estiment que les jeunes ne commencent pas à fumer à cause de la publicité, mais par curiosité, sous la pression sociale du groupe et en raison de leur environnement personnel.

Loi fédérale sur les droits de timbre: encore 15% d'indécis

Le troisième projet soumis à votation portera sur la loi fédérale sur les droits de timbre, et vise à supprimer le droit de timbre d'émission sur les fonds propres. À l'heure actuelle, 30% des votants sont en faveur de cette suppression, 55% y sont opposés, et 15% ne donnent encore aucune indication quant à leurs intentions. En particulier, les femmes et les personnes relativement jeunes semblent s'être encore peu penchées sur le contenu du projet, ce qui se traduit par la forte proportion d'indécis.

Les arguments des défenseurs de la suppression du droit de timbre évoquent les incitations à investir davantage, ce qui générerait des investissements supplémentaires pour la Confédération sur le long terme, ainsi que le fait que 80% à 90% des entreprises concernées sont des PME. Les opposants au projet avancent comme arguments la perte de 250 millions de francs de recettes fiscales par an, et le fait que la suppression du droit de timbre d'émission profiterait en premier lieu aux grands groupes, en laissant 590 000 PME sur la touche.

Une faible majorité opposée aux mesures en faveur des médias

La loi sur un train de mesures en faveur des médias serait rejetée si la votation avait lieu aujourd'hui, mais 7% des votants n'indiquent pas encore leurs intentions de vote, 42% disent «oui», et 51% se prononcent contre la loi. À l'heure actuelle, les sympathisants des Verts (64%) et du PS (69%) sont assez nettement favorables à l'encouragement des médias. Ceux des Vert'libéraux le sont tout juste, avec 51%. Le sondage montre par ailleurs que la loi ne recueille une courte majorité qu'en Suisse romande, et que son soutien augmente parallèlement à l'âge des votants.

La majorité des défenseurs indique que les médias privés suisses apportent une contribution indispensable à l'offre médiatique de base, et soutiennent ainsi la démocratie directe et le fédéralisme. Un quart est d'avis que les mesures envisagées soutiennent l'indépendance, et un quart estime que les petites publications locales et régionales, notamment, ne pourraient plus survivre sans elles. La majorité des opposants rejette l'encouragement par les pouvoirs publics, au motif que les médias soutenus perdraient de leur crédibilité et ne pourraient donc plus exercer leur fonction de quatrième pouvoir. Un autre tiers est dérangé par le fait que les mesures de soutien bénéficieraient également aux grandes maisons d'édition.

Des sondages approfondis

Les sondages 20 minutes/Tamedia en vue des votations sont réalisés en collaboration avec LeeWas. Ils modélisent les données du sondage en fonction de variables démographiques, géographiques et politiques afin que l'échantillon corresponde à la structure des votants. La plausibilité des réponses est vérifiée selon une méthode en plusieurs étapes. En règle générale, environ 15% des participations ne sont pas prises en compte à titre de précaution en raison de la présence d'un ou de plusieurs facteurs d'alerte. Les résultats sont aussitôt analysés pour que les quotidiens et les plateformes de News de Tamedia et de 20 minutes puissent s'appuyer sur eux afin de rédiger rapidement des articles rigoureux. De plus amples informations ainsi que le rapport détaillé relatif au sondage peuvent être consultés sur le site tamedia.ch

Médias participants

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

Contact

Nicole Bänninger, Responsable de la Communication Tamedia
+41 44 248 41 87, nicole.baenninger@tamedia.ch

À propos de 20 minutes

Lancé fin 1999, initialement pour un groupe cible jeune et urbain de la région de Zurich, le journal pendulaire 20 minutes s'étend par la suite en Suisse alémanique, en Suisse romande et dans le Tessin. Il devient 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 trois langues par des contenus ayant trait à la politique, à l'économie, au sport et au divertissement. Sur les canaux numériques, 20 minutes propose également des images animées, des formats audio, de la radio et des technologies d'avenir. 20 minutes fait partie de TX Group et rassemble 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti, 20 Minuten Friday, 20 Minuten Radio, lematin.ch, Encore et des 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